

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ**

---

---

Серія  
**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ  
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

Випуск 20

Частина 3

Ужгород-2018

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- Головний редактор:** **Палінчак Микола Михайлович** – декан факультету міжнародних відносин Ужгородського національного університету, доктор політичних наук, професор
- Заступники  
головного редактора:** **Приходько Володимир Панасович** – завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор  
**Химинець Василь Васильович** – професор кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор
- Відповідальний  
секретар:** **Дроздовський Ярослав Петрович** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук
- Члени редколегії:** **Ярема Василь Іванович** – завідувач кафедри господарського права Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор  
**Мікловда Василь Петрович** – завідувач кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України  
**Філіпенко Антон Сергійович** – доктор економічних наук, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, заслужений професор КНУ ім. Тараса Шевченка, академік АН ВШ України  
**Газуда Михайло Васильович** – професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор  
**Луцишин Зоряна Орестівна** – професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор  
**Старостіна Алла Олексіївна** – завідувач кафедри міжнародної економіки економічного факультету КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор  
**Слава Світлана Степанівна** – професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук, доцент  
**Ерфан Єва Алоїсівна** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук  
**Кушнір Наталія Олексіївна** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук  
**Шинкар Віктор Андрійович** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук  
**Король Марина Михайлівна** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук  
**Рошко Світлана Михайлівна** – доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат філологічних наук  
**Бурунова Олена** – доктор економічних наук, професор Полонійського університету (Республіка Польща)  
**Andrzej Krynski** – доктор габілітований, професор, ректор Полонійського університету (Республіка Польща)  
**Ioan Horga** – доктор історичних наук, професор Університету Орадеа (Румунія)  
**Eudmila Lipková** – доктор економічних наук, професор Братиславського економічного університету (Словаччина)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

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

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet**  
**Вченою радою Державного вищого навчального закладу**  
**«Ужгородський національний університет»**  
на підставі Протоколу № 7 від 31 серпня 2018 року.

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

## ЗМІСТ

<b>Радкевич Л. А.</b> РОЗВИТОК DIGITAL BRAND’A: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	6
<b>Радова О. В.</b> ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: НОВОВВЕДЕННЯ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ.....	11
<b>Савіна Н. Б., Крикавський В. Є.</b> ГЕНЕРУВАННЯ ОЩАДЛИВОСТІ У СФЕРІ ПОСТАЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ.....	14
<b>Саєнсує М. А.</b> АНАЛІЗ РИНКУ «ХОЛОДНОЇ ЛОГИСТИКИ» В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	18
<b>Салашенко Т. І.</b> ПОТОЧНИЙ ДИЗАЙН РИНКІВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ЄС: ВИКЛИКИ УКРАЇНІ.....	22
<b>Свидрук І. І.</b> КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ.....	29
<b>Селюченко Н. Є., Косар Н. С.</b> ОБҐРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИРОБНИКІВ ОЛІЇ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХНЬОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	33
<b>Семененко Т. М.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	37
<b>Sydorchuk A. A.</b> PREREQUISITES FOR DEVELOPMENT OF STATE SOCIAL INSURANCE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION OF UKRAINE.....	42
<b>Сімахова А. О.</b> СОЦІАЛЬНІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ.....	47
<b>Скорупська О. П., Жак І. Б.</b> ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	51
<b>Смирнова Н. В.</b> СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	54
<b>Стрельников Р. М.</b> ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕГРОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	59
<b>Струк Н. Р., Карпій О. П.</b> ЛОГІСТИКА У ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ.....	64
<b>Сунцова О. О., Командровська В. Є., Любезна І. І.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АВІАПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АГРЕСИВНОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	68
<b>Суска А. А.</b> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ.....	74

<b>Olena Suschenko, Matthnai Ekouaghe</b> ECONOMICS OF AEROSPACE TOURISM: PECULIARITIES AND PROSPECTS OF MARKETING FOR POTENTIAL SPACE TOURISM COMPANIES.....	78
<b>Тимошенко М. М.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОРІЄНТИРІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	84
<b>Томашевська А. В., Смиковчук Т. В.</b> РІВЕНЬ ВВП УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ.....	90
<b>Урба С. І., Коковська С. І.</b> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ.....	95
<b>Федорова І. В.</b> АМОРТИЗАЦІЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У КОНТЕКСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ: АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА.....	101
<b>Філіпчук В. Р.</b> СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ: ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ ТА ВІДПОВІДНІСТЬ ВИКЛИКАМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	106
<b>Філяк М. С.</b> МАРКЕРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ЗБАЛАНСУВАННІ ВПЛИВІВ РІЗНИХ ТИПІВ ПОСЕЛЕНЬ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЇ.....	111
<b>Фролова Н. Л.</b> СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ДЕСТРУКТИВНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	116
<b>Marek K., Cisko L.</b> ZMENY ZADÁVANIA VEREJNÝCH ZÁKAZIEK V ČESKEJ REPUBLIKE A SLOVENSKEJ REPUBLIKE.....	122
<b>Черноіванова Г.С.</b> ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ СКЛАДОВОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	130
<b>Чиж Л. П., Хотєєва Н. В., Качура К. О.</b> ФОРМУВАННЯ ТАРИФУ НА ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВУГІЛЛЯ МОРСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ.....	134
<b>Шахно А. Ю.</b> ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	139
<b>Шевченко А. В., Путінцева А. А.</b> ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ.....	143
<b>Шевченко В. С.</b> САМОМЕНЕДЖЕНТ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ.....	147
<b>Шевчук Я. В.</b> ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ.....	151
<b>Шестерняк М. М.</b> СУЧАСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ВИДИ.....	158
<b>Щур Р. І.</b> ФІНАНСИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	162

<b>Юрківський О. Й.</b> ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ОСНОВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ.....	<b>166</b>
<b>Яворская А. Ф.</b> ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА.....	<b>170</b>
<b>Ярославський А. О.</b> ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	<b>174</b>
<b>Дарушин О. В.</b> РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНО-БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ СИСТЕМИ.....	<b>178</b>

**Радкевич Л. А.**  
кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри маркетингу  
Одеського національного політехнічного університету

**Radkevych L. A.**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department of Marketing  
Odessa National Polytechnic University

## РОЗВИТОК DIGITAL BRAND'А: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Анотація.** У статті розглянуто науково-методичний підхід до формування системи digital branding'у, що зумовлено реактивним поширенням практики використання теорії брендингу у цифровому маркетингу, започаткуванням домінування інтернет-комунікацій у побудові бренду та зміною парадигми інвестування в розвиток бізнесу на користь інвестування у бренд.

**Ключові слова:** бренд, цифровий маркетинг, digital branding, цифрова історія, «реперні» точки побудови digital brand'a.

**Вступ та постановка проблеми.** Активізація digital marketing'у цілком логічно ініціювала розвиток такого напрямку, як digital branding. Зазначу, що швидкість розвитку цифрового середовища та зростання кількості користувачів в Інтернет-просторі формує своєрідну інтерактивність життя споживача, який певну частину свого часу витрачає саме на перебування та функціонування в цьому середовищі.

Збільшення числа персональних пристроїв та їх постійне використання у режимі «нон стоп» означає, що бренд-менеджери отримали велику кількість способів спілкування безпосередньо в інтерактивному режимі з їхніми цільовими споживачами та/або клієнтами. З огляду на це, цілком природно, що наявні класичні концепції брендингу можливо застосовувати для розроблення та просування брендів за рахунок взаємодії зі споживачами на цифрових пристроях, зважаючи на те, які з них вони частіше використовують у повсякденності. Всі ці процеси, які трансформують digital marketing у digital branding, безперечно, викликають увагу дослідників інтерактивного середовища.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Зважаючи на ключові тенденції розвитку Інтернет-простору загалом та digital branding'у зокрема, які визначаються у щорічних матеріалах досліджень розвитку інтерактивного середовища та трендів digital branding'у [1–2], у сучасний період відбувається започаткування розвитку digital branding'у, який з часом буде тільки посилюватися, і ці процеси викликають неабияку увагу.

Н. Ostholthoff зазначає, що успішні та видатні маркетологи мають набувати компетенції і музи, і продюсера та фокусуватися на розважальній частині спілкування і надихати внутрішні та зовнішні аудиторії на постійне спілкування з брендом [3]. Тобто можна відзначити, що необхідно посилювати контакти з брендом потенційного покупця, починаючи з появи бренду у просторі. При цьому К. Клепінджер зазначає, що термін «цифровий бренд» спочатку був пов'язаний із корпоративними маркетинговими зусиллями. Проте виник ще термін «персональний цифровий бренд», пов'язаний з окремими особами, і його започатковано і популяризовано в кінці 1990-х років, а був він оцифрований в результаті повсюдного поширення і створення зручної природи середовищ соціальних медіа, таких як блоги, Facebook, і Twitter. Розмежування

корпоративних і цифрових брендів зажадало створення нового терміна: «персональний цифровий бренд», який визначається як стратегічне власне маркетингове зусилля, що створене за допомогою соціальних медіаплатформ і прагне проявляти професійну персону індивідуума [4].

Питаннями розвитку теорії digital branding'у та її інтеграції у практичну діяльність займається певна когорта вчених та практиків, таких як Ш. Беннет, Г. Остхолтофф, К. Клепінджер, К. Вілсон, К. Уоллес, Д. Пратик, Р. Кей Грін та інші.

Поняття цифрового формування ідентичності бренду набуває все більшого значення з того часу, як цифрові комунікації стали соціальними. Для фахівців уже просто немає вибору, використовувати або не використовувати цифрові засоби комунікації, вибір у тому, що варто активно управляти іміджем за рахунок використання соціальних медіа. Оскільки цифрові комунікації стають усе більш поширеними, відсутність присутності в Інтернеті потенційно може створювати ситуації відправки непередбачених негативних повідомлень. І такі зусилля можуть включати в себе перехід від використання соціальних медіа як потенційної відповідальності до використання соціальних медіа як професійного активу в епоху цифрових технологій. Слід зауважити, що практика створення та розвитку digital branding'у значно випереджає суто наукові розроблення у цій галузі. Відповідно до цього нагальним є питання систематизації наявних напрацювань у сфері digital branding'у та формування узагальненого науково-методичного підходу до створення системи digital branding'у.

**Метою** статті є систематизація практичного досвіду створення та розвитку цифрових брендів і обґрунтування науково-методичного підходу до створення системи digital branding'у на основі «реперних» точок.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасному світі посилюється розуміння того, як сучасні технології об'єднуються, щоб створювати автентичний контент з урахуванням попереднього досвіду, аналізувати джерела трафіку і будувати відносини, які сприяють можливостям для зростання. Все це притаманне як потужним цифровим брендам, так і класичним брендам, які мають довгу історію, але тепер відбувається швидке витіснення класичної теорії стратегічним розумінням цифрового брендингу [3].

Все це відбувається на тлі посилення ігрового та розважального складників у процесі створення та про-



сування бренду. Цифровий брендинг створює історію бренду через присутність у цифровій сфері. Це масштабна стратегія створення бренду, на відміну від класичного використання різних онлайн-тактик, таких як розміщення щоденних твіттів, постів, які наочно демонструють «життя» бренду, інтернет-промоакції або розсилка електронною поштою із зростанням більш ніж 0,0001 відсотка участі. Звичайно, у такому підході нічого розважального немає, але маркетингове середовище змінюється, і настає час для того, щоби бути розумнішими і більш творчими, щоб почати розважати цільову аудиторію. Отже, навіть бізнес-риннок може бути більш творчим, розважати, відчувати, а потім навчати, будувати відносини і залучати прихильників. На цю платформу спирається і Є. Мачнев у своїй праці «Развлекунки. Креатив у роздрібній торгівлі» [5]. Отже, зазначу, що розвиток інтерактивності та залучення у цей простір все більше потенційних споживачів ініціює трансформацію класичного брендингу у Digital branding (цифровий брендинг). За визначенням Вікіпедії, Digital branding (цифровий брендинг) є методом управління брендом, який використовує комбінацію інтернет-брендингу та цифрового маркетингу, щоб розвивати бренд по всьому діапазоні цифрових майданчиків, включаючи Інтернет-відносини, концепцію застосування пристроїв на основі Digital branding channel або медіаконтенту [6].

Становлення та розвиток digital brand'у відбувається за допомогою такого інструменту, як медіапланування, специфікою якого є те, що стратегія просування концентрується саме на інтерактивних засобах. У цьому сенсі класичні канали просування (у тому числі й традиційні ЗМІ) можуть виступати як додаткові, а можуть і взагалі бути проігнорованими, що залежить від концентрації уваги цільової аудиторії. Проте акцентує увагу на тому, що медіапланування digital brand'у зберігає свій ітераційний характер та виступає як система процесів [7, с. 135], які відбуваються в інтерактивному середовищі.

Digital branding базується, за визначенням Digital Branding Institute, на розробленні індивідуальної або організаційної особистості, видимої та авторитетної у суспільстві, яка взаємодіє з бізнесом в Інтернеті або за допомогою інших цифрових носіїв. Такий концепт робить цифровий брендинг важливим для власної побудови і створення історії бренду, а також присутності в цифровому світі. Цифровий брендинг включає в себе повністю цифрову медіастратегію впливу, яка виходить за межі стандартної онлайн-тактики, як це часто можна побачити з інтернет-брендингом, який позначається як розміщення щоденних твіттів, рекламних повідомлень або листів по електронній пошті [3].

У [8] digital branding розглядається з позиції цифрового зв'язку та його ролі в бізнес-стратегії та плануванні самого бренду. Визначається, що цифрові канали та активи використовуються для зв'язку позиціонування бренду (або мети) в межах програм залучення багатоканальних комунікацій бренду. На відміну від цифрового маркетингу, Digital branding спрямований на створення зв'язків між споживачами продукту або послуги [9–10] так, що визнання бренду встановлюється в цифровому світі [11].

Комунікаційна стратегія, а зокрема її складник digital strategy, під час аналізу ситуації в процесі планування постійно переглядається та розвивається. Замість того, щоб розглядатися як дискретна функція, цифровий зв'язок (або маркетинг) повинні бути інтегровані в процес планування бізнесу, бренду і комунікацій. Директор компанії Diageo І. Менезес під час нещодавнього обговорювання результатів своєї компанії сказав: «Не йдеться про «циф-

ровий маркетинг», йдеться про маркетинг, який є ефективним в цифровому світі» [8].

Треба визнати, що digital branding повинен бути пріоритетом, і це може допомогати досягненню цілей і приносити додаткові доходи для бізнесу. С. Wallace доводить, що у сучасному світі відбувається певна переорієнтація: первинним рушієм успіху стає не компанія-генератор бренда, а саме бренд, який у подальшому генерує успіх компанії. Тобто якщо компанія бажає «виростити» свій бізнес в Інтернеті, то їй треба починати з «виросування» свого бренда [11].

Таким чином, відбувається зміна парадигми інвестування в розвиток бізнесу, яка трансформується з класичної конструкції:

**«компанія – споживачі – товар – бренд»**

у сучасну конструкцію, яка визначає первинність бренда та пріоритет споживачів саме бренда:

**«бренд – споживачі – товар – компанія».**

– Отже, ланцюг починається з бренда та його цифрової історії. Побудова цифрової історії бренда концентрується на створенні загального бренд-міфу, та специфіка сучасного брендингу полягає у тому, щоб створити власну цифрову історію. Цифрова історія визначає час, коли бренд перейшов до прямого особистого спілкування з клієнтом, і показує, коли бренд почав перетворюватися з об'єкта відносин на суб'єкта відносин. Тобто бренд у системі digital branding'у набуває певних рис людини, що підкреслюється емоційним забарвленням та наявністю інтерактивного спілкування в конструкції «бренд – споживач» (рис. 1).

Поширення цифрових медіа дає можливість візуалізувати бренд через реалізацію найкреативніших ідей, при цьому собівартість створення цієї візуалізації значно менша, ніж створення традиційних (класичних). При цьому зазначу, що візуалізація digital brand'a відбувається через застосування постановочних фото, відеозйомок, рекламних роликів, інфографіки, gif'ок.

Якщо деякий час по тому (орієнтовно у період 2000–2010 років) усі цифрові канали підпадали під єдине визначення Інтернет-маркетингу, то починаючи з 2010 року активізувалася ідентифікація окремих цифрових каналів, і цим започатковано етап бурхливого розвитку інтерактивних ЗМІ. Все це ще більше посилює важливість питання сегментації, таргетингу та позиціонування. І на перший план вийшли не стільки соціально-демографічні ознаки, скільки поведінкові. Зростання значення аналітичних баз даних споживачів набуває вирішального значення. Це доводить Чарльз Дахіт у своїй праці «Сила звички», де він ґрунтовно досліджує, як компанії прогнозують звички споживачів і маніпулюють ними, базуючись на використанні гігантських баз даних, які створює та підтримує компанія Target [12, с. 218–236]. Приклад компанії Target підкреслює те, що завдяки розвитку digital marketing'у стало можливим отримувати та накопичувати гігантську кількість даних про своїх споживачів. Компанія ідентифікує кожного клієнта за його номером та відповідно до нього накопичує інформацію.

Особливої важливості набувають канали Digital branding'у. За [3] цифровий брендинг застосовує декілька каналів. Рекламодавець своєю основною метою ставить те, щоб знайти канали, які приводять до максимального двостороннього зв'язку і поліпшення загального ROI для бренда. Є кілька інтернет-маркетингових каналів, найбільш доступних, які розглядає [13].

Доцільно більш детально зупинитися на засобах побудови digital brand'a, бо поряд із самою концепцією digital brand'a та його ідентифікацією особлива роль нале-

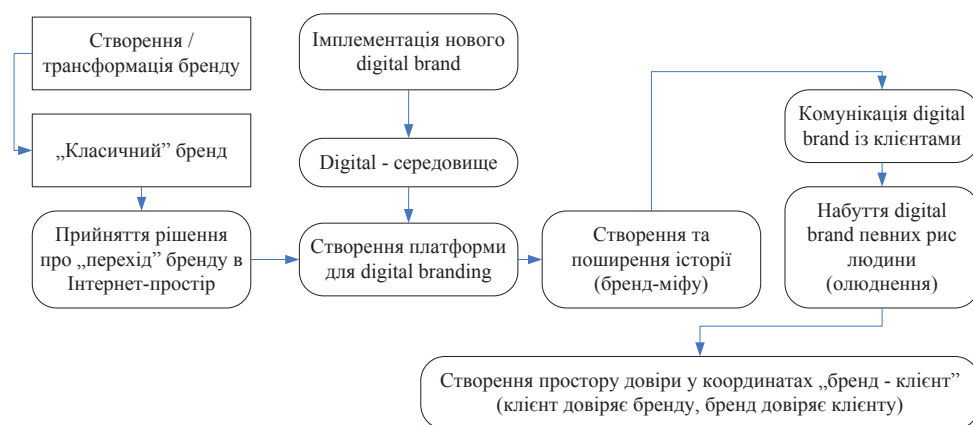


Рис. 1. Процес побудови цифрової історії digital brand'a

Джерело: складено автором

жить саме Інтернет-медіаресурсам. Визначення, які Інтернет-медіаканали працюють найкраще для бізнесу загалом та для digital brand'a зокрема, дасть змогу результативно просувати бізнес уперед. Насамперед вагоме значення має медійна реклама. Цей канал включає в себе проектування графічних рекламних оголошень та розміщення їх поряд із контентом на сайтах самого digital brand'a або компаній, повідомлень електронної пошти та інших цифрових засобів, а також додатках миттєвого обміну повідомленнями.

Долучаючись до Інтернет-серфінгу, клієнт отримує листи від digital brand'a або посилання на різні події, що пов'язані із digital brand'ом, крім того, часто з рекламою всіх видів. Це саме підкреслює те, що показ реклами є, і це важливо для оголошення, чим створюється передумова, щоб мати стосунок до того, що клієнти шукають.

Як зазначається у [14], можна орієнтувати оголошення відповідно до споживчої поведінки, демографії або географічного розташування. Скажімо, наприклад, є салон в Raleigh, де пропонують привабливі знижки для місцевих жителів, відповідно, немає ніякого сенсу дати людям на всьому континенті знати про те саме. Цифровий маркетинг послуг бренду Raleigh матиме можливість налаштувати свої оголошення таким чином, що буде корисним суто для бізнесу цієї компанії. При цьому за допомогою аналітики можна буде відстежувати кількість людей, які бачили ці оголошення або натискали на них, і що людина робила на сайті після відвідування його, а також коефіцієнт конверсії.

В останні роки особливого значення набувають соціальні мережі, такі як Facebook, MySpace, LinkedIn, блоги, сайти мікроблогінгу, Twitter, форуми, Wiki або відкриті енциклопедії, зміст таких спільнот, як Flickr і YouTube, а також підкасти всіх форм соціальних медіа. Всі ці форми передбачають створення мереж або спільнот, що дає користувачам змогу взаємодіяти один з одним.

Соціальні медіаінструменти заохочують користувачів для обміну думками, брати участь в дискусіях і взаємодіяти з іншими людьми в режимі реального часу. Таким чином, соціальні медіа можуть бути найкращим засобом продати digital brand або компанію і підтримувати зв'язок з клієнтами у режимі «нон-стоп» 24/7/365. Проте відомо, що всі цифрові маркетингові інструменти мають різні цілі, тому важливо визначити цілі digital brand'a і цільової аудиторії, перш ніж приступити до роботи, бо це визначає, наскільки вони збігаються.

Особливого значення набуває партнерський маркетинг у створенні та побудові digital brand'a. Власники парт-

нерського сайту зазвичай розміщують рекламу на власних сайтах, щоб продати товари або послуги власника бізнесу в обмін на відсоток від прибутку.

Зазвичай коли розповідають видатні історії брендів, то майже завжди згадують воронку продажів та її внесок у створення позитивного досвіду споживання бренду та закладення підвалин у розбудову стійкої прихильності до бренду. У разі, якщо бренд міцно інтегрується до пам'яті споживача, створюється певний контекст очікувань. Бренд набуває емоційності та вже є обраним ще до того, як сама покупка здійснена.

У класичній конструкції «бренд – споживач» між його складниками знаходяться ще багато елементів: сама компанія, роздрібні мережі (та/або фірмові магазини), продавці. Всі ці елементи спроможні «спотворити» звернення бренду до споживача, бо кожний з цих елементів спроможний додати щось своє, суб'єктивне, залежно від ставлення до бренду. Ера digital branding'у усуває ці проміжні елементи і виводить бренд на прямий рівень взаємодії зі своїм споживачем.

Світ стає свідком того, як бренди відмовляються від численної кількості посередників, переходячи до моделі прямої взаємодії «бренд – клієнт». У [15] зазначається, що таким чином відбувається уперше в історії диверсифікація (демократизація) способу постачання повідомлення кожному конкретному потенційному споживачеві.

При цьому своєчасне доставлення повідомлення формується у реальному часі і передається через Social Media. Таким чином, концептуальні засади доставки звернення бренду в системі digital marketing'у є значно ширшими, ніж виявлення характеру бренду. У цьому сенсі саме цифрове звернення вимагає, щоб взаємодія бренду та клієнта відбувалася у форматі «один на один» та ще й у відповідному емоційному тоні. Зазначу, що при цьому емоційний фон взаємодії залежить від самого характеру бренду та його значення у житті потенційного споживача. Є 4 цифрових складники, що визначені Д. Аакером, які можуть відіграти вагому роль у побудові бренду [16].

На споживчому ринку компанії, які орієнтовані на digital marketing, зосереджуються на так званих сполучних або зв'язаних марках через точки взаємодії (так звані touch points) як в онлайн-середовищі, так і у традиційних засобах розповсюдження інформації. У цьому сенсі доцільно використовувати методологію, яка ідентифікує можливості саме для бренду, що значно підвищує релевантність та запам'ятовуваність клієнтом, а також оптимізує норму конверсії та максимізує дохід компанії.



Точками взаємодії клієнтів із брендом є цифрові канали комунікацій. Саме цифрові можливості стають все більше необхідними для підприємств, які прагнуть побудувати або розширити свої бренди за допомогою програм створення бренду. Digital branding є потужним інструментом саме для створення брендів із багатьма бренд-будівельними перевагами, які відтворені на рис. 2.

Створення digital brand'a має відбуватися на основі центрованої системи медіапланування [17, с. 30], у межах якої визначається медіастратегія і медіатактика, з урахуванням того, що побудова та розвиток digital brand'a відбувається саме в цифровому середовищі.

Частина Digital branding'у використовує дані, які сприяють розумінню та роблять доступними клієнтів і їхні потреби. Це означає, що, знаючи, де цільова аудиторія «живе» в соціальних медіа, розуміючи інтернет-подорожі клієнта, цілком можливо і навіть необхідно вимірювати його цифрову поведінку. Треба знати: де знаходиться клієнт – щоби взаємодіяти; як виділитися – щоби привернути увагу клієнтів у морі інтернет-шуму та спаму; які канали компанії викликають довіру – щоби зачепити споживача.

Проте слід зазначити, що центром взаємодії бренду зі споживачем стає саме «голос» бренду (рис. 3), який формується на міксуванні запитів цільової аудиторії та засобів ЗМІ.

Команда бренду формує «голос» бренду і розмовляє ним із цільовою аудиторією загалом та з кожним окремим клієнтом. З цього випливає, що цифровий зміст бренду повинен збирати якомога більше вражень, наскільки це можливо. Зазвичай споживач на своє питання «чому» має отримати відповідь, чому саме бренд існує і які цінності компанії йому притаманні. У той момент, коли digital brand визначає, «чому», системні та комплексні маркетингові зусилля та стратегії як бренду, так і самої компанії можуть інтегруватися до digital branding'у. Це є своєрідною точкою збірки, де компанія починає «збиратися» та набувати стійкості у цифровому просторі.

Цікавим та ґрунтовним є дослідження Р. Кей Гріна, де він конкретизує способи впровадження максимальної присутності бренду в Інтернеті і стверджує, що «інтернет-бренд – це те, що люди думають про вас, коли ви недоступні. Більшість клієнтів сьогодні є технологічно підкованими і, як правило, покладаються на присутність в Інтернеті компанії як на тест її авторитету на ринку» [18]. Сучасна діяльність передбачає можливість відстеження всіх маркетингових зусиль і бренду, і бізнесу на основі використання нових цифрових ключових показників ефективності (КПЕ), таких як видимість, участь, відносини, можливості, продажі.

Результативний розвиток digital brand'a має містити у собі так звані «реперні» точки, які і будуть визначати загальну ефективність просування (рис. 4).

Отже, відповідно до досліджень, доцільним для використання є науково-методичний підхід до формування системи digital brand'a на основі «реперних» точок, який інтегрує у собі класичну теорію брендингу з урахуванням зростання орієнтованості брендів на просування через Інтернет, у зв'язку з тим, що для багатьох товарів або послуг цільовою аудиторією є активні користувачі Інтернету загалом і соціальних мереж зокрема.

**Висновки.** Таким чином, digital branding ґрунтується на симбіозі наукових та практичних засад, які і формують саму концепцію бренду у сучасному світі через бренд-менеджмент, візуальний маркетинг, інтернет-рекламу, соціальний медіамакетинг, систему взаємодії марки та впровадження бренду. У межах цього з'ясовано, що відбувається зміна парадигми інвестування в розвиток бізнесу на сучасну конструкцію, яка визначає первинність бренду та пріоритет споживачів саме бренду. Визначено важливість створення цифрової історії бренду та запропоновано процес побудови цієї історії. Систематизовано



Рис. 2. Переваги використання Digital-середовища у створенні брендів

Джерело: доповнено автором, [16]

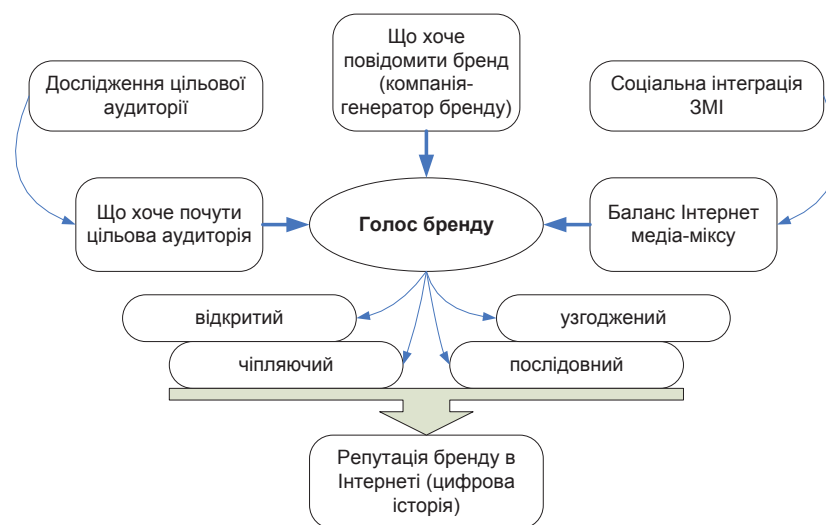


Рис. 3. Складники побудови стратегії digital branding'у

Джерело: складено автором на основі [3]

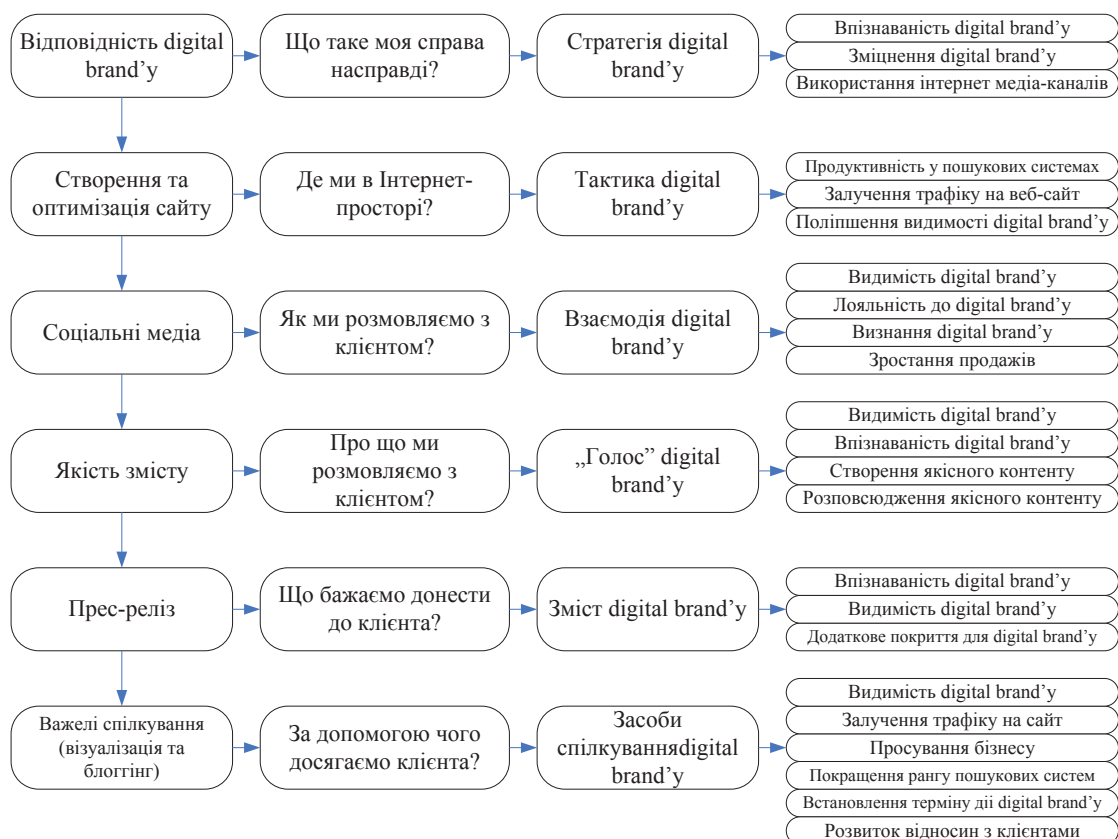


Рис. 4. Побудова та розвиток digital brand'a на основі «реперних» точок

Джерело: складено автором

та доповнено переваги використання Digital-середовища у створенні брендів. З'ясовано, що центром взаємодії бренда із споживачем стає саме «голос» бренда, який формується на міксуванні запитів цільової аудиторії та засобів ЗМІ. Запропоновано здійснювати побудову

та розвиток digital brand'a на основі «реперних» точок, де відбувається «олюднення» бренду, і бренд товару/послуги перетворюється на бренд-особистість, що значно підвищує довіру споживачів і робить digital brand дружнім до них.

#### Список використаних джерел:

- Bennet, Sh. 10 Digital Branding Trends for 2015 [Електронний ресурс] / Sh. Bennett // Режим доступу: <http://www.adweek.com/digital/digital-branding-trends/>
- Borenstein, G. 10 digital branding and marketing trends to watch for in 2016 / G. Borenstein // URL: [https://www.prdaily.com/Main/Articles/10\\_digital\\_branding\\_and\\_marketing\\_trends\\_to\\_watch\\_19830.aspx](https://www.prdaily.com/Main/Articles/10_digital_branding_and_marketing_trends_to_watch_19830.aspx).
- Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / [Електронний ресурс] H. Ostholthoff // URL: [http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art\\_b\\_9377440.html](http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html).
- Kleppinger, C. Personal Digital Branding as a Professional Asset in the Digital Age [Електронний ресурс] / C.A. Kleppinger, Jeff Cain // URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4584371/>.
- Мачнев, Е.В. Развлекунки. Креатив в розничной торговле. [Текст] / Е. Мачнев. СПб.: Питер, 2005. 208 с.
- Digital branding URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_branding](https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_branding).
- Радкевич, Л.А. Медіапланування в системі рекламного менеджменту: аналіз етимологічних конструкцій [Текст] / Л. Радкевич // Економічний Вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип.6-1 (06). С. 131–136.
- The term digital branding is often used, but what actually is 'digital branding'? URL: <http://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.
- Shamoon, Sumaira, and Saiqa Tehseen. Brand Management: What Next? [Текст] // Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business 2.12 (2011): 435–441. Business Source Complete. Web. October 20, 2012.
- Wilson, Chris (21 April 2009). Interview with Brand Consultant and Author Marty Neumeier. [Текст] // Fresh Peel. Retrieved 6 March 2014.
- Wallace, C. 5 Key Strategies To Build Your Brand Online / Christopher Wallace // URL: <http://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>.
- Дахігг, Ч. Сила звички [Текст] / Ч. Дахігг. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. 430 с.
- Pratik Dholakiya (14 April 2015). 3 Digital Marketing Channels That Work for Every Advertiser [Текст] / Pratik Dholakiya // Entrepreneur. Retrieved 17 October 2015.
- 4 Important Digital Marketing Channels You Should Know About. URL: <https://www.digitaldoughnut.com/articles/2014/november/4-important-digital-marketing-channels-you-should>.

15. What is Digital Branding? URL: <https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/what-is-digital-branding>.
16. Аакер, Д. Создание сильных брендов [Текст] / Д. Аакер М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003 340 с.
17. Радкевич, Л.А. Систематизація цілей та задач медіапланування в рекламному менеджменті [Текст] / Л. Радкевич // Причорноморські економічні студії. 2016. Вип.12-2. С. 26–32.
18. Kay Green, R. 7 Highly-Effective Ways to Maximize Your Online Brand Presence [Текст] / R. Kay Green [http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/online-brand-presence\\_b\\_3140951.htm](http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/online-brand-presence_b_3140951.htm).

### РАЗВИТИЕ DIGITAL BRAND’А: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Аннотация.** В статье обоснован научно-методический подход к формированию системы digital branding’a. Это обусловлено реактивным распространением практики использования теории брендинга в цифровом маркетинге, усилением доминирования интернет-коммуникаций в построении бренда. Обосновано изменение парадигмы инвестирования в развитие бизнеса в пользу инвестирования в бренд.

**Ключевые слова:** бренд, цифровой маркетинг, digital branding, цифровая история, «реперные» точки построения digital brand’a.

### DIGITAL BRAND DEVELOPMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Summary.** The paper substantiates the scientific and methodical approach to the formation of the digital branding system. This is due to the reactive spread of the practice of using branding theory in digital marketing, increasing the dominance of Internet communications in building a brand. The change of the paradigm of investment in business development in favor of investing in a brand is substantiated.

**Key words:** brand, digital marketing, digital branding, digital history, “reference” points of construction and digital brand

УДК 336.22.(477)

**Радова О. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку та оподаткування в галузях економіки  
Одеського національного економічного університету*

**Radova O. V.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of the Department of Regional Education  
and Technology in the Economy Galusies  
Odessa National Economic University*

### ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: НОВОВВЕДЕННЯ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

**Анотація.** У статті обґрунтовано становлення та розвиток податкової системи в Україні, зокрема, увагу приділено її становленню, нововведенням та розвитку. Встановлено, що податкова система забезпечує фінансову базу держави та є головним знаряддям реалізації її економічної доктрини. Висвітлено сучасний стан податкової системи, виокремлено проблеми та напрями їх вирішення.

**Ключові слова:** податки, оподаткування, податкова система, розвиток податкової системи.

**Вступ та постановка проблеми.** У наш час в Україні відбуваються кардинальні перетворення в соціально-економічній та політичній сферах, тому одним із важливих шляхів підвищення ефективності функціонування українських підприємств є вдосконалення механізму оподаткування.

Система оподаткування в Україні має істотний вплив на формування дохідної частини бюджетів усіх рівнів, які утворюють державну скарбницю країни. Податкова система являє собою важливий елемент державного впливу на діяльність суб’єктів господарювання, від ефективності функціонування якої залежить продуктивність чи деструктивність соціально-економічних перетворень у країні.

Податкова система є однією з визначальних складових частин забезпечення економічного зростання держави.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми ефективного формування доходів досліджували такі науковці, як В. Федосов, С. Юрій, Й. Бескид, О. Василик, І. Луніна, С. Буковинський, О. Дроздовська та ін. Проте методика оцінювання фіскальної ефективності механізму оподаткування, систематизації нововведення та аналізу тенденцій і проблем його розвитку потребує подальшого вдосконалення і набуває ще більшої актуальності.

**Мета** статті полягає в обґрунтуванні становлення та розвитку податкової системи України, виокремленні проблем та напрямів їх вирішення.

**Результати дослідження.** В умовах ринкових відносин роль податків як активних фіскальних регуляторів економічного зростання і важелів управління суспільним розвитком дедалі істотно посилюється. Розбудова цивілізованого демократичного суспільного ладу потребує також створення адекватної йому податкової системи, спроможної через перерозподільний механізм забезпечити соціальну гармонію та фінансово-економічну рівновагу в країні.

На жаль, як показує вітчизняна практика, численні щорічні реформи у сфері оподаткування не вирішують основних проблем справляння податків, таких як великі масштаби тіньової економіки, ухилення від сплати податків, обтяжливі податкові процедури, нестабільність податкового законодавства, а це знижує економічну активність суб'єктів господарювання та негативно позначається на фіскальній достатності держави [1].

Сьогоднішній стан національної податкової системи є далеко не ідеальним, що засвідчує його невідповідність дійсним запитам та можливостям суспільства. Необхідність здійснення кардинальних реформ у податковій системі держави диктується нагальною вимогою виправлення кризової соціально-економічної ситуації.

За роки незалежності податкова система України стала потужним джерелом доходів держави, забезпечуючи понад 75% доходів до зведеного бюджету країни. І протягом цього періоду уряд постійно шукає нові шляхи вдосконалення системи оподаткування. На початковому етапі було встановлено високий рівень податкових ставок та високий податковий тягар, але поступово держава перейшла до зменшення податків і оптимізації пільг.

Головними чинниками, які зумовлюють розвиток податкової системи у будь-якій країні, передусім є:

- зміна форм власності, умов економічного розвитку та соціально-економічної організації суспільства, що створює об'єктивну основу для реформування податкової системи, визначає основні напрями та цілі податкової реформи, її глибину з урахуванням досягнутого рівня соціально-економічного розвитку країни, формує можливості реалізації наявного потенціалу її продуктивних сил;

- закономірний суспільний розвиток, що проявляється в постійному намаганні суспільства оптимізувати податкову систему і неможливості досягнути цього оптимуму. З розвитком суспільства змінюються критерії оптимальності податкової системи, що зумовлює необхідність постійного її вдосконалення;

- зміна концепції оподаткування, яка, як правило, має відображати об'єктивну економіко-політичну ситуацію в країні, соціально-економічний стан її населення та зміну пріоритетів держави. Податкова система формується під впливом цілого спектру політичних інтересів і поглядів різних структурованих груп населення, теоретичних шкіл і течій [2, с. 25].

Завдяки реформам у Податковому законодавстві за останні кілька років відбулася низка позитивних перетворень у сфері оподаткування, найвагомішими з них є [2]:

1. Зменшення кількості малоефективних податків і зборів.

2. Спрощення адміністрування податків і зборів через подання звітності в електронному вигляді, зменшення тривалості податкових перевірок, упорядкування кількості та причин таких перевірок.

3. Запровадження нових штрафів: за невиконання узгодженого податкового повідомлення-рішення, за порушення платниками акцизного податку граничних термінів реєстрації акцизних накладних/розрахунків коригування до акцизних накладних в Єдиному реєстрі акцизних накладних та ін.

4. Упорядкування спрощеної системи оподаткування для суб'єктів малого підприємництва через диференціацію рівня податкового навантаження для представників малого бізнесу та розширення сфери застосування спрощеного режиму оподаткування.

5. Скорочення та переорієнтація податкових пільг (авіа-, суднобудування, альтернативна енергетика, харчова промисловість і сільське господарство, готельний бізнес, ІТ-сектор).

Законодавство постійно змінюється, і податкові зміни на 2018 рік неодмінно вплинуть на майже всі сфери діяльності.

Зміни стосуються тих підприємств та організацій, діяльність яких стосується:

- реалізації та виготовлення тютюнової чи алкогольної продукції;
- нерухомого виду майна;
- оподаткування згідно зі спрощеною системою;
- єдиного соціального внеску.

Щодо змін у порядку нарахування та сплати податку на додану вартість, то з 01 січня 2018 року операції з постачання та ввезення на митну територію України медичних виробів, які внесені до Державного реєстру медичної техніки та виробів медичного призначення або відповідають вимогам технічних регламентів, що підтверджується документом про відповідність, та дозволені для надання на ринку та/або введення в експлуатацію і застосування в Україні, оподатковуватимуться ПДВ у розмірі 7% замість 20%. Раніше за ставкою 7% ПДВ оподатковувалися лише операції з постачання та ввезення на митну територію України тих медичних виробів, які включені до переліку, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 03.09.2014 року № 410. До операцій з постачання та ввезення на митну територію України всіх інших медичних виробів застосовувалася ставка ПДВ у розмірі 20%.

Тимчасово звільняються від оподаткування ПДВ операції з вивезення за межі митної території України в митному режимі експорту:

- з 1 вересня 2018 року по 31 грудня 2021 року – соєвих бобів (товарна позиція 1201 згідно з УКТ ЗЕД);
- з 1 січня 2020 року по 31 грудня 2021 року – насіння свиріпи або ріпаку (товарна позиція 1205 згідно з УКТ ЗЕД).

Уточнена норма щодо звільнення від оподаткування операцій з постачання (передплати) та доставки дитячих книжкових видань.

Крім того, до 01 січня 2020 року запроваджено ввезення виробничого обладнання з розстроченням сплати ПДВ на строк до 24 місяця.

Розстрочення (рівними частинами) сплати ПДВ за заявою платника ПДВ надається під час імпорту обладнання, що класифікується за визначеними кодами УКТ ЗЕД, на строк, зазначений у заяві, але не більше 24 календарних місяців.

При цьому розстрочення сплати ПДВ надається лише у разі імпорту обладнання, яке буде використовуватися платником податку для власного виробництва на території України. Розстрочення сплати ПДВ не надається під час імпорту обладнання, якщо воно має походження з Росії або ввозиться з її території та/або з окупованої території України.

У разі відчуження, передачі в оренду, суборенду чи передачі права володіння, користування в інший спосіб імпортованого обладнання з розстроченням сплати ПДВ платник податку зобов'язаний сплатити податкове зобов'язання за результатами податкового періоду, на який припадає таке порушення, а також пеню, виходячи із 120% облікової ставки Національного банку України, за період із дня ввезення обладнання до дня збільшення податкового зобов'язання.



Порядок надання розстрочення сплати ПДВ має бути встановлений Кабінетом Міністрів України протягом 3 місяців. При цьому Кабмін має право встановити випадки, коли залишок суми зобов'язань зі сплати ПДВ підлягає забезпеченню виконання шляхом застави обладнання, що ввозиться із розстроченням ПДВ.

У 2018 році змінено строк подання податкової декларації за рік для платників податку на прибуток підприємств із квартальним звітним періодом.

Податкова декларація з податку на прибуток підприємств, яка розраховується нарастаючим підсумком за рік, відтепер подається у 60-денний строк після закінчення звітного року (раніше – протягом 40 календарних днів).

Нагадаємо, декларацію з податку на прибуток щоквартально подають платники податку, в яких обсяг річного доходу перевищує 20 млн грн.

Таким чином, декларації за квартал, півріччя, три квартали подаються протягом 40 календарних днів після закінчення звітного кварталу, а декларація, яка розраховується нарастаючим підсумком за рік, подається протягом 60 календарних днів після закінчення звітного року.

Ця норма запроваджена з 01 січня 2018 року, а отже, стосується і річної податкової декларації з податку на прибуток підприємств за 2017 рік.

Що стосується аграріїв, то з 01 січня 2018 року деталізовано порядок визначення мінімального розміру орендної плати за землю. Так, річна сума платежу з орендної плати не може бути меншою за розмір земельного податку, а саме:

- для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких проведено, – у розмірі не більше 3% їх нормативної грошової оцінки, для земель загального користування – не більше 1% їх нормативної грошової оцінки, для сільськогосподарських угідь – не менше 0,3% та не більше 1% їх нормативної грошової оцінки;

- для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено, – у розмірі не більше 5% нормативної грошової оцінки одиниці площі ріллі по АР Крим або по області, для сільськогосподарських угідь – не менше 0,3% та не більше 5% нормативної грошової оцінки одиниці площі ріллі по Автономній Республіці Крим або по області.

Визначено особливості застосування коефіцієнта індексації нормативної грошової оцінки землі у 2018 році. Зокрема, встановлено, що індекс споживчих цін за 2017 рік, що використовується для визначення коефіцієнта індексації нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь, земель населених пунктів та інших земель несільськогосподарського призначення, застосовується зі значенням 100%.

Таким чином, під час визначення бази оподаткування земельним податком та єдиним податком для платників четвертої групи коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки дорівнює 1.

Окрім того, до 1 лютого 2018 року Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру повинна направити в електронній формі інформацію про нормативну грошову оцінку земельних ділянок, яка проведена станом на зазначену дату, до Державної фіскальної служби України, яка оприлюднить цю інформацію на своєму офіційному веб-сайті.

Отже, позитивні зміни в системі оподаткування в звітному році закладено, проте удосконалення системи оподаткування має відбуватися шляхом поступового зниження податкового тягара.

Основними відправними елементами повинні бути:

- податкова система повинна мати інвестиційну й соціальну спрямованість;

- зміни в системі оподаткування мають здійснюватися одночасно з реформуванням системи оплати праці, пенсійного забезпечення, вдосконаленням соціальної сфери;

- розширення неподаткових форм і методів мобілізації доходів бюджету за рахунок оренди та продажу державного майна;

- основу податкової системи мають становити прямі податки, тобто податки, де об'єктом оподаткування є дохід фізичної особи, прибуток юридичної особи, земля, майно та капітал;

- непрямі податки повинні використовуватися лише у формі акцизів для обмеження споживання деяких видів товарів, можливостей виробника-монополіста в одержанні необґрунтовано високих доходів, а також для оподаткування предметів розкоші, захисту власного виробника;

- потрібно збільшити перелік податків за забруднення навколишнього середовища, наприклад, засмічення місць суспільного призначення;

- застосування під час оподаткування обґрунтованої різниці ставок податків залежно від видів діяльності й розміру одержуваного прибутку або доходу;

- умови оподаткування мають бути простими та зрозумілими платникові, податок має стягуватися у зручний для платника час і прийнятним методом;

- чітке розмежування податків, що зараховуються до державного і місцевих бюджетів, розширення прав органів самоврядування у сфері оподаткування [3, с. 83].

**Висновки.** Податкова система України не повною мірою відповідає вимогам ринкової економіки та суспільних відносин і вимагає кардинальної заміни окремих елементів податкових механізмів. Для цього не обов'язково повністю замінювати чинні елементи податкової системи, оскільки це може призвести до хаосу, знищення звичних для платників податків механізмів. Тому для розвитку податкової системи доцільно ставити головні цілі: послабити податкове навантаження на платників податків за рахунок зниження ставок окремих податків; здійснити податки нейтральними щодо всіх категорій платників податків шляхом скасування цілої низки пільг та винятків в оподаткуванні, а також спростити адміністрування всіх податків.

Слід зазначити, що у процесі реформування системи оподаткування в Україні важливою проблемою є не лише рівень податкового навантаження, а й оптимальне поєднання прямих і непрямих податків. Непрямі податки хоч і зручні для фіскальних органів з позиції їх стягнення, однак їх сплата лягає тягарем на плечі кінцевого споживача. Тому переважання справедливих прямих податків дасть змогу уникнути негативних наслідків, таких як: занепад рівня життя більшості населення, подальший спад і занепад українського виробництва, не здатного конкурувати з дешевою продукцією іноземних фірм. [4].

На мою думку, головною метою реформ у сфері оподаткування повинно бути створення передумов для економічного зростання за рахунок вивільнення підприємницького потенціалу та сприяння реалізації конкурентних переваг країни. Особливо це стосується використання «людського капіталу» для прискореного розвитку інтелектуально-містких галузей. На структурному рівні реформа має сприяти прискореному оновленню економіки через пришвидшення процесів зростання нових підприємств і галузей та відмирання старих.

Регулювання сучасних економічних відносин в Україні потребує гнучкої податкової політики держави, яка дала б можливість оптимально пов'язати інтереси держави з інтересами підприємництва. Також реформа, пов'язана із зменшенням податкового тиску на доходи населення, може допомогти вивести частину доходів фізичних осіб



із «тіні» та більш ефективно диференціювати платників податків. Для створення оптимальної системи оподаткування необхідно керуватися такими основними принципами, як соціальна справедливість, економічна ефективність, стабільність та гнучкість. Отже, перспективами для

подальших позитивних змін у системі оподаткування є конкретизація заходів реформування податкової політики України щодо зниження рівня податкового навантаження, спрощення процедур адміністрування податків та вдосконалення механізму податкового контролю.

#### Список використаних джерел:

1. Державна фіскальна служба України: Податкова реформа: основні зміни, які вступили в дію з 1 січня 2018 року. URL: <http://tr.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/231988>.
2. Безкрєвна А.В. Перспективи розвитку податкової системи: зарубіжний досвід. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 1. С. 21–27.
3. Свердан М.М. Тенденції розвитку сучасних податкових систем – можливості вибору для України. Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. 2012. № 2. С. 78–88.
4. Науковий блог НАУ. Шляхи вдосконалення податкової системи. URL: <http://naub.oa.edu.ua/2017>.

### НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В УКРАИНЕ: НОВШЕСТВА, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** В статье обосновано становление и развитие налоговой системы Украины, в частности, внимание уделено ее становлению, нововведениям и развитию. Установлено, что налоговая система обеспечивает финансовую базу государства и выступает главным орудием реализации ее экономической доктрины. Освещено современное состояние налоговой системы, выделены проблемы и направления их решения.

**Ключевые слова:** налоги, налогообложение, налоговая система, развитие налоговой системы.

### TAXATION IN UKRAINE: INNOVATIONS, TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

**Summary.** The article substantiates the formation and development of the tax system of Ukraine, in particular, attention is paid to its formation, innovations and development. It was established that the tax system provides the financial base of the state and acts as the main instrument of realization of its economic doctrine. The current state of the tax system is highlighted, problems and directions of their solution are highlighted.

**Key words:** taxes, taxation, tax system, development of the tax system.

УДК 330.322:658.7

**Савіна Н. Б.**  
*доктор економічних наук, професор,  
проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків  
Національного університету водного господарства та природокористування*  
**Крикавський В. Є.**  
*аспірант  
Національного університету водного господарства та природокористування*

**Savina N. B.**  
*Doctor of Economics, Professor  
Vice-Rector for Research and International Relations  
National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*  
**Krykavskyy V. Ye.**  
*Ph.D. student  
National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

### ГЕНЕРУВАННЯ ОЩАДЛИВОСТІ У СФЕРІ ПОСТАЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

**Анотація.** Встановлено, що генерування ощадливості у сфері постачання прямо пов'язане з розвитком відносин із постачальниками, що вимагає проведення їх сегментування. Використання АВС-XYZ-аналізу будівельних матеріалів дало змогу ідентифікувати постачальників, які забезпечують будівельне підприємство ресурсами з високим і середнім рівнями вкладених коштів (групи А і В), інтенсивність споживання котрих є високою і середньою (групи Х і Y). За третій параметр, за яким проведено сегментування постачальників, взято насиченість ринку, що характеризує співвідношення між попитом і пропозицією на ринку постачальників будівельних матеріалів.

**Ключові слова:** будівельне підприємство, ощадливість, відносини з постачальниками, сегментування постачальників, АВС-XYZ-аналіз, насиченість ринку будівельних матеріалів.

**Вступ та постановка проблеми.** Починаючи з 2016 р. будівельний ринок України розвивається, причому приріст обсягів будівництва відбувається у всіх сегментах. Що стосується будівництва житлової нерухомості, то деякі експерти стверджують, що в 2017 р. пропозиція у великих містах перевищує попит у кілька разів, а зниження цін уже досягло прийнятної для забудовника межі. Такі передумови мають безпосередній вплив на вирішення проблеми зниження витрат у будівельній організації. Одним із напрямів вирішення цієї проблеми може бути добре організований ланцюг поставок, у якому відбір постачальників може вплинути на зниження собівартості будівельних робіт, що позитивно впливатиме на ціну 1 м<sup>2</sup> для кінцевого споживача. Тому актуалізується проблема стратегічного аналізування сфери постачання в ланцюгах поставок і впровадження диференційованих функціональних стратегій у систему управління постачальниками.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблему формування конкурентоспроможних, результативних, ефективних, а також відповідальних як в екологічному, так і соціальному аспектах ланцюгів поставок досліджують вчені в усьому світі. В Україні цими питаннями займалися такі дослідники, як М.Ю. Григорак [1], Є.В. Крикавський [2], Н.І. Чухрай [3], І. Петецький [4], І.В. Поповиченко [5]. Стратегії у сфері постачання на будівельному підприємстві досліджувала А.О. Черчата [6], а проблему вдосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням будівельного підприємства вирішувала Т.С. Кравчуновська [7]. З методологічної позиції інтерес представляє використання засад Vested в управлінні відносинами в ланцюгу поставок [8] та метод парних порівнянь для вибору постачальника [9]. Багатьма вченими для вибору постачальника пропонуються експертні методи їх оцінювання, переважно на основі ранжування за різними критеріями.

У [10] нами вже досліджувалася проблема впровадження логістичної концепції just-in-time у сфері постачання будівельних підприємств, що зумовило ідентифікацію елементів виробничого процесу (роботи), для яких можливо і доцільно застосувати принцип постачання JIT. Тобто було проведено дослідження щодо впливу внутрішніх факторів на забезпечення зниження марнотратства у сфері постачання.

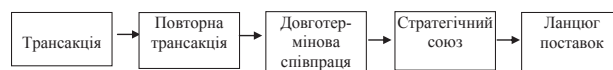
Специфіка будівельного підприємства має величезний вплив на формування відносин із постачальниками, що насамперед полягає у зміні потреби в тих чи інших матеріалах протягом будівництва об'єкта. Крім того, будівельне підприємство потребує для своєї діяльності ресурсів, номенклатура яких має широкий діапазон. Якщо будівельне підприємство ставить за мету підвищити рівень конкурентоспроможності на насиченому ринку житлової нерухомості, знизити витрати будівництва, то виникає потреба щодо формування чи удосконалення відносин із різними постачальниками, що вимагає вирішення проблеми сегментування постачальників і розроблення засад співпраці з кожним з них зокрема.

Мета статті – дослідити наявні методи стратегічного аналізу ланцюгів поставок у сфері постачання, виявити чинники впливу на вибір постачальника в ланцюгу поставок будівельного підприємства, обґрунтувати детермінанти логістичної стратегії у сфері постачання будівельного підприємства.

**Результати дослідження.** Сьогодні все більше промислових підприємств надають перевагу використанню усіх можливих інструментів для забезпечення безперервності матеріальних, інформаційних та фінансових потоків

у ланцюгах поставок і підвищення їхньої ефективності, зниження марнотратства в усіх його ланках. Переважно ці заходи спрямовані на вдосконалення процесів на операційному рівні. Широкий спектр інструментів Toyota Production House, що включають 5S, Total Productive Maintenance, концепцію Lean Management і методику Six Sigma, потребують забезпечення в межах ланцюга поставок тісної співпраці між усіма учасниками. Впровадження цих методів все частіше розглядається як спільні проекти партнерів у ланцюгу поставок. Будівельне підприємство – не виняток, незважаючи на певну його специфіку, яка пов'язана насамперед із сезонністю, яку не завжди можна передбачити, бо переважно це пов'язано з погодними умовами. Тому для будівельного підприємства є таким важливим співпрацювати з надійними постачальниками будівельних матеріалів саме у «пікові» періоди, коли втрати в часі поставки, якості матеріалів можуть привести до великих витрат, що підвищить собівартість 1 м<sup>2</sup> для кінцевого споживача.

Відносинами між виробником і постачальником у будь-якій сфері діяльності переважно притаманні еволюційні тенденції (рис. 1).



**Рис. 1. Тенденція розвитку відносин «постачальник – виробник»**

*Джерело: на підставі опрацьованих літературних джерел*

Значний вплив на формування відносин між постачальником і виробником мають такі ринкові чинники, як кількість виробників і постачальників, тобто рівень конкуренції на певному ринку; які довгострокові стратегічні плани в обох підприємств; чи має виробник досить коштів для аналізу ринку і пошуку оптимального постачальника; чи досить великі обсяги закупівель планує здійснювати виробник; чи стабільний попит на кінцеву продукцію.

Зважаючи на великий спектр необхідних для будівництва матеріальних ресурсів, виникає необхідність формування логістичної стратегії у відносинах із постачальниками, з кожним зокрема, що дасть змогу підвищити рівень відповідальності у співпраці, укласти взаємовигідні договори, забезпечити вищу якість у наданні логістичних послуг. Оскільки класифікація відносин між постачальником і виробником має багатоаспектний характер, то слід насамперед використати такий поширений метод класифікації будівельних матеріалів, як ABC-XYZ-аналіз за ознакою «ступінь вкладених фінансових ресурсів» та «інтенсивність споживання матеріалів», котрий можна використати для встановлення виду відносин із постачальниками. На рис. 2 подано приклад проведення ABC-XYZ-аналізу для будівельного підприємства.

Звичайно, така класифікація не може бути остаточною, але може слугувати підґрунтям для подальшого стратегічного аналізу розвитку відносин із постачальником.

Ще в 1983 р. Кральїц [11] запропонував матричний підхід для сегментування постачальників за двома агрегованими параметрами: «ризик поставки × важливість продукту для виробника». На підставі важливості продукту для виробництва було диференційовано постачальників таким чином: стратегічне значення закупівлі, ключові закупівлі, «вузьке місце» в постачанні, некритичні закупівлі. Подальші дослідження, проведені зарубіжними науковцями, теж ґрунтуються на матричному підході до сегментування постачальників, але за дещо іншими параметрами. У [12] подано аналіз оцінювання

Інтенсивність споживання матеріалів	Ступінь вкладених фінансових ресурсів		
	Високий рівень Група А	Середній рівень Група В	Низький рівень Група С
Висока інтенсивність споживання матеріалів Група Х	елементи збірних стін, бруси	бетон, вироби з дерева, блоки	розчини смол і бітум, арматура, бляха, плити гранульовані
Середня інтенсивність споживання матеріалів Група Y	покрівельні плити	мінеральна вата, фарби, лаки, цегла	агрегати, фольга, клей, ущільнювачі, мастила, матеріали з дерева
Низька інтенсивність споживання матеріалів Група Z	сухі будівельні суміші	матеріали забезпечення безпеки і гігієни, полістирол	вироби з металу, металеві каркаси, цемент, вапно, будівельні інструменти, герметики, засоби для фарбування

Рис. 2. ABC/XYZ-класифікація потреби в базисних матеріалах будівельного об'єкта

Джерело: власна розробка

Таблиця 1

Сегментування постачальників за різними параметрами

Автори	Параметри сегментування ринку постачальників	Утворені сегменти ринку	Сегменти ринку, в яких є істотна перспектива розвитку відносин із постачальниками
Крапфель та інші (1991)	– спільні інтереси; – цінність відносин	Партнери; приятелі; конкуренти; партнери з окремою транзакції	1. Партнери. 2. Приятелі
Ельрам і Ользен (1997)	– стратегічне значення закупівлі; – труднощі в управлінні поставкою; – привабливість постачальника; – «сила» відносин	Стратегічне значення; «вузьке місце»; ключове; некритичні закупівлі	Постачальники: ключові і стратегічні; сегменти, в яких привабливість постачальника не надто висока, відносини є довгостроковими, а предметом покупки є стратегічні товари.
Мончка і Трент (1998)	1. Ризик поставки; 2. Ціна матеріалу – ціна кінцевого продукту	1. Закупівлі, які детермінують конкурентну перевагу; 2. Закупівлі, що забезпечують виробництво 3. Закупівлі з великим впливом на прибуток; 4. Низька вартість закупівлі	Постачальники продуктів, які визначають конкурентну перевагу та значно впливають на прибуток.
Бенсау (1999)	1. Інвестування покупця. 2. Інвестування постачальника.	1. Стратегічне партнерство. 2. Залежність покупця. 3. Залежність постачальника. 4. Договірні відносини, що ґрунтуються на окремих транзакціях	Стратегічне партнерство та ситуація, коли переважає залежність покупця.
Кауфман і інші (2000)	1. Технологія; 2. Колаборація	1. Постачальники, які беруть участь у вирішенні проблем. 2. Фахівці з технологій. 3. Фахівці з налагодження спільних зв'язків. 4. Постачальники товарів	Фахівці з питань колаборації
Неллор і Седерквіст (2000)	1. Сторона, що надає специфікацію. 2. Співробітництво у сфері розроблення специфікацій.	1. Постачальники-партнери. 2. Зрілі постачальники. 3. Постачальники, які потребують підтримки. 4. Договірні постачальники.	Постачальники, що потребують підтримки
Свенсон (2004)	1. Залучення постачальника. 2. Значення товару/постачальника	1. Родинні постачальники. 2. Економічні партнери. 3. Постачальники-приятелі. 4. Транзакційні постачальники	Постачальники «родинні» і «приятелі»
Пагель, Ву і Васерман (2010)	1. Ризик поставки. 2. Загрози TBL (ang.: <i>Triple Bottom Line</i> )	1. Стратегічні поставки. 2. Ключові поставки: стандартні, стратегічні, опосередковані. 3. Закупівлі типу «вузьке місце». 4. Некритичні закупівлі	Постачальники, з якими співпраця визначається рівнем операційного ризику, принаймні для однієї сторони

Джерело: на підставі [12]

можливостей щодо розвитку відносин із постачальником, на підставі якого здійснена спроба позиціонування постачальника, відносини з яким повинні розвиватися.

Як бачимо, більшість дослідників обирає з погляду ризику більш прийнятні для співпраці сегменти ринку постачальників. Хоча є і такі, що концентрують свою увагу на тих сегментах, поставки яких є більш ненадійними і проблематичними. Тому можемо дійти висновку, що суттєвим моментом у виборі параметрів, за якими проводиться сегментування постачальників, є чітке уявлення виробника щодо поставленої мети. Метою нашого дослідження є розвиток відносин із постачальником таким чином, щоб знизити марнотратство в сфері постачання, тобто генерувати ощадливість через зниження витрат, чому має сприяти розвиток відносин зі стратегічними партнерами. Тому було вибрано для сегментування такі параметри, як фінансові затрати на будівельні матеріали, інтенсивність їх використання в будівельному процесі і насиченість ринку постачальників будівельних матеріалів (рис. 2).

Розвиток відносин потребує певних витрат для розроблення договорів і програм співпраці з постачальниками, тому важливо правильно визначити можливість формування партнерських відносин у ланцюгах поставок із конкретним постачальником, чому саме сприятиме оцінка попиту і пропозиції на ринку будівельних матеріалів за критеріями «попит > пропозиції», «рівновага між попитом і пропозицією», «пропозиція > попит». Звичайно, для виробника дві останні позиції для удосконалення і розвитку відносин із постачальником є більш привабливими і перспективними.

Встановлено вісім сегментів з постачальниками, які туди потрапляють. Варто розвивати відносини, якщо не партнерські, то хоча б довгострокові, «приятельські» чи «родинні». Відібрано такий їх широкий спектр, бо доцільно врахувати результати дослідження, проведені авторами в [10]. Необхідно звернути увагу ще на один із

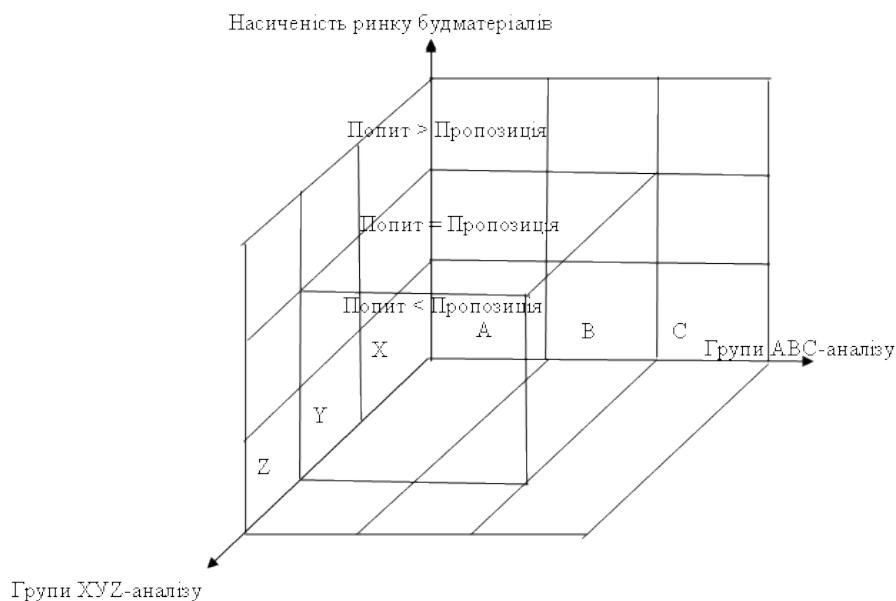


Рис. 2. Сегментування постачальників будівельних матеріалів за трьома ознаками

чинників впливу на вибір постачальника – точність прогнозу потреби в матеріалі, що дещо звужить коло досліджуваних постачальників будівельних матеріалів з цих виділених сегментів.

#### Висновки і перспектива подальших досліджень.

1. Встановлено, що одним із заходів зменшення марнотратства у сфері постачання будівельного підприємства є розвиток відносин із постачальниками. 2. Проведено дослідження можливих підходів до вибору постачальників, з якими будівельному підприємству варто докласти зусиль щодо розвитку відносин із ними. 3. Встановлено, що сегментування ринку постачальників будівельних матеріалів за трьома ознаками – «ступінь вкладених фінансових ресурсів × інтенсивність споживання матеріалів × насичення ринку постачальників будівельних матеріалів» – має перспективу щодо розвитку відносин між постачальником і будівельною організацією за умови можливості точного прогнозування потреби в матеріалах, що уможливить генерацію ощадливості у сфері постачання. 3. У перспективі доцільно розробити програмні заходи для кожного із виділених сегментів постачальників, спрямовані на зниження витрат у сфері постачання.

#### Список використаних джерел:

1. Григорак М.Ю., Савченко Л.В., Астаф'єв О.В., Багімов А.В., Бубнова Г.В. Інноваційна логістика: концепції, моделі, механізми: колективна монографія / за наук. ред. М.Ю. Григорак, Л.В. Савченко. Нац. авіаційний ун-т, Укр. логіст. асоц. Київ: Логос, 2015. 545 с.
2. Крикавський Є.В. Промислові ланцюги поставок: між ефективністю та відповідальністю. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 5. С. 30–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2016\\_5\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_5_5)
3. Чухрай Н.І., Довба М.О. Стратегії конкуренції ланцюгів поставок. Зб. наук. праць: Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика», Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009, № 649. С. 313–320.
4. Петецький І. Ідентифікація напрямів покращення діяльності логістичних ланцюгів поставок з використанням концепції kaizen. Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 5, Т. 4. С. 163–167.
5. Поповиченко І.В. Підвищення ефективності діяльності будівельного підприємства на основі вдосконалення логістичного менеджменту: монографія. Дніпропетровськ: ПДАБА, Видавництво ПП Федорченко О.О. «Литограф», 2012. 302 с.
6. Черчата А.О. Впровадження комплексного підходу щодо стратегії постачань на будівельному підприємстві [Текст] / А.О. Черчата // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Донецьк, 2011, 3 (51). С. 175–182.
7. Кравчуновська Т.С. Удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням підприємств будівельного комплексу [Текст]. Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. Дніпропетровськ, 2013, № 3. С. 4–8.
8. Якимишин, Л.Я., Савіна, Н.Б. та Шевців, Л.Ю., 2014. Управління відносинами в ланцюгу поставок на засадах Vested. Науковий вісник НЛТУ: зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВ НЛТУ України, 24.3, с. 309–315.



9. Попова І.В. Обґрунтування вибору потенційного постачальника як фактора підвищення стійкості підприємства. Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика». Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2010, № 690, С. 421–426.
10. Савіна Н.Б., Крикавський В.Є. Логістична концепція just-in-time в постачанні будівельних підприємств. Актуальні Проблеми Економіки, 2017, № 5(1491), С. 127–137.
11. Kraljic, P., 1983, Purchasing must become supply management, Harvard Business Review, September/October, pp. 109–117.
12. Wieteska G., 2013. Rozwój dostawców w modelach portfolio relacji dostawca–nabywca. Logistyka, No.5, s. 205–209.

### ГЕНЕРИРОВАНИЕ БЕРЕЖЛИВОСТИ В СФЕРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

**Аннотация.** Установлено, что генерирование бережливости в сфере поставок напрямую связано с развитием отношений с поставщиками, что требует проведения их сегментирования. Использование ABC-XYZ-анализа строительных материалов позволило идентифицировать поставщиков, обеспечивающих строительное предприятие ресурсами с высоким и средним уровнями вложенных финансовых средств (группы А и В), интенсивность потребления которых является высокой и средней (группы X и Y). Третьим параметром, по которому проведено сегментирование поставщиков, является насыщенность рынка, которую характеризует соотношение между спросом и предложением на рынке поставщиков строительных материалов.

**Ключевые слова:** строительное предприятие, бережливость, отношения с поставщиками, сегментирование поставщиков, ABC-XYZ-анализ, насыщенность рынка строительных материалов.

### THRIFT GENERATION IN THE SPHERE OF SUPPLY AT THE ENTERPRISES OF THE UKRAINIAN BUILDING COMPLEX

**Summary.** It was established that the generation of thrift in the field of supply is directly related to the development of relations with suppliers, which requires their segmentation. The use of the ABC-XYZ analysis of building materials has made it possible to identify suppliers that provide the construction company with high and average resources (groups A and B), the intensity of consumption of which is high and average (groups X and Y). The third parameter for segmentation of suppliers is the saturation of the market, which characterizes the relation between demand and supply in the market of suppliers of building materials.

**Key words:** building company, thrift, relations with suppliers, supplier segmentation, ABC-XYZ-analysis, saturation of the building materials market.

УДК 339.49.:656.073.5

**Саєнсує М. А.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

*Одеського національного економічного університету*

**Saiensuє M. A.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor Department of Marketing  
Odessa National Economic University*

### АНАЛІЗ РИНКУ «ХОЛОДНОЇ ЛОГІСТИКИ» В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Анотація.** У статті розглянуто ситуацію на ринку «холодної логістики» в Україні. Виділено етапи розвитку ринку холодної логістики. Згідно з фазами розвитку цього ринку проведено його структуризацію за такими ознаками, як кількісні характеристики етапів розвитку ринку, фактори сприяння його формуванню, розвитку або регресу; позначені проблеми сучасного етапу розвитку даного ринку. Наведена оцінка перспектив розвитку «холодної логістики» в Україні.

**Ключові слова:** логістика, холодна логістика, режими зберігання, тенденції розвитку, ринки споживачів холодної логістики.

**Вступ та постановка проблеми.** Зростання обсягів торгівлі харчовими продуктами, які вимагають холодного або низькотемпературного зберігання, зумовило різке збільшення попиту на послуги «холодної» логістики. Очевидно, що холодокомбінати – основний сегмент про-

позиції – сьогодні не можуть повною мірою забезпечити потреби харчопереробної промисловості, що активно розвивається. Вельми відчутний дефіцит низькотемпературних складів. При цьому розширилася структура товарів, які зберігаються в холодильних складах. Паралельно зі



зміною споживчого кошика більшості громадян України на ринку зросли обсяги продуктів тривалого зберігання, заморозки і напівфабрикатів. З економічного погляду ринок холодної логістики залишається досить привабливим для девелоперів, і, незважаючи на ризики (високу вартість будівництва, жорсткі вимоги потенційних орендарів), багато компанії розглядають можливість вкладень у цю сферу будівельного ринку.

Попит на послуги ринку холодної логістики досить стабільний, оскільки він обслуговує сфери продуктів харчування, напоїв, лікарських препаратів, тобто сфери, життєво необхідні для людини. Крім того, обмежені можливості щодо тривалості зберігання й ефективності обробки замовлень залишають вільною нішу високоякісних холодильних приміщень, зручних для організації логістики. Попит на такі об'єкти є, і вже з'явилось чимало компаній (в основному, міжнародних), готових «доплачувати» за якість.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питаннями розвитку логістики, логістичних засобів і методів логістичного менеджменту займалися такі вчені та фахівці, як В.Г. Альма, О.М. Гаджинський, С.В. Ісіков, Є.В. Крикавський, В.К. Козлов, Т. Москвітін, В.Є. Ніколайчук, М.А. Окландер, І. Питенко, А.А. Сметов, Н.В. Чернописька, Н.І. Чухрай, Л.В. Фролова, а також зарубіжні – Д. Дж. Бауерсокс, Дж. Р. Сток, Д. Уотерс, Д. Шехтер, М. Кристофер. Малодослідженими залишаються аспекти організації ланцюгів холодних поставок, реалізації в їхніх межах ефективних стратегій розвитку. Проблема визначення умов для розвитку потенціалу ринку «холодної логістики» України не відводиться належна увага, що зумовлює актуальність досліджень саме в цьому напрямі.

**Метою** статті є дослідження специфіки, перспектив, проблем сучасного етапу розвитку ринку «холодної логістики» в Україні.

**Результати дослідження.** Розвиток ринку холодної логістики пов'язаний з необхідністю підтримки температурного режиму під час зберігання і перевезення продукції. Основними споживачами послуг холодної логістики є виробники і дистриб'ютори продуктів харчування, оскільки більшість із них є швидкопсувними. Крім того, споживачами можуть бути фармацевтичні та медичні компанії. Різні продукти і товари мають різні температурні вимоги. Основні параметри зберігання різних типів продуктів можна звести в нижченаведену таблицю (табл. 1).

Оскільки недотримання термінів та правил зберігання товару може бути небезпечним для кінцевого спо-

живача, компанії-виробники приділяють багато уваги забезпеченню необхідних умов. Виробники продуктів харчування розвивають власні логістичні ресурси, як і мережі продуктових ритейлерів. Компанії, які не можуть організувати власну логістику через нестачу фінансових чи інших ресурсів, звертаються до послуг логістичних операторів. Таким чином, на ринку присутні різні види складів. В Україні пропозицію холодних складів умовно можна розділити на три типи (табл. 2).

Зберігання продуктів входить у так званий «харчовий ланцюжок» – процес існування продукту від виробництва до споживання, – і є фактором системи безпеки харчових продуктів, вимоги до якої регулюються, зокрема, ДСТУ 4161-2003 та ДСТУ ISO 22000: 2007. Зберігання цього виду товарів підпадає під дію Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпеки і якості харчових продуктів», «Санітарних правил для підприємств продовольчої торгівлі», «Санітарних правил для підприємств громадського харчування». Оскільки ці документи були розроблені досить давно, вони вимагають модернізації у світлі нових технологій виготовлення та упаковки продуктів, підтримки температури.

Основна проблема холодної логістики – дотримання умов зберігання на всіх етапах харчового ланцюжка. Для цього потрібна розгалужена система холодних складів, велика кількість обладнаного транспорту і відсутність тривалих затримок під час навантаження-вивантаження товарів між усіма точками зберігання. Звідси випливає проблема забезпеченості холодними складами: недостатня кількість сучасних конструкцій з обладнанням, яке може забезпечити різні варіанти температурного режиму – від категорії «фреш» (+ 2... + 6 °С для м'ясо-молочної продукції та +15 °С для овочів) до глибокої заморозки.

Це зумовлено високою вартістю створення логістичних об'єктів, відсутністю державної підтримки і свідомим порушенням правил зберігання недобросовісними операторами, які за рахунок цього зменшують свої витрати. Тому необхідний достовірний моніторинг дотримання температурного режиму, який дав би змогу уникнути впливу людського фактора. Прагнення знизити витрати може вплинути на якість продукту в момент його споживання або привести до списання зіпсованої продукції до її потрапляння в магазин.

Сезонне коливання температур має значний вплив на об'єкти холодної логістики. У літні місяці, по-перше, попит на них зростає, оскільки спека зменшує термін збе-

Таблиця 1

#### Нормативні температури для зберігання продукції основних споживачів послуг холодильних складів

№ \ №	Вид продукту	Температурний режим (°С)
1	Кондитерські вироби	До +18
2	Торти і тістечка	0... +5
3	Шоколад і шоколадні вироби	+14 ... +16
4	Овочі, фрукти	+4 ... +10
5	Цитрусові	+2 ... +6
6	Квашені, солоні і мариновані овочі	-2 ... +4
7	Сушені плоди, овочі та гриби	0 ... +10
8	М'ясні напівфабрикати	-1 ... +1
9	М'ясна, рибна гастрономія, сири, молочна продукція	+2 ... +7
10	Свіже м'ясо, свіжа риба (на льоду), морепродукти	-1 ... +2
11	Заморожені продукти, м'ясо, птиця, риба, пельмені і т.д.	-18
12	Морозиво	-24
13	М'яке морозиво	-15 ... -18
14	Особливий режим для швидкої заморозки, медичних цілей	-45

Джерело: [1; 2; 3]

Основні групи холодильних складів

Холодокомбінати – колишні овочеві бази	Основна проблема складів, що залишилися з радянських часів, – це використання аміачних технологій охолодження. Крім того, зношеність обладнання не дає змоги досягти сучасних західних стандартів зберігання за найбільш важливого показника – температури. Цьому сприяє і прихильність до радянських ГОСТів, які не розраховані на температуру тривалого зберігання (–24 градуси Цельсія). Натепер понад 50% холодильників, побудованих ще за радянських часів, не відповідає сучасним вимогам санітарних норм і потребує модернізації. У результаті порушуються умови зберігання продуктів, що нерідко позначається на їхній якості
Холодильні склади логістичних операторів	Холодильні склади логістичних операторів, які виділяють частину площ для організації холодно-морозильних складів. Такі низькотемпературні склади відповідають сучасним вимогам і дають змогу здійснювати якісне зберігання замороженої продукції. Вони надають послуги з оренди і відповідального зберігання великим компаніям-імпортерам, м'ясопереробним заводам, оптовим і роздрібним мережам. Однак і в цій групі відчувається дефіцит вільних площ, оскільки попит перевищує пропозицію.
Холодильні склади великих компаній, що займаються виробництвом або імпортом	Великі обсяги виробництва продукції, що вимагає підтримки температурного режиму, або велика кількість аналогічної сировини вимагають від виробників та імпортерів будувати низькотемпературні складські приміщення для власних потреб.

Джерело: [1; 2; 3]

рігання всіх продуктів, а по-друге, для підтримки необхідного температурного режиму потрібно більше ресурсів і не всі склади мають оснащення, здатне ефективно функціонувати при +30... +40 °С. Найбільш енергоємними є низькотемпературні (морозильні) приміщення з температурою –24... –18 °С. У них зберігається заморожена продукція – м'ясо, морепродукти, напівфабрикати, заморожені овочі. Далі – не всі продукти можна зберігати разом, навіть якщо їх температурні вимоги збігаються. Наприклад, повинні зберігатися окремо сири і готові продукти, продукти зі специфічним запахом і продукти, які легко їх вбирають, тощо.

Таким чином, можна виділити такі напрями розвитку для об'єктів холодної логістики, як:

- ініціювання державних програм підтримки для зниження фінансових витрат створення складів;
- зниження накладних витрат за рахунок масштабу;
- зниження витрат на енергоспоживання шляхом поліпшення ізоляції, мінімізації часу відкриття дверей, збільшення частки нічної активності для використання більш низької температури навколишнього середовища;
- збільшення частки автоматизації та посилення моніторингу по всьому холодному ланцюгу.

Ринок складської нерухомості в 2014–2016 роках не показував бурхливого розвитку. Важливим фактором, що впливав на ринок у цей період, стало зумовлене кризовими явищами скорочення ділової активності. Загалом на ринку спостерігається мала кількість нових площ, відкритих для ринку, попит знижувався, а орендарі скорочували займані ними площі. Нові складські комплекси будувалися в форматі built-to-suit – для власного використання або під конкретного клієнта.

Розвиток ринку холодної логістики залежить від попиту. Середній та малий бізнес в основному не створюють попиту на склади з сучасним обладнанням, перевага надається більш дешевим варіантам. У розглянутій першій пропозиції становлять в основному переобладнані старі холодокомбінати-овочесховища. Сучасні мультитемпературні склади є в основному в зоні найбільших міст, і не всі вони пропонуються на відкритий ринок. Однак вимоги орендарів до холодних складів поступово підвищуються, що є двигуном розвитку ринку.

Економічна і геополітична нестабільність останніх років негативно впливала на ринок – активність гравців знизилася, відкриття нових об'єктів переносилися на пізніший час. Військові дії на Сході України в 2014–2016 роках

мали додатковий вплив на ринок холодної логістики. Виробничі компанії, які мали склади на окупованій території, були змушені перемістити їх в інші регіони. Так, кондитерські компанії «Конті» й «А.В.К.» тепер ведуть діяльність у Дніпропетровській та Київській областях. Обсяги транспортування продукції харчової промисловості зростають. Асортимент пропонованих торговими точками свіжих продуктів збільшується, відповідно зростає необхідність в їх транспортуванні і зберіганні. Половина витрат домогосподарств припадає на продукти харчування. В середньому за місяць одна людина в Україні споживає 4,7 кг м'яса і м'ясопродуктів, 19,6 кг молочних продуктів, 1,2 кг риби та морепродуктів, 9,2 кг овочів і 3,3 кг фруктів. Таким чином, на продукти, що вимагають особливого температурного режиму, приходиться значна частина витрат населення і близько третини товарного обороту продуктових мереж. Ще одна характеристика ринку зумовлена властивостями елементів холодної логістики як об'єктів нерухомості: вони виступають як заставне майно, можуть бути предметами судових розглядів, рейдерських захоплень тощо. Також складські площі можуть змінювати власників та купуватися орендарями для одноосібного користування.

На ціноутворення оренди і відповідального зберігання вантажу впливає низка факторів, як загальних, так і специфічних, оскільки попит орендаря орієнтований на надання якісних послуг і зручного місця розташування складу-холодильника. Серед них найбільш значущими є:

- зручне розташування;
- зручні під'їзні шляхи, наявність розвиненої інфраструктури для прийняття великовантажних, середніх і малих автомобілів;
- сучасна система охорони, пожежогасіння, вентиляції, підтримання температурного режиму, сучасна вантажно-розвантажувальна техніка;
- послуги з охорони вантажу;
- високий рівень автоматизації процесів.

Для складської нерухомості взагалі і для холодних складів зокрема останнім часом було характерним закріплення орендної ставки в гривнях, що в умовах змін курсів валют було більш вигідно орендарям. У 2016 році орендні ставки температурних комплексів знаходилися в межах 115–180 грн. за квадратний метр. Таким чином, у 2015 році розвиток ринку стримувався негативними економічними факторами, вплив яких почав зменшуватися в 2016 році, що дає змогу говорити про подальше відновлення показників ринку в найближчому майбутньому.

Темп скорочення виробництва на ринках-споживачах загалом у 2016 році був удвічі меншим, ніж у 2015 році, – 3,1%. Таким чином, обсяги випуску продукції відновлюються після кризового спаду. 2017 рік поки що демонструє продовження відновної тенденції, що, ймовірно, дасть змогу виробництву протягом найближчих років вийти на до кризовий рівень. У грошовому вираженні виробництво демонструє великий стрибок у 2015 році, проте це пов'язано з різкою зміною курсу валют за рахунок девальвації гривні. Після стабілізації темпів інфляції в 2016 році зростання грошового обсягу випуску цієї продукції зупинилося.

Основними галузями-споживачами послуг холодної логістики є галузі харчової промисловості, а саме виробники і ритейлери морепродуктів, м'яса і ковбасних виробів, молочних продуктів, овочів, фруктів і ягід, яєць, напоїв.

Більшість сучасних об'єктів холодної логістики розташовані в межах Київської області – як у самій столиці, так і в її околицях. Усі холодні комплекси мають також адміністративні приміщення для розміщення менеджерів, митних брокерів та іншого персоналу, необхідного орендарям безпосередньо в логістичному центрі. Багато з них поєднані з сухими складами. Доходи температурних комплексів не прямо пропорційні їх площам із багатьох причин. По-перше, під час спаду виробничої та ділової активності на ринках-споживачах вакантність холодних складів збільшилася, а зміна орендарів була додатковим фактором зниження доходів. Склади як об'єкти нерухомості можуть бути об'єктом купівлі-продажу, можуть бути заставним майном, на них може бути накладено арешт тощо. Все це впливає на обмеження їхньої діяльності та, відповідно, прибутковості.

Рівень конкуренції на ринку оцінюється як середній. Мала кількість великих гравців компенсується присутністю холодних складів старого зразка, чийми послугами користуються багато виробників і ритейлерів.

Ринок холодної логістики безпосередньо залежить від ємності ринків галузей-споживачів, тому ризики ведення діяльності пов'язані з динамікою виробництва та імпорту цих груп товарів, оскільки вони визначають попит на площі; збільшення темпів інфляції і девальвації національної валюти збільшує термін окупності й ускладнює виконання кредитних зобов'язань.

Бар'єрами входу на ринок є: великі початкові інвестиції і тривалий термін окупності; необхідність облаштування складського об'єкта на досить великій площі з відповідною інфраструктурою (розташування поблизу основних трас, наявність зручного під'їзду, наявність залізничної станції поблизу, проведення комунікацій, спорудження власної котельні, генераторів тощо). Виробництво на основних ринках-споживачах має тенденцію до скорочення обсягів, на що не матиме значного впливу навіть стабілізація економічної ситуації, що почалася в 2016 році. У 2017–2019 роках загалом очікується збереження рівня виробництва минулого року, помірне зростання і спад в окремих галузях будуть взаємокомпенсуватися. У м'ясній галузі найбільш перспективним напрямом є м'ясо курей, оскільки внутрішній попит на нього вищий, ніж на інші види м'яса, через більш низьку ціну і високі смакові якості, попит на зовнішніх ринках залишається високим, а самі експортери розширюють географічні напрямки й обсяги поставок. Навіть торговельні заборони, пов'язані з епізоотичною ситуацією, не роблять цей ринок менш перспективним. Інший продукт птахівництва – яйця – також має високий рівень зовнішнього товарообігу, зокрема, з країнами Близького Сходу. Внутрішнє споживання яєць безпосередньо залежить від реальних доходів населення,

з відновленням їхнього рівня також збільшується, що, відповідно, збільшує необхідність у площах зберігання. Однак цей ринок є менш перспективним для холодної логістики, оскільки найбільші виробники мають власну логістичну систему, а ритейлери складають яйця недовго, використовуючи для цього універсальні приміщення.

Виробництво молочної продукції скорочується, проте вона, як і раніше, буде займати одне з головних місць у раціоні українців, чому сприяють велика різноманітність поданих на ринку товарів, традиції харчування і відсутність впливу товарів-замінників. Збільшення імпорту деяких видів молочних товарів, зокрема сирів, створить додатковий попит у цій галузі. Виробники продовжать розширювати лінійку продуктів, у тому числі дитячого молочного харчування.

Виробництво овочів, фруктів і ягід в 2016 році показало тенденцію до відновлення обсягів, у 2017 році загальний урожай буде на тому самому рівні. У цій галузі споживачами послуг холодної логістики є не підприємства, що використовують власні овочесховища, а ритейлери, що надають продукцію категорії «фреш» (як українського виробництва, так і імпорту). Розширення асортименту і сезонних кордонів плодів і овочів завдяки імпорту та тепличному виробництву також буде створювати попит на холодильні склади.

Виробництво кондитерських виробів також не показуватиме бурхливого зростання. В умовах складної економічної ситуації в країні споживачі відмовляються від продуктів не першої необхідності, якими є солодощі і борошняні кондитерські вироби – торти, пироги, печиво, вафлі, шоколадні вироби тощо. Низька платоспроможність покупців є серйозною перешкодою для збільшення споживання на внутрішньому ринку, проте за умови подальшої стабілізації економіки споживання може вийти на рівень 2014 року, що збільшить попит на складські приміщення в цьому сегменті порівняно з 2015–2016 роками. Загалом ринки-споживачі послуг холодної логістики найближчим часом будуть трохи нарощувати ємність, як за рахунок виробництва, так і за рахунок зовнішньої торгівлі.

**Висновки.** Як загальну тенденцію ринку холодної логістики можна відзначити розвиток будівництва виробниками й імпортерами замороженої продукції складів для власних потреб. Однак будівництво такого складу – дуже витратний захід, тому його можуть дозволити собі лише великі компанії, а середні і дрібні підприємства обмежуються орендою або відповідальним зберіганням. Компаній же, що спеціалізуються на відповідальному зберіганні заморожених продуктів, дуже мало.

Цей бізнес будується в основному на базі колишніх радянських «холодильників». Попит на холодні склади зараз задоволений приблизно на 40%. У найближчій перспективі попит на складські приміщення буде відновлюватися завдяки активності з боку великих ритейлерів.

Темпи зростання в основних сегментах-споживачах послуг холодної логістики приведуть до актуалізації відкладеного попиту – орендарі, які відновили або збільшили свої обороти після економічних труднощів останніх років, будуть розширювати займану площу. Оскільки в 2016 році на ринок не було введено складських об'єктів холодної логістики, а будівельних робіт не велося, то очікується зниження вакантності у функціонуючих комплексах.

Додаткове збільшення попиту на ринку холодної логістики можливе за рахунок перерозподілу площ між орендарями (їх концентрації або деконцентрації), переходу виробників і ритейлерів у більш сучасні та якісні приміщення, розвитку системи складів, близьких до споживача, в регіонах. Водночас відсутнього незадоволеного попиту на сучасні холодні склади на ринку немає.

Список використаних джерел:

1. Закон України. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів (Відомості Верховної Ради України (ВВР), ст. 98) № 1983-VIII від 23.03.2017, ВВР, 2017, № 25, ст. 289. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
2. ДСТУ ISO 22000:2007 (ISO 22000:2005, IDT) Національний стандарт України. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга. URL: [https://test1.haccp.center/assets/files/DSTU\\_ISO\\_22000-2007.pdf](https://test1.haccp.center/assets/files/DSTU_ISO_22000-2007.pdf)
3. Защита здоровья, содействие торговле. URL: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>

**АНАЛИЗ РЫНКА ХОЛОДНОЙ ЛОГИСТИКИ В УКРАИНЕ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Аннотация.** В рамках статьи рассмотрена ситуация на рынке «холодной логистики» в Украине. Выделены этапы развития рынка холодной логистики. Согласно с фазами развития данного рынка проведен его структуризация по таким признакам, как количественные характеристики этапов развития рынка, факторы содействия его формированию, развитию или регрессу; обозначены проблемы современного этапа развития этого рынка. Приведена оценка перспектив развития «холодной логистики» в Украине.

**Ключевые слова:** логистика, холодная логистика, режимы хранения, тенденции развития, рынки-потребители холодной логистики.

**ANALYSIS OF COLD LOGISTICS MARKET IN UKRAINE:  
PROBLEM AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

**Summary.** In the framework of this article the situation on the market is considered «cold logistics» in Ukraine. The stages of development of the market of cold logistics are highlighted. According to the phases of development of this market it was structured on the basis of: quantitative characteristics of the stages of market development, factors contributing to its formation, development or regression, identified problems of the current stage of development of this market. An estimation of prospects of development of «cold logistics» in Ukraine is presented.

**Key words:** logistics, cold logistics, storage logistics, trends of development, markets-needs of the cold logistics.

УДК 330.351:621.311

**Салашенко Т. І.**

*кандидат економічних наук,*

*старший науковий співробітник*

*Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку  
Національної академії наук України*

**Salashenko T. I.**

*Candidate of Economic Sciences,*

*Senior Researcher of Research and Development Centre for  
Industrial Problems of Development of the NAS of Ukraine*

**ПОТОЧНИЙ ДИЗАЙН РИНКІВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ЄС: ВИКЛИКИ УКРАЇНИ**

**Анотація.** У статті розглянуті основні елементи дизайну ринків електроенергії ЄС, зокрема склад акторів ринку, форми оптової торгівлі, а також часові сегменти ринку. Встановлено, що найбільш розвинуті ринки електроенергії характеризуються достатньою чисельністю гравців як з боку оптових продавців, так і з боку оптових покупців, які продають електроенергію на біржових аукціонах якомога ближче до реального часу.

**Ключові слова:** ринок електроенергії, лібералізація, ринковий дизайн, електрогенерація.

**Постановка проблеми.** Сьогодні лібералізація ринку електроенергії (РЕЕ) України розглядається в контексті імплементації європейського законодавства в національну практику. Однак лібералізація європейських РЕЕ не завершена, а їхній дизайн ще еволюціонує. Суперечливість європейських здобутків у напрямі досягнення ефективної конкуренції на РЕЕ потребує детального дослідження цього процесу, а не «сліпого» його перенесення в національну практику, з метою захисту національного

споживача, забезпечення конкурентоспроможності української електроенергетики та досягнення енергетичної незалежності й надійності електроенергетичного циклу України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема лібералізації РЕЕ є новою та складною для України, тому для теоретико-методичного обґрунтування атрибутивних компонентів та елементів цього процесу доцільно опиратися на дослідження зарубіжних учених, серед яких



особливу увагу слід приділити працям W.C. Patterson [1], M.G. Pollitt [2], G. Erbach [3], P.K. Gorecki [4], T. Jamsb [5], S. Faye [6], H. Toru [7], V. K. Silvester [8], K. Petrov [9], M. Keay [10], B.J. Lyndon [11] тощо.

**Метою** статті є систематизація основних компонентів дизайну ринків електроенергії ЄС.

**Вклад основного матеріалу.** Ще 30 років тому більшість національних РЕЕ у ЄС були організовані за моделлю регульованої монополії. У кожній країні була одна або декілька вертикально-інтегрованих енергетичних компаній, відповідальних за виробництво, передачу, розподіл та постачання ЕЕ, тому вихід на ринок нових учасників був обмежений, що спонукало монополістів до отримання надприбутків та зумовлювало зниження ефективності їхнього функціонування. Лібералізації РЕЕ в ЄС розпочалася з середини 1990-х років та супроводжувалася великими приватними інвестиціями в газову електрогенерацію, яка вважалася найменш шкідливою за обсягами викидів CO<sub>2</sub> та здатною позитивно вплинути на стан навколишнього середовища. За допомогою трьох законодавчих пакетів, таких як Перший енергетичний пакет 1996 р., Другий енергетичний пакет 2003 г., Третій енергетичний пакет 2009 р. ЄС поступово відкривав конкуренцію, прагнучи до створення Єдиного європейського РЕЕ на всій території регіонального інтеграційного об'єднання.

Так, згідно з Першим енергопакетом необхідно було здійснити лише фінансове розмежування (тобто розділити бухгалтерський облік за різними видами діяльності), – таких дій було явно недостатньо для посилення конкуренції на ринку. У Другому енергопакеті вимагалось операційне розмежування, тобто відокремлення торгівлі ЕЕ як товаром від послуг її транспортування електромережами. Особливою вимогою Другого енергопакету було надання можливості кінцевому споживачу самостійно обирати постачальника з 2007 р. Однак, оскільки різні компанії все ще могли бути частиною одного і того самого холдингу, власники цих компаній мали досить ринкової сили. Наступним кроком (Третій енергопакет) до вільної конкуренції було введення повного розмежування. Особливо у цьому пакеті передбачена необхідність розро-

бляти 10-річний план розвитку ENTSO-E для підтримки належного рівня інвестицій в електромережі для надійного задоволення поточного та майбутнього попиту в ЕЕ [12]. Зараз розглядається необхідність впровадження Четвертого енергопакету під назвою «Чиста енергія для всіх європейців», який передбачає скасування преференцій для електрогенерації з відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) та розвиток розподіленої електрогенерації й енергетичних кооперативів. На думку експертів, процес консультацій займе 2–3 роки [13, 14].

Зауважимо, що до 2015 р. жодною директивою/регламентом ЄС не було передбачено зобов'язань щодо впровадження конкретного дизайну РЕЕ. Еволюціонувала проєвропейська модель РЕЕ на добровільній основі шляхом поширення успішних компонентів дизайну РЕЕ Великобританії та країн Скандинавії на території інших країн-членів ЄС. Зараз загальноприйнятою в ЄС є чотири сегментарна модель РЕЕ.

Отже, реформування РЕЕ в ЄС побудовано на кількох основних напрямках [15], таких як:

- відокремлення окремих видів діяльності (виробництва та постачання) від передачі та розподілу ЕЕ;
- запровадження конкуренції на оптовому РЕЕ, поступове розширення конкуренції на роздрібному РЕЕ;
- стимулююче/конкурентне регулювання послуг електромереж.

Головним чином РЕЕ в Європі функціонують як ринки енергії (*energy-only-markets* – ЕЕ розглядається винятково як товар), а виробники отримують винагороду за генерувану ЕЕ (за кількість вироблених кВт\*год.). Водночас усе більших обертів набирає концепція розвитку ринку електрогенеруючої потужності (*capacity market*), де електрогенеруючі компанії отримують винагороду за встановлену потужність (кВт), яку вони мають на ринку, навіть якщо вона не задіяна у задоволенні поточного попиту. Однак у законодавстві ЄС на тепер не закріплено зобов'язання щодо створення ринку потужності. Це питання є спірним, оскільки, на думку окремих експертів, може посилити фрагментарність РЕЕ країн-членів [12–15]. Агреговану схему європейського РЕЕ наведено на рис. 1.

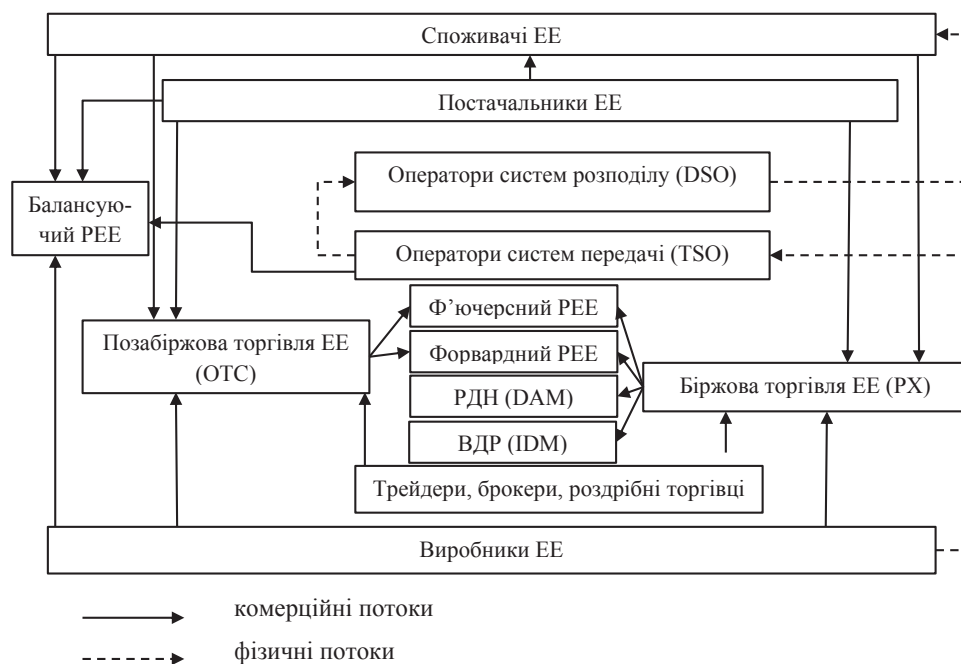


Рис. 1. Агрегована схема функціонування європейського РЕЕ [16]



На відміну від моделі регульованою монополії, лібералізований РЕЕ ЄС розширив коло гравців, усі з яких відтепер прагнуть бути прибутковими організаціями (табл. 1).

В ЄС РЕЕ може торгуватися на різних типах оптових РЕЕ [17]:

1) на енергетичній біржі (*Power Exchange – PX*) або багатосторонній торговій платформі, де учасники ринку можуть залишити свої заявки на пропозиції (генерацію) і попит. Зазвичай така торгівля ведеться на основі аукціонного підходу. Такий підхід скоріше являє собою двосторонній енергетичний пул, аніж традиційну товарну біржу. На енергетичних біржах встановлюється єдина рівноважна ринкова ціна для всіх типів виробників РЕЕ, яка визначається на перетині кумулятивних кривих заявок попиту і пропозиції;

2) у межах двосторонньої позабіржової торгівлі (*Over-The-Counter – OTC*), де виробник і споживач РЕЕ укладають торговий договір і безпосередньо взаємодіють один з одним, визначаючи обсяг генерації та ціну РЕЕ;

3) на основі організованої позабіржової торгівлі (*OTC cleared*), де учасники РЕЕ подають заявки пропозиції і попиту на ринкову платформу: один гравець ринку може на двосторонній основі прийняти заявку іншого гравця ринку, що приведе до різних цін для кожної угоди.

Основний обсяг торгівлі РЕЕ в ЄС припадає на двосторонню позабіржову торгівлю, яка становить понад 50%

Водночас на організовану позабіржову торгівлю припадає близько 20%, на енергетичні біржі залишилися 30%. Порівняння динаміки оптової торгівлі РЕЕ в ЄС за 2014–2017 рр. свідчить про відносну стабільність цих пропорцій (рис. 2).

Оскільки РЕЕ є товаром з унікальною властивістю миттєвої відповідності електрогенерації електроспоживанню (плюс втрати електричних мереж), то частота електричних мереж не повинна відхилятися від свого опорного значення, інакше може виникнути дисбаланс/колапс енергосистеми. Дизайн РЕЕ в ЄС розроблений таким чином, щоб забезпечити постійне дотримання цієї властивості: різні часові сегменти оптового РЕЕ розташовані в послідовному порядку, починаючи від декількох років до фактичної поставки РЕЕ і закінчуючи періодом, наступним за датою фактичного постачання. Залежно від часового горизонту виділяють різні типи ринкового дизайну, які послідовно в часі змінюють один одного.

Форвардні і ф'ючерсні сегменти РЕЕ працюють із тимчасовими інтервалами від декількох років до дня, що передусім фактичної поставці РЕЕ. Форварди і ф'ючерси – це контракти на поставку/споживання певної кількості РЕЕ в певний час у майбутньому за ціною сьогоднішнього дня. Ф'ючерси являють собою стандартизовані контракти, які найчастіше будуть далі продані на енергетичних біржах. Форварди в основному торгуються на двосторонній основі на позабіржовому ринку і нестандартизовані, що дає велику

Таблиця 1

Основні учасники європейського РЕЕ [12]

Учасник	Функція учасника	Особливості функціонування
Виробники РЕЕ	Електрогенерація	Різні типи електростанцій, які генерують РЕЕ та пропонують допоміжні послуги у разі можливості функціонування у гнучкому режимі навантаження
Споживачі РЕЕ	Споживання	Використовують РЕЕ для керування виробничими процесами, побутовою технікою, освітлення, опалення тощо. Споживач має право самостійно обирати собі постачальника РЕЕ
Просьюмери	Виробництво РЕЕ для власного споживання	Отримують РЕЕ з мережі, коли власне виробництво не задовольняє власні потреби, і віддають РЕЕ в мережу, коли власне виробництво перевищує власне споживання.
Оператор системної передачі ( <i>Transmission System Operator – TSO</i> )	Передача РЕЕ високовольтними електромережами	Передають РЕЕ, яка виробляється на великих підприємствах, на великі відстані. TSO відповідальні за миттєвий баланс попиту та пропозиції на балансуємому ринку
Оператор систем розподілу ( <i>Distributed System Operator – DSO</i> )	Розподіл РЕЕ через низьковольтні електромережі	Розподіл РЕЕ кінцевому споживачеві за рівнів напруги від 400 В до 70 КВт.
Постачальники РЕЕ	Постачання РЕЕ домогосподарствам та малим небутовим споживачам.	Закупівля РЕЕ на оптовому ринку та продаж її кінцевому споживачу на різних договірних умовах (залежно від запропонованих тарифів та послуг).
Сторона, відповідальна за баланс ( <i>Balance Responsible Party – BRP</i> )	Балансування закачувань та вилучень РЕЕ з електромереж	Виходячи з даних про споживання та/або виробництво та прогнозування, BRP робить збалансовані номінації оператору мережі. Кожна сторона, що закачує або вилучає РЕЕ з мережі, має брати участь у BRP.
Регулятор	Забезпечення рівноправних умов для всіх учасників вільного ринку	Перевіряє зловживання ринковою владою TSO. Моніторинг виробників та споживачів задля недопущення ринкової дискримінації
Енергетична біржа	Торговельна платформа	Багатостороння торговельна платформа використовується для анонімної та прозорої торгівлі РЕЕ, де учасники ринку подають заявки попиту або пропозиції. Продукти, що пропонуються на енергетичних біржах, є стандартизованими, для яких попит є досить високим, щоб забезпечити ліквідність ринку та справедливую ціну.
Агрегатори	Об'єднує кілька децентралізованих одиниць виробництва та споживання в одному портфелі.	Надає балансові послуги TSO та забезпечує доступ до РЕЕ децентралізованими підрозділами Він керує пулом блоків узгоджено і пропонує балансування послуг TSO або DSO

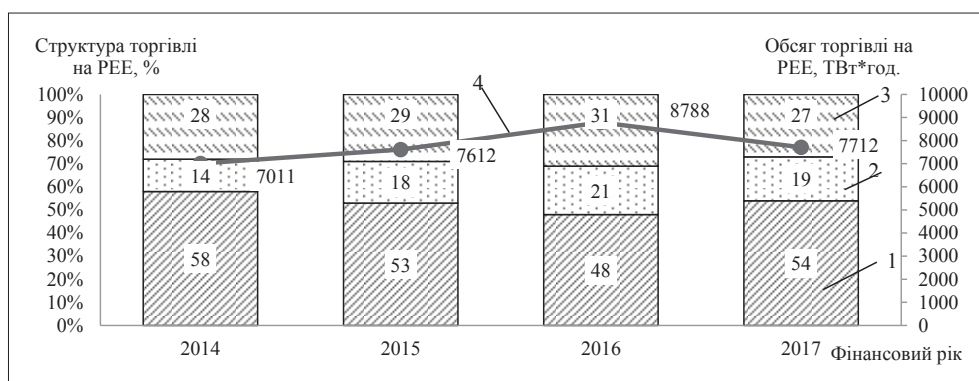


Рис. 2. Динаміка торгівлі ЕЕ за різними типами РЕЕ в ЄС у 2014–2017 рр. [18, 19]:  
1 – позабіржова торгівля; 2 – організована позабіржова торгівля; 3 – біржова торгівля;  
4 – обсяг торгівлі

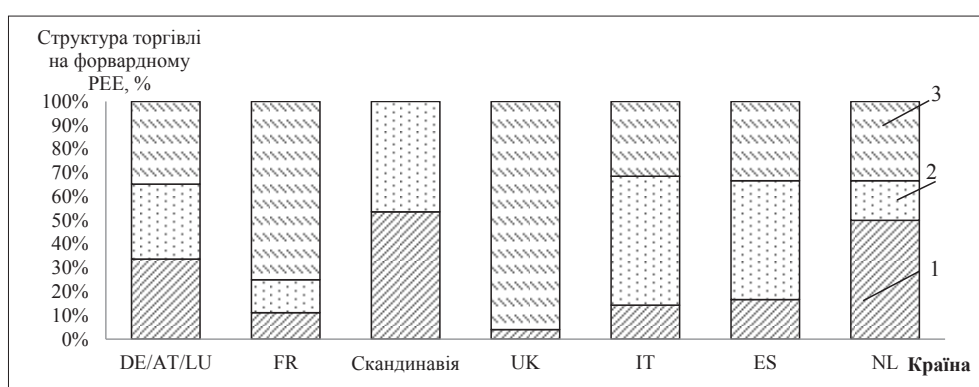


Рис. 3. Динаміка торгівлі електроенергією на форвардних ринках за 2016 р. [19]:  
1 – біржова торгівля; 2 – організована позабіржова торгівля; 3 – позабіржова торгівля;

гнучкість сторонам; вони зазвичай далі не торгуються (далі відбувається фізичне постачання ЕЕ).

Виробники ЕЕ продають її на форвардних і ф'ючерсних ринках для забезпечення майбутніх продажів і зниження їх вразливості до можливого зниження цін в майбутньому, тобто з метою хеджування. Аналогічним чином великі (промислові) споживачі і постачальники ЕЕ можуть купувати її на форвардних і ф'ючерсних ринках для забезпечення свого майбутнього споживання за заздалегідь відомими цінами і зниження їх вразливості до можливих підвищень зростання цін.

Порівняння національних форвардних ринків засвідчує про їх неоднорідність. Здебільшого форвардні контракти торгуються на позабіржовій основі (рис. 3). Проте на північному ринку ЕЕ ЄС домінуючою формою є біржова торгівля (53% в 2016 р.), тоді як для ринкової зони «Німеччина/Австрія/Люксембург» частка біржової торгівлі за форвардними контрактами становила лише 35%. Двома основними причинами, що пояснюють цю диференціацію, є, по-перше, невизначеність перспектив атомної генерації в ЄС, по-друге, необхідність управління ціновими ризиками внаслідок необхідності збільшення обсягів короткострокової торгівлі, пов'язаної із зростанням електрогенерації на ВДЕ.

Зараз ліквідність європейських форвардних РЕЕ є недостатньою (мінімальний пороговий коефіцієнт має становити 3), за винятком Німеччини, Північних країн / Nordic, Франції та Великобританії. Крім того, ще немає прийнятних фінансових інструментів для довгострокового хеджування ризиків на форвардних РЕЕ.

На форвардних і ф'ючерсних ринках ЕЕ може торгуватися між різними ринковими зонами або в межах ринкової зони (ринкова зона в основному збігається з територією держави-члена ЄС, однак є винятки, наприклад Німеччина/Австрія/Люксембург). Розподіл транскордонної пропускної здатності між двома ринковими зонами на форвардних і ф'ючерсних ринках відбувається явно, тобто її торгівля відбувається окремо від ЕЕ як товару. Це означає, що учасники міжграничних транзакцій купують право використовувати пропускну здатність між двома ринковими зонами до покупки або продажу ЕЕ в іншій зоні. У межах однієї ринкової зони внутрішньозона торгівля ніколи не обмежується пропусковими здатностями та ніякі пропускні спроможності не враховуються.

На ринках на добу наперед (РДН, DAM від англ. day-ahead market) ЕЕ торгується на часовому інтервалі за добу до фактичної поставки. Ринкова зона ринку на добу вперед в кінці кожного фактичного торгового дня повинна залишатися збалансованою (тобто запланована електрогенерація в ринковій зоні повинна дорівнювати прогнозованому попиту в ринковій зоні плюс чистий експорт в інші ринкові зони). ЕЕ і пропускна спроможність продаються разом – неявний транскордонний розподіл потужностей, коли покупець або продавець ЕЕ автоматично отримують доступ до пропускної спроможності шляхом подачі заявок на енергетичну біржу. В кінці торгового дня РДН кожна BRP подає збалансований портфель TSO (так звані номінації). Ці номінації дають кількісне значення запланованого виробництва або споживання ЕЕ для кожної одиниці BRP.

ЕЕ може торгуватися на двосторонній основі (позабіржова торгівля) або на енергетичних біржах на добу наперед. Однак здебільшого торгівля ЕЕ на РДН опирається на функціонування ринкових операторів / енергетичних бірж (багатостороння торгівля). Зараз у ЄС налічується 17 енергетичних бірж, окремі з яких функціонують лише на території однієї країни (ЕХАА, НУРХ, СРОРЕХ тощо), діяльність інших охоплює територію декількох країн (Nordpool AS, Ерех Spot SE та інші) [20]. Енергетичні біржі різняться за обсягами своєї діяльності, яка залежить як від площі ринкової зони, так і від кількості учасників, а також за динамікою цін, що визначається як структурою пропозицій, так і можливістю імпорту/передачі ЕЕ з інших ринкових зон (табл. 2).

Обов'язковість створення РДН та ВДР було оформлено лише у 2015 р. у Регламенті ЄС 2015/122. Згідно з цим нормативно-правовим документом прямої дії, в кожній країні-члені ЄС до 14/12/2015 повинен функціонувати один або декілька Номінованих ринкових операторів електроенергії (*NEMO – Nominated Electricity Operator*), утворених компетентним органом влади держави-члена ЄС для створення єдиних РДН та ВДР [22].

На європейських РДН загальноприйнятим є аукціонний підхід за принципом маржинального ціноутворення. Останній встановлює порядок завантаження об'єктів електрогенерації таким чином, щоб об'єкти з найменшими граничними витратами було введено в експлуатацію першими, тоді як об'єкти з найвищими граничними витратами запускаються останніми [27]. Алгоритм розрахунку ціни на ринку на добу наперед складається з декількох паралельно-послідовних етапів [23], таких як:

1) подача заявок-пропозицій. Усі виробники ЕЕ, які мають можливості та наміри продавати ЕЕ (у т.ч. забезпечені наявними потужностями, не пов'язаними двосторонніми контрактами), подають свої виробничі пропозиції та відповідні ринкові ціни на кожну годину;

2) подача заявок попиту. Споживачі та постачальники ЕЕ подають заявки на обсяг потрібної ЕЕ з відповідною ціною за кожну годину;

3) оператор ринку збирає заявки, щоб створити агреговані криві за методом впорядкуванням заявок:

- крива сукупного попиту організовується від найдорожчих до найдешевших цін ЕЕ;
- крива сукупної пропозиції впорядковується від найдешевших до найдорожчих джерел енергопропозицій;
- перетин двох кривих дає змогу встановити рівноважену ціну й обсяг електроенергії;

4) усі торговельні пропозиції виробників із ціною, меншою за маржинальну ціну, приймаються, інші відхиляються;

5) усі торговельні запити покупців із цінами вищими, ніж рівноважна, приймаються, інші відхиляються.

6) усі транзакції на РДН будуть виконуватися за рівноважною ціною:

– кожен покупець сплачує суму споживання ЕЕ за рівноважною ціною;

– кожен виробник отримає суму, що відповідає добутку рівноважної ціни на обсяг виробленої ЕЕ, відпущеної до електромереж для їх власного використання.

У більшості країн ЄС є досить ліквідні РДН, для яких рівень чорна знаходиться в межах 15–30 пунктів, тобто є достатня кількість продавців і покупців, що бажають торгувати ЕЕ в кожен проміжок часу, що є істотною умовою для забезпечення конкуренції та ефективності ринку.

Як вважалося, аукціонний підхід за принципом маржинального ціноутворення сприяє підвищенню операційної ефективності функціонування. Однак останнім часом експерти наголошують на сумнівності такого підходу, оскільки тільки за істотного перевищення рівноважної ціни енергетичної біржі над маржинальними витратами електрогенерації технологія буде привабливою для інвесторів: граничні витрати не гарантують інвесторам повернення вкладених коштів. Водночас електрогенерація на основі ВДЕ має практично нульові змінні витрати, що приводить до їх першочергового завантаження, а гарантування повернення постійних витрат забезпечується державою у вигляді різних схем стимулювання розвитку «зеленої» енергетики. Тому рівноважна ціна повинна бути значно вищою від короткострокових граничних витрат на виробництво ЕЕ [29].

Внутрішньодобовий ринок (ВДР, *IDM* від англ. *intraday market*) є частиною спотового ринку, де товар може торгуватися за 15–30 хв. до фізичного виконання [16]. На ВДР ЕЕ торгується в день поставки, що дає змогу учасникам ринку коригувати зрушення в номінації на добу наперед у разі коригування прогнозу. Після визначення обсягу торгів на IDM кожен BRP може подавати внутрішньоденні заявки TSO на кожну чверть години, через певний інтервал після закриття РДН до певного часового інтервалу дня після поставки (обґрунтування продовження ВДР до дня після поставки полягає в тому, щоб дати гравцям ринку додатковий час для закриття фінансових транзакцій). Внутрішньоденні номінації додаються до номінацій BRP на РДН. Портфель BRP може мати дисбаланс після ВДР, на відміну від РДН, де

Таблиця 2

Динаміка торгівлі на окремих енергетичних біржах ЄС [21]

Біржа	Місце розташування	Рік заснування	Місткість ДАМ у 2016 р., ГВт*год	01/11/17		
				Обсяг торгівлі, ГВт*год	Базова ціна, Євро/МВт*год	Пікова ціна, Євро/МВт*год
Ерех Spot	Головний офіс – Париж, Франція	2008	529 000	–	–	–
у т.ч. відділення	Франція			364,8	45,99	46,93
	Німеччина/Австрія			977,7	30,90	35,0
	Швейцарія			99,8	50,81	51,19
ЕХАА	Вена, Австрія	2001	8007,5	23,08	30,50	34,83
IBEX	Софія, Болгарія	2014	2515,8	0,512	29,39	34,95
СРОРЕХ	Загреб, Хорватія	2016	258,4	0,154	38,92	44,41
НУРХ	Будапешт, Угорщина	2007	17720,7	99,5	38,64	45,81
TGE	Варшава, Польща	1999	25140,3	89,5	120 PLN	150 PLN

потрібна його збалансованість. Ці дисбаланси портфеля покриваються на балансуєчому ринку.

До впровадження Регламенту ЄС 2015/122 не всі ринкові оператори країн ЄС використовували цей сегмент ринку для оптової торгівлі ЕЕ, тобто відхилення між прогнозними та фактичними обсягами споживання надалі піддавалося балансуєчому регулюванню. Згідно зі ст. 59 Регламенту (ЄС) 2015/1222, оператори ринку повинні продавати ЕЕ учасникам ринку якнайближче до реального часу та, принаймні, до внутрішньодобового між-зонального закриття воріт. До 01.01.2025 р. період розмежування між внутрішньодобовим та балансуєчим ринками повинен становити 15 хвилин у всіх контрольних зонах [23].

Ціни на ВДР встановлюються на основі «плати за пропозицією» для всіх транзакцій та, на відміну від РДН, можуть різнитися протягом торгового періоду. Зазвичай ВДР відкриті 24/7, 365 днів на рік, пропонуючи 15-хвилинну, 30-хвилинну, погодинну і блочну продукцію (табл. 4), що забезпечує необхідну гнучкість для задоволення потреб різних ринкових ділянок [24, 25].

ВДР-ціни, як правило, добре співвідносяться з РДН-цінами, тому що перші зазвичай відкривають торговельну сесію за добу до доставки як продовження РДН. Водночас ВДР-ціни є відправною точкою для розрахунку цін дисбалансу [26].

Балансуєчий ринок (БР). Окремі BRP можуть зіткнутися з дисбалансом в режимі реального часу. Незбалансованість BRP є чистою різницею на кожну чверть години між сумарними надходженнями і вилученнями електроенергії BRP. Загальний дисбаланс у контрольній зоні є чистою сумою всіх дисбалансів BRP. TSO буде підтримувати системний баланс, активуючи резерви.

Діяльність на балансуєчих ринках можна розділити на два види: регулювання закупівель (наприклад, придбання й активацію резервів TSO) і розрахункове врегулювання дисбалансу (тобто фінансове врегулювання дисбалансу BRP TSO).

Придбання та активація резервів – цю частину БР можна також назвати ринком резервів. Однак ринок резервів не є в чистому вигляді частиною ринку товарної ЕЕ, оскільки резерви забезпечують як енергетичні послуги (генерують ЕЕ під час активації), так і послуги за потужністю (резервують генеруючі потужності). На поточний момент придбання резервів на європейському РЕЕ організовано головним чином на національному рівні

(за винятком FCR, де Elia (бельгійський TSO) організував Європейський конкурс).

Іншим видом діяльності на БР є фінансове врегулювання дисбалансів. TSO накладає тариф на кожну BRP з незбалансованим портфелем. Таке врегулювання дисбалансу відбувається постфактум, після моменту споживання ЕЕ. Тарифи дисбалансу засновані на двох цінах:

– маржинальній висхідній ціні (*Marginal Incremental Price – MIP*): найвищій ціні, заплаченій TSO для висхідної активації за чверть години;

– маржинальній спадній ціні (*Marginal Decremental Price – MDP*): найнижчій ціні, отриманій TSO для низхідної активації за чверть години.

**Висновки.** Таким чином, лібералізація на РЕЕ в ЄС змінила правила гри. Купівля-продаж ЕЕ на оптовому рівні зараз являє собою багатотранзакційний процес із метою перманентного підтримання балансу попиту та пропозиції. У зв'язку з цим створено чотирисегментарний ринок та розширено перелік суб'єктів ринку. Водночас поточний дизайн РЕЕ в ЄС сам по собі не забезпечує розвитку ефективної конкуренції. Останнє можливе лише у разі наявності достатньої кількості гравців на ринку з кожного боку, їх активних позицій, а також вибору ефективних форм торгівлі ЕЕ. Найбільших успіхів у лібералізації РЕЕ в ЄС досягли ті країни, які мають високорозвинуті форми біржової торгівлі.

Переформатування українського РЕЕ вважається однією з найбільш складних реформ, успіх якої залежить від скоординованих зусиль багатьох активних та пасивних акторів ринку. Зараз основні зусилля щодо відтворення європейської моделі РЕЕ в Україні пов'язані із розробленням формальних правил оптової торгівлі ЕЕ шляхом апроксимації національного законодавства до європейського. Водночас не приділяється уваги аналізу та вибору форм оптової торгівлі ЕЕ, які сприятимуть розвитку ефективної конкуренції на ринку. Основні надії покладають на позабіржовий ринок двосторонніх договорів. Однак, як засвідчує європейська практика, це найменш прозора форма торгівлі, що дає можливість маніпулювання цінами та поведінкою учасників. В українських реаліях відповідні ризики ще посилюються через надмірно високу концентрацією виробників ЕЕ. Таким чином, «сліпе» перенесення європейського дизайну на РЕЕ України неможливо, що вимагає вибору адекватних складників механізму торгівлі ЕЕ.

#### Список використаних джерел:

1. Patterson W.C. Transforming Electricity: The Coming Generation of Change. London: Earthscan, 1999. 203 p. URL: [https://books.google.com.ua/books/about/Transforming\\_Electricity.html?id=iLunUGfZnkC&source=kp\\_cover&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ua/books/about/Transforming_Electricity.html?id=iLunUGfZnkC&source=kp_cover&redir_esc=y).
2. Pollitt M.G. The impact of liberalisation on the performance of the electricity supply industry. An international survey' Journal of Energy Literature. 3 (2). 1997. P. 3–31.
3. Erbach G. Understanding electricity markets in the EU. European Parliamentary Research Service. November 2016. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593519/EPRS\\_BRI\(2016\)593519\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593519/EPRS_BRI(2016)593519_EN.pdf)
4. Gorecki P.K. The Internal EU Electricity Market: Implications for Ireland. Dublin : The Economic and Social Research Institute. 2011. URL: <https://www.esri.ie/pubs/RS23.pdf>.
5. Jamasb T., Pollitt M. Electricity market reform in the European Union: review of progress toward liberalization & integration. The Energy Journal. 2005. P. 11–41.
6. Faye S. Regulation, industry structure, and performance in the electricity supply industry. OECD Economic Studies. 2001/1. № 32. URL: <https://www.oecd.org/eco/outlook/2731965.pdf>
7. Toru H., Tsutsui M. Economic impact of regulatory reforms in the electricity supply industry: a panel data analysis for OECD countries. Energy Policy. 2004. № 32 (6). P. 823–832.
8. Silvester V. K., Ortmann A. The unbundling regime for electricity utilities in the EU: A case of legislative and regulatory capture? Energy Economics. 2008. 30 (6). P. 3128–3140.
9. Petrov K. Grote D. Regulation – General Principles. URL: <https://www.slideshare.net/sustenergy/electricity-markets-regulation-lesson-4-regulatory-asset-base>.
10. Keay M. Electricity markets are broken – can they be fixed? Oxford Institute for Energy Studies. 2016. № 2. URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/02/Electricity-markets-are-broken-can-they-be-fixed-EL-17.pdf>



11. Lyndon B. J. A Comparison of New Electric Utility Business Models. The University of Texas at Austin. 2017. URL: [https://energy.utexas.edu/files/2016/09/UTAustin\\_FCe\\_History\\_2016.pdf](https://energy.utexas.edu/files/2016/09/UTAustin_FCe_History_2016.pdf).
12. Next Kraftwerke's knowledge database URL : <https://www.next-kraftwerke.be/en/knowledge-hub/from-a-regulated-to-a-competitive-market/>.
13. EU Commission puts forth clean energy package and new efficiency goal for 2030. Climate Policy Observer URL: <http://climateobserver.org/european-commission-presents-clean-energy-proposals/>.
14. Бочаров І. Впровадження нової моделі ринку ЗУ «Про ринок електричної енергії» (№2019). URL: <https://www.slideshare.net/JuliaLoboda1/ss-78449094>.
15. Glachant Jean-Michel, Ruester Sophia. The EU Internal Electricity Market: Done Forever? Cadmus. 2014 URL: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/33071/2014\\_OA\\_Glachant\\_et-al\\_EUInternalElectricityMarket.pdf?sequence=2](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/33071/2014_OA_Glachant_et-al_EUInternalElectricityMarket.pdf?sequence=2).
16. Creating the Internal Energy Market in Europe. URL: <https://www.slideshare.net/EWEA/creating-the-internal-energy-market-in-europe>.
17. The Political Economy Of Clean Energy Transitions / D. Arent, C. Arndt, M. Miller, F. Tarp, O. Zinaman. Oxford University Press. 2017. URL: <http://sro.sussex.ac.uk/68276/1/9780198802242.pdf>.
18. Market dynamics report. Trayport . 2017. URL: <https://www.trayport.com/uk/markets2/market-dynamics-report>.
19. Electricity Markets Monitoring. Agency for the Cooperation of Energy Regulators. URL: <http://www.acer.europa.eu/en/Electricity/Market%20monitoring/Pages/Current-edition.aspx>
20. NEMO-Designations. Agency for the Cooperation of Energy Regulators. URL: [http://www.acer.europa.eu/en/electricity/FG\\_and\\_network\\_codes/CACM/Pages/NEMO-Designations.aspx](http://www.acer.europa.eu/en/electricity/FG_and_network_codes/CACM/Pages/NEMO-Designations.aspx)
21. Europex URL: <http://www.europex.org/members/opcom-operatorul-pietei-de-energie-electrica-si-gaze-naturale-romania/>.
22. Decision of the EEA Joint Committee No 122/2015 of 30 April 2015 amending Annex XX (Environment) to the EEA Agreement [2016/1305]. Access to European Union law. EUR-Lex Access to European Union law URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1514531514222&uri=CELEX:22016D1305>.
23. The Impact of Wind Power on the Power Market – Illustrated by the Case of Denmark. Wind Energy – The Facts (WindFacts). URL : <https://www.wind-energy-the-facts.org/the-impact-of-wind-power-on-the-power-market-dk-case.html>.
24. Nord Pool. URL: <http://www.nordpoolspot.com/TAS/intraday-trading/>
25. Creating the Internal ISBN 978-2-930670-01-0 Energy Market in Europe. the European Wind Energy Association. September 2012. URL: <https://www.slideshare.net/EWEA/creating-the-internal-energy-market-in-europe>.
26. Intraday electricity market. Emissions-Euets. URL: <https://www.emissions-euets.com/internal-electricity-market-glossary/1486-intraday-electricity-market>
27. Vision for European Electricity Markets in 2030 / Viljainen Satu, Makkonen Mari, Annala Salla, Kuleshov Dmitry. Lappeenranta University of Technology, 2011. URL: <https://www.lut.fi/documents/10633/138922/Vision+for+European+Electricity+Markets+in+2030/d07eec66-0db9-4a4d-a580-5416eeaca3b9>.

### ТЕКУЩИЙ ДИЗАЙН РЫНКОВ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ЕС: ВЫЗОВ УКРАИНЕ

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные элементы дизайна рынков электроэнергии в ЕС, в том числе состав акторов рынка, формы оптовой торговли, а также временные сегменты рынка. Установлено, что наиболее развитые рынки электроэнергии характеризуются достаточным количеством участников как со стороны оптовых продавцов, так и со стороны оптовых покупателей, которые продают электроэнергию на биржевых аукционах как можно ближе к реальному времени.

**Ключевые слова:** рынок электроэнергии, либерализация, рыночный дизайн, электрогенерация.

### CURRENT DESIGN OF THE EU ELECTRICITY MARKETS: THE CHALLENGE FOR UKRAINE

**Summary.** The main elements of the design of EU electricity markets are considered. Among them are composition of market actors, forms of wholesale trading and time-scale segments of the market. It has been established that the most developed electricity markets are characterized by a sufficient number of participants, as wholesalers and as wholesale buyers, who sell electricity at power exchange auctions as close to real time as possible.

**Key words:** Electricity markets, liberalization, market design, power generation.



**Свидрук І. І.**  
кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри менеджменту  
Львівського торговельно-економічного університету

**Svidurk I. I.**  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Management  
Lviv Trade and Economic University

## КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

**Анотація.** У статті розглянуто особливості розвитку економіки знань у постіндустріальному суспільстві та визначено роль креативного менеджменту у її становленні. Визначено, що здатність до створення, концентрації та раціонального використання знань є підґрунтям національної конкурентоспроможності і передумовою соціально-економічного зростання.

**Ключові слова:** постіндустріальне суспільство, креативність, знання, економічні системи, системна модернізація, інноваційний інфраструктурний комплекс.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасні тенденції розвитку світових економічних систем характеризуються насамперед інтенсифікацією процесів інтелектуалізації виробництва, що дає змогу створювати високотехнологічні продукти з високою доданою вартістю і відіграє, таким чином, визначальну роль у конкурентоздатності національних економік. У постіндустріальному суспільстві економіка знань стає безальтернативним стратегічним напрямом розвитку економічних систем. Отже, здатність до створення, концентрації та раціонального використання знань є підґрунтям національної конкурентоспроможності і визначальною передумовою соціально-економічного зростання.

Європейський банк реконструкції та розвитку визначає економіку знань як таку, що розвивається інноваційним шляхом, збільшуючи загальну продуктивність факторів зростання [1]. Ці процеси характеризуються технологічним динамізмом і можуть охоплювати і такі галузі, що не вимагають термінових технологічних інновацій, проте потребують організаційного та іншого оновлення. Можливість інновацій є, по суті, нейтральною галузевою концепцією, що не вимагає від економіки абсолютної спеціалізації у високотехнологічних секторах. Підґрунтям економіки знань завжди виступають адекватна інституційна структура, високоякісна освіта, потужна комунікаційна інфраструктура та сприятливе фінансове середовище. У цьому разі саме креативний менеджмент виступає як дієвий інструмент управління розробленням чи адаптацією істотно вдосконалених продуктів або процесів, маркетингових методів або організаційних структур, які є новими для ринку або у світовому масштабі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні економісти розглядають філософію управлінських парадигм економіки знань досить неоднозначно, залежно від контексту сприйняття цього постіндустріального феномену. Зокрема, С. Візіренко, В. Світлична тлумачать економіку знань як елемент парадигмальної типологізації, О. Дорошенко, Р. Солоу – як елемента секторизації національної економіки, О. Продіус, А. Серенок вбачають у ній етап розвитку постіндустріального суспільства, Д. Барретт, В. Вессі, Я. Гріффіт, Д. Мрасек досліджують її як один із чинників цивілізаційного розвитку. Така різноплановість наукових підходів дослідників до проблем

розвитку менеджменту в умовах економіки знань спонукає до якісного детального аналізу розуміння генезису та інституційних закономірностей відповідних управлінських впливів.

**Метою** статті є дослідження розвитку економіки знань у постіндустріальному суспільстві та ролі креативного менеджменту у її становленні.

**Результати дослідження.** Системна модернізація суспільних відносин на основі економіки знань передбачає доступність якісної і безперервної освіти населення, інституційний режим стимулювання використання знань в усіх секторах економіки, ефективний інноваційний інфраструктурний комплекс. У сучасних умовах мінливості соціально-економічного середовища можливість конкурентного функціонування організацій визначається насамперед їх здатністю до циклічних процесів безперервного створення, впровадження і подальшого удосконалення інноваційних перетворень. Саме управління цими процесами належить до компетенції креативного менеджменту.

Концептуальними ознаками економіки знань є домінування високотехнологічних галузей, висока частка інноваційного виробництва в структурі ВВП, а також прискорена капіталізація суб'єктів господарювання, ринкова вартість яких формується за рахунок інтелектуальної та/або креативної компоненти. Науковцями підкреслюється така визначальна відмінність економіки знань від традиційних економічних концепцій, як безперервність технологічних новацій із самовідтворенням знанневого складника в процесах економічного обміну [2, с. 45–46; 3, с. 29]. Макроекономічний аспект економіки знань є більш загальним, скеровуючи думки дослідників у загальносвітові поняття суспільства майбутнього, глобально організованої міжнародної співпраці [3, с. 30].

Основним завданням менеджменту економіки знань є фокусування зусиль на підвищенні продуктивності та конкурентоспроможності організації. Відповідними завданнями другого рівня є поліпшення інноваційного бізнес-середовища організації, стимулювання її інноваційної активності, у тому числі шляхом трансферу технологій. На цьому етапі основним завданням управління є сприяння та підтримка здатності організації до інновацій через інвестування в НДДКР, запровадження сучасних

технологій, навчання та розвиток навичок і компетенцій. Зростання конкурентоспроможності створює передумови для поширення глобальних цільових ланцюгів організації шляхом діалогу з питань стратегії розвитку, створення мереж, обміну інформацією та технічного співробітництва. Подальший розвиток передбачає можливість доступу до нової інформації та нових знань, що виводить менеджмент знову на основний етап управління продуктивністю та конкурентоспроможністю. При цьому капіталовкладення в розвиток організації можна вважати інвестиціями в економіку знань за умови, що отриманий в результаті інноваційний продукт (власне нова чи оновлена продукція або послуга, технологія, організаційна новація чи нові знання) за умови охорони прав інтелектуальної власності буде доступним для використання іншими потенційними новаторами або має потенціал для посилення інноваційної діяльності інших суб'єктів інноваційної екосистеми.

Необхідною передумовою ефективного розвитку економіки знань є сприятливе бізнес-середовище, яке регулюється на рівні національного законодавства та спеціальних програм урядової підтримки і є вільним від корупційних схем, що сприятиме зростанню венчурного капіталу та приватних інвестицій. Адже інституційно стимулюючи конкуренцію з урахуванням різних рівнів регіонального розвитку, держава підтримує потенційних інвесторів та заохочує підприємців комерціалізувати свої ідеї.

Важливим компонентом функціонування економіки знань, від якого залежить можливість отримання і передачі знань та ефективність обміну інформацією, є сучасні надійні комунікаційні мережі. Тож розвиток мобільних та цифрових технологій потребує пріоритетного інвестування в інфраструктуру зв'язку та підтримки послуг, що ґрунтуються на цій інфраструктурі і створюють передумови для розвитку нових бізнесів на основі знань (інформаційних центрів, технологічних парків тощо).

У розвитку економіки знань важливу роль відіграють практично всі підприємства, адже виробничі комплекси, агробізнес, енергетичні чи транспортні компанії, підприємства інфраструктури не лише споживають або створюють самі значну частину науково-технічних розробок, але й, по суті, утворюють ринок нових технологій, здатних підвищити продуктивність праці. Як приклад, тут можна зауважити про популяризацію енергетичної ефективності промисловими підприємствами через інвестування в найсучасніше обладнання, що дає змогу скоротити витрати на виробництво та збільшити прибуток, одночасно обмежуючи шкідливі викиди. Зокрема, вважаємо, що вітчизняні товаровиробники володіють особливо широкими можливостями для поглинання інновацій з урахуванням розриву знань, який відрізняє їх від галузей промисловості в більш розвинених технологічних регіонах.

Отже, саме стрімкий інформаційний та науково-технологічний прогрес, розвиток високотехнологічних галузей, що здатні створювати продукт із високою доданою вартістю, забезпечують сьогодні безупинний інноваційний поступ постіндустріального суспільства. За цих умов знання як продукт відтворення стає високонадійним джерелом конкурентних переваг. Згідно з сучасними уявленнями про знання, вони розподіляються на чотири категорії:

- фактичні знання являють собою основні інформаційні повідомлення і включають обізнаність щодо термінології та певних елементів системи;
- концептуальні знання передбачають уявлення про взаємозв'язки в межах системи, зокрема про її класифіка-

ційні чи категорійні ознаки, загальні принципи моделювання та структурування;

- процедурні знання містять інформацію про виконання певних алгоритмів та передбачають обізнаність із критеріями застосування відповідних процедур;

- метакогнітивні знання включають управління власними процесами мислення і є, по суті, стратегічними знаннями, що дають змогу запам'ятовувати і відтворювати потоки інформації та самоудосконалюватися.

Категорія наукового знання завжди була в епіцентрі уваги дослідників менеджменту, сучасне трактування цього поняття з погляду управлінських процесів визначає знання як практичну інформацію, здатну активно впливати на процеси виконання завдань та ухвалення рішень [4, с. 1115–1117]. У цьому контексті можна стверджувати, що знання є поняттям, набагато ширшим, ніж потоки інформації або набуті в процесі діяльності масиви даних, оскільки знання додатково припускають наявність власних суджень, думок та переконань індивіда та відображають суб'єктивний контекст його дій. Управління знаннями, таким чином, є комплексною системною діяльністю, яка органічно інтегрує інформаційно-технологічний підхід, що включає управління ІТ-рішеннями, розробленням, створенням та просуванням інформаційних архітектур, та організаційний підхід, в межах якого здійснюється онтологічне стратегування організацій та їх підсистем, у тому числі управління розвитком креативних компетенцій працівників з подальшою реконфігурацією об'єкта управління [5, с. 133]. Стратегічне управління знаннями як інтелектуальним капіталом створює для організації нові конкурентні переваги та формує стратегічні активи, що володіють якостями самостійного інформаційно-технологічного продукту.

Сучасна методологія менеджменту креативності в структурі управління знаннями розглядає два основних підходи – управління інформаційними технологіями та акумулювання наявних знань. Перший стосується переважно процедур розроблення та просування автоматизованих систем, програмного забезпечення і баз даних. У межах другого підходу актуалізуються інтелектуальні інструменти інформаційного трансферу, інтелектуальної співпраці та навчання персоналу [1].

Попри те, що унікальність кожної організації зумовлює самотність конфігурації її системи менеджменту знань, можна виокремити певні спільні ознаки цього управлінського феномену. Так, основними цілями розбудови системи управління знаннями є підвищення ефективності професійної віддачі працівників, обігу інтелектуальних ресурсів, зростання інноваційної креативності організації. Серед найбільш значущих результатів системи управління знаннями науковці відзначають систематизацію формалізованих знань, можливість довідково-методичного супроводу діяльності, створення центрів компетенції [6, с. 47].

На окрему увагу у сфері знаннєвого менеджменту заслуговує феномен взаємозумовленості та взаємозалежності знаннєвого продукту, процедур навчання та ключових компетенцій. Підвищення значущості знань та інформаційно-комунікаційних технологій зумовлюють трансформацію вимог до наукових та освітніх інституцій, заміщуючи традиційну освітню концепцію (що базується на передачі суми знань та умінь) формуванням активного запасу ключових компетенцій на основі самостійної творчості. Основним завданням набуття компетенцій в умовах постіндустріального суспільства є формування інформаційних і комунікативних здібностей творчого мислення особистості.

Складність розуміння творчого мислення в економіці знань до певної міри зумовлюється психологічною унікальністю методів розв'язання творчих завдань, які вирішуються в умовах постіндустріального суспільства. У загальному розумінні продуктивна творчість являє собою процес трансформування певних асоціативних інформаційних компонент у рекомбінації, адекватні умовам вирішення поставленого завдання. Індивідуалізація процесів творчості проявляється через намагання індивіда обирати шляхи вирішення самостійно, на основі власного, часом неусвідомленого, досвіду. При цьому творчий працівник не обгрунтовує логіку своїх дій науковими алгоритмами чи стратегіями, а здатність до творчості є його особистісною невід'ємною властивістю, незалежною від зовнішніх управлінських впливів. Відповідно, в категоріальному апараті цієї галузі управління утворилася суттєва прогалина, адже науковцями сьогодні досі чітко не визначені терміни, за допомогою яких можна було би досить повно описати процеси управління творчістю.

Посилення інтелектуального складника, творчий характер праці збільшують вартість людських ресурсів, а необхідність у критично великій кількості спеціалістів з різноспрямованими інтелектуальними можливостями приводить до виникнення зворотної реакції, коли управлінські підходи безпосередньо впливають розвиток креативних вмінь і навичок, розвиток когнітивних та креативних здібностей працівника, ефективне використання наукових розробок [7, с. 69]. Креативний потенціал набирає ознак саморозвитку і стає визначальною метою покращення якості трудових ресурсів.

Креативність (creative thinking) визначається сучасними науковцями як здатність індивіда до творчого розвитку власного досвіду для створення інноваційного продукту. Креативний дизайн передбачає рекомбінацію властивостей продукту для отримання нової цінності як адекватну реакцію на зовнішні збурення економічної системи [8, с. 189–190]. Поняття креативності охоплює творчий потенціал індивіда та його здатність продукувати принципово нові ідеї. Первинна креативність передбачає створення унікального за своїми властивостями товару, вторинна – полягає у багатоетапній реалізації технологічного процесу із додаванням своєрідних рис творчості.

Креативне мислення ґрунтується на здібності індивіда керувати власним творчо-розумовим процесом та розширювати за рахунок натхнення усталені межі звичної діяльності, генеруючи унікальні товарно-ціннісні пропозиції. Подана на рис. 1 чотирирівнева модель креативного мислення охоплює етапи свідомої підготовки до інсайту ( $P_1$ ), несвідомої інкубації провідної ідеї ( $P_2$ ), перехід ідеї у сферу свідомого осмислення цілей завдання і методів його вирішення ( $P_3$ ) та усвідомлені дії з остаточного формулювання та перевірки креативної ідеї ( $P_4$ ).

Системі формування, вдосконалення та реалізації творчих здібностей людини в умовах економіки знань належить особлива роль. Людський капітал, базований на знаннях та інтелектуальних здібностях, характеризує сукупність сформованих і розвинутих продуктивних умінь і навичок, що використовуються в діяльності і сприяють збільшенню капіталізації, а також особистих

рис і мотиваційних очікувань індивідів. Саме якісна трансформація використання та дискретність наукових знань як продукту, їх доступність для подальшої професійної підготовки спеціалістів, спрямування ментальності працівників на безупинне підвищення здібностей та професіоналізму визначають результативність і стають найефективнішим ресурсом техніко-технологічного складника конкурентоспроможності економіки.

Інноваційний розвиток організації зумовлює зміщення цілей, функцій та методів менеджменту у напрямі креативності підходів до управління, що спричиняє формування системної сукупності креативно-інноваційних процесів, здатних забезпечувати неупинне інтегрування наукових доробок, виробничих процесів і ринкових обмежень з метою інтенсифікації розвитку. Відповідно, основною метою управління креативністю є адміністрування пошуку й генерації інноваційних шляхів досягнення конкурентності. З організаційного погляду це полягає у створенні тимчасових творчих колективів для формування банку ідей, тоді як інноваційний менеджмент стосується їх реалізації та комерціалізації.

Основними завданнями креативного менеджменту є розвиток творчого потенціалу, управління інтелектуальними ресурсами персоналу, адміністрування процесів створення нових знань та інтелектуалізація капіталу [1]. Актуалізуються насамперед процеси управління когнітивними компетенціями, зокрема системним та критичним мисленням, когнітивною гнучкістю, емоційним інтелектом та креативністю.

Компетенція системного мислення (system thinking) характеризується здатністю індивіда упорядковувати ієрархічно структуровані зв'язки процесів і подій за цілісного сприйняття проблеми та прогнозування розвитку подій. Вирішення проблеми ґрунтується на виявленні та усуненні причин виникнення, а не симптомів перебігу означеної проблеми. Системне мислення стає особливо необхідною якістю під час прийняття рішень в умовах невизначеності.

Критичне мислення (critical thinking) ми розглядаємо як світоглядну систему суджень індивіда, що дає змогу комплексно діагностувати наявні та можливі проблеми і на підставі правильної інтерпретації об'єктивної оцінки обґрунтовувати шляхи розвитку організації. Основними поведінковими індикаторами критичного мислення є логічна організація пам'яті, навички виокремлення зміс-

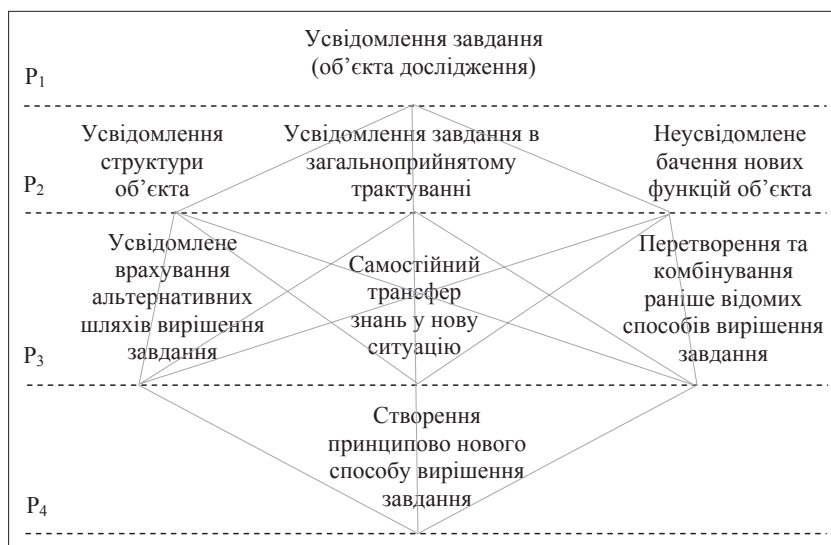


Рис. 1. Чотирирівнева модель креативного мислення



товно-сенсових акцентуацій з експоненціально зростаючих інформаційних потоків, досвід аргументаційного аналізу гіпотез, зокрема за умов невизначеності середовища або вирішення нечітко поставлених завдань.

Компетенція когнітивної гнучкості (cognitive flexibility), окрім властивості індивіда опрацьовувати кілька проблем одночасно або легко переключатися між цими проблемами, містить навички роботи з полярностями як парними категоріями, які унеможливають вирішення проблеми без урахування протилежності.

Емоційний інтелект (emotional intelligence) поєднує такі здібності, як сприйняття емоційного самопочуття інших людей, використання емоцій у процесах мислення та аналізу, розуміння причини певного емоційного стану, управління емоціями та включення їх у процес прийняття рішень.

В умовах постіндустріалізації стрімкий розвиток економіки знань, заснований на управлінні креативними компетенціями, привів до певних збурень соціальної стратифікації суспільства. Трансформація соціальних інститутів характеризується поступовим відходом від усталеної тези про визначення середнього класу як основи демократичного суспільства на користь позиціонування креативного класу як системного рушія сучасних соціально-економічних перетворень [8, с. 191]. Провідним критерієм належності індивіда до креативного класу є використання ним

економічної функції праці як підґрунтя задоволення соціальних та культурних потреб.

Представниками «суперактивного ядра» креативного класу є інтелектуальна еліта суспільства – науковці, митці, працівники мас-медіа, тобто індивіди, які на постійній платній основі займаються творчою діяльністю, створюючи нематеріальний креативний продукт і формуючи суспільну думку. Другу підгрупу креативного класу становлять «креативні спеціалісти» високотехнологічних галузей та соціального адміністрування – управління, консалтингових, правничих, освітніх, методичних послуг [4, с. 1125].

**Висновки.** Таким чином, в умовах постіндустріального суспільства економіка знань є безальтернативним напрямом розвитку, а креативному менеджменту відводиться в її межах особливе місце. Посилення інтелектуального складника праці, створення та ефективне використання наукових розробок збільшують вартість нематеріальних ресурсів. Тож управління креативністю забезпечує розвиток креативних вмінь індивіда, його здатність генерувати принципово нові ідеї та доводити їх до конкретного результату. Відповідні трансформації соціальних інститутів проявляються у створенні та позиціонуванні креативного класу як системного рушія сучасних соціально-економічних перетворень.

#### Список використаних джерел:

1. The European Bank for Reconstruction and Development's. Transition report 2014. Innovation in Transition. Annex 5.2. Key prerequisites for knowledge-based growth. URL: <http://2014.tr-ebd.com/annex-5-2-key-prerequisites-for-knowledge-based-growth/> (дата звернення: 19.06.2018).
2. Візіренко С.В. Генезис понятия «Экономика знаний». Сталий розвиток економіки. 2012. № 2 (12). С. 44–49.
3. Дорошенко О.С. Економіка знань – базис економічного зростання та економічного розвитку країн. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 17. Ч. 1, № 18. С. 27–31.
4. Solow Robert M. Stories about economics and technology. The European Journal of the History of Economic Thought. 2010. Vol. 17. P. 1113–1126.
5. Серенок А.О. ІКТ та економіка знань в умовах переходу до інформаційного суспільства. Теорія та практика державного управління. 2012. Вип. 3. С. 130–138.
6. Barrett J.D., Vessey W.B., Griffith J.A., Mracek D., et al. Predicting scientific creativity: the role of adversity, collaborations, and work strategies. Creativity Research Journal. 2014. № 26 (1). С. 39–52.
7. Продіус О. І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4 (4–5). С. 67–72.
8. Світлична В. Л. Теоретичний базис нової парадигми суспільства – економіки знань. Економіка: реалії часу. 2015. № 3 (19). С. 184–193.

#### КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности развития экономики знаний в постиндустриальном обществе и определена роль креативного менеджмента в ее становлении. Определено, что способность к созданию, концентрации и рациональному использованию знаний является основой национальной конкурентоспособности и предпосылкой социально-экономического роста.

**Ключевые слова:** постиндустриальное общество, креативность, знание, экономические системы, системная модернизация, инновационный инфраструктурный комплекс.

#### CREATIVE MANAGEMENT AS A BASIS FOR EFFICIENT DEVELOPMENT OF ECONOMICS KNOWLEDGE

**Summary.** The paper considers the peculiarities of the development of the knowledge economy in a post-industrial society and defines the role of creative management in its formation. It is determined that the ability to create, concentrate and rational use of knowledge is the basis of national competitiveness and a prerequisite for socio-economic growth.

**Key words:** post-industrial society, creativity, knowledge, economic systems, system modernization, innovative infrastructure complex.



Селюченко Н. Є.

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національного університету «Львівська політехніка»

Косар Н. С.

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»

Seliuchenko N. Ye.

Ph.D. in Economics, Associate Professor,  
Department of Business Economics and Investment,  
National University "Lviv Polytechnic"

Kosar N. S.

Ph.D. in Economics, Associate Professor,  
Department of Marketing and Logistics,  
National University "Lviv Polytechnic"

## ОБҐРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИРОБНИКІВ ОЛІЇ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХНЬОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**Анотація.** У статті встановлено загальну тенденцію збільшення обсягів виробництва та експорту соняшникової олії, яку досить точно описують лінійні тренди, що підтверджує відсутність різких коливань на ринку олії та його стабілізацію. Виявлено, що на внутрішньому ринку виробники олії використовують стратегію цінового лідерства та стратегію диференціації за рахунок власного іміджу. Обґрунтовано, що реалізація стратегії диференціації як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках може бути забезпечена також шляхом виробництва унікальних товарів, а саме високоолеїнової олії, органічної олії із соняшнику чи виробленої з використанням екологічно чистих технологій. Такий підхід відповідає концепції сталого розвитку як на рівні світового господарства, так і на рівні окремої галузі та підприємства.

**Ключові слова:** сталий розвиток, конкурентні переваги, ринок соняшникової олії, експорт олії, високоолеїнова олія, органічна олія.

**Вступ та постановка проблеми.** Нові можливості вітчизняних виробників на зовнішніх ринках, зростання конкуренції на внутрішньому ринку змушують українські підприємства приділяти значну увагу пошуку напрямів посилення конкурентних переваг як важливої передумови їхнього сталого розвитку. Ця проблема є особливо актуальною для виробників споживчих товарів, конкуренція серед яких є гострою та окремі товари яких користуються попитом на міжнародних ринках. Зокрема, йдеться про виробників олії. Вітчизняна олійна галузь є прикладом ефективного господарювання та розвитку індустрії. За останні 15–17 років наша країна перетворилася з експортера насіння соняшнику на найбільшого виробника й експортера соняшникової олії (частка світового ринку перевищує 50%) [1]. За цей період споруджено 37 нових заводів, потужність яких сягнула 18–18,5 млн. т переробки олійної сировини. Олійно-жирова галузь є лідером не лише АПК, але й усієї економіки за багатьма показниками, а саме рентабельністю, обсягами експортної продукції, сумами валютної виручки, енергоефективністю, заробітними платами [2]. Українські виробники мають значні можливості нарощування експорту соняшникової олії, адже для нашої країни сьогодні відсутні обмеження щодо реалізації на зовнішньому ринку різноманітних продуктів переробки соняшнику.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З огляду на те, що олійно-жирова промисловість має стратегічне значення для економіки країни, актуальними є питання забезпечення сталого розвитку як галузі загалом, так і підприємств зокрема. Концептуальні підходи до застосування системи принципів та критеріїв оцінювання сталого розвитку підприємств олійно-жирової промисловості запро-

понувала І.М. Боженьова [3]. У роботах [4; 5; 6] проведено аналізування конкурентної ситуації на ринку продукції олійно-жирової промисловості. Одночасно в наукових виданнях налічується велика кількість публікацій, присвячених досягненню підприємством як внутрішніх, так і зовнішніх конкурентних переваг на ринку з використанням стратегій цінового лідерства, диференціації та концентрації [7; 8; 9].

Аналіз наукових публікацій за останні роки свідчить про те, що в них недостатньо уваги приділяється аналізу конкурентних стратегій виробників на внутрішньому та зовнішньому ринках з урахуванням їх специфіки, обґрунтованість яких є важливою передумовою їхнього сталого розвитку.

**Метою** роботи є дослідження динаміки експорту соняшникової олії українськими підприємствами, кон'юнктури внутрішнього ринку цього виду товару, аналіз конкурентних стратегій її виробників та розробка рекомендацій щодо їхнього вдосконалення щодо реалізації концепції сталого розвитку.

**Результати дослідження.** Соняшникову олію виробляють у 19 країнах. Водночас 80% соняшнику вирощують три країни, а саме Україна (31%, близько 13 млн. т), Росія (25%), Аргентина (8,9%). Оскільки Україна вирощує олії в 11 разів більше, ніж споживає, то одним з важливих завдань є нарощування експортного потенціалу [2].

Експорт соняшникової олії визначається низкою чинників, зокрема кон'юнктурою ринку соняшнику, обсягами виробництва олії, ситуацією на внутрішньому ринку олії, умовами експорту (наявність обмежень чи сприятливих чинників), ціновими показниками.

Динаміку експорту олії вітчизняними підприємствами за останні 12 років характеризують дані табл. 1.

Таблиця 1

Обсяги експорту соняшникової олії\* вітчизняними підприємствами, тис. т

Роки	Разом	Країни СНД	Європа	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океанія	Інші
2006	1628,82	188,59	861,56	415,85	162,50	0,31	0,0003	0,0000002
2007	1923,24	229,48	982,73	366,91	342,03	2,10	0,0002	0,0000005
2008	1339,56	205,31	527,65	398,78	167,91	39,92	0,0007	0,000002
2009	2333,84	153,72	629,74	1052,48	478,16	19,71	0,03	
2010	2688,56	273,22	716,58	1175,24	522,80	0,59	0,13	
2011	2333,84	153,72	629,74	1052,48	478,16	19,71	0,03	
2012	3589,61	112,02	699,05	2025,27	736,05	17,22	0,0040	0,000003
2013	3199,51	108,94	403,36	2181,83	479,14	26,13	0,11	
2014	4339,49	87,53	817,37	2990,92	433,98	7,04	2,65	
2015	3938,56	58,85	744,34	2818,30	303,44	12,26	1,37	
2016	4842,06	44,37	1396,17	3071,26	305,09	21,09	4,09	0,00007
2017	5757,34	35,30	1812,15	3615,40	264,15	24,83	5,51	

\* товарна позиція вклучає олію соняшкову, сафлорову або бавовняну та їхні фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їхнього хімічного складу; основна частка припадає на соняшкову олію, тому далі в дослідженнях йдеться саме про цей вид олії

Джерело: сформовано авторами на основі даних офіційного сайту ДССУ [10]

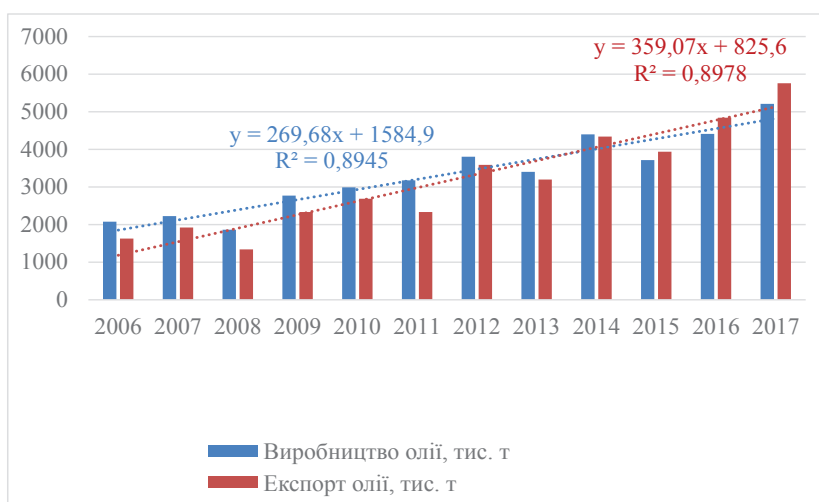


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва та експорту олії соняшникової, тис. т

Джерело: побудовано авторами на основі даних офіційного сайту ДССУ [10]



Рис. 2. Ланцюгові темпи приросту обсягів виробництва та експорту соняшникової олії

Джерело: обчислено авторами на основі даних офіційного сайту ДССУ [10]

На рис. 1 графічно відображено динаміку обсягів виробництва та реалізації соняшникової олії на зовнішніх ринках.

На підставі аналізування діаграм, відображених на рис. 1, можна чітко відстежити загальну тенденцію збільшення обсягів виробництва та експорту олії, водночас їхню нестабільність в окремі періоди. Однак побудовані лінійні тренди (які характеризуються високим коефіцієнтом детермінації) демонструють відсутність різких коливань на ринку олії та свідчать про досить стабільний його розвиток протягом досліджуваного періоду.

Для більш детального дослідження характеру коливань обсягів виробництва та експорту соняшникової олії обчислено ланцюгові темпи приросту, які відображені на рис. 2.

Приріст обсягів експорту соняшникової олії спостерігався протягом двох років у 2009–2010 рр. та 2016–2017 рр. В решту років чітко простежується стрибкоподібний характер обсягів експорту цієї продукції. З рис. 2 видно, що амплітуда коливань за аналізований період зменшується, а це дає підстави говорити про стабілізацію зовнішнього ринку олії українських підприємств олійно-жирової галузі. У виробництві соняшникової олії спостерігається приріст за 2009–2012 рр., а вже протягом 2013–2016 рр. наявні коливання. 2017 р. характеризується близькими значеннями темпів приросту обсягів виробництва та експорту олії. Після падіння у 2015 р. останні два роки (2016–2017 рр.) демонструють майже стабільний приріст обсягів виробництва та експорту олії (у 2016 р. вони дорівнювали 18,73% та 22,94%, у 2017 р. – 18,3% та 18,9%). Слід зазначити, що такі коливання зумовлені не лише економічними чинниками, але й значним чином погодними умовами. Тому проблема забезпечення стабільного функціонування та розвитку підприємств-виробників олії є набагато складнішою, ніж підприємств інших галузей, які не використовують сільськогосподарську продукцію.

У поточному маркетинговому році (вересень–березень 2017–2018 рр.) спостерігається зниження обсягів виробництва олії соняшникової нерафінованої на 10% через зменшення валового збору насіння соняшнику урожаю 2017 р. та його переробки. Однак темп збільшення виробництва олії соняшникової рафінованої становить 101,1% [11].

Згідно з даними Асоціації «Укроліяпром» трьома найбільшими виробниками нерафінованої соняшникової олії в Україні за результатами 2017 р. були Європейська транспортна стивідорна

компанія, завод якої у Миколаєві виробив 352,4 тис. т олії; компанія «Оптимусагротрейд» (Запорізький ОЖК) з показником 333,5 тис. т; Вінницький олійно-жировий комбінат «ViOil», який виробив 296,5 тис. т [12].

Згідно з експертними оцінками за шість місяців сезону 2017–2018 маркетингового року на внутрішнє споживання українців надійшли 280 тис. т олії. Купуючи олію, українські споживачі звертають увагу на два фактори, а саме ціну товару та наявність бренду. За перше півріччя поточного маркетингового періоду експортовано 2,7 млн. т олії, що на 5% менше від показника відповідного періоду минулого сезону [13].

Істотні зміни за досліджуваний період відбулися в географії експорту олії, що відображено на рис. 3 (Америку, Австралію та Океанію виключено з досліджень у зв'язку з низькою часткою експорту в ці країни).

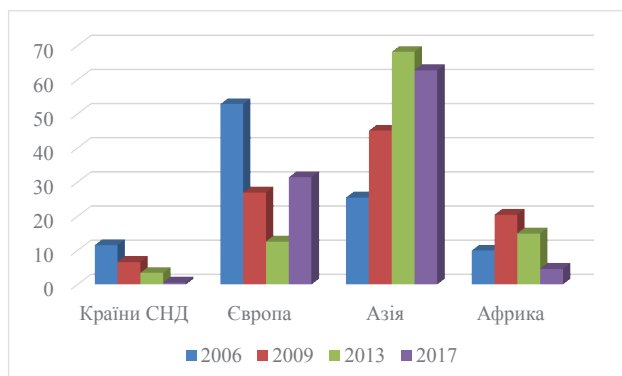


Рис. 3. Структура експорту олії за континентами, %

Джерело: побудовано авторами на основі даних офіційного сайту ДССУ [10]

З 2009 р. суттєво збільшувалися обсяги реалізації соняшникової олії в країни Азії, водночас зменшувалися обсяги реалізації в країни СНД.

За перше півріччя 2017–2018 маркетингового року більше половини експорту олії у вартісному вираженні здійснено в Індію, Іспанію та Китай [13].

Загалом на азійські країни припадає більше 60% експорту української соняшникової олії. Однією з причин зростання попиту на неї в цих країнах є збільшення доходів місцевого населення та його чисельності. Фахівці вважають, що, крім сирової соняшникової олії, перспективи для експорту в Азію має рафінована дезодорована, а також олія в пляшках. Експорт такої олії є можливим, незважаючи на окремі негативні чинники, зокрема податкове мито на рафіновану олію значно вище, ніж на сирову, тому покупцям вигідніше самостійно рафінувати олію, розливати в пляшки і вже виходити на ринок з таким продуктом; у країнах Азії практикують купажі, тобто змішують соняшкову олію з іншими оліями, що значно здешевлює кінцевий продукт. Обсяги експорту соняшникової олії збільшуються і на європейському ринку. У 2016–2017 маркетинговому році реалізація соняшникової олії в країни Європи збільшилася в 3,2 рази порівняно з 2014–2015 МР (з 503,0 тис. т до 1,6 млн. т) [14].

Фахівці зазначають, що позитивним чинником для української соняшникової олії в поточному маркетинговому році є зростаючий ціновий тренд на рослинні олії (зокрема, на соняшкову) на глобальному ринку. Тенденція зростання цін збережеться у зв'язку з очікуваним дефіцитом соняшникової олії на світовому ринку, що зумовлений зменшенням урожаю соняшнику в основних країнах-виробниках (Україні та Росії) через ранні морози

в період його збирання восени 2017 р., а отже, зниженням обсягів виробництва та експорту олії; зменшенням урожаю сої в Аргентині через несприятливі погодні умови, що спричинить зниження обсягів виробництва соєвої олії. Єдиним негативним (за твердженням фахівців, некритичним) чинником для України на ринку соняшникової олії є цінова неконкурентоспроможність порівняно з олією російського виробництва. Це зумовлено значно нижчими цінами в Росії на сировину, насіння соняшнику (на 100 дол. за т) та дешевою логістикою [14].

Суттєву конкуренцію соняшниковій олії створює пальмова олія. За останні 15 років світовий імпорт пальмової олії збільшився вдвічі. Імпортують пальмову олію 69 країн світу. Збільшення використання пальмової олії зумовлено її властивостями, зокрема пальмова олія не містить холестерину і транс-ізомерів; за своїм жирнокислотним складом вона є незамінною сировиною для виробництва спеціальних рослинних жирів, оптимально наближених за своїми характеристиками до натуральних жирів. Американське агентство «FDA» («Food and Drug Administration») присвоїло пальмовій олії статус GRAS («абсолютно безпечно»). Згідно з оцінками експертів світове виробництво пальмової олії у 2017–2018 маркетинговому році досягне 69,721 млн. т, що становить 35,1% від загального обсягу виробництва олії. Пальмова олія посідає перше місце у світовому споживанні серед рослинних олій, що становить 10 кг на кожну людину планети [15].

В умовах високої конкуренції, насамперед з боку виробників пальмової та соєвої олії, одним з основних завдань для українських виробників є збільшення виробництва соняшникової олії, яка б характеризувалася високими показниками якості та корисності для здоров'я.

Посилення конкурентоспроможності вітчизняних виробників на зовнішніх ринках може забезпечити виробництво високоолеїнової олії. Завдяки підвищеній стійкості до окислення олія з такого соняшника не потребує гідрогенізації та має більший термін зберігання (у 5 разів більше, ніж звичайні олії). У зв'язку з цим виробникам не потрібно витратити додаткові кошти на збільшення терміну придатності. Крім того, високоолеїнова олія найкраще вписується в глобальний тренд вживання продукції, яка є корисною для здоров'я. Вживання високоолеїнової олії замість трансжирів, які утворюються під час гідрогенізації, та низьке виділення канцерогенів під час термообробки знижують кількість серцево-судинних захворювань. Високоолеїнові олії також містять дуже багато вітаміну Е (45 мг/100 г) та олеїнової кислоти (Омега 9), які є необхідними для багатьох біохімічних процесів організму. Саме завдяки високоолеїновій олії Україна може стати найбільшим експортером продуктів з доданою вартістю [1].

Загалом середньорічний темп зростання споживання високоолеїнових олій у світі складає 6,5% [16].

Фахівці виділяють такі тенденції рівня споживання соняшникової високоолеїнової олії до 2020 р. [17]: середнє зростання рівня споживання у світі становить 8,1%, ЄС – 10,2%; виведення на ринок похідної продукції з високим вмістом олеїнової кислоти, річне зростання становить 19%; дефіцит на високоолеїнову олію в країнах ЄС до 2020 р. збільшиться втричі; з'явиться ринок блендів олій (що включають високоолеїнову) для забезпечення гнучкості ціноутворення та розширення асортименту.

Ринок високоолеїнової олії в Україні ще не сформований, оскільки відсутній стандарт, який регулював би таку продукцію і вміст у ній кислот [17].

У 2017 р. Мелітопольський олійно-екстракційний завод збільшив частку виробництва високоолеїнової олії до 25%. Частка виробництва такої олії цим заводом щороку зростає



на 10–15%. Високоолеїнову олію підприємство експортує у США, Іспанію, Китай, Сінгапур та інші країни. В Україні її залишається незначна кількість. Причиною є те, що вітчизняний споживач не володіє інформацією про корисні властивості високоолеїнової олії, тому цей продукт ще не користується великим попитом [18].

Проведений аналіз вторинної маркетингової інформації свідчить про те, що продаж високоолеїнової олії кінцевим споживачам може становити не більше 10% від загального обсягу продажу в Україні. У зв'язку з цим олійно-переробним заводом необхідно активізувати систему просування високоолеїнової олії на внутрішньому ринку, спрямувавши його насамперед на організації-споживачі. Потенційними споживачами такого виду товару є вітчизняні підприємства харчової промисловості (кондитерської промисловості, масложирової та молочної галузі) і HoReCa [19].

Однією з основних складових здорового харчування є органічні олії. Наприкінці 2017 р. в Полтавській області введено в експлуатацію перший в Україні завод з виробництва органічних олій із соняшнику та сої «УкроліяОрганік». Плановий річний обсяг переробки соняшнику становить 18 тис. т, а сої – 50 тис. т [20].

Виробники олії можуть виділитися серед конкурентів на ринку також за рахунок вжиття екологічних заходів. Зокрема, ПП «Оліяр» у межах реалізації концепції соціально-відповідального маркетингу та підвищення власного іміджу планує відмовитися від використання вугілля на користь екологічно безпечного твердого біопалива, а саме пелет з лущиння соняшника [21].

Саме усвідомлений вибір напрямів діяльності підприємства, що враховує економічну, соціальну та екологічну

складові, відповідає принципам сталого розвитку як на рівні окремого підприємства, так і на рівні всієї галузі й економіки країни, а також може забезпечити підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників олії в довгостроковій перспективі.

**Висновки.** Аналізування тенденцій розвитку ринку соняшникової олії свідчить про існування позитивної динаміки до зростання обсягів виробництва та експорту цього товару за 2006–2017 рр. Виявлено зменшення амплітуди коливань обсягів виробництва та експорту соняшникової олії за аналізований період, що дає підстави говорити про стабілізацію ринку соняшникової олії українських виробників. У результаті проведеного дослідження встановлено, що виробники олії на внутрішньому ринку використовують як стратегію цінового лідерства, так і стратегію диференціації за рахунок власного іміджу, орієнтуючись на потреби різних ринкових сегментів. Обґрунтовано, що реалізація стратегії диференціації може бути забезпечена також шляхом виробництва унікальних товарів, а саме високоолеїнової олії, органічної олії із соняшнику чи виробленої з використанням екологічно чистих технологій. Реалізація стратегії диференціації вимагає розроблення виробниками відповідних заходів у сфері просування товарів на ринку. Використання стратегії диференціації забезпечить конкурентні переваги українських виробників олії і на зовнішньому ринку, де зростає попит на високоякісні, здорові продукти харчування, що відповідає концепції сталого розвитку як на рівні світового господарства, так і на рівні окремої галузі та підприємства.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробленням моделі кількісного оцінювання конкурентоспроможності соняшникової олії.

#### Список використаних джерел:

1. Виробництво високоолеїнових культур в Україні: перспективи та розвиток. URL: <http://www.bakertilly.ua/ua/news/id1266>.
2. Конкуренція за сировину для олійно-жирового комплексу дедалі загострюватиметься. URL: <http://infoindustria.com.ua/stepan-kapshuk-konkurentsya-za-sirovinu-dlya-oliyno-zhirovogo-kompleksu-dedali-zagostryuvatimetsya>
3. Боженюва І.М. Концептуальні засади механізму сталого розвитку підприємства олійно-жирової промисловості. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. Вип. 3 (54). С. 84–89.
4. Благодир Л.М., Вигонюк Н.Г. Конкуренція в олійно-жировій галузі України: поведінковий і функціональний аспекти. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2015. № 6. С. 35–40. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12029/1847-1879-1-SM.pdf?sequence=1>.
5. Герасименко А.І. Оцінка ризиків колективної монополізації вітчизняного ринку соняшникової олії. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка». 2011. Вип. 124/125. С. 103–105.
6. Дуранова Т.А. Особливості конкуренції на ринку соняшникової олії в Україні. Інноваційна економіка. 2013. № 8. С. 50–55. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_8\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_10).
7. Пашенко О.П. Особливості формування конкурентних переваг підприємства: стратегічний аспект. Вісник ЖДТУ. 2015. № 3 (73). С. 94–100. URL: [ven.ztu.edu.ua/article/download/56262/53151](http://ven.ztu.edu.ua/article/download/56262/53151).
8. Бондаренко С.М., Свиринюк О.В. Аналіз сучасних стратегій конкуренції. URL: [http://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian\\_editions/Bondarenko2015060407.pdf](http://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Bondarenko2015060407.pdf).
9. Шацька З.Я., Короб О.В. Особливості формування стратегії створення конкурентних переваг підприємства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/53097482.pdf>.
10. Офіційний сайт ДССУ. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Підсумки роботи галузі. URL: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/205>.
12. ТОП-16 найбільших виробників соняшникової олії в Україні. URL: <http://www.agrotimes.net/rasteniyevodstvo/top-16-najbilshih-virobnikiv-sonyashnikovoyi-oliyi-v-ukrayini>.
13. Експорт зерна та олії зменшився. URL: <http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/9767-eksport-zerna-ta-oliyi-zmenschivsia.html>.
14. Листопад В.Л. Восток – дело тонкое, особенно в жирных вопросах. URL: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/204>.
15. Про недоцільність заборони використання пальмової олії у харчових продуктах. URL: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/206>.
16. Виробництво високоолеїнової соняшникової олії – прибутковий бізнес. URL: <http://www.bakertilly.ua/news/id1196>.
17. Аналіз ринку. Перспективи соняшнику. «Високоолеїнова» ніша. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=25886>.
18. Мелітопольський завод нарощує виробництво високоолеїнової олії. URL: <http://www.agrotimes.net/predpriyatiya/melitopolskij-zavod-naroshchue-virobnictvo-visokooleyinovoyi-oliyi>.
19. Третину високоолеїнової олії експортувала одна компанія. URL: <http://landlord.ua/tretinu-visokooleyinovoyi-oliyi-eksportovala-odna-kompaniya>.
20. Виробництво органічних олій в Україні. URL: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/194>.
21. «Оліяр» планує повністю перейти на біопаливо. URL: <http://oliyar.com.ua/oliyar-planuje-povnistyu-perejty-na-biopalivo>.



## ОБОСНОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МАСЛА В ПРОЦЕССЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** В статье установлена общая тенденция увеличения объемов производства и экспорта подсолнечного масла, которую достаточно точно описывают линейные тренды, что подтверждает отсутствие резких колебаний на рынке масла и его стабилизацию. Выявлено, что на внутреннем рынке производители масла используют стратегию ценового лидерства и стратегию дифференциации за счет собственного имиджа. Обосновано, что реализация стратегии дифференциации как на внутреннем, так и на внешнем рынках может быть обеспечена также путем производства уникальных товаров, а именно високоолеинового масла, органического масла из подсолнечника или произведенного с использованием экологически чистых технологий. Такой подход соответствует концепции устойчивого развития как на уровне мирового хозяйства, так и на уровне отдельной отрасли и предприятия.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, конкурентные преимущества, рынок подсолнечного масла, экспорт масла, високоолеиновое масло, органическое масло.

## JUSTIFICATION OF COMPETITIVE STRATEGIES OF OIL PRODUCERS IN THE PROCESS OF ENSURING THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Summary.** In the article the general tendency of the increase of volumes of production and export of sunflower oil, which is quite accurately described by linear trends, was shown, which confirms the absence of sharp fluctuations in the market of oil and its stabilization. It has been found that in the domestic market, oil producers use the strategy of price leadership and the strategy of differentiation through their individual image. It is justified that realization of the strategy of differentiation both on the domestic and on the foreign market can be ensured also by the production of unique goods: high-oleic oil, organic sunflower oil or produced using environmentally friendly technologies. This approach is consistent with the concept of sustainable development both at the level of world economy, and at the level of a separate industry and enterprise.

**Key words:** sustainable development, competitive advantages, sunflower oil market, oil export, high oleic oil, organic oil.

УДК 339.94

Семененко Т. М.  
аспірант

Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана

Semenenko T. M.  
Doctoral student,

Kyiv national economic university named after Vadym Hetman

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Анотація.** У статті розглянуто ключові тенденції сфери досліджень та розробок автомобільної промисловості як однієї з провідних галузей світової економіки, проведено їх структурний аналіз за сферами та обсягами проведення, ознаками країн та компаній-провайдерів. Крім того, визначено основні особливості сучасної глобальної автомобільної промисловості, які матимуть безпосередній вплив на її функціонування в майбутньому.

**Ключові слова:** автомобільні транснаціональні корпорації, дослідження та розробки, інновації, ключові тенденції.

**Вступ та постановка проблеми.** Глобальна автомобільна промисловість є однією з провідних галузей світової економіки. На тлі післякризової стагнації споживчих ринків розвинутих країн, зниження обсягів продажів автомобільної продукції на їх внутрішніх ринках, посилення індивідуалізації попиту, підвищення вимог до екологічності діяльності та загострення конкуренції корпорації-автовиробники все більше уваги приділяють дослідженням та розробкам (ДіР), впровадження результатів яких дає змогу ключовим гравцям світового ринку автомобілів не лише зберігати лідерські позиції, але й розширювати ринки збуту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ключові напрями діяльності автомобільних транснаціональних корпорацій (ТНК) у сфері досліджень та розробок, динаміка та тенденції висвітлені в працях таких зарубіжних

та вітчизняних вчених, як, зокрема, С. Понте, Т. Кляер, В. Фригант, В.П. Онищенко, О.О. Шапурова, Є.Ю. Денисова. Також вивчення цієї проблематики зустрічається в дослідженнях, наукових звітах Міжнародної асоціації виробників автомобілів (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers, OICA), аудиторських компаній (KPMG, PwC), міжнародних організацій (МВФ, Світовий Банк) та фінансових установ (Lloyds Bank).

**Метою** роботи є визначення ключових тенденцій у сфері досліджень і розробок, які притаманні глобальній автомобільній індустрії.

**Результати дослідження.** Під дослідженнями та розробками (англ. "research and developments", R&D) слід розуміти інноваційну діяльність, націлену на розроблення нового товару чи послуги або поліпшення якості, вдо-

сконалення та наділення новими характеристиками вже наявних. Головними атрибутами глобальної автомобільної індустрії є вищою мірою гнучка система субпостачань, мультимодальне виробництво та використання надсучасних технологій і матеріалів. Так, вже сьогодні більшість реконструйованих автомобільних заводів у США є мультимодальними з необмеженими можливостями випуску кількох конструктивно відмінних одна від одної моделей автомобілів та гнучким реагуванням на будь-які зміни споживчого попиту. Світова автомобільна індустрія активно бере участь в ДіР, посідаючи третє місце за витратами на їх проведення серед галузей світової економіки. Так, на автомобільну промисловість, що репрезентує середньотехнологічний сектор економіки, припадають нині 16,4% глобальних витрат, що спрямовуються на дослідження й розробки (рис. 1). Хоча це менше, ніж у секторах комп'ютерної техніки й електроніки (24,5%) та охорони здоров'я (21,3%), однак значно більше, ніж у секторах програмного забезпечення й Інтернету (11,2%), промисловості (11,1%), хімії й енергетики (6,2%), космічної техніки й оборони (3,3%), споживчих технологій (3,1%) та телекомунікацій (1,8%).

Автомобільна промисловість має частку витрат на ДіР на рівні 4,1% загального вартісного обсягу доходів корпорацій (рис. 1) і щорічний вартісний обсяг витрат на ДіР на рівні 99 млрд дол. США [1, с. 4]. Водночас середній термін циклу розвитку інноваційного продукту в автомобільній промисловості становить нині близько 4 років (для порівняння, в електроніці – у 6–8 разів менше), а отже, для кожної автомобільної ТНК ключовим компонентом корпоративної стратегії залишається масштабний і всебічний розвиток досліджень і розробок [2]. Саме вони дають змогу залучати нових покупців на основі впровадження у виробничі процеси інноваційних ДіР у сфері економії палива, впровадження електронних засобів і розширення продуктивних лінійок.

Оскільки в автомобілебудуванні бізнес-структури генерують значну кількість інноваційних розробок у співпраці з постачальниками і споживачами, адаптуючи продукцію під специфіку споживчих потреб різних регіональних

ринків, то саме під впливом інтернаціоналізації їх ДіР відбувається глибока трансформація глобальних ланцюгів створення доданої вартості. Так, динамічне розширення міжнародної діяльності автомобільних концернів супроводжується масштабним процесом адаптації технологій та інноваційних розробок до споживчих потреб приймаючих країн як на основі реалізації власного інноваційного ресурсу, так і завдяки ефективному використанню усіх конкурентних переваг міжнародного науково-технологічного співробітництва. В останнє десятиліття велика кількість автомобільних концернів перенесла частину своїх досліджень і розробок за кордон. При цьому розбудова внутрішніх виробничих процесів відбувається з урахуванням масштабів економічного ефекту від територіальної дислокації ДіР-підрозділів, можливостей міжнародного співробітництва з іншими учасниками інноваційного процесу та вибору конкретних організаційних форм, процесів і структури інноваційної діяльності. Наприклад, загальний обсяг фінансування досліджень і розробок, здійснюваних підрозділами іноземних автомобільних компаній на території США, становив у 2014 р. 6,3 млрд дол. США, або 15,3% інноваційних витрат зарубіжних компаній промислового сектору і 11,1% загальних витрат за усіма галузями економіки. Водночас автомобільні концерни Сполучених Штатів Америки вклали у фінансування ДіР своїх зарубіжних підрозділів 7,7 млрд дол. США, або 24,1% зарубіжних інноваційних витрат американських компаній промислового сектору і 14,8% загальних зарубіжних витрат на ДіР за усіма галузями економіки<sup>1</sup>.

Тоді як загальні витрати на ДіР автомобільних ТНК у 2007–2015 рр. зросли у вартісному вимірі на 11%, витрати на фінансування досліджень і розробок їх зарубіжних підрозділів збільшились на 42% і становлять сьогодні майже дві третини загальних корпоративних бюджетів на ДіР. Це значно вище відповідного показника за сектором обчислювальної техніки, електроніки й охорони здоров'я. Згідно з оцінками фахівців аудиторської компанії "PwC" ті автомобільні компанії, що провадили за кордоном дослі-

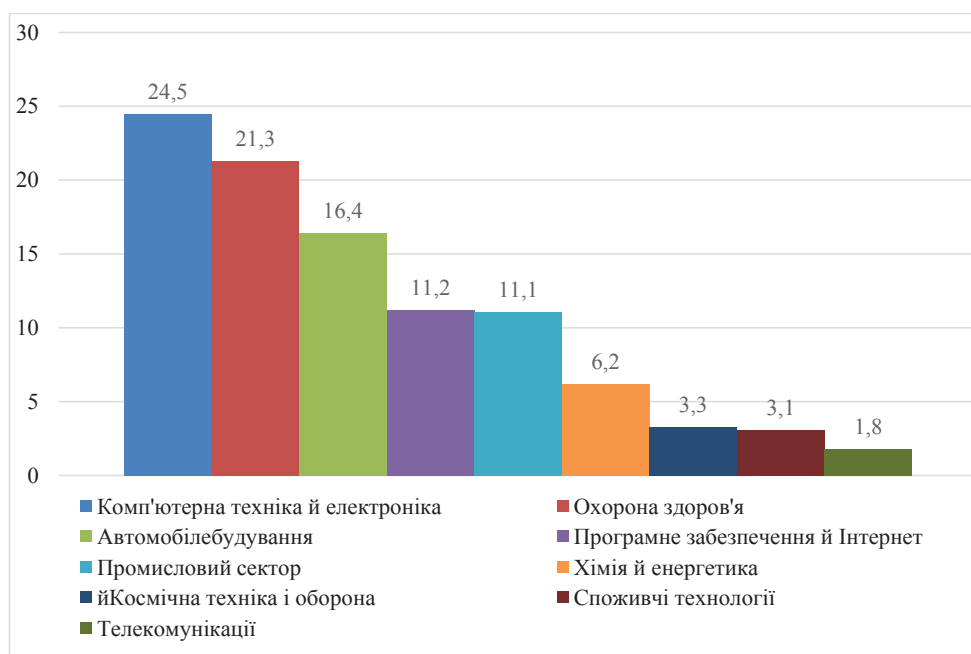


Рис. 1. Частка секторів у загальних витратах на ДіР у 2015 р., % [1, с. 5]

<sup>1</sup> Підраховано автором за даними джерела "Science and Engineering Indicators" // National Science Foundation, 2018. Р. 4–69.

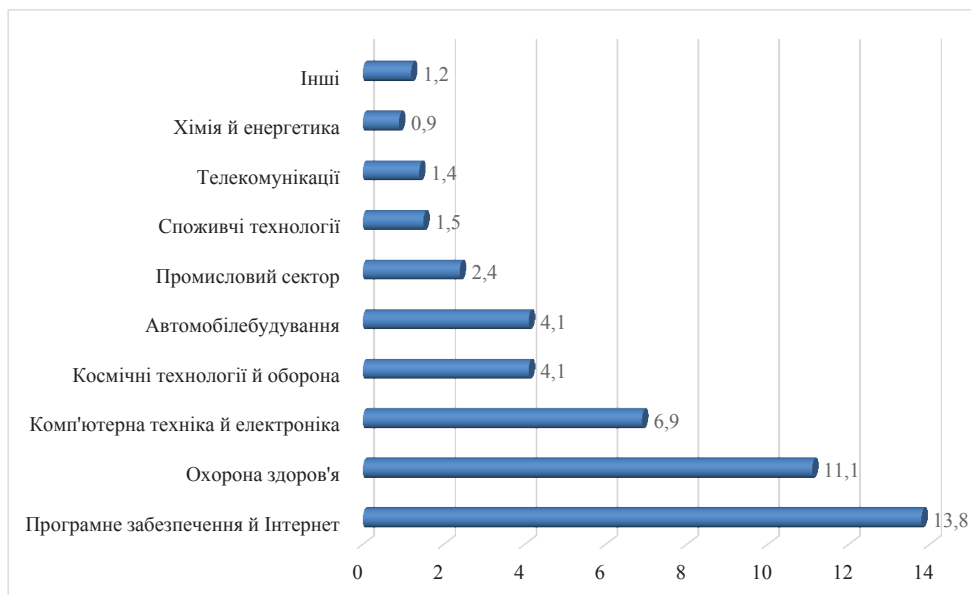


Рис. 2. Частка витрат на ДіР у загальних доходах галузі за окремими секторами у 2015 р., % [1, с. 3]

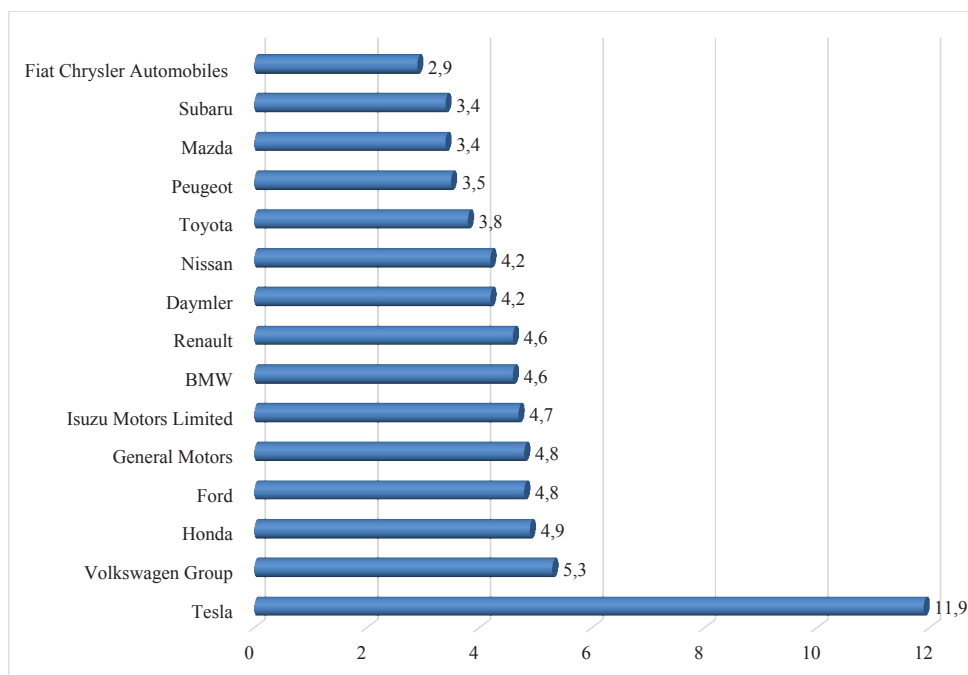


Рис. 3. Інтенсивність ДіР автомобільних ТНК у 2017 р., % [3]

дження й розробки, заробили у 2015 р. премію в розмірі 30% від операційної маржі і дохідності активів, а також мали на 20% вищий операційний дохід [1, с. 10]. При цьому найвищий рівень інтенсивності досліджень і розробок демонструють такі транснаціональні корпорації, як “Tesla” (11,9%), “Volkswagen Group” (5,3%), “Honda” (4,9%), “Ford” (4,8%), “General Motors” (4,8%), “Isuzu Motors Limited” (4,7%), “BMW” (4,6%) (рис. 3).

Саме вони реалізують нині найбільш масштабні ДіР за найбільш піонерними напрямками у сфері автомобільних технологій, зокрема вдосконалення гідридних двигунів і моделей авто на водневому паливі, розробка гідрогідридної повноприводної платформи, газорозподіл двигунів

залежно від інтенсивності використання, розробка каталізаторів, що перетворюють шкідливі компоненти вихлопних газів на нешкідливі, створення маховобілів і транспортних засобів з плазменним двигуном. Загалом же сукупні витрати на ДіР п'яти найбільших автомобільних компаній, що увійшли за підсумками 2017 р. у рейтинг Топ-20 корпорацій з найбільшими витратами на дослідження й розробки (“Volkswagen”, “Toyota”, “Daimler-Benz”, “GeneralMotors”, “Ford”), становили у звітному році майже 49 млрд дол. США (рис. 4).

Підтвердженням великомасштабної акумуляції автомобільними ТНК глобальних досліджень і розробок, тісно пов'язаної з монополізацією капіталу та виробни-

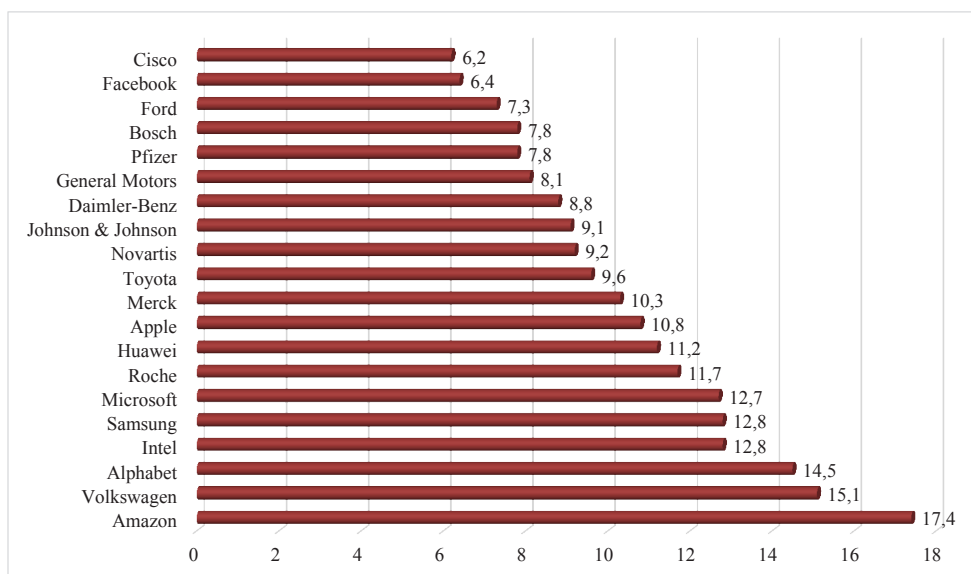


Рис. 4. Топ-20 глобальних корпорацій з найбільшими витратами на дослідження й розробки у 2017 р., млрд дол. США [4]

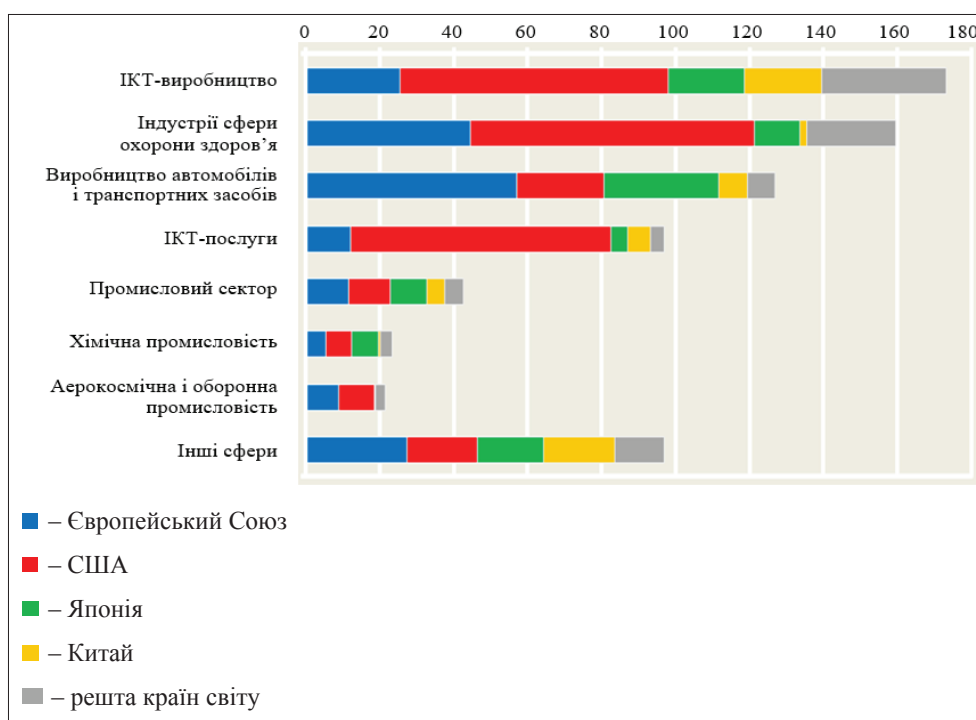


Рис. 5. Корпоративні витрати на ДіР Топ-2500 компаній за окремими секторами економіки і країнами у 2016–2017 рр., млрд. євро

Джерело: The 2017 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Publications Office of the European Union, 2017. P. 30.

цтва, є той факт, що на них припадає нині значна частка сукупних витрат на ДіР за групою 2,5 тис. глобальних корпорацій з найбільшими інноваційними витратами. Для країн Європейського Союзу цей показник становить 45,3% загальних витрат (58 зі 128 млрд. євро), США – 17,9% (23 млрд.), Японії – 23,4% (30 млрд.), Китаю – 7,1% (9 млрд.), решти країн – 6,3% (8 млрд.) (рис. 5) [5, с. 30].

У 2017 р. у Європі вироблено 280 млн. автомобілів, проте, згідно з дослідженнями “PwC”, до 2030 р. виробництво автотранспорту упаде до 200 тис. одиниць. У США

прогнозується спад до 22% (у 2030 р. обсяги виробництва складуть 212 млн.). В Китаї, навпаки, прогнозується зростання виробництва автомобілів до 50%.

У своєму звіті “Five trends transforming the Automotive industry” («П’ять тенденцій, що змінюють автомобільну промисловість») аналітики аудиторської компанії “PricewaterhouseCoopers” зазначають, що автомобільний сектор перебуває на шляху великих змін, які матимуть тривалий вплив як на саму індустрію, так і на споживачів [6, с. 6]. Зокрема, йдеться про такі тенденції:



1) Збільшення виробництва електромобілів. Вже у 2030 р. понад 55% вироблених автомобілів будуть електричними, а трохи більше 40% залишатимуться з гібридними та двигунами внутрішнього згорання.

2) Безпілотність. Великі наукові досягнення у сфері штучного інтелекту та нейронних мереж дали змогу зробити те, що раніше здавалось неможливим, а саме створити самокерований автомобіль. Так, вже у 2030 р. на європейських дорогах 40% автомобілів будуть автономними.

3) Каршерінг (англ. “carsharing”). Це альтернативна модель володіння та використання автомобіля. В класичному варіанті каршерінг є володінням автомобілем разом з іншою людиною або людьми, тобто володіння часткою авто з правом користуватися. Модель каршерінгу покликана швидко та зручно задовольнити традиційну потребу людини пересуватися з одного місця в інше, а також дає змогу економити власні кошти за рахунок зменшення витрат на одноосібне володіння авто. Сучасний каршерінг – це мережа організацій, яка надає послуги з оренди авто.

4) Зв’язаний автомобіль (“connected car”). Ця тенденція передбачає мережевий зв’язок одного автомобіля з іншим або ж з транспортною інфраструктурою (наприклад, світлофорами). Також йдеться про зв’язок користувача автомобілем (водія, пасажирів) із «зовнішнім світом». У майбутньому вони зможуть спілкуватися, працювати, мати доступ до мережі Інтернет чи мультимедійних послуг під час подорожі.

5) Щорічне оновлення. Чотири попередні тенденції об’єктивно приводять до збільшення значущості інновацій. В середньому життєвий цикл автомобіля (моделі) складає 5–8 років. Проте в майбутньому більшість моделей оновлюватиметься щорічно з метою впровадження нових розробок та програмного забезпечення [6, с. 6–11].

Таким чином, всі вищезазначені тенденції глобальної автомобільної промисловості мають безпосередній зв’язок з ДіР. Незважаючи на те, що лише одна автомобільна компанія (“Tesla”) потрапила в десятку найбільш інноваційних компаній світу у 2016 р. (список очолила “Apple”, також до рейтингу потрапили “Facebook”, “Samsung”, “General Electric” тощо, ще п’ять автовиробників посідають місця в межах 11–20) [7], дослідження та

розробки є ключовими напрямками діяльності автомобільних транснаціональних корпорацій світу, забезпечуючи конкурентоспроможність та доступ до нових ринків.

Щодо тенденцій, які притаманні саме ДіР у світовій автомобільній промисловості, то варто сказати, що продовжує зменшуватись частка інвестувань у розширення модельного ряду. Однак це не варто вважати негативним знаком. Аналітики дійшли висновку, що компанії-автовиробники, які інвестували левову частку свого бюджету ДіР у програмне забезпечення, а не в розширення асортименту, мають вищі показники зростання, ніж конкуренти [8].

**Висновки.** Підбиваючи підсумок, відзначимо, що, незважаючи на те, що автомобільна промисловість є середньотехнологічною галуззю, автомобільні транснаціональні корпорації займають лідерські позиції (поступаючись лише таким секторам, як комп’ютерна техніка та електроніка й охорона здоров’я). Для кожної автомобільної ТНК ключовим компонентом корпоративної стратегії залишається масштабний і всебічний розвиток досліджень і розробок. Також принагідно зазначити, що динамічне розширення міжнародної діяльності автомобільних концернів супроводжується масштабним процесом адаптації технологій та інноваційних розробок до споживчих потреб приймаючих країн на основі як реалізації власного інноваційного ресурсу, так і ефективного використання усіх конкурентних переваг міжнародного науково-технологічного співробітництва.

Особливо важливо наголосити на тісному зв’язку між основними трендами, які характеризують сучасну автомобільну індустрію, та проведенням досліджень та розроблень. Збільшення кількості електромобілів, безпілотність, каршерінг, щорічний upgrade – всі ці фактори спонукатимуть корпорації-автовиробників до оптимізації структури проведення досліджень та розроблень, а саме зосередившись на програмному забезпеченні, поліпшенні якості тих функцій автомобіля, які є стратегічно важливими для споживача, а не на розширенні модельного ряду.

Узагальнюючи вищезазначене, можемо стверджувати, що дослідження та розробки є надзвичайно важливою складовою корпоративної стратегії автомобільних транснаціональних корпорацій.

#### Список використаних джерел:

1. The 2015 Global Innovation 1000 & Automotive industry findings. Data and analysis, Bloomberg data, Capital IQ data. PwC, 2016.
2. Попова А.О. Движущие силы развития американских корпоративных НИОКР и инноваций. Россия и Америка в XXI веке. 2015. № 1. URL: [http://www.rusus.ru/?act=read&id=430#\\_ftn16](http://www.rusus.ru/?act=read&id=430#_ftn16)
3. Selected automakers’ R&D intensity worldwide in 2017. Statista. The Statistical Portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/574012/research-and-development-to-sales-ratio-of-automakers>.
4. The Global Leaders in R&D Spending, by Country and Company, October 13, 2017. URL: <http://www.visualcapitalist.com/global-leaders-r-d-spending>.
5. The 2017 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Publications Office of the European Union, 2017.
6. Five trends transforming the Automotive Industry. Automotive industry report. PwC. 2018. P. 49.
7. The 2016 Global Innovation 1000 Study. PwC, October 2017. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/media/file/2016-Global-Innovation-1000-Fact-Pack.pdf>.
8. Happy motoring: Global automobile production 1900 to 2016, June 13, 2017 by Darrin Qualman. URL: <https://www.darrinqualman.com/global-automobile-production>.

#### ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ КАК ОДНО ИЗ КЛЮЧЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Аннотация.** В статье рассмотрены ключевые тенденции сферы исследований и разработок мировой автомобильной промышленности как одной из ведущих отраслей мировой экономики, проведен их структурный анализ по сферам и объемами их проведения, признакам стран и компаний-провайдеров. Кроме того, определены основные особенности современной глобальной автомобильной промышленности, которые будут иметь непосредственное влияние на ее функционирование в будущем.

**Ключевые слова:** автомобильные транснациональные корпорации, исследования и разработки, инновации, ключевые тенденции.

## RESEARCH AND DEVELOPMENT AS ONE OF THE KEY DIRECTIONS OF THE ACTIVITY OF THE GLOBAL AUTOMOBILE INDUSTRY

**Summary.** The article considers the key trends in the field of research and development of the automotive industry as one of the leading branches of the world economy, their structural analysis in terms of their areas, national affiliation and their providers are conducted. In addition, the main features of the modern global automotive industry are determined, which will have a direct impact on its operation in the future.

**Key words:** automotive transnational corporations, research and development, innovations, key trends.

УДК 336.1

**Sydorchuk A. A.**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department of Finance named by S.I. Yuriy,  
Ternopil National Economic University*

**Сидорчук А. А.**

*кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри фінансів імені С.І. Юрія  
Тернопільського національного економічного університету*

## PREREQUISITES FOR DEVELOPMENT OF STATE SOCIAL INSURANCE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION OF UKRAINE

**Summary.** The paper considers prospects for the development of state social insurance in Ukraine in the context of European integration. Indicators characterizing the macroeconomic state of our country do not allow comparisons with any of the countries where other models of social insurance are used. Thus, at present, Ukraine does not have the necessary macroeconomic conditions for the functioning of the social insurance system.

**Key words:** state, state social insurance, European integration, development, prerequisites.

**Formulation of the problem.** In the member countries of the European Union, there are four basic models of social protection dominant: continental or Bismarck model (Germany, Austria, Switzerland), Beveridge model (Great Britain), Scandinavian (Sweden, Norway, Denmark, Finland), and Southern-European (Spain, Italy, Greece, Portugal). This typology is used by researchers of existing models of social protection of the population. However, it should be noted that in most states of the European Union, or even the United States or Canada, it is possible to find features indicating a certain combination of features of the Bismarck and Beveridge models of social protection of the population among themselves.

**Analysis of recent research and publications.** Such foreign scholars as W. Beveridge, O. von Bismarck, R. Nozick, J. Rawls, and others made a significant contribution to the formation of theoretical foundations of social insurance. Among Ukrainian researchers, it is worth mentioning O. Vasylyk, B. Nadtochiy, M. Savarina, N. Shamanska, S. Yuriy and others. Despite the considerable interest of domestic scholars in the economic aspects of the functioning of the social sphere of society, insufficient attention is paid to the issue of macroeconomic preconditions for the functioning of state social insurance in Ukraine in the context of European integration. This determines **the relevance** of the paper.

Practice shows that social-fee payers in our state perceive current fee rates as high. In addition, the system of social insurance in the country itself is based on the availability of a certain number of benefits that do not allow taxation of the entire wage bill in the economy. One of the reasons for such a situation, in our opinion, is the lack of necessary macroeco-

nomical conditions for the functioning of the state social insurance system in Ukraine in the context of European integration. **The aim** of the publication is to research prospects for the development of state social insurance in Ukraine in the context of European integration.

**Results.** Based on research by scientists [1, p. 33-34; 2, p. 30; 3, p. 31], we are going to present the following division of countries into groups:

a) Countries where the Scandinavian model of social protection prevails (Northern Europe). The social democratic model of the Scandinavian countries is manifested in the fact that the state assumes a significant share of responsibility for the social protection of the population, and the global economic task determines the achievement of full employment. As result, the main share of expenditures in the field of social protection is financed through the state budget system;

b) Countries where the continental model of social protection prevails (Continental Europe, North America). Problems of social protection are mostly solved between employers and employees in the person of trade unions. State interference in this sphere is negligible, mainly through the introduction of programs of minimal medical (for the whole population) and financial (for the unemployed) provision. The main share of expenses for social protection of the population is carried out through the system of insurance companies;

c) Countries where the Beveridge and continental models of social protection with the predominance of the latter are applied (Austria, Switzerland, Germany). In these countries, models are implemented based on a mixed public-private solution to social problems, where the responsibility of an

individual entrepreneur replaces the system of their mandatory collective responsibility under the control of the state;

d) Countries where the Beveridge and continental models of social protection of the population with the predominance of the first (England, Ireland) are used. It is envisaged that in certain cases (illness, retirement age, death, childbirth, etc.), every citizen must be covered by social assistance, the main source of funding of which are budgets of different levels. In these countries, a wider range of social programs is implemented, than in the countries of North America. The main task of the state, which it sets itself – is to ensure the minimum income of citizens.

Most of the underdeveloped market economies, including Ukraine, are trying to build financial support for the social protection system on the basis of the guaranteed minimum income of the population. The existence of one or another of its models will depend on what stage of political and economic development in the state is.

In the financing of social protection of the population in Ukraine were separate periods when one of the above-described models was used more actively than the other, and consequently, with these changes, the role of social insurance increased or decreased.

In the study of these stages, we consider the period of duration from the end of the nineteenth century (the beginning of measures for social protection in Western Europe) and to this day. Collective insurance funds to cover the risk of disability on the territory of Ukraine existed throughout the twentieth century. Its early forms developed on the initiative of employers who tried to avoid liability in case of a trial after an accident, injury or death of people in the workplace. The social program thus replaced judicial proceedings and contributed to the resolution of conflict situations [4, p. 39].

Historically, the first model of social protection in Ukraine has become continental (the Bismarck model). Its existence was accompanied by the dynamic development of elements of social insurance, which began in 1903 and lasted during the first half of the twentieth century (Table 1).

In general, after 1917, the social insurance in Ukraine developed in the same direction as in all republics of the Soviet Union. Initially, it covered only the risk of permanent disability (disability), and since 1917 it has spread to unemployment and temporary disability.

The formation of social insurance in the XX century was characterized by the following features:

a) The social insurance of industrial accidents (with the exception of the period of the civil war) and illnesses, respectively, from 1903 and 1917, lasted for the longest time as a part of public finances;

b) Its development began in 1917 and was abolished in 1930 by social insurance in the event of unemployment for political reasons since it was believed that socialism is not compatible with such rudiments of capitalism as unemployment. Thus, on August 23, 1930, the Board of the People's Commissariat for Labour adopted a resolution, which, inter alia, stated: "... The unemployed who are registered in labour exchanges are the result of improper work of labour exchanges and the failure of the unemployed to work for retraining ... projected in control figures for 1930/1931 408 thousand unemployed and 30 million roubles to financing this unemployed person to be considered incorrect, and therefore to cancel it. ..." [6, p. 119];

c) The financial basis of the Soviet pension system until 1990 was the State Budget of the USSR, at which expense pensions were paid. During a short period – the beginning of the 20s of the twentieth century and in 1937 – the source of pension financing was the social insurance budget. However, this practice was abolished in 1938.

Table 1

Stages of social insurance development in Ukraine<sup>1</sup>

Stages	Events	Features
1903–1917	Formation and development of social insurance against accidents at work	Not applicable to all sectors of the economy
1917	Formation of social insurance in case of unemployment and illness (prototype of nowadays temporary disability)	The unemployment insurance does not apply to all employees; the temporary disability covered only the risk of illness, childbirth or death of the worker
1918–1921	Civil War	Funding of social expenditures at the expense of the budget
1921	The social insurance has been restored from accidents at work, in the event of unemployment and illness	Payments were made through insurance cash registers
20-s XX centuries	Formation of pension insurance	Covered only certain categories of workers (Red Army soldiers, Communist Party workers, etc.).
1927–1936, 1938	Rolling out the NEP and implementing the policy of industrialization in the USSR	Pension payments to non-working pensioners are transferred to local budgets
1929		The state social insurance received a single budget
1930	Suspended the existence of social insurance in the event of unemployment	The changes were caused not by economic but by political motives
1931	The policy of industrialization in the USSR	Changes in the organization of social insurance in the direction of increasing the role of trade unions
1948	Post-war period	The monopoly of trade unions for the purpose of social assistance has ceased to exist. These responsibilities are transferred to the administrations of state enterprises
The second half of the XX century	Development of social insurance in the event of unemployment and illness	It has a "declarative" character
since 1991 to today	Dynamic development of social insurance	It does not cover health insurance

Source: it was made by the author on the basis of [5]

Joining the opinion of scholars, we note that the development of social insurance in the Soviet period was more artificial than real. This is conditioned by the fact that since 1917, when the state form of ownership began to form, the state as a general entrepreneur and insurer (guarantor), as well as the main producer and main consumer, were not interested and did not have incentives to become social insurance. Because of this, in the second half of the twentieth century, a system of free social welfare (medical and pension) was created, which was based on the Beveridge model of social protection of the population and implemented in practice its extreme left-wing option.

In the mid-80 of the XX century, in the USSR, radical transformations in the political and socio-economic organization of social life began. They were caused by deterioration of the overall economic situation of the country, low efficiency of the economy in terms of meeting consumer demand, high expenditures of the military-industrial complex, and others. This led to the fact that social costs, especially pensions, became an excessive burden on the state budget. The formation of various forms of property, which began with the construction of a market economy, showed the ineffectiveness of the functioning of the outdated social security system and an impetus for its restructuring, which could not but be reflected in social insurance.

Thus, in the late 1980s, the problem in the USSR was the search for non-budgetary sources to finance pensions and other types of social assistance. Taking into account foreign experience, in the USSR and the states formed after its collapse, was chosen to construct a continental model of social protection of the population with the widespread use of principles of social insurance.

In our country in early 1991, a fundamentally new structure was created – the Social Insurance Fund of Ukraine. Organizationally, the Fund was active through the creation of the Board of the Fund, which consisted of an absolute majority of representatives from trade unions. The Board of the Fund developed and approved the Regulations on the Fund and its executive bodies. During 1993–2001, an independent Ukraine laid down a regulatory framework for restoring the role and importance of social insurance in the financial system of the state by adopting the relevant Concept and Fundamentals of Legislation. During this period, the Parliament of Ukraine adopted a statutory framework that defined the principles of the existence of such types of state social insurance as:

- (a) In the case of unemployment;
- (b) In connection with temporary disability and costs due to burial;
- (c) From work accidents and occupational diseases that caused disability;
- (d) Pension.

On the basis of the single Social Insurance Fund of Ukraine, separate state-owned trust funds were created that managed the funds for each type of social insurance until 2016. Such a division into separate branches of social insurance lasted until

2017, when on the basis of social insurance funds in connection with the temporary loss of working capacity and expenses caused by burial and from an accident at work and occupational disease that caused disability; a single Social Insurance Fund of Ukraine was established.

Only one kind of social insurance, distributed abroad, does not have a legislative consolidation in our state – it is health insurance.

Thus, in Ukraine, legal conditions were created for the formation of a system of compulsory state social insurance (or continental model of social protection), based on the requirements of the European Code of Social Security (1964) and the recommendations of the International Labour Organization No. 67 (1944) and corresponds to the theoretical principles developed by Otto von Bismarck.

So, in Ukraine, the formation of the social insurance system: a) Accompanied by the transition from the Beveridge model to the continental model of European countries;

b) Hampered by economic reasons, in particular, due to the unsatisfactory structure of the economy (focus not on services or consumption of the population) and its crisis.

In our view, considering any model of social protection (including a continental model that actively uses social insurance), it is necessary to analyse not only the principles of its construction but also the necessary conditions and limitations on the functioning of this model. It should be noted that such conditions and restrictions are based on the accumulated experience of constructing models in those or other countries. The conditions contributing to the development of the continental model of social protection and, therefore, social insurance will be determined by the indicators of the economic development of the state, presented in Table 2.

We give a description of such indicators contained in Table 2:

(a) GDP per capita: The choice is due to the fact that this is a generalized indicator that determines the economic performance of a country serves as a measure of the well-being of the population in it and is used to compare the economies of the world. In addition, the analysis showed that the source of financial resources for social insurance is GDP, so its size (and GDP per capita as a derivative) will determine the possibilities of the social protection system;

(b) The level of economic growth: This indicator will characterize the opportunities for the development of a model of social protection in the long term – the reduction of the indicator narrows them and vice versa;

(c) Unemployment rate: The use of this indicator is determined by the source of the formation of social insurance resources – the size of wages and the number of payers of insurance premiums (employees), which will also determine the financial capabilities of the system. The effect of this indicator is reversed to the previous one: the higher it is, the possibilities of social insurance are reduced, and vice versa;

(d) Inflation rate: This indicator will allow you to compare the amount of financial resources to real, rather than the

Table 2

**Macroeconomic indicators for assessing the preconditions for the existence of social insurance**

#	Indicator	An economic interpretation of the impact on the social insurance system
1	GDP per capita	The higher financial capabilities of the system, the higher the indicator
2	The level of economic growth	The effect is similar to the impact of the previous indicator #1
3	Unemployment rate	An inverse-proportional relationship. The higher the score, the lower the financial capacity of the system
4	Inflation rate	The effect is similar to the impact of the previous indicator #3
5	State budget deficit	Its presence or large size may encourage a wider use of the social insurance system

Source: It was developed by the author



nominal ratio. Without it being taken into account, the possibility of a system of financial insurance will be assessed biased – in absolute terms, they can significantly increase, but if this is accompanied by a depreciation of the monetary unit in a country, the conclusion on the increase of financial resources without taking into account the inflation rate is not completely objective;

(e) State budget deficit: It has no direct relation to the conditions of functioning of the social insurance system, only indirectly. The presence of a deficit reduces the possibility of the Beveridge model of social protection of the population and can be one of the reasons for the abandonment of it and the transition to continental. Only monitoring the indicator will show if there are prerequisites for such a transition in the country in the future.

The analysis of five indicators described above is for countries that, depending on the distribution of this or that model of social protection, are divided into four groups, will determine the preconditions for the functioning of the continental model (social insurance system) in Ukraine.

Necessary prerequisites for the existence of individual models of social protection of the population is the availability of potential for economic development of the state, which is described by the relevant indicators (inflation, unemployment, economic growth, etc.), and based on one of the five methods of accumulating insurance fees in the state social insurance.

Table 3 contains indicators of the economic development of a number of countries in accordance with their common models of social protection.

As it can be seen from the above data, the state where:

(a) The continental model of social protection (Germany, Austria, Switzerland) has become, it is characterized by a lower level of economic growth (9%) and unemployment (5%) compared with other models; low inflation (0.4% per annum), and a budget deficit of 0,35% to GDP;

(b) The Beveridge model has become, it has an average of other countries with a budget deficit (2% of GDP), the highest rates of economic growth (14%), low inflation (0.13%) and one of the highest unemployment rates (7%);

(c) It is based on the Scandinavian model, has one of the lowest deficits (0.4% of GDP), the lowest among countries with other models of inflation (negative), high unemployment (almost 7%) and one of the highest rates of economic growth (more 10%);

(d) The Southern-European model is used, it has one of the worst macroeconomic indicators: a large budget deficit (3.4% of GDP), high unemployment (over 17%), and low GDP per capita (30,4 thousand USD);

(e) The system of private social insurance is used (in particular, the US), it has one of the largest budget deficits (3.5% of GDP) and creates conditions that are somewhat similar to Beveridge model.

The states that have chosen as a source of funding for the social protection system budget funds (Beveridge model) tend to be in the way of a deficit in public finances (2% of GDP).

In the long run, the welfare of the population should not deteriorate as, in the conditions of a significant economic growth (14% per annum) and one of the highest unemployment rates without increasing the budget deficit, this goal will be difficult to achieve. At the same time, the number of unemployed loses its relevance: taxpayers are primarily enterprises and the state focuses on creating a favourable investment climate in the economy. Because of this, the number of unemployed people, in comparison with countries with other models of social protection, is greater (almost 7%).

The states that chose the insurance system (the continental model) as the main source of financing social protection of the population are forced to pursue a policy of active employment, as it is the main contributor to it. Because of this, the number of unemployed is slightly lower than in other countries (5%). The lower burden of social expenditures on the budget results in its lower deficit (0.5%).

States with a Southern-European model, increasing the welfare of the population reach by deficits of the budget, as they combine its funds as sources of financial support for social protection with the social insurance system, sharing the burden of social spending between these levels of public finance. It traces the annual growth of the economy. Therefore, the number of unemployed people (17% vs. 5%) is not important in comparison with the continental countries.

A private social insurance system can exist in high rates of economic development (almost 10%) and insignificant unemployment (5% of the able-bodied population). The large deficit of budgetary funds (3.5% of GDP), which was observed during this period, did not directly concern the social protection system and was due to the fact that the basis of macroeconomic policy in the United States in the 90s of the twentieth century. B. Clinton's administration took Keynesian views on scarce finances. Other macroeconomic indicators of this model are similar to the Beveridge model.

Taking into account the number of officially registered unemployed (less than 10%) and the deficit of budget funds (3% of GDP), we will determine the possibility of introducing a Continental, Scandinavian or South-European model of social protection in Ukraine. At the first point of view, the prerequisites for applying the continental model seem most likely: the budget deficit and the number of unemployed in our state are similar to those observed in continental Europe. However, the rates of depreciation of the monetary unit and the growth rate of the economy are not comparable. For the same reasons, the Ukrainian economy cannot ensure the implementation of the Scandinavian model. In addition, budget deficits in Denmark, Sweden, Finland, the United Kingdom, or Ireland are due to a large share of social expenditures (primarily pension payments), while in Ukraine and without Pension Fund of Ukraine expenditures, the deficit is 3% of budget revenues.

Conclusions. Indicators characterizing the macroeconomic state of our country do not allow comparisons with any of the countries where other models are used. In other words,

Table 3

Macroeconomic indicators of social protection models of the population

Indicator	Continental or model Bismarck	Model Beveridge	Scandinavian	Southern-European	USA	Ukraine
GDP per capita, \$ [7]	48181	43471	48663	30498	54629	8790
The level of economic growth, % [8]	9,15	14,07	10,33	8,86	9,23	4,7
An unemployment rate, % [9]	5,15	6,93	6,29	17,16	5	9,55
An inflation rate, % [10]	0,41	0,13	1,08	-0,09	0,7	31,3
A deficit of the state budget, % [11]	-0,35	-2,3	-0,45	-3,4	-3,5	-2,9

Source: It was developed by the author

the existence of social insurance as a component of social protection in Ukraine occurs in conditions not characteristic of any of the states under consideration. This can be clearly seen by comparing the average per capita income (which is 4 times smaller than the nearest indicator of the countries of Southern Europe), the growth rates of the economy (which are 2 times less than the indicator of the countries of the continental model of social protection) and the level of inflation (which is not comparable with any of the countries we analysed).

Thus, at present, Ukraine does not have the necessary macroeconomic conditions for the functioning of the social insurance system. Such conditions will only arise if the rate

of economic development of the country is at least twice as high as that of continental Europe; ensuring unemployment at a level at least twice as low as that of continental Europe; reducing the budget deficit by 10 times compared to the level in 2016 and, most importantly, stopping the depreciation of the national currency. If these steps are not taken, the legally "continental" model of social protection declared in Ukraine will be gradually transformed into an actually implemented "South-European" model.

The research on the development of state social insurance in conditions of European integration of Ukraine opens the prospects for future research in this area of financial science.

#### References:

1. Ковжарова Е. Особливості застосування найбільш поширених моделей фінансування системи охорони здоров'я. Практичні висновки для України. Україна: аспекти праці. 2002. № 11. С. 31–38.
2. Сергієнко О. Соціальна політика в сучасному світі та в Україні. Україна: аспекти праці. 2002. № 1. С. 31–37.
3. Павленко Ю. Світовий досвід функціонування систем соціального страхування. Уроки для України. Україна: аспекти праці. 2002. № 6. С. 30–37.
4. Гринюк Д. Соціально-економічні та правові передумови виникнення страхування. Право України. 2002. № 11. С. 37–40.
5. Історія виникнення і розвитку соціального страхування // Фонд соціального страхування України. URL: <http://www.fse.gov.ua/fse/control/main/uk/publish/article/947780;jsessionid=3AAC5352BBAC8EF76357BAB85B90DE0F>. (accessed 02.07.2018)
6. Ковалинський В. В. Праця та соціальна політика. З історії міністерства. К.: Поліграф-Колеріум, 2002. 280 с.
7. Список країн за ВВП на душу населення // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>. (accessed 02.07.2018)
8. Розраховано автором на основі даних Світового банку за період 1990-2016 рр. // Світовий банк. URL: [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?order=wbapi\\_data\\_value\\_2013+wbapi\\_data\\_value+wbapi\\_data\\_value-last&sort=desc](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?order=wbapi_data_value_2013+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=desc)
9. Розраховано автором за період 2015-2016 рр. на основі даних джерела: The world fact book / CIA. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/guidetowfbook.html>
10. Розраховано автором за період 2015-2016 рр. на основі даних джерела: The world fact book / CIA. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/guidetowfbook.html>
11. Розраховано автором за період 2016 рр. на основі даних джерела: The world fact book / CIA. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/guidetowfbook.html>

### ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

**Анотація.** В статті розглянуті передумови для розвитку державного соціального страхування в контексті європейської інтеграції України. Результати представленого дослідження, а саме, аналіз макроекономічних показників України, свідчать про відсутність в нашій країні необхідних умов розвитку континентальної моделі соціального страхування характерну для європейських країн. Розвиток державного соціального страхування в умовах європейської інтеграції України та існуючих макроекономічних показників відкриває перспективи майбутніх досліджень у цій галузі фінансової науки.

**Ключові слова:** держава, державне соціальне страхування, європейська інтеграція, розвиток, передумови.

### ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЄВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ УКРАИНЫ

**Аннотация.** В статье рассмотрены предпосылки для развития государственного социального страхования в контексте европейской интеграции Украины. Результаты представленного исследования, в частности, анализ макроекономических показателей Украины, свидетельствуют об отсутствии в нашей стране необходимых условий развития континентальной модели социального страхования характерную для европейских стран. Развитие государственного социального страхования в условиях европейской интеграции Украины и существующих макроекономических показателей открывает перспективы будущих исследований в этой области финансовой науки.

**Ключевые слова:** государство, государственное социальное страхование, европейская интеграция, развитие, предпосылки.

**Сімахова А. О.**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки  
та управління національним господарством  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

**Simakhova A. O.**  
Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of Department of Economics  
and National Economy  
Management, Faculty of International Economics of  
Oles' Honchar Dnipro National University

## СОЦІАЛЬНІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

**Анотація.** У статті розглянуто різні підходи до трактування категорії «соціальність». Наведено різні типи соціальності в історичному розрізі та в умовах глобалізації. Запропоновано дефініцію соціальності з огляду на сучасний глобальний розвиток.

**Ключові слова:** соціальна економіка, соціалізація економіки, глобалізація, економічний розвиток, соціальність.

**Вступ та постановка проблеми.** Розвиток соціальної економіки у глобальних умовах все більше акцентує уваги на її детермінантах. Беззаперечно, соціальна економіка базується на реалізації потенціалу соціалізації та показує свій результат у соціальності. Соціалізація економіки як категорія з'явилась дещо раніше за поняття «соціальна економіка», хоча підвалини до розуміння обох категорій були закладені ще у Стародавньому світі. Соціальність теж розглядалася ще з давнини філософами, соціологами, останнім часом до них приєдналися економісти. На глобальному рівні соціальність показує, яким чином досягнуто цілей соціальної економіки. Як детермінанти соціальної економіки соціалізація виступає її процесом, а соціальність – її характеристикою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Здебільшого категорія «соціальність» досліджується науковцями-соціологами, зокрема можна назвати таких вчених, як В.В. Нікітіна, А.В. Кошелєв, К.С. Пігров, Ю.Л. Качанов, Н.В. Коваліско. Серед вчених-економістів значну увагу категорії «соціальність» приділили В.О. Гришкін, Л.М. Тимошенко, Н.М. Дєєва, П.А. Борисенко, І.О. Стеблянко. З глобальної точки зору соціальність розглядав В. Хантер в аспекті проблеми глобальної бідності. Незважаючи на значні доробки науковців з окресленої проблематики, недостатньо вивчено соціальність з економічної точки зору на глобальному рівні.

**Метою** роботи є аналіз теоретичних засад соціальності як детермінанти розвитку соціальної економіки у глобальних умовах.

**Результати дослідження.** Досягнення основних стратегічних цілей держави в умовах соціальної економіки можливе лише через забезпечення соціальності. Перед тим як викласти власну думку про поняття «соціальність», вважаємо необхідним оцінити теоретичну спадщину щодо цієї категорії. Історично назване поняття походить із соціальної філософії. У найзагальнішому сенсі під соціальністю розуміють спільну діяльність людей, спрямовану на відтворення людини як суспільної істоти.

Поняття соціальності інколи традиційно за поглядами філософів-утопістів пов'язується з нерівністю людей і прагненням до її усунення. Проте соціальна рівність завжди ототожнювалася з однаковими для всіх визна-

чальними умовами життя. Так, витоками своїми територіальною концепцією соціальності сходить ще до Платона, що визначив суспільство як спільне поселення людей («збираються воедино») для надання допомоги один одному, для задоволення багато в чому своїх потреб [1, с. 130]. Проте такий підхід до порозуміння соціальності є дещо обмеженим, адже просторове об'єднання людей за умов глобалізації не може створювати глобальну соціальність, воно виступає її вираженням та виявом.

Категорія «соціальність», на думку українського науковця В.В. Нікітіної, відображає забезпеченість людини та окремих соціальних груп матеріальними та духовними результатами життєдіяльності інших людей та груп, яка виявляється на різних рівнях, а саме на рівні світосприйняття, на рівні світогляду та на рівні практичної діяльності, взаємодії індивідів та соціальних груп [2, с. 22]. Саме такий багаторівневий вияв соціальності зумовлює відмінності підходів вчених до її трактування.

Український соціолог А.В. Кошелєв розглядає соціальність як феномен, що характеризує суспільний устрій загалом, тобто не в сенсі вияву через різні сторони соціального, а в сенсі свого генетичного, природного існування як особливого унікального суспільного явища, яке було виробленим людством у ході його розвитку [3, с. 135]. У цьому разі соціальність насамперед виступає предметом дослідження, що відображає сутнісні характеристики генезису, розвитку, змін суспільного устрою в ході соціальної історії. В умовах глобалізації саме останнє зумовлює існування соціальності в рамках соціальних та правових систем.

Розглядали соціальність у школі Е. Дюркгейма в концепції соціологізму. Соціальність за цього підходу розглядається як реальність особливого роду, автономна по відношенню до індивідуальної, біопсихологічної реальності. Проте вже в роботах учня Е. Дюркгейма М. Мосса сказано, що соціальність не може вважатися об'єктивною реальністю, оскільки передбачається що її базові характеристики змінюються залежно від типу культури в історичному просторі-часі [4, с. 239]. Це підтверджує існування декількох типів соціальності, про що говоритимемо далі.

Варто зазначити, що «соціальність» не може зводитися лише до онтологічної характеристики спільних дій індиві-



дів. Соціальність тією чи іншою мірою виявляється у взаємовідносинах людей з різними сферами буття, зокрема з природою, технікою. Адже природа здійснює вплив на суспільне життя та життя окремих особистостей. Також і техніка, і матеріальні продукти людської праці виступають умовами розвитку будь-якого суспільства загалом та його соціальних груп і особистостей зокрема. Вочевидь, ці чинники треба враховувати під час дослідження сутності соціальності як основної характеристики соціальної економіки.

Як вже було зазначено, в умовах глобалізації виділяються три види соціальності згідно з її спрямованістю, а саме прогресуюча, відтворююча та деградуюча соціальність. Але при цьому об'єктивно виникає питання про критерій досконалості або недосконалості соціальної взаємодії та розмежування названих вище видів соціальності. Для визначення цього критерію позитивної або негативної спрямованості розвитку соціальності слід звернутися до теоретичного надбання видатних науковців, які дослідили причини та рушійні сили прогресивного чи регресивно-регресивного руху суспільства. Так, англійський соціолог Г. Спенсер виділяв як критерій еволюції, зокрема прогресу, ступінь взаємообумовленості (інтеграції) діяльності соціальних суб'єктів за умов прояву ними своєї неповторності, унікальності, індивідуальної самореалізації [5, с. 352].

Підсумовуючи погляди різних вчених, можемо стверджувати, що критерієм спрямованості розвитку соціальної як якості суспільного буття є наявність та можливість вияву потенціалу самореалізації соціальних суб'єктів, зумовленого особливостями їх згуртованості. Таким чином, основою прогресуючої соціальності є розширення просторово-часового поля формування та реалізації потенціалу для самореалізації та саморозкриття особистості, вияву її творчих здібностей, а також утворення соціальних груп таким чином, що їх творча діяльність стає основою суспільного устрою та економічного зростання країни.

Відтворююча соціальність передбачає ефективне функціонування структур, які склалися в суспільстві та забезпечують соціальну згуртованість особистостей та груп індивідів, які самореалізуються в різних галузях життя.

Деградуюча соціальність характеризується зниженням потенціалу вияву кожною особистістю своєї унікальності, потенціалу саморозвитку особистості в суспільному оточенні завдяки вичерпаності традиційних та відсутності або низькій ефективності нових соціальних стимулів до розкриття індивідуумами своїх здібностей та творчих можливостей для забезпечення позитивної соціально-економічної динаміки.

Ж. Бодрійяр сучасну соціальність пов'язує передусім із суспільними інституціями (урбанізація, навчання в школі, соціальне забезпечення, страхування тощо), що виникли «на розвалинах попередніх символічних і ритуальних суспільств» [6, с. 73]. У останніх не було як своєї історії, так і соціальності взагалі. Також Ж. Бодрійяр стверджує, що історично можна виділити певні етапи в розвитку соціальності. Так, соціальність епохи індустріального суспільства ґрунтувалась на законах раціональності. Сьогодні, в епоху постіндустріального суспільства, вона «поступається місцем соціальності контакту, безлічі тимчасових зв'язків» [6, с. 292]. Справді, не можна не помітити того, що соціальність, як і сам розвиток соціальної економіки у сучасному світі за умов глобалізації, зазнає серйозних, радикальних змін, що можна розглянути в термінах історичної динаміки соціальності.

Варто зазначити, що поняття «соціальність» виступає однією з категорій соціальної філософії, соціології

та соціальної економіки. З наших позицій ключовим у подальшому визначенні соціальності мають стати такі характеристики, запозичені з трактування соціальності соціальною філософією та соціологією, як надіндивідуальна соціальна взаємодія членів суспільства, умови досягнення певної цілі або результату, задоволення потреб більшої кількості представників соціуму.

Втім, незважаючи на зазначений стан речей щодо розгляду категорії «соціальність» представниками різних наукових напрямів, соціальність не залишилася поза увагою вчених-економістів. З економічної точки зору соціальність вбачається в намаганні будь-якої країни взяти на себе зобов'язання щодо забезпечення основної частини соціальних витрат населення. Причому високі соціальні виплати не повинні бути догмою та головною метою розбудови соціально орієнтованої економіки. Кожен громадянин повинен мати можливість та здатність самостійно забезпечити собі та своїй родині благополуччя. Через це значні соціальні витрати держави мають бути тимчасовими, адже за умов стійкого зростання життєвого рівня населення високий попит та потреба в соціальній допомозі будуть скорочуватися.

Цікаве, на нашу думку, тлумачення соціальності надає український науковець І.О. Попова, яка розглядає соціальність як спільну діяльність людей, що зумовлює задоволення їх різноманітних потреб та інтересів (матеріальних, духовних, культурних тощо) шляхом привласнення предметно-речових, матеріальних умов діяльності та співіснування [7, с. 112]. Отже, дослідник виділяє економічну складову в понятті соціальності, що є визначальним для соціальної економіки.

На нашу думку, соціальність як категорія відображення розвитку соціальної економіки є мірою поєднання таких ключових ознак останнього, як доходи та видатки населення, розміри соціальної допомоги, середньої заробітної плати за умов досягнення суспільної соціальної справедливості.

В цьому аспекті українські дослідники питання соціалізації економіки Л.М. Тимошенко, Н.М. Дєєва, В.О. Гришкін дійшли висновку, що «суспільством, в якому сформовані цивілізаційні основи соціальності, можна визнати лише те за сукупністю, поєднанням і спрямованістю його складових, яке потенційно здатне відкрити широкі можливості для справедливого задоволення життєвих потреб, піднесення добробуту, забезпечення рівня і структури споживання матеріальних, соціальних та культурних благ, що найповніше відповідають природі, сутності й призначенню людини, створюють сприятливі умови для самореалізації її як особистості, розкриття індивідуальних обдарувань, реалізації духовної свободи» [8, с. 289–290]. Наведене тлумачення підкреслює цивілізаційні основи категорії «соціальність». При чому, на нашу думку, ключовим у цьому визначенні є закріплення за суспільством, в якому сформовано основи соціальності, можливостей для справедливого задоволення життєвих потреб і забезпечення відповідного рівня благ для людини.

Підхід до трактування соціальності, пов'язаний з реалізацією принципу соціальної справедливості, пропонує вітчизняний науковець, дослідник питань соціалізації національної економіки Н.М. Дєєва. Так, вона визначає соціальність як набуття державою якостей і здатності до забезпечення добробуту і соціального розвитку громадян країни на основі саморозвитку, а також захисту конкретних, соціально вразливих верств населення в обсягах, які визначаються реальними діями щодо підвищення їх соціального статусу [9]. І це є необхідною умовою розбудови соціально орієнтованої економіки.



Наведені вище дефініції демонструють економічний підхід до трактування категорії «соціальність». Соціальність в економічному сенсі – це характеристика та здатність держави забезпечувати добробут громадян, хоча й охоплює вона усі виміри суспільного життя.

Так, задаючи ціннісні підстави комунікативно-людського буття, можемо визначити типологію соціальності. Якщо орієнтуватися на ступінь виділення індивідуальної суб'єктивності, що структурується соціально допустимою відцентрованістю її буття, то можна виділити три типи соціальності [10, с. 159], такі як колективний (цей тип був розвинутий у традиційному суспільстві), індивідуалістичний (притаманний індустріальному суспільству) і плюралістичний (відповідає постіндустріальному суспільству) (табл. 1).

Як свідчить інформація, представлена в табл. 1, історичні етапи розвитку соціальності в умовах глобалізації органічно поєднуються з історичними етапами розвитку суспільства та соціальної економіки. Таким чином, вони стали логічною послідовністю тих обставин, що мали місце у соціально-економічному розвитку певних періодів.

В історичному вимірі колективізм по праву посідає перше місце. Це найдревніша форма людського співіснування. Первісний колектив і суспільство колись співпадали. З часом масштаби та структура суспільства змінилися, воно збільшилося за рахунок союзницького або завойовницького включення до свого складу нових територій та чужих людей.

Колективістська соціальність має «закритий» характер, більш того, вона глибоко холістична, а саме побудована та зорганізована як жорстке ціле. І не просто як ціле, а як явно переважаюче, домінуюче по відношенню до своїх частин, тобто людей, ціле. Людина за таких умов жила поєднанням, доповненням з іншими членами суспільства, а не диференціацією, виділенням, відособленням, автономією.

Порівняно з попереднім типом соціальності за індивідуалізму особливого значення набуває економічна складова соціальності. За прикладом того, що і як відбувається

в економіці, як розподіляються багатство, влада, престиж, встановлюються пріоритети і цілі в усіх інших сферах громадського життя. Усе суспільство представлене тут як єдина індустріально-економічна машина. Не відстає від суспільства у цьому плані і людина, адже вона теж затверджується у своєму економічному статусі, стаючи homo economicus, відбувається також соціалізація економічної системи, соціальні орієнтири виходять на один план з економічними цілями суспільства.

У ХХ ст. на зміну індивідуалістичній прийшла плюралістична соціальність внаслідок усвідомлення того, що розум має свої межі, що на багато філософських питань він не в змозі відповісти, в усілякому разі доказово, переконливо. Так, почався перехід до неklasичної і далі постнеklasичної раціональності. Це вже постіндустріальна епоха та нова плюралістична соціальність. Проте сьогодні не всі країни перейшли до постіндустріального суспільства, у більшості лише відбувається перехід. Плюралізм як справді сучасний тип соціальності, що йде на зміну колективізму та індивідуалізму, здатний зберегти і підняти на якісно новий рівень накопичений історичний потенціал в усіх сферах життя суспільства, зокрема економічній системі.

В умовах глобалізації кожна людина стикається з набагато більшою, ніж в колишні часи, кількістю подій, справ, а також переліком глобальних проблем. Глобалізація майже перетворила світ на єдине ціле. Причому з точки зору плюралістичної соціальності на першому плані перебуває вже не економічна ефективність, а ширші можливості для індивідуального вибору, самовираження та самореалізації всіх потенцій особи, а також закладення основи для вирішення глобальних проблем людства [12, с. 32].

На відміну від індивідуалізму, плюралізм живе за принципом демасифікації, тобто проліферації відмінностей, заохочення та підвищення індивідуальності людини [10, с. 187]. В усіх сферах суспільного життя можна знайти вияви глобалізації. Розвиваються приватні підприємства, людина здатна реалізовувати свій потенціал через віддалене працевлаштування. Можна говорити про посту-

Таблиця 1

**Концепції соціальності та розвитку соціальної економіки в історичному вимірі розвитку суспільства у глобальних умовах**

Історичний етап	Особливості соціальності	Характеристики розвитку соціальної економіки
Традиційне суспільство (започатковано під час неолітичної революції VI – IV тис. до н. е., існувало до XVIII ст., досі існує в деяких острівних та африканських країнах)	Колективістська соціальність має закритий характер, глибоко холістична, механічна та органічна. Взаємна вигода членів об'єднання. Суспільство заперечує автономність окремої людини, її здібності та таланти.	Натуральне господарство, розвиток економіки ґрунтується на використанні екстенсивних чинників, а саме землі та ресурсів; соціальна сфера відсутня, соціальної економіки не існує.
Індустріальне суспільство (XVIII ст. – сьогодні)	Індивідуалістична соціальність ґрунтується на законах раціональності. Внаслідок спеціалізації відбувається відчуження людини від цілей суспільства загалом. Орієнтація на інтереси особистості. Людина розвивається як особистість.	Ринкова економіка, розвиток соціальної економіки ґрунтується на поглибленні спеціалізації в межах мануфактурного виробництва; основою економіки є не лише екстенсивні, але й інтенсивні чинники, певна увага починає приділятися соціальній сфері.
Постіндустріальне суспільство (виникає у 70–80-х рр. ХХ ст. у розвинутих країнах)	Плюралістична соціальність ґрунтується на демасифікації, на більш широких можливостях для індивідуального вираження, саморозвитку та самореалізації потенціалу людини.	Розвиток соціальної економіки ґрунтується на постійній взаємодії науки з виробництвом; основними його чинниками є інформація, знання, надбання НТП. Активний розвиток соціальної економіки, орієнтація розвинутих держав світу на забезпечення добробуту громадян.

Джерело: узагальнено автором за джерелами [6; 10; 11]

пове створення глобального простору для економічної та соціальної самореалізації людини, її потенціалу [13, с. 88].

Більш того, в інтенсивні та взаємозалежні соціальні стосунки сьогодні залучені усі суб'єкти глобалізаційних процесів, тобто від окремих індивідів до ТНК та міжнародних організацій. За таких умов завдяки плюралізму формується людина, вільна від расових, культурних, етнічних, конфесійних та інших чинників, які можуть роз'єднувати людей. Така глобалізована людина готова до широкої, глобальної конкуренції. Беззаперечно, усі перераховані особисті якості можуть розвинути у людини лише за допомогою інформаційних технологій. Таким чином, за умов плюралістичної соціальності, як і за соціальної економіки постіндустріального суспільства, посилюється значення досягнень НТП.

**Висновки.** Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що соціальність як основна характеристика соціальної економіки є змінною. Її видове різноманіття, яке відображає спрямованість соціальності в розвитку, обумовлено відмінностями можливостей для творчої

самореалізації соціальних суб'єктів, що значною мірою залежить від характеру їх згуртованості. Пізнання потенціалу гармонічного поєднання ефективної солідарності та творчої активності індивідів і соціальних груп є основою пошуку шляхів практичного вдосконалення суспільних відносин для забезпечення соціально-економічного зростання країни. На нашу думку, соціальність може трактуватися як характеристика, здатність соціальної економіки до забезпечення високого життєвого рівня населення за умов соціального захисту найуразливіших верств і надання можливостей усебічного розвитку громадян в усіх сферах соціально-економічного життя, а також на глобальному рівні [14, с. 127]. Соціальність є детермінантою розвитку соціальної економіки. Безумовно, соціальність, як і соціальна економіка, знаходить свій вияв і на глобальному рівні як характеристика глобальної економічної системи забезпечувати добробут людей. Основні форми вияву соціальності модифікують національні економіки, а отже, виступають базою трансформації господарського механізму в глобальних умовах.

#### Список використаних джерел:

1. Платон. Собрание сочинений: в 4 т. / под общ. ред. А.Ф. Лосева и др. Москва: Мысль, 1990. Т. 3. 1994. 656 с.
2. Никитина В.В. Развитие социальности: поиск критерия видового многообразия. Методология, теория та практика социологического анализа современного общества: сб. науч. пр. Харьков: изд. центр ХНУ им. В. Каразина, 2002. С. 22–26.
3. Кошелев А.В. Эволюция представлений о социальном – важное условие уточнения предмета социологии. Социологические исследования. 2009. № 8. С. 134–139.
4. Гофман А.Б. Социальная антропология Марселя Мосса. Общества. Личность. Обмен: труды по социальной антропологии / М. Мосс. Москва: Восточная литература РАН, 1996. С. 314–359.
5. Спенсер Г. Основания социологии. Западноевропейская социология XIX века / под ред. В.И. Добренкова. Москва: Международный Университет Бизнеса и Управления, 1996. 352 с.
6. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / пер. с фр. Н.В. Суслова. Екатеринбург: Апулей, 2000. 245 с.
7. Попова И.О. «Социальность» як підгрунття соціологічної інтерпретації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2002. № 4. С. 98–121.
8. Тимошенко Л.М., Дєєва Н.М., Гришкін В.О. та ін. Інвестиції та інвестування в соціалізації економіки України: теорія, методологія, перспективи: монографія. Дніпропетровськ: Пороги, 2005. 509 с.
9. Дєєва Н.М. Концепція соціальної держави в реаліях і перспективах запровадження в Україні. Економіка: проблеми теорії та практики: сб. науч. пр. Вип. 115. Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. С. 3–14.
10. Социальное: истоки, структурные профили, современные вызовы / под общ. ред. П.К. Гречко, Е.М. Курмелевой. Москва: РОССПЭН, 2009. 440 с.
11. Борисенко П. А. Економічний розвиток в історичному вимірі: наукові підходи та практика. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. № 4. С. 13–17.
12. Сімахова А.О. Сутність моделі соціальної економіки в глобальному аспекті. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 3 (09). С. 29–33.
13. Сімахова А.О. Еволюція підходів до трактування соціальної економіки у глобальному розумінні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2017. Т. 25. Вип. 9. С. 80–89. URL: <http://dx.doi.org/10.15421/181707>.
14. Simakhova A.O. Theoretical economic basics of the sociality development in the global context. European Research Area: Status, Problems and Prospects: the International Academic Congress, September 1–2, 2016. Riga, 2016. P. 126–127.

### СОЦИАЛЬНОСТЬ КАК ДЕТЕРМИНАНТА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В ГЛОБАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация.** В статье рассмотрены разные подходы к трактовке категории «социальность». Приведены разные типы социальности в историческом разрезе и в условиях глобализации. Предложена дефиниция социальности с учетом современного глобального развития.

**Ключевые слова:** социальная экономика, социализация экономики, глобализация, экономическое развитие, социальность.

### SOCIALITY AS A DETERMINANT OF SOCIAL ECONOMY DEVELOPMENT IN THE GLOBAL CONDITIONS

**Summary.** In the article different approaches to the treatment of the category “sociality” has been considered. Various types of sociality have been presented in the historical context and in the context of globalization. The definition of sociality has been proposed in accordance with modern global development.

**Key words:** social economy, socialization of economy, globalization, economic development, sociality.

**Скорупська О. П.**  
*асистент кафедри геодезії та геоінформатики  
Львівського національного аграрного університету*  
**Жак І. Б.**  
*асистент кафедри геодезії та геоінформатики  
Львівського національного аграрного університету*

**Skorups'ka O. P.**  
*Assistant of the Department of Geodesy and Geoinformatics  
L'viv National Agrarian University*  
**Zhak I. B.**  
*Assistant of the Department of Geodesy and Geoinformatics  
L'viv National Agrarian University*

## ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Анотація.** У статті обґрунтовано теоретичні та методологічні засади еколого-економічних принципів сучасного використання земель регіону. Визначено підходи до вирішення проблеми охорони навколишнього середовища. Розроблено пропозиції щодо вдосконалення наявного порядку планування охорони навколишнього середовища й раціонального використання земельних ресурсів. Визначено основні показники для забезпечення еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів.

**Ключові слова:** еколого-економічне землекористування, використання земель, економічна ефективність, екологічна ефективність, вітрова ерозія, родючість ґрунтів.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасний стан розвитку української економіки, її розбудова на ринкових засадах потребують зміни парадигми прийняття управлінських рішень у сфері захисту довкілля. Значна роль в цьому процесі належить формуванню ефективних економіко-екологічних засад використання земель. Наявна в Україні система організації та управління у сфері природокористування не забезпечує узгодженості економічних та природоохоронних цілей в масштабах країни та її регіонів і, відповідно, реалізації оптимальних економіко-екологічних управлінських рішень. Наявність зазначених вище проблем вимагає продовження та поглиблення наукових досліджень стосовно формування якісно нової ідеології економіко-екологічних засад використання земель.

Стан економіко-екологічної системи регіону характеризується значною низкою екологічних, економічних і соціальних проблем. Вирішення їх на основі розв'язання конфлікту інтересів потребує подальшої розробки економіко-екологічних засад використання земель у сучасних умовах.

Економіко-екологічна ефективність використання земель на прикладі Західного регіону України досліджена як цілісна територіальна система, хоча недостатньо вивчена і висвітлена у внутрішньо регіональному аспекті, зокрема в межах адміністративно-територіальних регіонів. Тому актуальним є проведення досліджень щодо ефективності використання, відтворення та збереження земельних ресурсів, їх оцінки у Волинській області.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання економіко-екологічної ефективності в сільському господарстві, управління й контроль у сфері природокористування та охорони навколишнього середовища, еколого-економічне регулювання завжди перебувають у центрі уваги науковців. Серед них слід відзначити О.Ф. Балацького, Г.О. Білявського, І.К. Бистрякова, А.С. Гордійчука, М.М. Данилишина, В.С. Добряка, Д.Ф. Крисанова, Л.Г. Мельника, Є.В. Мішеніна, В.І. Павлова, М.В. Роїка, П.Т. Саблука, А.Я. Сохничка, В.М. Трегобчука, А.М. Тре-

тяка. Зміна економіко-екологічної ситуації та утворення нових форм землекористування у Волинській області потребують більш детального дослідження, що дало б змогу визначити основні напрями й конкретні шляхи підвищення ефективності землекористування. Назріла потреба вдосконалення правової бази, а особливо після прийняття Конституції України, із земельної проблеми, що дасть можливість економічно регулювати систему природоохоронної діяльності.

Існує необхідність дослідження теоретичних і практичних аспектів сучасного стану використання земель Волинської області та обґрунтування основних напрямів їх ефективного використання.

**Метою** роботи є аналіз сучасного стану використання та відтворення земельних ресурсів Волинської області.

**Результати дослідження.** Підвищення економічної ефективності землекористування залежить від рівня вдосконалення земельних відносин та впровадження нових форм господарювання в аграрному секторі.

Земельні ресурси є одним з найважливіших компонентів природного середовища та незамінним національним багатством, базисом для розміщення й розвитку природних сил суспільства. Процес людської діяльності зводиться до взаємодії з природою та землею.

Раціональне використання сільськогосподарських земель має забезпечувати постійне відтворення родючості ґрунту, його продуктивної здатності без порушення стійкості агроєкосистеми.

Питання відтворення родючості ґрунтів повинні стати проблемою національної безпеки держави. Серед одних із важливих завдань державної політики в галузі аграрного землекористування слід назвати створення механізму формування сталого землекористування, а на його основі – екологізації, охорони та захисту землі як складової довкілля, збереження, примноження та відтворення її продуктивної сили як ресурсу. Річ в тім, що інтенсифікація цього процесу в нашій країні вже багато років не отримує належного розвитку, не даючи відчутного при-

росту продуктивності, негативно впливаючи на ґрунт і навколишнє середовище.

Механізм розвитку земельних відносин поєднує інструменти й методи адміністративно-правового, фінансово-економічного, організаційного та соціально-психологічного механізмів у єдиному середовищі економічного, екологічного та соціального аспектів сталого розвитку суспільства.

Дослідження проблем еколого-економічного землекористування свідчить про те, що необхідно вирішувати такі три напрями, як еколого-економічна оцінка ведення землеробства; визначення еколого-економічних втрат, викликаних нерациональним землекористуванням; розробка пропозицій щодо відповідальності землекористувачів за відтворення або втрату родючості ґрунтів [1].

Перший напрям присвячений розв'язанню проблеми еколого-економічної оцінки ведення землеробства. Деякі вчені і фахівці вважають, що економічна ефективність сільськогосподарського виробництва – це раціональне використання землі. Ефективність землекористування – економічна категорія, що відображає дію об'єктивних економічних та біологічних законів, що виявляються у зростанні результативності використання земельних ресурсів. Економічна ефективність показує кінцевий результат використання земельних ресурсів як засобу праці, предмета праці. Економічна ефективність землекористування означає одержання максимальної економічної вигоди з одиниці земельної площі за оптимального використання земельних площ, що забезпечує мінімізацію затрат коштів.

Екологічний напрям відтворення земельних ресурсів передбачає досягнення екологічної рівноваги між вирощуванням сільськогосподарських культур на інтенсивній основі, з одного боку, та ступенем безпеки навколишнього середовища, з іншого боку. Необхідно надати пріоритет еколого-економічній оцінці ефективності господарських виробничих процесів перед суто економічною їх ефективністю. Зосередження уваги на економіко-екологічній безпеці в галузі землекористування, збереження її якісних характеристик переважно зумовлюються саме періодом договорів оренди землі. Безумовно, за нетривалої оренди землі економічно та матеріально невігідно вкладати додаткові грошові ресурси для підвищення ґрунтової родючості, захисту землі сільськогосподарського призначення від ерозії та проведення інших робіт.

Другий напрям присвячений визначенню еколого-економічних втрат, викликаних нерациональним землекористуванням.

Втрати родючості ґрунтів характеризуються натуральними (екологічна складова) та вартісними (економічна складова) показниками, такими як площі еродованих і забруднених ґрунтів (за видами забруднення); маса втраченого ґрунту, гумусу, поживних речовин тощо; вартість втраченого гумусу і поживних речовин у перерахунку на вартість органічних і мінеральних добрив, які необхідні для їх відновлення; площі ґрунтів з несприятливою реакцією ґрунтового розчину та сольовим режимом (кислі та лужні, солонцюваті та засолені); площі земельних угідь з іншими негативними властивостями (підтоплені, затоплені, ущільненні, заболочені тощо).

Третій напрям стосується розробки пропозицій щодо відповідальності землекористувачів за відтворення або втрату родючості ґрунтів. Коли землекористувач під час господарювання на землі вживав ґрунтоохоронних заходів, що сприяли підвищенню родючості ґрунтів, йому необхідно було частково компенсувати затрачені кошти. У цьому разі економічне стимулювання спрямоване на

підвищення зацікавленості власників і землекористувачів, зокрема орендарів, у збереженні та відтворенні родючості ґрунтів, а також захисті земель від негативних наслідків виробничої діяльності. Факт підвищення родючості ґрунтів повинен встановлюватися відповідно до даних агрохімічного паспорта поля або земельної ділянки.

Для умов Волинського Полісся ефективне використання земельних ресурсів в аграрному виробництві ускладнюється проблемами, викликаними вітровою та водною ерозією ґрунтів, проведенням меліоративних робіт, нерациональним використанням засобів механізації, забрудненням земель промисловими відходами, радіоактивними речовинами тощо [2, с. 136].

Інтенсивне використання земельного фонду без урахування екологічного аспекту приводить до порушення агроекологічної ситуації. Для території Волинської області характерне високе антропогенне навантаження на землю та загалом на природне середовище. Загальна площа еродованих земель в області досягає 25,8% від площі угідь. За останні 20–25 років вміст гумусу знизився з 3,5% до 1,5%.

Середньозважений показник вмісту гумусу становить у Володимир-Волинському районі 1,58%, в Горохівському – 1,66%, в Іваничівському – 1,49%, що відповідає низькому вмісту [4].

Земельні ресурси області мають дуже обмежені резерви для додаткового введення площ у сільськогосподарський обіг, а особливо для трансформації в орні землі. Шляхом трансформації простежується тенденція підвищення якості сільськогосподарських угідь. Разом з позитивною трансформацією мають місце ерозійні процеси, негативний антропогенний вплив, що скорочує частку цінних угідь.

Для Волинського Полісся характерна вітрова ерозія ґрунтів. В області вітрова ерозія поширена на ґрунтах із піщаним гранулометричним складом та осушених торфовищах [3, с. 184]. Особливо висока частка еродованих орних земель, що піддані дії вітрової ерозії, становить близько 37%. Основними причинами вітрової ерозії є нерациональні обробітки ґрунту, надмірне його розпушування, знищення захисних лісонасаджень.

Нині у Волинській області головною метою щодо екологічного захисту землі є збереження її якісного стану. Ступінь розораності загальної території становить 60%, зокрема розораність угідь складає понад 80%. Для порівняння зауважимо, що у США вона становить 16,9%, в Англії – 29,6%, у Франції – 32%. В області налічується велика кількість непродуктивних земель (табл. 1).

Таблиця 1

Непродуктивні землі області	
Назва земель	Кількість, тис. га
Закислені	223,3
Заболочені	129,2
зокрема, слабо заболочені	73,3
середньо заболочені	11,4
сильно заболочені	44,1
Дефляційно-небезпечні	257,8
зокрема, еродовані	1,7
Перезволожені	52,5
Схильні до водної ерозії	105,2
зокрема, слабо еродовані	59
середньо еродовані	32
сильно еродовані	14,2



Недосконалість структури земельних угідь супроводжується дефіцитом гумусу в ґрунті, де він є біоенергетичною основою родючості та регулятором усіх процесів ґрунту.

До розорювання у більшості ґрунтів Волинської області містилось 9–10% гумусу, а нині – лише 2,5–3% і менше.

Фактичний стан землекористування у Волинській області негативно впливає на ґрунтову родючість, що приводить до екологічної кризи. Широкомасштабне використання земельних ресурсів зумовлює необхідність ефективного використання земель.

В сучасних умовах формується природо руйнівний техногенний тип агропромислового комплексу. Невпинне зниження ґрунтової родючості є одним з показників деградації ґрунтів.

Для визначення економічної ефективності використання земельних ресурсів користуються визначенням рівня корисного ефекту у вартісному та натуральному виразах на 1 га земельних угідь, виявленням резервів та шляхів збільшення корисного ефекту землекористування. Динаміка економічної ефективності використання відтворення та збереження земельних ресурсів Волинської області останнім часом характеризується суперечливими тенденціями, які зумовлені дією об'єктивних і суб'єктивних чинників. Оцінка родючості земель та визначення ефективності використання землі ґрунтуються на виході продукції з одиниці земельної площі. Економічний ефект можна одержати шляхом запобігання збиткам у результаті зниження якості продукції в аграрному секторі, витрат на ліквідацію наслідків забруднення у сільському господарстві, витрат сировини, підвищення затрат на відновлення нормального стану природного середовища. Економічна ефективність виявляється в одержанні певного ефекту під час використання ресурсного потенціалу території за відповідний проміжок часу, зменшенні витрат на відновлення нормального стану навколишнього середовища в результаті підвищення ефективності його охорони та розширеного відтворення ресурсів.

В землекористуванні основними показниками ефективності є урожайність сільськогосподарських культур; собівартість одиниці продукції; розмір валової продукції, валового доходу, чистого доходу на 1 га сільськогосподарських угідь.

Основним показником ефективності використання землі є оцінка родючості.

Під час розрахунку ефективності необхідно визначити весь додатковий чистий дохід. Він створюється за рахунок поліпшення культури землеробства, зниження загальних витрат, поліпшення структури посівів. Економічна ефективність використання землі є одним із вагомих аспектів еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів.

В умовах загострення екологічної ситуації великого значення набувають оцінка й управління екологічною ефективністю використання земельних ресурсів. Для цього необхідно розробити відповідні методологічні та практичні підходи. Екологічна ефективність зменшує витрати на ліквідацію наслідків інтенсивного антропогенного впливу та втручання в навколишнє середовище, створення умов для розширеного відтворення природних ресурсів.

Екологічна ефективність повинна відображати ступінь раціональної діяльності людини, результативність екологічних заходів щодо запобігання збитків, що завдаються виробництвом. Інтенсивне використання земель у Волинській області, а особливо у Луцькому, Горохівському, Локачинському та Іваничівському районах, негативно позначилась на родючості ґрунтів. Мала кількість внесених органічних добрив привела до різкого зменшення гумусу, який є важливим показником екологічного стану ґрунту.

До показників екологічної ефективності використання земельних ресурсів потрібно віднести показники площ ґрунтів, які вилучаються із сільськогосподарського обігу внаслідок ерозії, засолення, заболочення та інших несприятливих чинників.

Ландшафти області належать до двох типів, а саме поліського з переважанням боліт, луків, соснових і дрібнолистяних лісів та лісостепового з поширенням в доісторичному минулому лучних степів і дубово-грабових лісів, а в наш час – переважно орних земель.

Волинська область має рівнину поверхню, середня висота якої становить 195 м над рівнем моря, отже, дещо вища від середньої висоти рівнинної частини країни загалом. Найвища точка поверхні Волині має 292 м над рівнем моря. Вона розташована на півдні області. Найнижча її точка, а саме долина р. Прип'ять, піднімається на 139 м над рівнем моря, отже, відносна різниця у висотах між південним і північним краями області становить 150 м.

Незначні похили поверхні спостерігаються в її поліській частині, де максимальні відносні висоти не перевищують 60 м. Тільки в південній, лісостеповій частині області відносні висоти становлять 100 м, що створює значні похили поверхні, а особливо між річками та їх місцевими вододілами. Від величини похилів поверхні залежить швидкість стікання дощових вод, швидкість течії води в річках, а чим більша швидкість течії води в річках, тим більша ерозійна (розмиваюча) здатність водних потоків. Отже, південна лісова частина області має сприятливі природні передумови для поширення водної ерозії [4].

Для земельної території як лісостепової, так і поліської зон характерне нині погіршення стану та якості земельних ресурсів, що є наслідком високої інтенсивності використання земельних ресурсів без вжиття нового комплексу агротехнічних та інших ґрунтозахисних заходів. Спостерігається тенденція зниження рівня родючості ґрунту, особливо погіршення його агрохімічних показників, зокрема вмісту гумусу, який значно зменшився (його середньозважений вміст у ґрунтах області становить 1,6%). Такий стан у землекористуванні свідчить про настання екологічної кризи.

Результати агрохімічної паспортизації сільськогосподарських земель області показують, що сьогодні продовжуються процеси деградації ґрунтів, погіршується їх екологічний стан, агрофізичні, агрохімічні властивості та біопродуктивні функції.

Екологічна ефективність використання, відтворення й охорони земельних ресурсів відображається у збереженні та темпах відтворення природної родючості ґрунтів, що забезпечує вирощування екологічно чистої продукції. Загалом стан землекористування, на жаль, сприяє деградації ґрунтів, зниженню їх родючості.

Для забезпечення еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів, визначення їх рівня необхідна така система основних показників:

- 1) забезпеченість сільськогосподарськими угіддями та ріллею на душу населення;
- 2) розораність і сільськогосподарське освоєння земель;
- 3) коефіцієнт екологічної стабільності земельної території, масштаби впливу угідь на навколишню землю;
- 4) дослідження зміни поживних речовин ґрунту;
- 5) ефективність виробництва продукції на одиницю площі (валовий і чистий дохід, вартість валової продукції, урожайність тощо).

**Висновки.** Сутність ефективності використання землі полягає в знаходженні оптимуму між екологічним та економічним підходами до використання земель. Розораність сільськогосподарських земель має тенденцію до поступового зростання. Агроекологічна оцінка за високого антропо-

погенного навантаження знижується. Скоротились обсяги внесення органічних і мінеральних добрив. Зменшився вихід валової продукції.

Науково обґрунтоване раціональне використання земельних ресурсів можна забезпечити шляхом оптимізації структури землекористування, впровадження найновіших технологій вирощування екологічно чистої продукції,

надання екологічному напрямку пріоритету у розв'язанні господарських проблем на землі, підвищенні родючості ґрунту.

Оцінка фактичного стану еколого-економічної ефективності використання земельних ресурсів Волинської області та перспектив на поліпшення стану сільськогосподарських угідь дає змогу зазначити, що відтворенню та родючості ґрунтів приділяється недостатня увага.

#### Список використаних джерел:

1. Вайда В.М. Сучасний стан та підвищення ефективності використання земельних ресурсів України. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/16924/1/%D0%92%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0.pdf>.
2. Кузнєцова Т.В., Аверкіна М.Ф. Екологізація аграрного природокористування на прикладі Волинського Полісся. Вісник НУВГП. Економіка. 2007. Ч. 2 (40). С. 135–140.
3. Павлов В.І., Фесіна Ю.Г., Заремба В.М., Мазурик С.М. Детермінація сільськогосподарських земель на ринку нерухомості: монографія. Луцьк: Надстир'я, 2006. 364 с.
4. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища у Волинській області за 2016 рік. URL: <https://menr.gov.ua/files/docs/Reg.report/%D0%92%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0.pdf>.

### ЭКОНОМИКО-ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация.** В статье обоснованы теоретические и методологические основы эколого-экономических принципов современного использования земель региона. Определены подходы к решению проблемы охраны окружающей среды. Разработаны предложения по совершенствованию существующего порядка планирования охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов. Определены основные показатели для обеспечения эколого-экономической эффективности использования земельных ресурсов.

**Ключевые слова:** эколого-экономическое землепользование, использование земель, экономическая эффективность, экологическая эффективность, ветровая эрозия, плодородие почв.

### ECONOMIC AND ECOLOGICAL PRINCIPLES OF USE OF THE LAND OF THE VOLYN REGION AT THE MODERN CONDITIONS

**Summary.** The theoretical and methodological principles of ecological and economic principles of the modern use of the lands of the region are substantiated in the article. The approaches to solving the problem of environmental protection are determined. Proposals for improvement of the existing order of planning of environmental protection and rational use of land resources have been developed.

**Key words:** ecological and economic land use, land use, economic efficiency, ecological efficiency, wind erosion, soil fertility.

УДК 164.1:658.5

**Смирнова Н. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту*

*Одеського державного аграрного університету*

**Smyrnova N. V.**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of Management Department  
Odessa State Agrarian University*

### СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Анотація.** У статті розглянуто теоретичні підходи до визначення сутності економічної категорії «логістична діяльність». Згруповано точки зору вчених стосовно сутності логістичної діяльності з позицій функціонального, процесного та системного підходів. Визначено місце та роль логістичної діяльності в системі менеджменту організації. Запропоновано врахування базових процесів логістичної діяльності в інжиніринговому моделюванні системи менеджменту організації. Отримані результати мають бути спрямовані на вдосконалення розуміння сучасного менеджменту керівниками та спеціалістами вітчизняних організацій, а також прийняття ним більш досконалих управлінських рішень в управлінні організацією як єдиною системою.

**Ключові слова:** логістична діяльність, менеджмент, організація, функція, операція, процес, моделювання, інжиніринг.

**Вступ та постановка проблеми.** Нині перед підприємствами гостро стоїть проблема раціонального управління поставками, виробництвом і збутом, які повинні будуватися з метою задоволення вимог споживачів за мінімальних витрат. Для цього під час формування системи менеджменту багатьох сучасних організацій все частіше використовуються нові методи і технології управління, які базуються на концепції логістики. Сферою практичної реалізації логістичної концепції та логістичного підходу виступає логістична діяльність підприємства. Така ситуація вимагає детального дослідження як сутності цього поняття, так і можливостей інтегрування теоретичних положень в побудову ефективної системи менеджменту окремих організацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед вітчизняних вчених поки не сформовано єдиної думки про сутність поняття «логістична діяльність», що є цілком закономірним явищем, яке характеризує становлення й розвиток нової галузі теоретичних досліджень і практичної діяльності.

Однак з точки зору менеджменту ми можемо виділити три основні підходи, за яких повинна розглядатися логістична діяльність в системі менеджменту організації, а саме функціональний, процесний та системний.

Переважає підходом у визначенні цього поняття є саме функціональний. З цієї позиції логістичну діяльність розглядають такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як, зокрема, О. Блейхер [1], Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна [2], Г.Г. Левкін [3], Л.Б. Міротін [4], О.М. Сумець, Т.Ю. Бабенкова [5], Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій [6] (табл. 1).

Основними представниками процесного підходу у розумінні логістичної діяльності (табл. 2) є Н.Й. Коні-

щева, Н.В. Трушкіна [2], Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій [6], Л.Л. Ковальська [7], М.А. Окландер [8], В.І. Степанов [9], В.В. Щербаков [10] та інші вчені.

Системний підхід до розуміння логістичної діяльності сформований на основі досліджень формування та функціонування логістичних систем. Значний внесок у створення теоретико-прикладних засад формування та функціонування логістичних систем здійснила низка вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Л.Б. Міротін [4], М.А. Окландер [8], А.У. Альбеков, О.А. Митько [11], С.В. Крикавський [12], В.І. Сергєєв [13], М.І. Зяйлик, О.В. Вівчар [14], І.Г. Смирнов [15], Д.Д. Костоглодов, І.І. Саввіді, В.М. Стаханов [16], С.Н. Нагловский [17], Л.В. Забуранна, О.М. Глущенко [18].

Проте чіткому визначенню категорії «логістична діяльність» присвячена незначна кількість вказаних праць.

**Метою** роботи є поглиблення теоретичних підходів до розуміння сутності економічної категорії «логістична діяльність» та її ролі в системі менеджменту організації.

**Результати дослідження.** З точки зору функціонального підходу (табл. 1) логістичну діяльність суб'єктів господарювання більша частина науковців розглядає як практичну реалізацію комплексних логістичних функцій та елементарних логістичних операцій.

Більшість учених комплексні логістичні функції поділяє на базисні (постачання, виробництво, збут), ключові (підтримування стандартів обслуговування споживачів, управління закупівлями, транспортування, управління запасами, управління процедурами замовлення, управління виробничими процедурами, ціноутворення, фізичний розподіл) та підтримуючі (складування, вантажопереробка, захисне пакування, забезпечення

Таблиця 1

Функціональний підхід до визначення економічної категорії «логістична діяльність»

Вчені, автори	Визначення логістичної діяльності
О. Блейхер [1, с. 12]	Пересування і збереження матеріальних потоків у процесі їх проходження в межах ланцюга поставок.
Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна [2, с. 116]	Реалізація основних логістичних функцій і задач.
Г.Г. Левкін [3, с. 18]	Планування, організація, управління і контроль руху матеріальних та інформаційних потоків в просторі і часі від первинного джерела до кінцевого споживача.
Л.Б. Міротін [4, с. 48]	Реалізація комплексних логістичних функцій, а саме базисних, ключових та підтримуючих.
О.М. Сумець, Т.Ю. Бабенкова [5, с. 24]	Сукупність форм, методів і засобів комплексного управління рухом продукції; включає елементи організаційного, інформаційного, комунікаційного забезпечення ринкової системи.
Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій [6, с. 100]	Практична реалізація логістичних функцій та логістичних операцій.

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2

Процесний підхід до визначення економічної категорії «логістична діяльність»

Вчені, автори	Визначення логістичної діяльності
Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна [2, с. 117]	Особливий вид господарської діяльності, реалізація якої потребує здійснення послідовних процесів логістичної діяльності підприємства в єдиному комплексі.
Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій [6, с. 100]	Реалізація основних процесів координації операційної діяльності.
Л.Л. Ковальська [7, с. 19–20]	Сукупність логістичних рішень і методів їх прийняття.
М.А. Окландер [8, с. 12]	Організаційно-управлінський механізм координації, який дає змогу досягти ефекту завдяки чіткій злагодженості в діях спеціалістів різноманітних служб, які беруть участь в управлінні матеріальним потоком.
В.І. Степанов [9, с. 35]	Управління поточковими процесами, зокрема процесом руху товару в різних сферах діяльності суб'єктів господарювання.
В.В. Щербаков [10, с. 26]	Організація інтегрального управління матеріальними та пов'язаними з ними інформаційними та фінансовими потоками, а також супутнім сервісом, що сприяє досягненню цілей організації бізнесу з оптимальними витратами ресурсів.

Джерело: сформовано автором

повернення товару, забезпечення запасними частинами, сервісне обслуговування, збір зворотних відходів, інформаційна комп'ютерна підтримка) [1, с. 11–14; 4, с. 53–56; 6, с. 100–101].

Оскільки метою логістичної діяльності є гармонізація інтересів виробників, постачальників і споживачів, то її основними напрямками є вдосконалення параметрів вхідних потоків ресурсів на основі покращення зв'язків з постачальниками; вдосконалення внутрішніх потоків, тобто результатів і погодженості дій підрозділів підприємства; вдосконалення зв'язків зі споживачами, забезпечення найбільш точної відповідності вихідних потоків товарів та послуг їх вимогами [8, с. 85]. Все це як логічне продовження функціонального підходу зумовлює процесний підхід до розуміння категорії «логістична діяльність» (табл. 2).

Згідно з даними табл. 2 логістична діяльність підприємства розглядається з точки зору реалізації основних логістичних процесів, які базуються на координації:

- діяльності з оперативно-календарним планом постачання сировини, матеріалів та напівфабрикатів; транспортно-складських робіт з предметами постачання;

- діяльності з планом фізичного розподілу під час виробництва продукції; внутрішньозаводським переміщенням матеріалів, сировини, запчастин та готової продукції, завантажувально-розвантажувальними роботами, транспортно-складськими роботами з незавершеного виробництва тощо;

- господарської діяльності з планом маркетингу під час реалізації продукції, прогнозуванням попиту, сервісним обслуговуванням, оперативно-календарним плануванням, обробленням замовлень клієнтів, складськими та транспортними роботами.

Таким чином, здійснення логістичної діяльності на підприємствах дає підстави розглядати її як складову частину логістичних систем. Виконання завдань та функцій логістики, що впливають з її мети, забезпечується на

базі системного підходу, а саме завдяки функціонуванню логістичних систем (табл. 3).

Здійснений нами аналіз визначень логістичної системи дає змогу зробити такий висновок: усі автори акцентують увагу на тому, що система є складною сукупністю певної кількості підсистем, об'єднаних загальною метою, яка пов'язана з організацією ефективного логістичного процесу.

Отже, більшість дослідників розглядає логістичну діяльність через реалізацію логістичних функцій, які поділяються на логістичні процеси та логістичні операції.

Логістична функція – це укрупнена сукупність логістичних операцій, що спрямовані на реалізацію певного завдання логістичної системи, наприклад транспортування, складування, управління замовленнями, управління запасами. Логістичні процеси виконуються в межах логістичних функцій (рис. 1).

Виділення логістичних функцій пов'язане зі структурними підрозділами служби логістики на підприємстві, що відповідають за діяльність з управління запасами, закупівлями, транспортуванням, складуванням, пакуванням, вантажопереробкою, митним оформленням вантажів тощо.

Побудова таких структур в логістиці можлива за допомогою інструментарію організаційного інжинірингу. Особливо важливим є його застосування для розгалужених вертикально інтегрованих організацій з великою кількістю контрагентів, продуктів та бізнес-процесів.

Організаційний інжиніринг заснований на системному підході до управління компанією, яка розглядається як цілісна відкрита соціально-економічна система. Можливості компанії (як будь-якої системи) визначаються як характеристиками її структурних підрозділів, так і організацією їх взаємодії. При цьому організація як відкрита система належить ієрархічній сукупності як зовнішніх надсистем (контрагентів організації та факторів її макросередовища), так і внутрішніх підсистем (маркетингової,

Таблиця 3

Системний підхід до визначення економічної категорії «логістична діяльність»

Вчені, автори	Визначення логістичної діяльності
Л.Б. Міротін [4, с. 86], А.У. Альбеков, О.А. Митько [11, с. 68]	Адаптивна система з оберненим зв'язком, що виконує ті або інші логістичні функції та логістичні операції, що складається, як правило, з декількох підсистем і має розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем.
Є.В. Крикавський [12, с. 16]	Спеціально організована інтеграція логістичних елементів (ланок) у межах певної економічної системи для оптимізації процесів трансформації матеріального потоку.
В.І. Сергєєв [13, с. 28]	Відносно стійка сукупність ланок (структурних/функціональних підрозділів підприємства, а також постачальників, споживачів, логістичних посередників), що взаємопов'язані та об'єднані єдиним управлінням логістичним процесом задля реалізації корпоративної стратегії організації бізнесу.
М.І. Зяйлик, О.В. Вівчар [14]	Сукупність елементів, функціональний зв'язок яких дає змогу найбільш ефективно забезпечити товарами (продукцією та послугами) споживачів у виробничій та невиробничій сферах.
І.Г. Смирнов [15, с. 10]	Діяльність взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними та супроводжувальними потоками елементів, а саме ланок, сукупність яких, межі та завдання функціонування поєднані внутрішніми цілями організації бізнесу та зовнішніми цілями.
Д.Д. Костоглодов, І.І. Саввіді, В.М. Стаханов [16, с. 17]	Діяльність сукупності взаємопов'язаних та взаємодіючих учасників економічних потоків, що об'єднані єдністю цілей та економічних інтересів.
С.Н. Нагловський [17, с. 15]	Функціонування сукупності елементів, які перебувають у певних функціональних зв'язках та відносинах один з одним, утворюючи певну цілісність та єдність.
Л.В. Забуранна, О.М. Глущенко [18, с. 186]	Взаємозв'язок логістичних підсистем, що пов'язані між собою внутрішньо-виробничими зв'язками, впорядкованими відповідно до правил та процедур підприємства або їх об'єднання в межах визначеної території, які функціонують задля досягнення єдиної логістичної мети підприємства або їх об'єднання.
М.А. Окландер [41, с. 69]	Інтегрована функція мікроекономічних систем, наявна у формі логістичної системи.

Джерело: сформовано автором



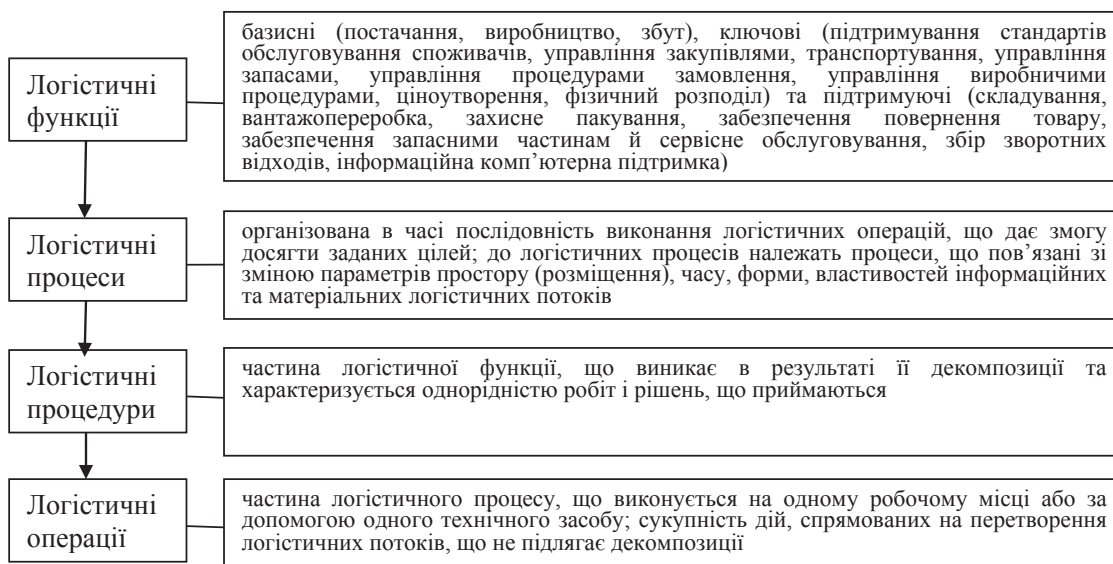


Рис. 1. Основні складові логістичної діяльності

Джерело: розроблено автором за джерелом [6, с. 100–107]

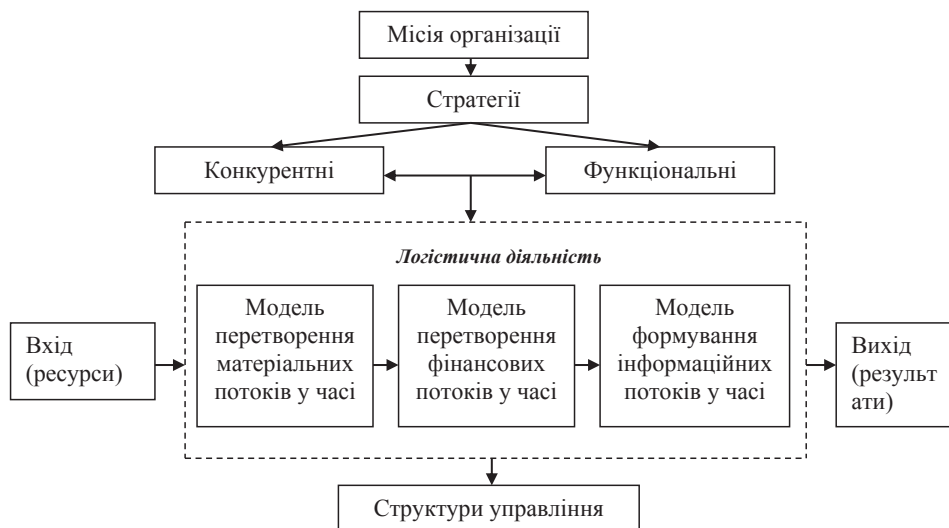


Рис. 2. Місце логістичної діяльності в моделюванні системи менеджменту організації

Джерело: розроблено автором

техніко-технологічної, кадрової, фінансової, інформаційної, юридичної).

Побудова інжинірингової бізнес-моделі організації починається з опису моделі взаємодії із зовнішнім середовищем та встановлення функцій і процесів менеджменту вищої ланки (рис. 2).

Уточнення і деталізація місії дає змогу розробити дерево цілей компанії та відповідних стратегій їх досягнення. При цьому на корпоративному рівні розробляються стратегії зростання, інтеграції та розвитку бізнесу. Блок стратегій визначає конкурентні (які визначають поведінку фірми у зовнішньому середовищі) та функціональні (які визначають поведінку фірми у внутрішньому середовищі та безпосередньому оточенні) стратегії. Функціональні стратегії визначають стратегії залучення матеріальних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів, а також процеси в підсистемах організації. Функціональні стратегії визначають стратегії в організації компонент управ-

ління та етапів життєвого циклу продукції. Одночасно з'ясовуються потреба та предмет партнерських відносин (субпідряд, сервісні послуги, просування тощо). Це дає змогу задовольнити вимоги споживачів мати необхідний продукт належної якості в потрібній кількості, в потрібному місці, в потрібний час і за прийнятною ціною. При цьому компанія може посісти в партнерському ланцюжку створюваних цінностей оптимальне місце, де її можливість та потенціал використовуватимуться найкращим чином. Реалізація кожного виду стратегій нерозривно пов'язана зі здійсненням логістичної діяльності.

Подальший розвиток інжинірингової моделі відбувається на етапі динамічного опису організації на рівні процесних поточкових моделей, кожна з яких безпосередньо пов'язана з логістичною діяльністю, оскільки ці моделі описують процес послідовного в часі перетворення матеріальних, фінансових та інформаційних потоків організації, які є об'єктами логістичної діяльності. При цьому

спочатку (на верхньому рівні) описується логіка взаємодії учасників процесу, а потім (на нижньому рівні) – технологія роботи окремих фахівців на своїх робочих місцях.

Якщо організація використовує широку номенклатуру матеріалів, розвиває кооперативні зв'язки з іншими господарюючими суб'єктами, має дочірні фірми, які поставляють їй комплектуючі, доцільно мати підрозділи закупівельної та виробничої логістики в рамках структури менеджменту матеріальних ресурсів або складі спеціальної логістичної служби.

Виділення логістичної складової в менеджменті матеріальних ресурсів створює сприятливі умови для використання у великих організаціях економіко-математичних методів і моделей оптимізації транспортних витрат, розмірів запасів у процесі матеріального забезпечення виробництва.

Закінчується організаційне бізнес-моделювання розробкою моделі структур даних, яка визначає перелік і формати документів, супроводжуючих процеси в компанії, а також задає формати опису об'єктів зовнішнього середовища, регламентів організації. При цьому формується система довідників, на підставі яких одержують пакети необхідних документів і звітів.

З метою налагодження ефективної системи менеджменту організації, ефективного управління логістичними процесами необхідно детально розробити технологію їх здійснення з позиції досягнення заданих критеріїв ефективності. Для вибору конкретних технологій потрібно розробити статичні та динамічні моделі бізнес-процесів, що дають змогу виконати оцінювання їх ефективності. Існують різні методи і засоби моделювання бізнес-процесів, які переважно зводяться або до функціонального (діаграми робочих потоків Oracle Designer 2016, SilverRun, Natural Engineering Workbench, функціональні діаграми Design/IDEF), або до об'єктно-орієнтованого моделювання (мова UML, засіб Natural Engineering Workbench). 20 грудня 2017 року випущено нове рішення ERP-класу, а саме "BAS ERP", яке є інноваційним рішенням для побудови комплексних інформаційних систем управління діяльністю багатoproфільних

підприємств, розроблене з урахуванням кращих практик автоматизації великого та середнього бізнесу, а також враховує специфіку обліку в Україні.

Узагальнена модель бізнес-процесу відображається на рівні інформаційних процесів за допомогою декількох видів моделей, а саме ER-діаграм («сутність – зв'язок») для баз даних; функціональних ієрархій, діаграм потоків даних і діаграм потоків подій для процедур. Діаграми потоків даних встановлюють інтерфейси програмних процедур з базами даних, вхідними і вихідними формами інформації, а діаграми потоків подій визначають управління переходами між процедурами. Існують різні підходи до відображення моделі бізнес-процесів, серед яких виділяються функціональний та об'єктно-орієнтований підходи. У функціональному підході головним структуроутворюючим елементом є функція (дія), в об'єктно-орієнтованому підході – об'єкт. Завдання менеджменту організації полягає в тому, щоби створити такі структури управління логістичних технологій, які найбільш ефективно виконували б інтегрування функцій щодо взаємодії між усіма корпоративними учасниками логістичних ланцюгів. При цьому необхідно мати на увазі, що такі нововведення зустрінуть серйозний опір в інших функціональних службах підприємств та організацій.

**Висновки.** Таким чином, вивчення наявних теоретичних підходів до визначення сутності економічної категорії «логістична діяльність» з позицій функціонального, процесного та системного підходів дає змогу визначити логістичну діяльність організації як інтегровану сукупність логістичних елементів (функцій, процесів, процедур та операцій) в межах організації як відкритої системи для оптимізації процесів трансформації матеріальних потоків з метою досягнення максимального синергійного ефекту. Під час проектування організаційних систем за допомогою організаційного інжинірингу базові процеси логістичної діяльності мають бути вихідними в моделюванні системи менеджменту організації. Для досягнення високого ступеня інтеграції логістичних процесів у систему менеджменту перспективним є застосування сучасних інформаційних систем управління ERP-класу.

#### Список використаних джерел:

1. Блейхер О. Логистика: учеб. пособие. Томск: ТПУ, 2009. 102 с.
2. Коніщева Н.Й., Трушкіна Н.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. Економіка промисловості. 2005. № 1. С. 114–123.
3. Левкин Г.Г. Логистика: теория и практика. Ростов-на-Дону, 2009. 221 с.
4. Миротин Л.Б. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения, процедуры: учеб. пособие. Москва, 2002. 252 с.
5. Сумець О.М. Логістичні системи і ланцюги поставок: навч. посібник. Київ, 2012. 220 с.
6. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика: навч. посібник. Київ, 2015. 392 с.
7. Логістичний менеджмент: конспект лекцій для студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» усіх форм навчання / укл. Л.Л. Ковальська. Луцьк: РРВВ Луцького НТУ, 2016. 176 с.
8. Окландер М.А. Логістика: підручник. Київ, 2008. 346 с.
9. Степанов В.И. Логистика: учебник. Москва, 2016. 566 с.
10. Логистика и управление цепями поставок: учебник для академического бакалавриата / под ред. В.В. Щербакова. Москва, 2015. 582 с.
11. Альбеков А.У., Митько О.А. Коммерческая логистика. Ростов-на-Дону, 2002. 416 с.
12. Крикавський Є.В., Чернописька Н.О. Логістичні системи: навч. посібник. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2009. 107 с.
13. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: учебник. Москва, 2001. 608 с.
14. Зяйлик М.І., Вівчар О.В. Парадигма і наукова база логістичного управління. Соціально-економічні проблеми і держава. 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11zmfblm.pdf>.
15. Смирнов И.Г. Проблемы и методы эффективного управления в логистических системах. Дистрибуция и логистика. 2003. № 4. С. 6–22.
16. Костоглодов Д.Д., Саввиди И.И., Стаханов В.Н. Маркетинг и логистика фирмы. Москва, 2000. 128 с.
17. Нагловский С.Н. Логистика проектирования и менеджмента производственно-коммерческих систем. Калуга, 2002. 336 с.
18. Забуранна Л.В., Глущенко О.М. Логістична концепція формування системи управління підприємством. Науковий вісник ЧДТЕУ. 2011. № 4 (12). С. 182–191.

## СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация.** В статье рассмотрены теоретические подходы к определению сущности экономической категории «логистическая деятельность». Сгруппированы точки зрения ученых о сущности логистической деятельности с позиций функционального, процессного и системного подходов. Определены место и роль логистической деятельности в системе менеджмента организации. Предложен учет базовых процессов логистической деятельности в инженеринговом моделировании системы менеджмента организации. Полученные результаты должны быть направлены на совершенствование понимания современного менеджмента руководителями и специалистами отечественных организаций, а также принятие им более совершенных управленческих решений в управлении организацией как единой системой.

**Ключевые слова:** логистическая деятельность, менеджмент, организация, функция, операция, процесс, моделирование, инженеринг.

### ESSENCE AND VALUE OF LOGISTIC ACTIVITY IN THE ORGANIZATION MANAGEMENT SYSTEM

**Summary.** In the article theoretical approaches to the definition of the economic category “logistic activity” have been considered. The views of scientists regarding the essence of logistic activity from the standpoint of functional, process and system approaches have been grouped. The place and role of logistics activities in the organization management system have been determined. The consideration of the basic processes of logistic activity in the engineering modeling of the management system of the organization has been proposed. The results should be aimed at improving the understanding of modern management by managers and specialists of domestic organizations and making more sophisticated management decisions in organization managing as an integral system.

**Key words:** logistic activity, management, organization, function, operation, process, modeling, engineering.

УДК 330.117

**Стрельников Р. М.**

*кандидат экономических наук, доцент,  
докторант кафедры финансов, учета и экономической безопасности  
Донецкого национального технического университета*

**Striel'nikov R. M.**

*Doctor of philosophy, associate professor, doctoral candidate  
of the department of accounting, finance and economic safety  
Donetsk National Technical University*

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕГРОВАНІХ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** У статті розглянуто питання впливу різних інституціональних факторів на інвестиційну діяльність великих підприємств, інтегрованих у промислову групу. Доведено, що в умовах існування вітчизняної економіки в подавленому стані стосовно іноземних конкурентів виникають перекося та незвичайні крапки тиску зовнішніх і внутрішніх інституціональних факторів впливу на інвестиційні процеси. Конкретизовано відповідний понятійний апарат, а саме таку понятійну категорію, як «інститут». Сформульовано зміст такої понятійної категорії, як «інституціональні фактори». Систематизовано основні складові інституціональних факторів залежно від відповідного рівня взаємодії суб'єктів інвестиційної діяльності. Доведено, що успіх реалізації інвестиційних проектів на підприємствах інтегрованої групи з'єднаний з необхідністю всеосяжного детального обліку можливого впливу з боку формальних і неформальних інституціональних факторів в умовах складної багаторівневої взаємодії всіх суб'єктів та об'єктів інвестиційної діяльності.

**Ключові слова:** інститут, інвестиції, інституціональні фактори, рівні інвестиційної діяльності, рівні впливу, інтегрована структура.

**Вступ та постановка проблеми.** В умовах існування вітчизняної економіки в подавленому стані стосовно іноземних конкурентів виникають перекося та незвичайні крапки тиску зовнішніх і внутрішніх інституціональних факторів впливу на інвестиційні процеси. У такій ситуації особливе значення має можливість маневрування фінансовими потоками під час здійснення інвестиційної діяльності всередині консолідованої групи підприємств. Існування внутрішніх фінансових потоків, що дають змогу сконцентрувати інвестиційні зусилля на найбільш перспективній або найбільш проблемній ділянці госпо-

дарської діяльності підприємств промислової групи, обумовлює необхідність коригування стандартних моделей інституціонального впливу безлічі факторів з точки зору можливостей та еластичності інтегрованих структур.

Слід зазначити, що в умовах циклічності кризових явищ української економіки та еволюціонування перерозподілу капіталу по різних галузях господарської діяльності особливо актуальною є тематика інституціоналізації факторів інвестиційних процесів, які здійснюються підприємствами промислової групи. Вирішення цих питань з точки зору науково-методологічного підходу дасть змогу

розробити перспективні плани ефективного фінансування, створити стимули інвестиційного розвитку як на рівні окремих суб'єктів, так і на рівні групи підприємств, галузей економіки та національної економіки загалом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для формування стійкої інвестиційної політики інтегрованих структур потрібна ефективна система обліку впливу всіх інституціональних факторів в умовах постійно мінливих умов як внутрішнього, так і зовнішнього середовища існування. Особливу роль у фундаментальних наукових дослідженнях цього кластеру економічної думки відіграли праці О. Уільямсона [1] та Г.Б. Клейнера [2], у яких були розглянуті базові положення поведінкової економічної теорії в умовах функціонування господарських систем.

**Метою** роботи є вирішення питань впливу різних інституціональних факторів на інвестиційну діяльність інтегрованих підприємств.

**Результати дослідження.** Перш ніж досліджувати особливості впливу інституціональних факторів на інвестиційні процеси, необхідно конкретизувати відповідний понятійний апарат.

«Інституціональна парадигма», «інституціональна економіка», «інституціональні фактори», «інституціональне середовище» – усі ці визначення створилися від однієї загальної складової, а саме понятійної категорії «інститут». Найпоширенішим у науковому середовищі і серед економістів є визначення категорії «інститут», що дав видатний американський економіст Норт Дуглас, який сформулював його як «правила гри в суспільстві, або, більш формально, створені людьми обмеження людей, що формують взаємодію» [3]. Крім того, він підкреслював, що «інститути задають структуру стимулів, що діють у суспільстві, тому політичні та економічні інститути визначають собою характер функціонування економіки» [4].

О. Уільямсон визначав інститути як «правила гри, що визначають контекст, у якому здійснюється економічна діяльність», «базові політичні, соціальні і правові норми, що утворюють основу проведення, розподілу та обміну» [1].

У класичній навчальній літературі дається таке трактування цієї категорії: «інститут – це сукупність, що полягає із правила або декількох правил і зовнішнього механізму примусу індивідів до виконання цього правила» [5]. Водночас сучасний дослідник інституціональних процесів Г.Б. Клейнер вважає це визначення не зовсім коректним, обґрунтовуючи це тим, що механізми, що підтримують виконання правила, самі є правилами, отже, чинність визначення повинна підкріплюватися відповідними механізмами примусу, яким мають відповідати механізми примусу, що вишиковує нескінченний ланцюжок правил. Крім того, він вважає, що інституціоналізація норми може забезпечуватися не тільки механізмами примусу до виконання, тому для її досягнення цілком достатньо вимоги стабільності.

Керуючись цією логікою, Г.Б. Клейнер дає таке визначення категорії «інститут»: «під інститутами будемо розуміти відносно стійкі стосовно зміни поведінки або інтересів окремих суб'єктів і їх груп, а також формальні і неформальні норми або системи норм, що продовжують діяти протягом значимого періоду часу, що регулюють прийняття рішень, діяльність і взаємодію соціально-економічних суб'єктів (фізичних і юридичних осіб, організацій) та їх груп» [2].

Аналіз цієї понятійної категорії показав, що інші варіанти визначення лише доповнюють або інтерпретують

дані формулювання та в сукупності констатують, що під категорією «інститут» переважно розуміють структуровану складну взаємодію неформальних (зокрема, традиції, звичаї, кодекси поведінки, які склалися в певному суспільстві) і формальних (конституція, закони, накази, постанови уряду тощо) принципів, норм і правил, які виконують роль обмежників під час вибору альтернативи, а також структурують відносини між різними суб'єктами, кожний з яких очікує одержання вигоди від цієї взаємодії.

Також необхідно сформулювати, що буде вкладатися в зміст такої понятійної категорії, як «інституціональні фактори».

Виходячи з формулювання, яке припускає що фактор (лат. *Factor*, тобто «що робить, провадить») – це «причина, рушійна сила якого-небудь процесу, що визначає його характер або окремі його риси» [6], поняття інституціонального фактору можемо охарактеризувати як причину, що визначає структуру стимулів і ступінь обмежень з боку формальних і неформальних правил у процесі вибору альтернативного рішення під час взаємодії соціально-економічних суб'єктів (фізичних і юридичних осіб, організацій) та їх груп.

Види впливу та форми обмежень під час впливу інституціональних факторів представлені на рис. 1.

Слід зазначити, що формальні норми впливу інституціональних факторів на інвестиційну діяльність інтегрованих структур відносно легко зрозуміти, описати, визначити та змінити. Набагато складніше визначити чинність впливу неформальної складової інституціональних факторів.

Сенс інвестора априорі укладається в одержанні певної вигоди. З точки зору господарюючих суб'єктів такою вигодою є можливість у майбутньому одержати додатковий дохід, виражений у грошовому еквіваленті. Але не всі інвестиційні проекти своєю кінцевою метою вважають одержання фінансової вигоди. Досить велика кількість інвестицій здійснюються в екологічній, освітній, науковій, соціальній та інших сферах діяльності. «На виході» за таких інвестицій інвестор бажає одержати не грошовий дохід, а поліпшення певних якісних показників.

Під час вивчення впливу інституціональних факторів на інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання слід постійно враховувати її багаторівневий характер, який обумовлюється наявністю різних ієрархій суб'єктів інвестування. У зв'язку з цим під час розгляду інституціональних факторів, що впливають на інвестиційну діяльність, також слід дотримуватися ієрархічного підходу. Л.Ю. Пітерська пропонує виділяти чотири рівні інвестиційної діяльності:

- 1) рівень країни загалом;
- 2) регіональний рівень;
- 3) галузевий рівень;
- 4) рівень підприємства [7].

На наш погляд, у цьому разі доцільно було б не включати рівень підприємства в систему впливу інституціональних факторів, оскільки інститути виявляють переважно зовнішній вплив, а управлінська парадигма підприємства в інвестиційній сфері лише виявляє внутрішню протидію такому тиску з метою уникнення небажаних деформацій системи. Правильніше було б визначити «рівень підприємства» як складову, яка є загальною сукупністю дії інших трьох рівнів впливу. Сектор впливу зовнішніх інституціональних факторів на інвестиційний сектор економічної діяльності інтегрованих структур можна вирішити за допомогою діаграми Ейлера-Венна.

Діаграма визначення результативної області впливу на інтегровану структуру з боку зовнішніх інституціональ-



них факторів наочно представлена на рис. 2.

Слід зазначити (і це наочно видно з діаграми Ейлера-Венна), що не всі зовнішні інституціональні фактори, які існують в економіці, будуть безпосередньо впливати на конкретне підприємство або певну консолідовану групу. Загальний для всіх рівнів інституціонального впливу сектор «підприємство» буде становити незначну частину, тому що буде містити тільки ті інституціональні фактори, які мають до нього безпосереднє відношення. Відповідно, необхідно проводити аналіз і виявляти фактори істотного впливу тільки з огляду на індивідуальні характеристики кожної конкретної інтегрованої структури.

Щодо складових інституціональних факторів, які класифікуються за запропонованими Л.Ю. Пітерською рівнями інвестиційної діяльності, то тут також слід зробити акцент на тому, що у складній взаємодії державних, регіональних і галузевих інститутах буде вироблятися для кожного окремого суб'єкта інвестиційної діяльності свій персональний сектор сукупної складової, який буде залежати від факторів рівня «підприємство» (вид діяльності, масштаби проведення, форма власності, рівень інноваційних технологій тощо).

Основні складові інституціональних факторів залежно від відповідного рівня взаємодії суб'єктів інвестиційної діяльності представлені в табл. 1.

Розглядаючи основні теоретичні аспекти інституціональної теорії в контексті інвестиційної діяльності підприємства або консолідованої групи підприємств, відзначимо ще один важливий інструмент аналізу, такий як транзакційні витрати. Цей інструмент запропонований О. Уільямсоном як пояснення причин і вибору формату проведення конкретної транзакції, одержавши від автора назву «економічна теорія транзакційних витрат ("transaction cost economics")» [1].

Ця теорія будувалася на базисних положеннях, за якими передбачалося, що тільки за умови, якщо взаємодія між інститутами протікає без було витрат, вони будуть досягати

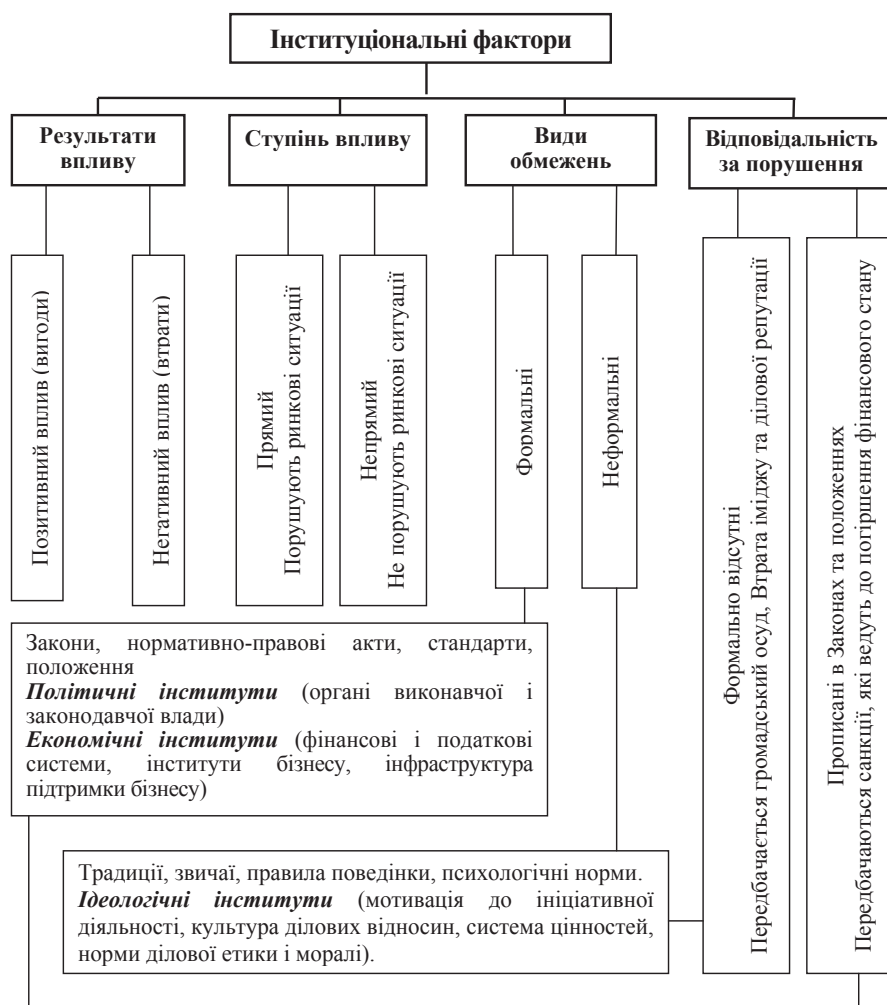


Рис. 1. Види впливу і форми обмежень за впливу інституціональних факторів

Джерело: систематизовано автором за джерелами [1–5]

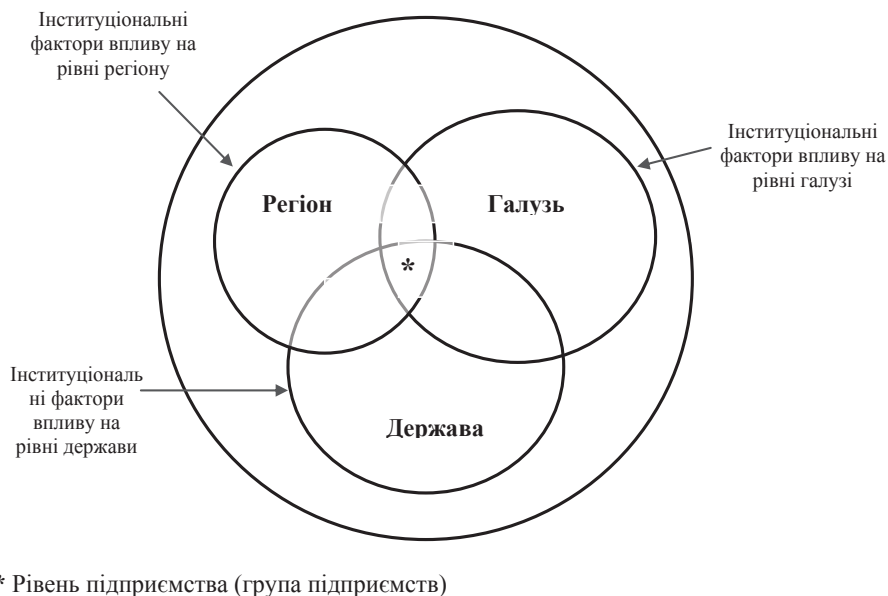


Рис. 2. Діаграма Ейлера-Венна для визначення результативної області впливу зовнішніх інституціональних факторів на інтегровану структуру

Джерело: власна розробка

**Основні складові інституціональних факторів залежно від відповідного рівня взаємодії суб'єктів інвестиційної діяльності**

Рівень взаємодії	Складові інституціональних факторів впливу
Регіон	Економічний і соціальний розвиток. Політична стабільність. Регіональна законодавча й нормативна база. Природні, трудові, сировинні ресурси. Регіональна інвестиційна інфраструктура. Підтримка на регіональному рівні. Екологічна безпека регіону. Регіональні ризики.
Галузь	Економічний і ресурсний потенціал галузі. Місце й роль галузі в міжгалузевому балансі країни. Ступінь державного регулювання галузі. Ступінь монополізації галузі. Ступінь інноваційного розвитку. Конкурентоспроможність галузі. Галузеві ризики.
Держава	Рівень розвитку ринкових відносин. Ступінь інтеграції у світову економіку. Економічний і ресурсний потенціал. Політична і соціальна стабільність. Інвестиційна інфраструктура. Рівень державного регулювання. Екологічна ситуація в країні. Державні ризики.
Підприємство	Економічний і ресурсний потенціал підприємства. Інвестиційна та інноваційна стратегія підприємства. Податкова, кредитна, облікова політика підприємства. Організаційно-правова форма, розміри підприємства. Конкурентоспроможність підприємства. Місце на внутрішньому і зовнішньому ринках. Підприємницькі ризики.

Джерело: систематизовано автором за джерелами [2; 7]

рішень, які максимізують сукупний дохід незалежно від інституціональних умов. Коли трансакції вимагають витрат, доводиться взяти до уваги інститути. Але трансакції завжди вимагають витрат. Д. Уолліс і Д. Норт показали, що в 1970 році на частку трансакційного сектору економіки доводилося 45% валового національного продукту США [8].

Дуглас Норт також підкреслював, що «у реальному світі ефективні ринки формуються в тих випадках, коли конкуренція сильна настільки, що завдяки ринковому арбітражу і ефективним механізмам зворотного зв'язку відбувається наближення до «умов Коуза», тобто до нульових трансакційних витрат, так що учасники ринку можуть дістати прибуток у розмірі, обумовленому згідно з неокласичною теорією. Однак інформаційні та інституціональні умови, необхідні для створення таких ефективних ринків, досить тверді. Учасники ринку не тільки повинні мати певну мету, але й знати, як правильно її досягти» [4].

Розглядаючи форми впливу інституціональних факторів і порядок утворення трансакційних витрат, які виникають під час взаємодії між інститутами та суб'єктами господарювання, враховуємо також напрями інвестиційних потоків. У класичній інтерпретації залежно від напрямів інвестицій і цілей їх реалізації інвестиційні проекти поділяють на:

- виробничі;
- науково-технічні;
- комерційні;
- фінансові;
- екологічні;
- соціально-економічні [9].

Ступінь впливу інституціональних факторів на інвестиційну діяльність інтегрованих структур визначається економічним або соціальним ефектом, який буде отриманий за результатами здійснених інвестицій. Визначити ж ефективність від інвестицій можна тільки шляхом порівняння поточних (отриманих) показників діяльності суб'єкта інвестиційного процесу з базовим звітним періодом (доінвестиційним) або протягом періоду здійснення інвестицій з минулим звітним періодом (якщо інвестиції здійснюються протягом декількох років). У цьому контексті особливого значення набуває визначення ступеня впливу інституціональних факторів на інвестиційні процеси в часі.

Будучи основним гарантом розвитку і конкурентоспроможності суб'єкта господарської діяльності, інвестиційна діяльність водночас випробовує вразливість із

боку економічного, політичного та соціального середовища існування, що змушує враховувати вплив відповідних інституціональних факторів. Відсутність науково-практичного підходу до реалізації інвестиційних проектів в умовах складної та багаторівневої взаємодії різних інституціональних факторів може привести до деформації очікуваних результатів аж до одержання прямих збитків і неповноцінного використання потенціалу, закладеного в інвестиціях.

Розглядаючи інтегровані структури як об'єкт інвестиційних процесів, зазначимо, що в умовах ринкової економіки сама структура бізнесу може змінитися під впливом кон'юнктурних, ресурсних та інституціональних факторів. А основна роль у визначенні стратегії виробничого та економічного розвитку інтегрованої корпоративної структури як основного учасника макро-економічних взаємин на рівні держави належить саме інституціональним факторам.

Для найбільш успішного вжиття заходів, спрямованих на розроблення та реалізацію інвестиційних проектів підприємствами певної консолідованої групи потрібне знання специфіки та сутності інституціональних факторів, що впливають на них. Необхідно також розуміння того, що певні неформальні інституціональні фактори можуть мати більш значний вплив, ніж наявні на рівні держави, галузі або регіону формальні фактори впливу та обмеження. В окремих ситуаціях може відбуватися так звана мутація неформальних факторів у формальні або неприйняття (ігнорування) знову введених формальних обмежень на рівні суб'єктів господарської діяльності. Так, на думку Г.Б. Клейнера, «не відповідне ментальним та ідеологічним особливостям інституціональне рішення, прийняте без обліку історичного шляху країни, не зможе знайти ефективну реалізацію, буде сприяти вповільненню розвитку і через відносно невеликий час піддасться ерозії або відторгненню» [2].

**Висновки.** З усього вищевикладеного випливає висновок, що успіх реалізації інвестиційних проектів на підприємствах інтегрованої консолідованої групи з'єднаний з необхідністю всеосяжного детального обліку можливого впливу з боку формальних і неформальних інституціональних факторів в умовах складної багаторівневої взаємодії всіх суб'єктів і об'єктів інвестиційної діяльності. Відповідно, виникає необхідність використання науково-методичного підходу до дослідження ступеня впливу інституціональних факторів на інвестиційну діяльність інтегрованих структур протягом певного часу.

**Список використаних джерел:**

1. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция / вступ. ст. В.С. Катяло. Санкт-Петербург: Лениздат, 1996. 702 с.
2. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. Москва: Наука, 2004. 240 с.
3. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Москва: Начала, 1997. С. 18.
4. Норт Д. Функционирование экономики во времени. Нобелевская лекция (9 декабря 1993 года). URL: [http://magazines.russ.ru/oz/2004/6/2004\\_6\\_12.html](http://magazines.russ.ru/oz/2004/6/2004_6_12.html).
5. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: учебник / под общей ред. А.А. Аузана. Москва: ИНФРА-М, 2005. С. 23.
6. Фактор. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Фактор>.
7. Питерская Л.Ю. Инвестиционная деятельность в аграрном секторе экономики: теория, практика, направления совершенствования: дисс. ... докт. экон. наук: спец. 08.00.05. Ставрополь, 2006. С. 26.
8. Wallis J.J., North D. Measuring the Transaction Sector in the American Economy. In S.L. Engerman and R.E. Gallman, (eds.), Long Term Factors in American Economic Growth (Chicago: University of Chicago Press, 1986).
9. Инвестиции: системный анализ и управление / под ред. К.В. Балдина. 4-е изд. испр. Москва: ПРИОР, 2007. 187 с.

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ  
НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы влияния разных институциональных факторов на инвестиционную деятельность крупных предприятий, интегрированных в промышленную группу. Доказано, что в условиях существования отечественной экономики в подавленном состоянии относительно иностранных конкурентов возникают перекосы и нестандартные точки давления внешних и внутренних институциональных факторов на инвестиционные процессы. Конкретизирован соответствующий понятийный аппарат, а именно такая понятийная категория, как «институт». Сформулировано содержание такой понятийной категории, как «институциональные факторы». Систематизированы основные составляющие институциональных факторов в зависимости от соответствующего уровня взаимодействия субъектов инвестиционной деятельности. Доказано, что успех реализации инвестиционных проектов на предприятиях интегрированной группы соединен с необходимостью всеобъемлющего детального учета возможного влияния со стороны формальных и неформальных институциональных факторов в условиях сложного многоуровневого взаимодействия всех субъектов и объектов инвестиционной деятельности.

**Ключевые слова:** институт, инвестиции, институциональные факторы, уровни инвестиционной деятельности, уровни влияния, интегрированная структура.

**INSTITUTIONAL INFLUENCE FACTORS  
ON THE INVESTMENT ACTIVITIES OF INTEGRATED ENTERPRISES**

**Summary.** The article deals with the influence of various institutional factors on the investment activity of large industrial enterprises. It is proved that in the conditions of the existence of the domestic economy in a depressed state relative to foreign competitors, there are distortions and unusual pressure points of external and internal institutional factors of influence on investment processes. In such situation, the possibility of maneuvering financial flows in the implementation of investment activities within the consolidated group of companies is rather useful. The existence of internal financial flows, allowing concentrating investment efforts on the most promising, or vice versa, the most problematic area of economic activity of enterprises, necessitates the need to adjust the standard models of institutional influence of many factors in terms of the capabilities and elasticity of integrated structures. The article specified the appropriate conceptual apparatus, and it is this conceptual category “institute”. The content of such conceptual category as “institutional factors” is formed. Four levels of investment activity are singled out, namely: the level of the whole country; the regional level; the industry level; the level of the enterprise. The main components of institutional factors are systematized, depending on the appropriate level of interaction of subjects of investment activity. The main theoretical aspects of institutional theory in the context of investment activity of an enterprise or a consolidated group of enterprises are considered and another important tool of analysis, such as “transaction costs”, is noted. It is proved that in the classical interpretation, depending on the areas of investment and the goals of their implementation, investment projects are divided into production, scientific and technical, commercial, financial, environmental, social and economic. It is concluded that the most successful implementation of activities aimed at the development and implementation of investment projects by enterprises of a certain consolidated group requires knowledge of the specifics and nature of the institutional factors affecting them. It is proved that the success in the implementation of investment projects at the enterprises of the integrated consolidated group, coupled with the need for comprehensive detailed consideration of the possible impact of formal and informal institutional factors in a complex multi-level interaction of all subjects and objects of investment activity. Thus, there is a need to use a scientific and methodological approach to the study of the degree of influence of institutional factors on the investment activity of integrated structures within a certain period of time.

**Key words:** institute, investments, institutional factors, levels of investment activity, levels of influence, integrated structure.

**Струк Н. Р.**  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри підприємництва та маркетингу  
Української академії друкарства

**Карпій О. П.**  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Struk N. R.**  
*Ph.D., docent, docent of Department of Enterprise and Marketing*

**Karpiy O. P.**  
*Ph.D., Art. Lecturer, Department of Marketing and Logistics  
National University "Lviv Polytechnic"*

## ЛОГІСТИКА У ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

**Анотація.** У статті розглянуто питання ведення бізнесу в українських реаліях на засадах франчайзингу. Авторами окреслено переваги, які отримає підприємство від такої партнерської співпраці. Розглянуто, яким чином логістичне управління впливає на ведення франчайзингового бізнесу, визначено пріоритетні напрями їх вдосконалення. Охарактеризовано загальнонаукові принципи, які мають забезпечуватися під час формування логістичних ланцюгів франчайзингової системи. Актуальність цих питань пов'язана з жорсткими конкурентними інструментами, обмеженістю маркетингового бюджету, прагненням підприємств наростити маржу прибутку.

**Ключові слова:** логістика, франчайзинг, управління, матеріальний потік, фінансовий потік, матеріальні ресурси, підприємництво, логістичні ланцюги, прибуток.

**Вступ та постановка проблеми.** Синергічне поєднання в управлінській структурі інструментарію маркетингу, логістики та антикризового менеджменту є симбіозом, що дає змогу підприємству втримати свої ринкові можливості та нарощувати конкурентний потенціал. Інтеграція такого потужного управлінського методу дає можливість розвинути інноваційну, маркетингово-логістичну систему. Тим часом в Україні з'являються нові можливості для ведення бізнесу, котрі є не старт-апами, а вже розробленим «під ключ» бізнес-пакетом, що приносить стабільний дохід і може презентуватися на продаж як франшиза. Проте для реалізації бізнесу у форматі франчайзингу необхідна низка умов, зокрема логістичне середовище.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам теорії і практики франчайзингового управління на засадах логістики присвячена недостатня для повного розуміння питання кількість статей та посібників. Здебільшого питання ведення бізнесу на таких засадах розглядається ситуативно, найбільше в науковій літературі, що присвячена питанням маркетингу, логістики, антикризового менеджменту, брендингу. Серед вчених, які торкаються цієї проблематики, слід назвати таких, як Є.В. Крикавський, А.Г. Кальченко, В.І. Сергеев, Н.І. Чухрай, К. Вітовський, Дж. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу.

Загалом до ключових комплексних логістичних активностей, зокрема у системі франчайзингу, зарубіжні науковці [1; 4; 13] відносять підтримку стандартів обслуговування споживачів; управління закупівлями; закупівлі; транспортування; управління запасами; управління процедурами замовлень; управління виробничими процедурами (операціями, тобто здійснення операційного менеджменту); ціноутворення; фізичний розподіл.

Водночас до підтримуючих комплексних логістичних активностей найчастіше відносять складування; вантажо-переробку; захисне упакування; підтримку повернення товарів; забезпечення запасними частинами і сервісом;

збирання зворотних відходів; інформаційно-комп'ютерну підтримку [3, с. 45].

Усі науковці, котрі торкаються заданої теми, єдині в думці про системну інтеграцію функціональних галузей логістики, маркетингу та кризового менеджменту. Їхні праці доводять, що лише за умов партнерської взаємодії, системоутворюючої інтеграції, надійних зовнішніх та ефективно побудованих внутрішніх зв'язків можна побудувати гармонійний, прибутковий бізнес, зокрема на засадах франчайзингового партнерства.

**Метою** роботи є пошук шляхів впровадження логістично-інтегрованих функцій в систему управління франчайзинговим підприємством, дослідження їх концептуальних особливостей та методів застосування.

**Результати дослідження.** Специфіка ведення в Україні бізнесу на умовах франчайзингу є особливою. Насамперед це пов'язане з психологічною неготовністю малого та середнього бізнесу працювати на засадах надійного партнерства. З одного боку, це пов'язане зі складним політичним та економічним становищем в країні, недостатнім чи невідповідним рівнем освіти серед підприємців та низкою інших чинників. Оскільки надійне партнерство є головною ознакою логістично-орієнтованого підприємства, можемо сміливо розглядати цей управлінський напрям як основу і ключову вимогу для ведення франчайзингового бізнесу в Україні.

Для підприємця, готового розпочати власну діяльність, важливо розуміти характеристику етапів розвитку підприємства (табл. 1).

Бачимо з табл. 1, що особа, котра прийняла рішення щодо підприємницької діяльності, повинна володіти цілою низкою особистісних та професійних особливостей (табл. 2).

Звичайно, такі якості людина набуває протягом усього професійного життя, і відразу під час ухвалення рішення щодо створення власної справи особа повинна оцінити свої здібності та можливості, а також переваги та недо-



Характеристика етапу розвитку підприємства

Етап розвитку	Мета підприємства	Основні цілі на цьому етапі
1	Вихід на ринок	Виживання, пошук ринкової ніші, завоювання репутації.
2	Отримання перших прибутків	Формування лояльності в набутих клієнтів, зміцнення ринкових позицій.
3	Прискорення обсягів продажів та прибутку	Визначення із сегментуванням ринку, захоплення своєї частки ринку.
4	Нарощування обсягів діяльності	Диверсифікація бізнесу.
5	Брендинг, збалансований ріст підприємства	Зміцнення позицій на освоєному ринку.
6	Конкурентні атаки, що послаблюють позиції підприємства	Збереження стабільної господарської діяльності.
7	Пошук альтернатив або нових альянсів для ведення бізнесу	Ребрендинг, бенчмаркінг, SRM-маркетинг, реорганізація, навчання персоналу.
8	–	Закриття, продаж або передача підприємства.

Таблиця 2

Характеристики, які притаманні успішному підприємцю

Особистісні характеристики	Спеціальні знання та вміння	Зовнішні фактори
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Міцне здоров'я;</li> <li>– лідерство;</li> <li>– комунікабельність;</li> <li>– ініціативність;</li> <li>– стресостійкість;</li> <li>– впевненість в успіху власної справи;</li> <li>– прагнення до змін;</li> <li>– ризиковість;</li> <li>– захоплення власною справою.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Освіта, знання, самоосвіта;</li> <li>– компетентність та широкий кругозір;</li> <li>– управлінські навички та знання;</li> <li>– досвід у вибраній справі від «низу»;</li> <li>– знання психології людей;</li> <li>– досвід в управлінні персоналом.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Власне майнове становище;</li> <li>– сімейне оточення;</li> <li>– партнери у бізнесі;</li> <li>– законодавчі умови.</li> </ul>

ліки ведення підприємницької діяльності. Щодо переваг, то це насамперед свобода та незалежність у прийнятті рішень, високий дохід, реалізація професійних здібностей. Недоліками є великий ризик втратити капітал, нестійка величина доходу (з різних причин), необхідність вкладати власні кошти, необхідність працювати 6–7 днів на тиждень за невстановленим часовим графіком. Водночас слід пам'ятати про ризики, що пов'язані з неправильно розробленою концепцією, недостатніми знаннями про ринок, плінність кадрів, неточне визначення потреби в капіталі, переоцінку прибутковості підприємства тощо.

З огляду на описані причини перед підприємцем постає можливість скористатися готовим бізнесом, котрий вже позитивно себе зарекомендував та приносить стабільний дохід іншим франчайзерам.

Франчайзинг – це форма ведення бізнесу, за якої одна компанія (франчайзор) представляє іншій компанії (франчайзі) перевірену й успішну бізнес-ідею, підтримку, навчання, постачання, розвиток, маркетинг та рекламу [6]. Під час використання франчайзингу франчайзер (правовласник комплексу виключних прав (франшизи, ліцензії) продає франчайзі (правокористувач комплексу виключних прав франчайзера) ім'я, бренд, ноу-хау, комплекс маркетингу тощо.

В Україні велика кількість франшиз вже приносить прибуток своїм власникам. Прикладом успішного ведення франчайзингового бізнесу в Україні є компанія «Система швидкого харчування» Компанія працює у сфері громадського харчування й розбудовує франчайзингову мережу ресторанів швидкого обслуговування. Компанія працює з численною кількістю партнерів-франчайзі, представляючи три торговельні марки, такі як «Піца Челентано», «Кафе Пункт» та «Картопляна хата». Досліджуючи передумови успішного франчайзингу «Система швидкого харчування», можемо окреслити такі фактори, як налагодження надій-

ного партнерства, єдині маркетингово-логістичні програми, розвинута корпоративна культура, інноваційні, авторські продукти.

Очевидно, що в разі недостатнього розвитку одного з них економічно потерпає уся система. Тому для того, щоб реалізувати франчайзингову діяльність, насамперед потрібно розвинути маркетингово-логістичне управління або ставити собі за мету налагодити його, оскільки це основна передумова франчайзингової діяльності. Тобто для переходу від антагоністичних відносин між різними суб'єктами господарювання до формування системи взаємодії в ланцюгу постачань на основі відкритості зв'язків і комунікацій у франчайзинговій системі потрібно забезпечити організацію взаємодії партнерів у логістичному ланцюгу; узгодження логістичних задач в роботі підприємств єдиної системи з іншими його цілями та перспективами; інформаційний обмін між усіма учасниками процесу просування матеріального потоку.

Формування ланцюгів постачань у франчайзинговій системі включає два основні напрями:

- 1) оптимізація складу й структури ланцюгів постачань;
- 2) забезпечення узгодженої взаємодії між ланками логістичного ланцюга.

Необхідною умовою реалізації цих напрямів є застосування щодо формування логістичних ланцюгів певної сукупності принципів, спрямованих на проектування оптимальної структури ланцюгів постачань, які можна поділити на такі групи: загальнонаукові методологічні принципи; загальні логістичні принципи; принципи забезпечення інформаційної взаємодії учасників логістичних ланцюгів.

Загальнонауковими принципами, які мають забезпечуватися під час формування логістичних ланцюгів франчайзингової системи, є принципи комплексності, науковості, конкретності і конструктивності (рис. 1).

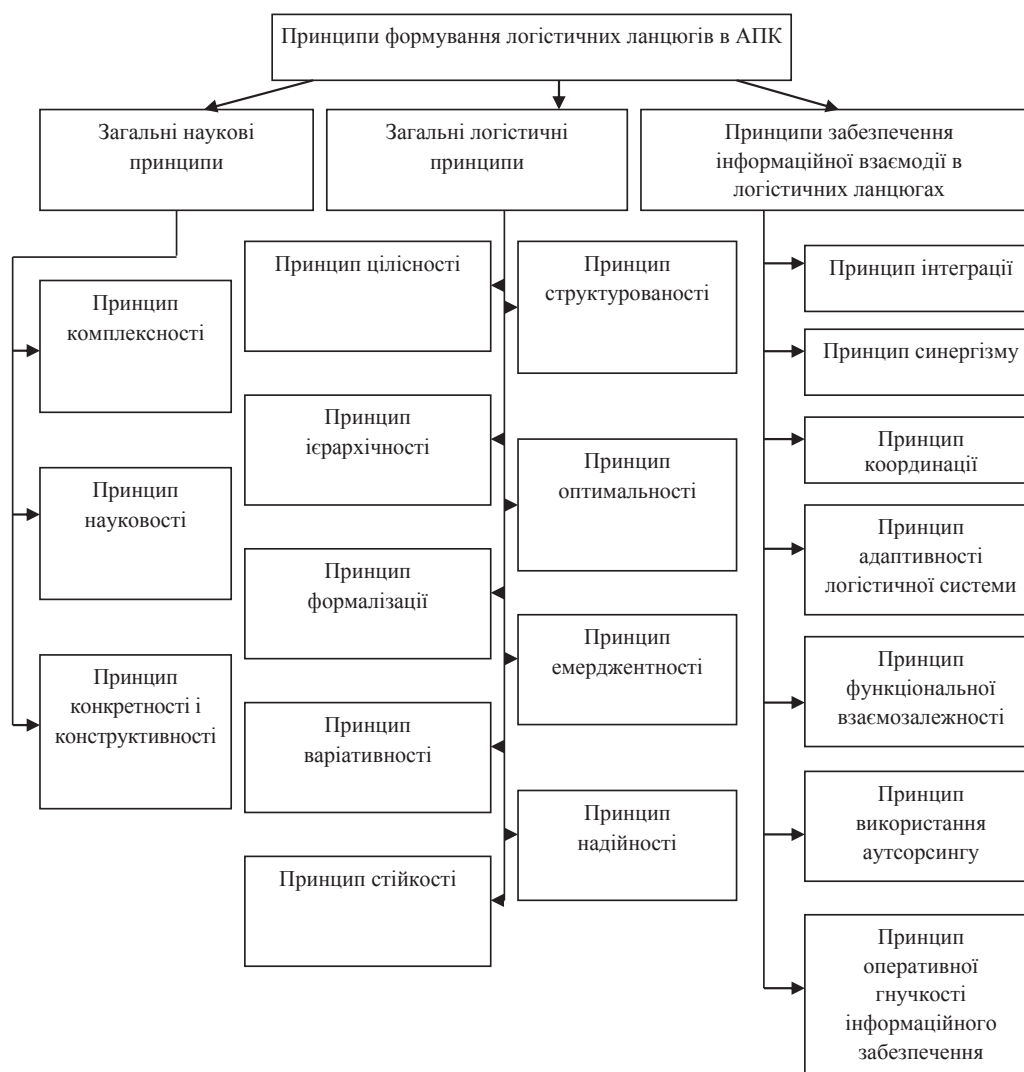


Рис. 1. Принципи формування логістичних ланцюгів франчайзингової системи

Джерело: власна розробка авторів

Принцип комплексності передбачає розгляд логістичних операцій, логістичних функцій і логістичних ланцюгів у їх взаємозалежності та взаємообумовленості, побудову ланцюгів постачань у системі з урахуванням всіх факторів і критеріїв формування.

Принцип науковості визначає необхідність розробки методів побудови наскрізних ланцюгів постачань відповідно до вимог науки на засадах важкозаперечуваного доказового пояснення правомірності, необхідності, доцільності (раціональності, оптимальності) прийняття рішення. Принцип конкретності і конструктивності визначає необхідність прийняття рішень щодо побудови логістичних ланцюгів на основі чітко сформульованої, конкретної вихідної інформації та на обґрунтованій методологічній базі.

Основними із загальних логістичних принципів є такі.

1) Принцип цілісності. Передбачає розгляд інтегрованого ланцюга постачань з точки зору єдності його цілей і цілей кожної функціональної сфери у їх взаємозв'язку.

Він вимагає застосування комплексу методів і засобів, які даватимуть змогу досліджувати властивості, структуру та функції суб'єктів господарювання і процесів загалом, розглядаючи їх як економічні системи зі складними міжелементними взаємозв'язками, взаємовпливом еле-

ментів на систему і середовище, а також впливом самої системи на її структурні елементи.

2) Принцип оптимальності. Орієнтується на вибір найкращого варіанта поєднання ланок логістичного ланцюга під час виконання кожної логістичної функції та рішень, які були б найкращими за комплексом визначальних показників.

3) Принцип ієрархічності. Передбачає наявність в економічній системі кількох рівнів (відповідно, кількох способів досягнення цілей різних рівнів); реалізацію певного типу структурних відносин у складних, багаторівневих логістичних системах з великою кількістю елементів з функціональною диференціацією (спроможністю виконувати певний набір логістичних функцій); визначає упорядкованість і організованість взаємодій між окремими ланками логістичного ланцюга.

4) Принцип формалізації. Передбачає необхідність використання кількісних, комплексних характеристик для дослідження та формування ланцюга постачань на основі моделювання процесів та систем у сфері логістики.

5) Принцип структурованості. Визначає наявність взаємопов'язаних ланок логістичного ланцюга, які реалізують спільну мету формування системи до споживачів.

6) Принцип варіативності. Передбачає існування кількох різних, альтернативних варіантів під час побудови ланцюга постачань для вибору найкращого з них за комплексом показників з урахуванням комплексу впливаючих факторів.

7) Принцип емерджентності. Означає необхідність забезпечення цілісності взаємопов'язаних елементів, які функціонують в логістичному ланцюгу, та пріоритетність оптимізації системи відносно оптимізації її окремих елементів.

8) Принцип надійності. Означає необхідність наявності у логістичній системі реалізувати задані функції протягом певного періоду часу із заданими параметрами.

9) Принцип безпечності. Передбачає спроможність системи не наносити недопустимі впливи технічним об'єктам, персоналу, зовнішньому середовищу під час свого функціонування.

10) Принцип стійкості. Передбачає здатність системи виконувати свої функції в разі виходу параметрів середовища за певні обмеження чи допуски. Для підтримання гнучкості, адаптивності організаційних структур та діяльності учасників ланцюгів постачань франчайзингової системи треба враховувати принципи, спрямовані на забезпечення інформаційної взаємодії ланок логістичних ланцюгів.

11) Принцип інтеграції. Передбачає об'єднання учасників логістичного ланцюга з метою організації збалансованого руху всіх потоків у ланцюгу постачань.

12) Принцип синергізму. Обумовлює отримання ефекту взаємного підсилення зв'язків однієї ланки логістичного ланцюга з іншими на рівні просування матеріального та супутніх йому потоків.

13) Принцип координації. Визначає необхідність управління взаємодією в ланцюгу постачань шляхом узгодження складу, послідовності, способів виконання різних операцій. Зовнішня координація забезпечує підтримання взаємодії між учасниками логістичного ланцюга на основі використання (як основного інструмента) довгострокових договорів та контрактів.

14) Принцип адаптивності логістичної системи. Означає спроможність логістичної системи змінювати цілі функціонування в разі відмови та/або пошкодження елементів системи, тобто в разі зміни умов її функціонування.

15) Принцип функціональної взаємозалежності. Вимагає забезпечення узгодженості виконання логістичних операцій кожною ланкою ланцюга постачань як у певній функціональній сфері логістики, так і між ланками, які виконують різні логістичні функції, завдяки інформаційній взаємодії між ними.

16) Принцип використання аутсорсингу. Передбачає формування ланцюгів постачань на умовах можливої передачі виконання частини логістичних функцій (операцій) іншим учасникам у разі недостатності власного потенціалу певного суб'єкта господарювання.

17) Принцип оперативної гнучкості інформаційного забезпечення. Вимагає забезпечення високого рівня організації руху логістичної інформації відповідно до вимог точності, доступності, вчасності та достовірності.

Застосування цих принципів за умови їх адаптації до особливостей формування франчайзингових моделей чи систем має стати основою розробки логістичної методики оптимізації процесів франчайзингового управління матеріальними потоками між учасниками процесу.

**Висновки.** Не зупиняючись детально на характеристиках кожної з вищеписаних (та інших можливих) логістичних активностей, відзначимо, що всі вони фактично забезпечують перетворення матеріальних, сервісних і пов'язаних з ними інформаційних та фінансових потоків, а також формують загальне поняття логістичної діяльності.

У нашому розумінні логістична діяльність у франчайзинговій діяльності – це складний комплекс елементарних і комплексних логістичних активностей, які забезпечують перетворення матеріального та відповідних логістичних потоків (їх окремих елементів) відповідно до вимог споживачів. Логістичну діяльність потрібно розглядати як множини виконуваних франчайзинговим підприємства логістичних операцій, які спрямовані на досягнення перетворень якісних та/або кількісних параметрів вхідного, внутрішньовиробничого та вихідного матеріального потоку, а також на здійснення необхідних для цього перетворень відповідних інформаційних і фінансових потоків.

При цьому основні перетворення мають стосуватися характеристик елементів матеріального потоку, в результаті чого досягаються бажані для логістичного споживача зміни. Також управлінням слід керуватися сформульованими принциповими підходами та пропозиціями практичного характеру щодо визначення основних напрямів оптимізації логістичних процесів на різних стадіях просування матеріальних та інформаційних потоків і в різних фазах діяльності франчайзингових підприємств;

Таким чином, йдеться про необхідність розглядати логістичну діяльність як складову частину, з одного боку, процесу нарощування вартості (від закупівлі матеріалів до реалізації товарів кінцевим споживачем), а з іншого боку, як основну вимогу для реалізації франчайзингової діяльності як такої.

#### Список використаних джерел:

1. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок. Москва: Олимп-Бизнес, 2001. 640 с.
2. Побоченко Л.М. Розвиток франчайзингового бізнесу в країнах Європи. Стратегія розвитку України. 2016. № 1. С. 57–64.
3. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2001. 608 с.
4. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой / пер. с 4-го англ. изд. Москва: ИНФРА-М, 2005. 797 с.
5. Фролова Л.В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. 322 с.
6. Чикуркова А.Д., Ногачевський О.Ф. Франчайзинг: актуальні проблеми розвитку в Україні. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 24. Ч. 3. С. 247–254.
7. Чухрай Н.І., Патора Р.М. Інновації та логістика товарів: монографія. Львів: вид-во НУ «Львів. політехніка», 2001. 262 с.
8. Magee J.F., Coracino W.C., Rosenfield D.B. Modern Logistics Management. Integrating Marketing and Physical Distribution. New York: John Wiley, 1985. 430 p.
9. Gerhard Sommerer Unternehmens logistik. Manuskript druck, 1992.
10. Knoll I. Logistics Distribution Centers. Logistics Technology International. London: Sterling Publications Limited, 1995. 184 p.
11. Logistyka dystrybucji: Praca zbiorowa / pod red. K. Rutkowskiego. Warszawa: Difin, 2001. 323 s.
12. Logistyka ponad granicami / pod red. St. Abta. Poznań, 2000. 225 s.
13. Plowman E.G. Elements of Business Logistics. Stanford, CA: Stanford School of Business, 1964. 157 p.

## ЛОГИСТИКА ВО ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы ведения бизнеса в украинских реалиях на основах франчайзинга. Авторами обозначены преимущества, которые получает предприятие от такого партнерского сотрудничества. Рассмотрено, каким образом логистическое управление влияет на ведение франчайзингового бизнеса, определены приоритетные направления их совершенствования. Охарактеризованы общенаучные принципы, которые должны обеспечиваться при формировании логистических цепей франчайзинговой системы. Актуальность этих вопросов связана с жесткими конкурентными инструментами, ограниченностью маркетингового бюджета, стремлением предприятий нарастить маржу прибыли.

**Ключевые слова:** логистика, франчайзинг, управление, материальный поток, финансовый поток, материальные ресурсы, предпринимательство, логистические цепи, прибыль.

## LOGISTICS IN THE FRANCHISING MANAGEMENT SYSTEM

**Summary.** The article deals with the issues of doing business in Ukrainian realities on the basis of franchising. The authors outline the advantages that an enterprise will receive from such partnership cooperation. The article examines how logistics management has an impact on franchising business and identifies priority areas for improvement. The general scientific principles that should be provided during the formation of the logistic chains of the franchising system are described. The urgency of these issues is related to rigid competition, the limited marketing budget, and the desire of enterprises to increase profit margins.

**Key words:** logistic, franchising, management, material stream, financial stream, material resources, enterprise, logistic chains, income.

УДК 658:338.2

**Сунцова О. О.**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій  
Національного авіаційного університету*

**Командровська В. Є.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та бізнес-технологій  
Національного авіаційного університету*

**Любезна І. І.**

*студентка магістратури економіки та бізнес-технологій  
Національного авіаційного університету*

**Suntsova O. O.**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of Economics and Business Technologies Department  
National Aviation University*

**Komandrovs'ka V. Ye.**

*PhD in Economics, Associate professor,  
Associate professor of Economics and Business Technologies Department  
National Aviation University*

**Lyubezna I. I.**

*MSc in Economics and Business Technologies  
National Aviation University*

## ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АВІАПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АГРЕСИВНОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

**Анотація.** У статті досліджено, що стан та характер впливу зовнішнього середовища є одними з найбільш важливих факторів, що можуть сприяти чи заважати розвитку підприємства, впливати на ефективність функціонування діяльності організації. Проведено аналіз визначень понять «агресія», «агресивність» з огляду на теорію психології. З урахуванням особливостей діяльності підприємства та методики оцінювання стану зовнішнього середовища запропонували та сформулювали поняття «агресивний стан зовнішнього середовища підприємства». Проведено порівняльний аналіз факторів впливу зовнішнього середовища підприємства в стабільному та агресивному стані. Досліджено динаміку зміни кількості підприємств за результатами впливу агресивного стану зовнішнього середовища в Україні.

**Ключові слова:** агресивний стан, зовнішнє середовище, діагностика, агресія, фактори впливу, превентивні заходи, авіапідприємство.



**Вступ та постановка проблеми.** Стан та характер впливу зовнішнього середовища є одними з найбільш важливих факторів, що можуть сприяти чи заважати розвитку підприємства, впливати на ефективність функціонування діяльності організації. Це стосується усіх галузей економіки країни, зокрема авіаційної галузі. Нині можна стверджувати, що діяльність авіапідприємств здійснюється в умовах агресивних дій зовнішнього середовища, основною метою яких є ослаблення чи усунення підприємства з ринку.

Агресивний стан зовнішнього середовища переважно обумовлений діями прямого та опосередкованого впливу, зокрема нестабільним станом в економіці держави й окремих її галузей; політичною ситуацією в країні та ускладненням міжнародних зв'язків; зменшенням купівельної спроможності; збільшенням конкуруючих компаній, що приводять до зменшення кількості підприємств на ринку; агресивними діями конкурентів; корумпованістю регулюючих та контролюючих органів; жорсткістю господарського законодавства по відношенню до підприємств, в тому числі підвищеним податковим тиском.

Авіабудівництво є однією з найголовніших та найперспективніших галузей в економіці України, що характеризується значним виробничим та інтелектуальним потенціалом, адже забезпечує власне виробництво літаків повного циклу. В теперішніх умовах кризового стану економіки для відновлення економічного зростання країни потрібно розвивати перш за все високотехнологічні галузі, такі як авіабудівництво, у яких створюється висока додана вартість, що сприяє підвищенню валового внутрішнього продукту країни. Проте сьогодні авіаційна галузь України відстає в розвитку від основних конкурентів і має незначну частку ринку. Тому актуальними питаннями є визначення основних причин кризового стану української авіабудівної галузі та розробка шляхів їх усунення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для розуміння поняття «агресивний стан підприємства» проведено дослідження у сфері психології щодо визначення агресії та агресивності. Дослідженню цього поняття присвятили свої праці такі вчені, як В. Клайн, А. Басс, Р. Берон, Д. Річардсон, С. Фромм, А. Бандура. Аналізуючи економічну складову агресивності, можемо зробити висновок, що в теорію вивчення характеру впливу зовнішнього середовища на підприємства значний внесок зробили такі науковці, як Е. Альтман, Ж. Лего, Т. Спрінгейт, А.Г. Грязнов, В.А. Баранов, Л.О. Лігоненко, В.О. Василенко, Т.В. Гринько, Д.А. Довгань, А.І. Євсейчев.

Проведений аналіз наявних публікацій показав відсутність підходів до вивчення агресивного стану зовнішнього середовища як особливої характеристики, що впливає на економічний розвиток підприємства.

**Метою** роботи є визначення поняття агресивного стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність авіапідприємства, а також розробка діагностики негативного впливу та заходів, спрямованих на уникнення негативних наслідків такого впливу або усунення його результатів.

**Результати дослідження.** Для розуміння поняття «агресивний стан зовнішнього середовища підприємства» потрібно дати визначення понять «агресія», «агресивність». Агресія оцінюється суспільством як негативні, асоціальні дії, як прояв грубої сили. Здебільшого під цими поняттями розуміється загрозна поведінка, яка об'єднує багато понять, зокрема насильство, агресивні дії, агресивну поведінку, асоціальну поведінку, ворожість, жорстокість, конфлікт, злочин, вбивство, негативну взаємодію. Так, у психоаналізі агресивність тлумачиться як сила, з якою людина виявляє свою любов і ненависть стосовно оточуючих чи самої себе. Багато вчених проводили дослідження у сфері визначення агресивності. Основні визначення цього поняття наведені в табл. 1.

Прихильники теорії А. Бандури вважають, що агресивність – це продукт простого наування, тобто вона розвивається або зменшується в результаті спостереження сцен агресії та її наслідків для агресивної людини. Під агресивною поведінкою розуміють дії, що мають на меті заподіяння моральної або фізичної шкоди іншим [1].

Отже, на думку науковців-психологів, агресія – це реакція об'єкта на дії оточуючого світу, яка полягає в готовності об'єкта завдати шкоди.

З урахуванням особливостей діяльності підприємств у сучасних умовах можна стверджувати, що агресивний стан зовнішнього середовища для підприємства – це ворожі дії, обставини чи фактори, які діють на підприємство із-зовні (умисно чи неумисно) за рахунок різних факторів чи методів, таких як підвищення податків, неадаптована законодавча база, політичні обставини, стан конкурентного середовища, рівень технології, закриття ринків збуту, припинення ділових контактів. Бути агресивним у підприємницькій діяльності – це перш за все бути послідовним у реалізації розробленого та прийнятого курсу, плану для виведення підприємств з ринку за допомогою домовленостей усіх учасників прямого впливу на організацію.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «агресивність»

Джерело, автор	Визначення
Психологічний словник [7]	Агресивність – одна з вроджених установок, яка виражається у прагненні до наступальних дій, спрямованих на завдання збитків або знищення об'єкта.
В. Клайн [8]	В агресивності є «певні здорові риси», які можуть виявитися корисними для суспільного життя. Це такі риси, як наполегливість, ініціатива, завзятість, прагнення до перемоги, подолання перешкод. Ці якості властиві лідерам і переможцям.
Біологічний словник [2]	Агресивність – це риса характеру, що виражається у ворожому ставленні людини до інших людей, до навколишнього світу. Агресивними називаються такі дії, які, будучи ворожими, водночас не викликані будь-якими об'єктивними причинами, не можуть бути виправданими обставинами, що склалися, або міркуваннями морального чи юридичного характеру, зокрема необхідністю самооборони або захисту інших людей.
А. Басс [6]	Агресія – це реакція, що завдає шкоди іншому організму.
Р. Берон, Д. Річардсон [3]	Агресія – це модель поведінки, а не емоція, мотив чи настанова. Агресія у суспільстві не відбувається без певних мотивів і настанов, тому це явище складніше, ніж тваринна агресія, саме тому її доцільно визначати як насильство.

Під агресивним зовнішнім середовищем розуміють усі несприятливі умови та чинники, що виникають у навколишньому середовищі, незалежно від діяльності конкретної фірми, але які суттєво впливають на її функціонування та потребують прийняття негайних і жорстких управлінських рішень.

Як відомо, одним зі способів визначення оточення та полегшення врахування його впливу на організацію є поділ зовнішніх факторів на такі дві основні групи (рис. 1):

- середовище прямого впливу;
- середовище непрямого впливу.

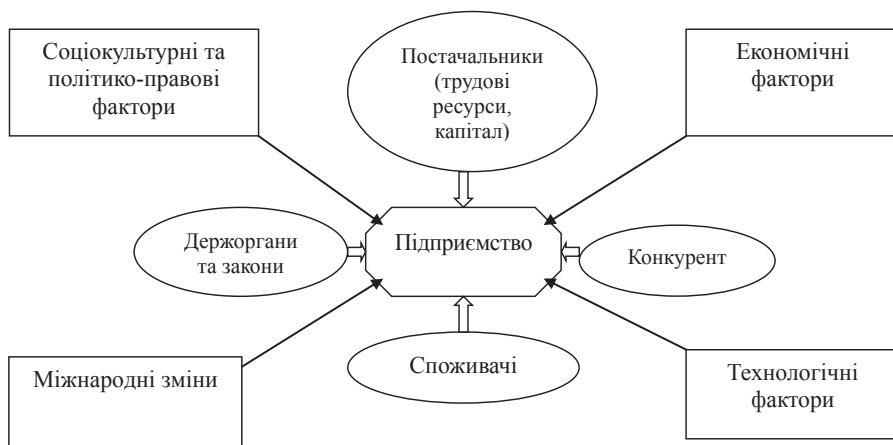


Рис. 1. Схематичне зображення підприємства та зовнішнього середовища

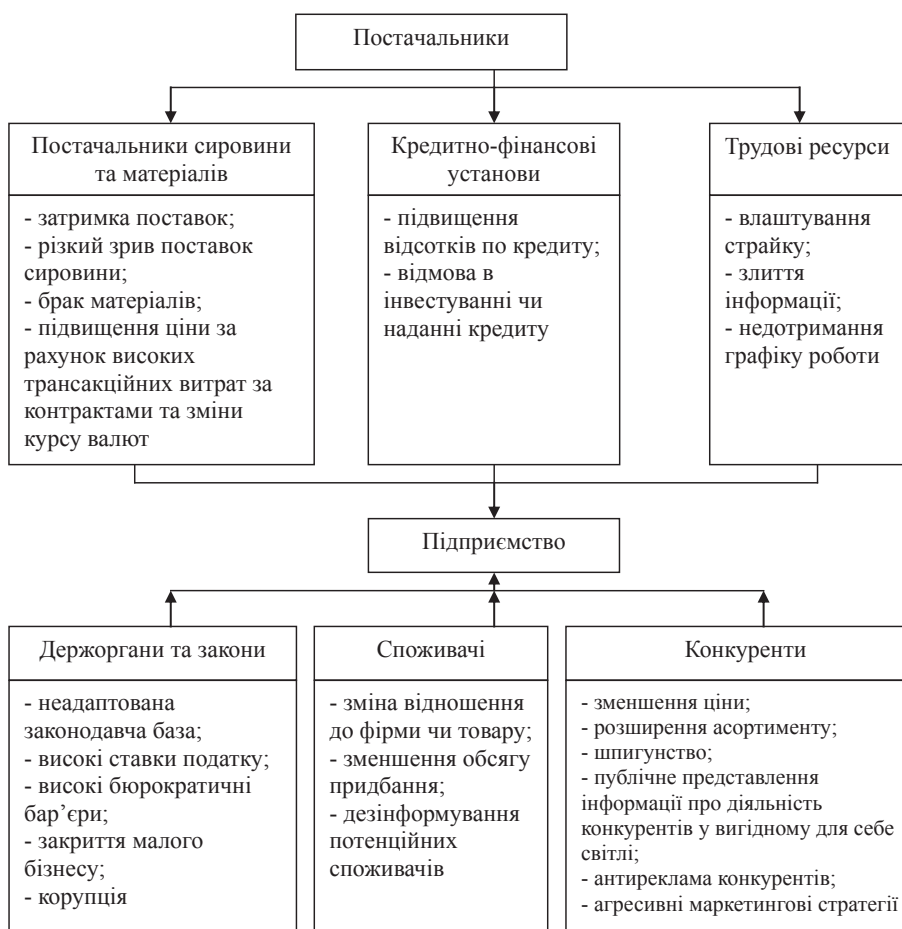


Рис. 2. Агресивні дії об'єктів зовнішнього середовища прямого впливу

Середовище прямого впливу – це оточення, яке формують суб'єкти середовища, які безпосередньо впливають на діяльність певної організації. До них відносять постачальників, споживачів, конкурентів, законодавство та державні органи.

Фактори середовища непрямого впливу зазвичай не впливають на організацію так помітно, як фактори середовища прямого впливу. Однак компанії необхідно постійно вести їх облік, оскільки середовище непрямого впливу зазвичай складніше, ніж середовище прямого впливу. До основних факторів непрямого впливу відносяться технологічні, економічні, соціокультурні та політико-правові, а також міжнародні зміни.

Мінливість (агресивність) зовнішнього середовища є галуззю постійного занепокоєння для організацій. До аналізу ринкового середовища входять аспекти, які здійснюють безпосередній вплив на успіхи або невдачі організації. До цих аспектів належать демографічні умови, що змінюються, життєві цикли різних виробів чи послуг, легкість проникнення на ринок, розподіл доходів населення та рівень конкуренції в галузі.

Отже, зовнішнє середовище прямого впливу – це сукупність факторів, агресивних дій, котрі безпосередньо впливають на діяльність підприємства на ринку. Тому на рис. 2 наведено агресивні дії, які досить часто застосовують об'єкти зовнішнього середовища прямого впливу.

У табл. 1 наведено вплив факторів непрямого впливу як у стабільному, так і в агресивному стані. Фактори середовища непрямого впливу досить важко дослідити, оскільки вони непомітно впливають на діяльність підприємств, але при цьому завдають підприємству найбільшої шкоди.

Агресивний стан зовнішнього середовища вивчено залежно від групи факторів, зокрема технологічних, економічних, соціокультурних, політико-правових, міжнародних, а також структурних тенденцій в економіці.

За рахунок того, що нині зовнішнє середовище України перебуває в агресивному стані, кількість підприємств зменшується за рахунок різноманітних факторів (табл. 2).

Аналізуючи табл. 2, можемо дійти висновку, що у 2016 році порівняно з 2010 роком кількість підприємств зменшилась на 72 441 (19,1%). Стратегічно важливі галузі економіки також зазнали негативного впливу зовнішнього середовища. Кіль-

## Фактори непрямого впливу зовнішнього середовища

Фактори	Стабільний стан	Агресивний стан
Технологічні фактори	1) Співпраця підприємств з університетами для створення кваліфікованих кадрів та їх працевлаштування на роботу; 2) впровадження науково-технологічних розробок у всі галузі виробництва; 3) високі вимоги до науково-технічного рівня виробництва, що забезпечує конкурентоспроможність.	1) Зменшення кваліфікованих кадрів високотехнологічних виробництв; 2) зменшення питомої ваги наукоємних виробництв і продукції; 3) скорочення «життєвого циклу» технологій.
Економічні фактори	1) Дефляція; 2) зменшення податків для всіх підприємств виробничих галузей, що закріплено законодавством; 3) збільшення розмірів та темпів ринку; 4) надання пільг для стратегічно важливих для країни галузей; 5) збільшення експорту товарів.	1) Високий рівень інфляції; 2) необґрунтоване підвищення податків для виробничих підприємств; 3) недостатнє фінансування державних підприємств, науково-технологічних центрів; 4) скорочення доходів споживачів; 5) відсутність регульованих цін для виробничих компаній; 6) неефективне законодавство з економічних питань; 7) збільшення імпорту товарів; 8) нестабільний курс валют.
Соціокультурні фактори	1) Заохочення населення на створення приватного бізнесу; 2) підтримання стосунків підприємств з громадськими організаціями; 3) профспілкова активність і вплив профспілок на формування громадської думки.	1) Недовіра населення до приватного бізнесу; 2) дія в підприємницькій діяльності «економічного націоналізму», тобто несприятливого ставлення до іноземців; 3) зниження рівня освіти населення.
Політико-правові фактори	1) Державний контроль і регулювання діяльності підприємств; 2) високий рівень економічної свободи держави; 3) створення в органах державної влади угруповань; 4) стабільність уряду; 5) державна політика приватизації; 6) ефективне антимонопольне законодавство.	1) Зменшення значення уряду як замовника; 2) високий рівень корупції державних структур; 3) неефективна законодавча база; 4) зниження стабільності у країні та суспільстві; 5) недостатній рівень правової підтримки окремих галузей підприємств.
Міжнародні зміни	1) Співпраця підприємств у сфері створення спільного товару; 2) стабільність підприємства, що викликає довіру іноземних партнерів та сприяє співпраці.	1) Розрив стосунків з діловими партнерами; 2) відсутність контрактів, що пов'язано з недовірою партнерів; 3) законодавча незахищеність іноземних партнерів.
Структурні тенденції	1) Виникнення нових галузей; 2) згорання діяльності «застарілих» галузей; 3) позитивний вплив міжнародного розподілу праці на діяльність окремих галузей і підприємств.	1) Згорання діяльності підприємств стратегічно важливих галузей; 2) відсутність появи нових галузей економіки; 3) відсутність розширення галузей економіки.

## Динаміка зміни кількості підприємств за результатами впливу агресивного стану зовнішнього середовища (за видами економічної діяльності) [4]

Галузь економіки	Кількість підприємств за видами економічної діяльності						
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
1	2	3	4	5	6	7	8
Усього	378 810	375 695	364 935	393 327	341 001	343 440	306 369
Сільське, лісове та рибне господарство	50 666	41 677	47 656	49 848	46 012	46 744	44 998
Промисловість	47 827	47 479	43 356	49 130	42 187	42 564	38 555
Будівництво	38 215	37 544	34 077	36 185	29 785	29 165	24 333
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів	110 154	111 638	103 798	110 414	93 972	93 643	82 192
Транспорт, складське господарство, поштова діяльність	13 603	14 792	15 472	16 810	14 909	15 148	13 716
Тимчасове розміщування й організація харчування	9 777	9 880	9 495	10 096	7 885	7 700	6 544
Телекомунікації	13 189	14 372	13 448	14 885	13 319	13 617	11 932
Фінансова та страхова діяльність	5 703	5 594	4 972	4 996	4 410	4 333	3 786
Операції з нерухомим майном	27 603	28 783	32 121	35 076	31 201	32 719	30 913

1	2	3	4	5	6	7	8
Професійна, наукова діяльність	32 188	32 962	30 973	33 946	30 028	29 780	24 853
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	16 011	16 774	16 086	17 478	15 177	15 646	13 801
Освіта	2 454	2 434	2 162	2 367	2 081	2 089	1 855
Охорона здоров'я та соціальної допомоги	4 684	4 883	4 636	4 914	4 093	4 307	3 936
Мистецтво, спорт, розваги	2 078	2 214	2 027	2 341	1 946	2 089	1 705
Надання інших видів послуг	4 658	4 669	4 656	4 841	3 996	3 896	3 250

кість підприємств промислової галузі з кожним роком зменшується.

Порівнюючи 2016 рік із 2010 роком можемо сказати що кількість підприємств зменшилась на 9 272, сільсько-господарська галузь зменшилась на 5 668, торговельна галузь зменшилась на 27 962 підприємства.

У транспортній галузі, авіаперевезеннях та авіабудівництві спостерігається також зниження кількості під-

приємств внаслідок ускладнення умов функціонування, зокрема необхідності переорієнтування зі Сходу на Захід, перерозподілу транспортних потоків, а також втрати партнерів та клієнтів російського регіону. У сучасних умовах підприємствам доводиться боротися за виживання, споживачів, адже європейський ринок є висококонкурентним і вже поділений між наявними конкурентами. При цьому багато підприємств не приділяють необхідної уваги діа-

гностиці можливих загроз з боку оточуючого середовища та виникнення нових конкурентів.

Для ефективної організації управління підприємством в умовах агресивного стану зовнішнього середовища необхідні єдині методичні та теоретичні підходи до діагностики рівня кризи. Для цього мають досліджуватися концептуальні положення побудови системи діагностики кризового стану, проводиться кількісне оцінювання фінансових загроз виникнення кризи, розробляються сучасні методичні підходи до аналізу кризи та її результатів. Діагностика підприємства в агресивному стані оточуючого середовища має власну логіку та структуру. На рис. 3 наведено етапи діагностики стану підприємства [3].

Виконання послідовних етапів діагностики діяльності підприємства в умовах агресивного стану дає змогу сформувати комплекс заходів, спрямований на підвищення рівня фінансової стабільності підприємства, з урахуванням впливу агресивного стану зовнішнього середовища. На рис. 4 наведено основні заходи, яких можна вжити в разі несприятливого впливу зовнішнього середовища.

З метою мінімізації негативного впливу технологічного фактору в умовах агресивного середовища необхідно здійснювати вкладення коштів в інноваційні розробки та оновлення потужностей підприємств, збільшити обсяги амортизаційних відрахувань, здійснювати

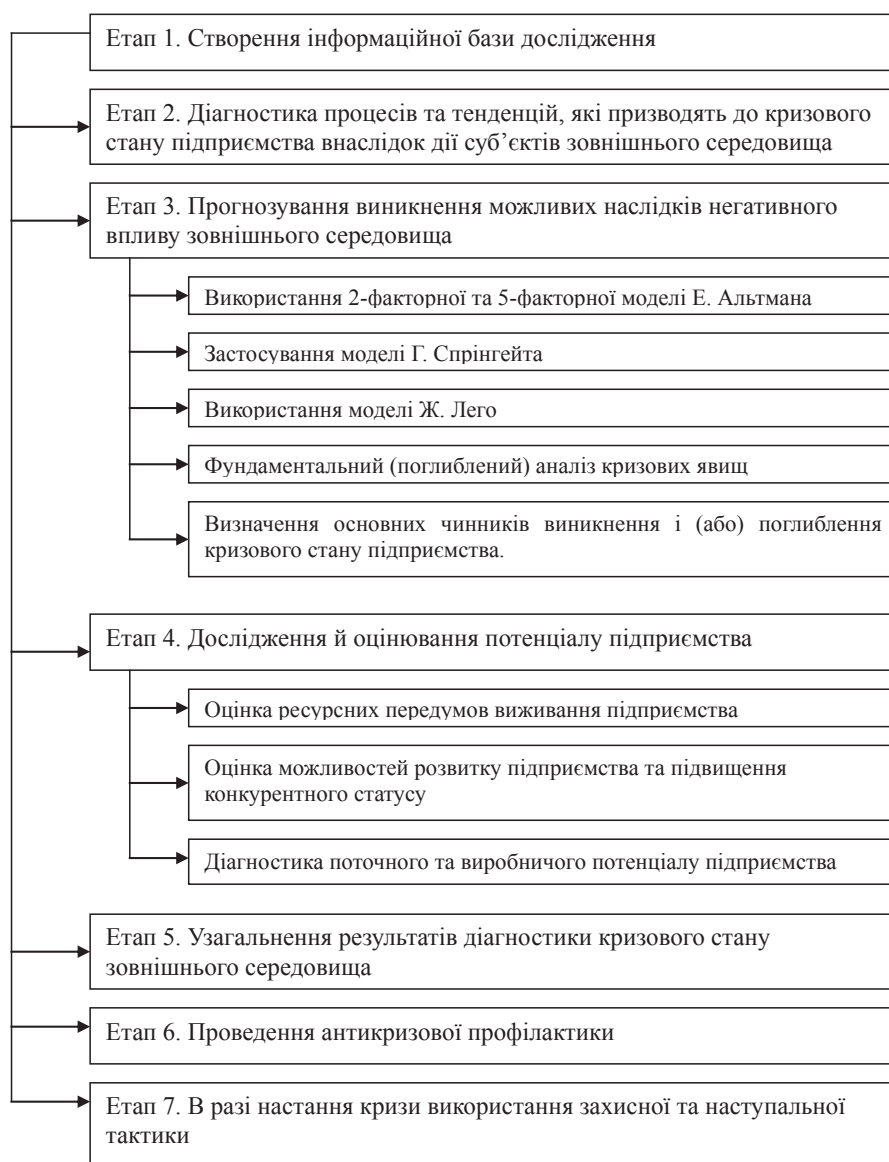
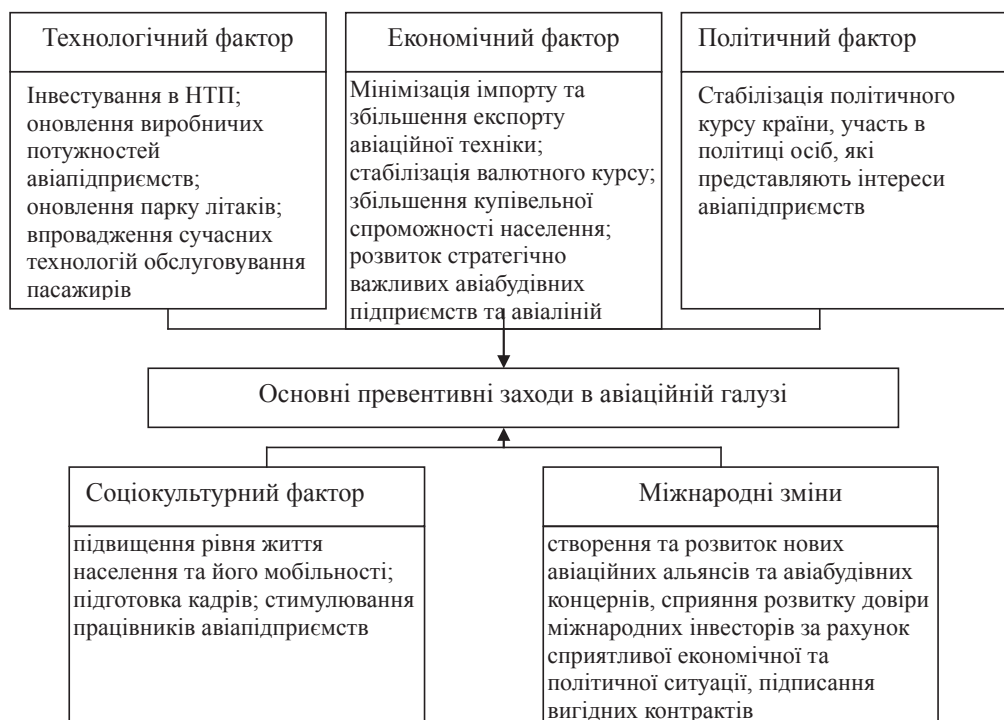


Рис. 3. Етапи діагностики діяльності підприємства в умовах агресивного стану зовнішнього середовища [3]





**Рис. 4. Превентивні заходи авіапідприємств для запобігання впливу агресивного зовнішнього середовища**

розвиток наукових інститутів, проводити маркетингові дослідження.

Економічні та політичні фактори найбільш негативно впливають на підприємства. Тому для усунення негативного впливу економічних факторів підприємству необхідно ввести фінансові операції, спрямовані на підтримання купівельної спроможності заощаджень, розвиток та поширення національних товарів, стабілізацію валютного ринку за рахунок політики інфляційного таргетування, закриття нелегальних каналів втечі капіталу з країни за допомогою офшорів, фіктивного імпорту та експорту товарів.

Для усунення впливу політико-правових факторів пропонуються участь в політиці осіб, які представляють інтереси авіапідприємств, тобто активна політична позиція керівництва; внесення змін до законодавчої бази, які будуть сприяти стимулюванню розвитку авіаційної галузі, а також інших галузей економіки; стабілізація політичної ситуації в країні; активізування використання науково-технологічного потенціалу авіаційної галузі в практичній діяльності; продовження ринкових трансформацій в економіці шляхом створення прозо-

рого конкурентного бізнес-середовища, протидії застосуванню неконкурентних методів ведення господарської діяльності; залучення інвестиції для технічного переозброєння та реконструкції виробництв стратегічних авіабудівних підприємств, а також забезпечення їх виходу на нові ринки збуту тощо.

**Висновки.** Проаналізувавши наведену інформацію, можемо стверджувати, що агресивний стан зовнішнього середовища підприємства – це ворожі дії, обставини чи фактори, які діють на підприємство із-зовні (умисно чи неумисно) та призводять до його кризового стану за рахунок різних факторів чи методів. Агресивні фактори середовища прямого та непрямого впливу приводять до зменшення кількості підприємств в Україні та недостатнього розвитку підприємств авіаційної галузі. Внаслідок ускладнення політичної, правової та економічної ситуації в країні авіапідприємства не спроможні усунути негативний вплив зовнішнього середовища, що впливає на зниження їх конкурентоспроможності. Запропоновані превентивні заходи захисту авіапідприємств від агресивного впливу зовнішнього середовища мають сприяти їх економічному розвитку.

#### Список використаних джерел:

1. Беличева С.А. Основы превентивной психологии. Москва: Социальное здоровье России, 1993. 224 с.
2. Биологический энциклопедический словарь / гл. ред. М.С. Гиляров; редкол.: А.А. Баев, Г.Г. Винберг, Г.А. Заварзин и др. Москва: Сов. энциклопедия, 1986. 831 с.
3. Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. Санкт-Петербург: Питер, 1998. 336 с.
4. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Крейхи Б. Социальная психология агрессии. Санкт-Петербург: Питер, 2003. С. 17.
6. Янковець Т.М., Чернюк Ю.В. Порівняння сучасних моделей діагностики ймовірності банкрутства підприємства: закордонний та вітчизняний досвід. Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід. 2016. С. 58–62.

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ АВИАПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ АГРЕССИВНОГО СОСТОЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

**Аннотация.** В статье исследовано, что состояние и характер влияния внешней среды являются одними из наиболее важных факторов, которые могут способствовать или препятствовать развитию предприятия, влиять на эффективность функционирования деятельности организации. Проведен анализ определения понятий «агрессия», «агрессивность» с учетом теории психологии. С учетом особенностей деятельности предприятия и методики оценивания состояния внешней среды предложили и сформулировали понятие «агрессивное состояние внешней среды предприятия». Проведен сравнительный анализ факторов влияния внешней среды предприятия в стабильном и агрессивном состоянии. Исследована динамика изменения количества предприятий по результатам воздействия агрессивного состояния внешней среды в Украине.

**Ключевые слова:** агрессивное состояние, внешняя среда, диагностика, агрессия, факторы влияния, превентивные меры, авиапредприятие.

## ECONOMIC DEVELOPMENT OF AIR COMPANIES IN CONDITIONS OF AGGRESSIVE STATE OF THE ENVIRONMENT

**Summary.** In the article it is investigated that the state and nature of the influence of the environment are the most important factors that can promote or hinder the development of the enterprise and influence the effectiveness of the organization's activities. The article analyzes the definition of "aggression", "aggressiveness" based on the theory of psychology. Taking into account the peculiarities of the enterprise's activities and basing on the methods of assessing the state of the environment, the concept "aggressive state of the enterprise environment" was proposed and formulated. In the article a comparative analysis of the factors of the external environment of the enterprise in a stable and aggressive state is conducted. The dynamics of changes in the number of enterprises by the influence of aggressive state of the environment in Ukraine is researched.

**Key words:** aggressive state, external environment, diagnostics, aggression, factors of influence, preventive measures, aviation enterprise.

УДК 630\*6(477)

**Суска А. А.**

*кандидат економічних наук,  
член-кореспондент Академії економічних наук України,  
завідувач кафедри деревооброблювальних технологій  
та системотехніки лісового комплексу  
Харківського національного технічного університету  
сільського господарства ім. Петра Василенка*

**Suska A. A.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Corresponding Member of Academy of Economic Science of Ukraine,  
Head of Department of Woodworking Technology  
and Systems Engineering in Forestry  
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture*

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

**Анотація.** У статті наведено методичні підходи до оцінювання ефективності екологічних інвестиційних проєктів щодо капіталізації соціально-екологічного ресурсу лісу, які дають змогу визначитися з основними вхідними параметрами економічного аналізу проєкту, а саме обсягом продукції, якого можна очікувати на визначених етапах реалізації проєкту; ціною кожної асортиментної одиниці соціально-екологічних послуг. Обсяг продукції оцінюється як опосередкований сумарний економічний ефект, що можуть генерувати соціально-екологічні функції лісу. Ціна соціально-екологічної послуги визначається методом природної ренти або методом роялті залежно від характеру її споживання, а саме безперервного чи дискретного.

**Ключові слова:** екологічні інвестиції, інвестиційні проєкти, ефективність інвестиційного проєкту, інвестиційний аналіз, соціально-екологічний ресурс, соціально-екологічна послуга, обсяг продукції, ціна соціально-екологічної послуги.

**Вступ та постановка проблеми.** Значні перспективи щодо розвитку економічного простору лісового сектору економіки України пов'язані з капіталізацією соціально-

екологічного ресурсу лісу. Впорядкувати процеси комерційного обігу такого ресурсу може ринок соціально-екологічних послуг як нова еколого-економічна система лісової

галузі. Становлення й активне функціонування ринку можливі за таких умов, коли сформовано попит на товар, а саме соціально-екологічну послугу, яка є об'єктом ринку, існують джерела наповнення ринку товаром, встановлені певні правила взаємодії економічних та соціальних суб'єктів ринку щодо надання, розподілу та споживання такого товару. Найбільш важливим стимулом становлення та розвитку соціально-економічних відносин щодо надання соціально-екологічних послуг лісу (становленні ринку соціально-екологічних послуг лісу) в ситуації, коли бракує коштів у самих підприємств лісового господарства, є зовнішні екологічні інвестиції, що вимагають наявності науково обгрунтованого апарату інституціонального аналізу ефективності інвестиційних екологічних проектів, який був би спроможний враховувати специфіку сфери інвестування. Складності інституціонального аналізу екологічних проектів починаються з того, що досить складно залучити інвесторів у таку специфічну економічну сферу. Здебільшого екологічне інвестування розглядається як вкладення в збереження природного середовища, а не як вкладення, за яких можна отримати певний економічний ефект. Саме ринок соціально-екологічних послуг лісу може визначити в екологічному інвестуванні поряд із соціальними та загальноприродними аспектами вияви економічної доцільності. Бізнес-перспективи інвестиційних вкладень в соціально-екологічний ресурс лісу можна визначити за результатами оцінки економічної ефективності таких інвестиційних проектів. Переважно процес аналізування й оцінювання ефективності інвестиційних проектів ускладнює проблема відсутності методичного апарату визначення обсягу «виробництва» соціально-екологічних послуг на етапах реалізації проектів та ціни такого товару, що є основними входними параметрами економічних розрахунків щодо ефективності інвестиційних проектів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Згідно з О. Сухаревим, аналіз інвестиційних проектів – це комплекс взаємопов'язаних процедур щодо збору інформації, економічних розрахунків стосовно оцінювання ефективності та прийняття рішення у сфері взаємодії учасників проекту, сторонніх організацій та управління проектом [1].

За цих підходів ефективність інституцій ринку соціально-екологічних послуг лісу щодо оцінювання та вибору екологічних інвестицій можна оцінити за рівнем компетентності інституціональних структур, здатністю інституціональних механізмів та інструментів генерувати ідеї екологічних проектів, залучати інвестиції для їх реалізації, проводити економічне оцінювання екологічних проектів, управляти їх реалізацією [2].

На думку Г. Староверової, методика інституціонального аналізу проекту є цілеспрямованим процесом, який, як правило, включає такі етапи: вивчення ідеї проекту; оцінка й аналіз інституційного середовища реалізації проекту; пошук балансу інтересів учасників проекту; визначення джерел інвестування проекту; економічна оцінка проекту; визначення необхідності та порядку проведення організаційних змін відповідно до мети проекту [3].

Особливостями інститутів такої економічної системи, як ринок соціально-екологічних послуг лісу і лісових територій, є те, що вони функціонують не тільки з метою підвищення ефективності виробництва (виробнича система) та активної реалізації результатів виробництва (посередницькі, торговельні системи), але й з метою оптимального цивілізованого поєднання інтересів виробників, посередників і споживачів.

Саме пошук і підтримка балансу інтересів виробників і споживачів, зокрема під час реалізації інвестиційних екологічних проектів, є запорукою існування та розвитку ринку соціально-екологічних послуг лісу та лісових територій. Безумовно, інституції такої системи зацікавлені в екологічних проектах як важливих стимулах соціально-економічних відносин у сфері надання, розподілу та споживання такого специфічного товару, як соціально-екологічні послуги лісу.

За В. Суперсоном, водночас під час інституціонального аналізування інвестиційних екологічних проектів потрібно враховувати цілу низку особливостей, що пов'язані зі специфікою виробництва, формуванням ціни та споживанням такого товару, як соціально-екологічна послуга лісу та лісових територій [4].

**Метою** роботи є розробка методичних підходів до оцінювання ефективності екологічних інвестиційних проектів, що дадуть змогу визначити можливі обсяги й асортимент соціально-екологічних послуг лісового масиву за період реалізації проекту та ціну кожної асортиментної одиниці як основні входні параметри економічного аналізу інвестиційних проектів.

**Результати дослідження.** Найбільш важливим стимулом для становлення й розвитку соціально-економічних відносин щодо надання соціально-екологічних послуг лісу (становлення ринку соціально-екологічних послуг лісу і лісових територій) є зовнішні екологічні інвестиції, що вимагає наявності науково обгрунтованого апарату інституціонального аналізу інвестиційних екологічних проектів, який був би спроможний враховувати специфіку сфери інвестування.

Складності інституціонального аналізу екологічних проектів починаються з того, що досить складно залучити інвесторів у таку специфічну економічну сферу. Здебільшого екологічне інвестування розглядається як вкладення в збереження природного середовища, а не як вкладення, за яких можна отримати певний економічний ефект.

Саме ринок соціально-екологічних послуг лісу та його система інституціонального забезпечення можуть визначити в екологічному інвестуванні поряд із соціальними та загальноприродними аспектами вияви економічної доцільності. Безумовно, інститути ринку соціально-екологічних послуг повинні бути спроможними генерувати для інвестора сприятливе нормативно-правове поле, гарантувати перспективи суб'єкта господарювання, в який спрямовані інвестиції, щодо активного розвитку та своєчасного повернення інвестиційних вкладень. Водночас інвестора можуть зацікавити нова перспективна сфера інвестиційних вкладень і наявність значних преференцій з боку держави щодо стимулювання екологічних проектів.

Перспективи реалізації інвестиційних екологічних проектів значною мірою залежать від здатності лісу надавати необхідний асортимент соціально-екологічних корисностей в необхідному обсязі.

Під необхідними обсягом слід розуміти такий соціально-екологічний ресурс (потенціал) лісу, який здатний генерувати очікуваний рівень опосередкованого економічного ефекту від дії соціально-екологічних благ лісу. Певним чином проблему кількісної оцінки соціально-екологічного потенціалу лісу можна вирішити через оцінку здатності окремого дерева певної породи, певного віку в певних природних умовах генерувати блага, які в конкретній ситуації можуть мати певний економічний ефект [5].

Під час аналізування та оцінювання соціально-екологічного потенціалу лісу потрібно враховувати таке.

По-перше, соціально-екологічний потенціал лісу – це комплекс корисностей, які за певних умов можуть набу-

вати форми товару. Тобто якщо відомо, що ліс може генерувати комплекс  $i$ -х соціально-екологічних користностей ( $i = 1, 2, 3, \dots, n-1, n$ ), на які існує або формується попит, джерелом яких є дерева  $j$ -х ( $j = 1, 2, 3, \dots, m-1, m$ ) порід, а кожна порода дерев може нести певний обсяг тих чи інших соціально-екологічних благ або той чи інший  $i$ -й сумарний економічний ефект ( $E^{si}$ ), то соціально-екологічний потенціал лісу та лісових територій ( $P_{CE}$ ) як опосередкований сумарний економічний ефект можна представити так:

$$P_{CE} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m E^{sj} \quad (1)$$

По-друге, цілком зрозуміло, що окреме, навіть «еталонне» дерево не може генерувати відповідну користність на визначеному рівні економічного ефекту. Для практичних розрахунків економічного ефекту соціально-екологічних послуг лісу та лісових територій слід використовувати таку економічну категорію, як «одиничний розрахунковий економічний ефект соціально-екологічної користності  $j$ -ї породи дерева» ( $E^j$ ).

Одиничний розрахунковий економічний ефект  $i$ -ї соціально-екологічної користності – це визначена кількість дерев, що дає змогу генерувати споживчу вартість на відповідному рівні. Якщо одиничний розрахунковий економічний ефект  $i$ -ї соціально-екологічної користності для «еталонної» породи дерева складає  $E^e_i$ , то:

$$E^j_s = k_i^j E^e_i, \quad (2)$$

де  $k^j_s$  – відносний коефіцієнт ефективності  $j$ -ї породи дерев щодо генерування  $i$ -ї соціально-екологічної користності.

Тобто ліс залежно від кількості дерев  $j$ -ї породи, які можуть продукувати  $i$ -ті соціально-екологічні користності, може включати відповідну кількість одиночних розрахункових економічних ефектів ( $N^j_i$ ), а сумарний економічний ефект щодо генерування  $i$ -ї соціально-екологічної користності деревами  $j$ -ї породи ( $E^{sj}$ ) визначається за виразом:

$$E^{sj} = N^j_i E^j_s \quad (3)$$

По-третє, за змішаних лісах (найбільш реальна ситуація)  $i$ -ту соціально-екологічну користність можуть з певним рівнем ефективності генерувати різні породи дерев, які включають відповідну кількість одиночних розрахункових ефектів. Сумарний  $i$ -й соціально-екологічний потенціал ( $P_{CE}$ ) як вияв певної економічної вигоди можна визначити за формулою (1).

Важливою проблемою економічного аналізу інвестиційних проектів є формування ціни на соціально-екологічні послуги (вартості одиничного розрахункового  $i$ -го економічного ефекту), яка є основою економічної оцінки інвестиційних екологічних проектів. Певними орієнтиром щодо формування ціни соціально-екологічної послуги лісу є опосередкований економічний ефект. При цьому такий ефект може виявлятися і як безперервно-природоохоронні, природозахисні властивості лісу, і як дискретно-рекреаційні властивості.

Природозахисні та природоохоронні послуги лісу, які надаються безперервно, на думку автора, доцільно оцінювати методом роялті. Сутність цього методу полягає в тому, що власник лісу продає його соціально-екологічні користності споживачу, який отримує від їхньої дії певний прибуток, а частину цього прибутку віддає власнику лісу як ціну за соціально-екологічні послуги. Саме такі платежі власнику соціально-екологічного ресурсу лісу, які він отримує в кінці певного періоду ( $t$ ) ( $t = 1, 2, 3, \dots, q-1, q$ ), як правило, в кінці року протягом терміну дії договору, у

фінансовому менеджменті отримали визначення «ставка роялті».

З огляду на це величину доходу власника лісових ресурсів від реалізації соціально-екологічних користностей певного виду за період дії договору купівлі-продажу ( $D_R$ ) можна визначити за виразом:

$$D_R = \sum_{t=1}^q C_t \frac{R_t}{100}, \quad (4)$$

де  $q$  – визначена договором купівлі-продажу кількість періодів платежу;

$C_t$  – величина прибутку споживача, що прогнозується за період  $t$  (база роялті).

За рентабельності «виробництва» соціально-екологічних послуг на рівні ( $r$ ) чистий прибуток власника ресурсів за період дії договору ( $P_R$ ) (за умов відсутності податку на прибуток) можна визначити за виразом:

$$P_R = D_R r. \quad (5)$$

Якщо виробник має можливість капіталізувати декілька видів користностей лісу  $i$  ( $i = 1, 2, 3, \dots, n-1, n$ ), то сукупний дохід ( $D_{R_i}$ ) визначається за виразом:

$$D_{R_i} = \sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^q C_t \frac{R_t}{100}. \quad (6)$$

Вартість рекреаційних послуг лісу та лісових територій можна оцінити як ціну ефекту, який прогнозується від споживання рекреаційних благ лісу (підвищення продуктивності праці, зменшення витрат на лікування чи оздоровлення порівняно з іншими заходами тощо). Безумовно, процес споживання таких послуг має дискретний характер, тобто відбувається тоді, коли є споживач, а обсяг споживання залежить від кількості споживачів у певний період, як правило за рік. За таких підходів дохід від надання рекреаційних послуг ( $D^p_{Ri}$ )  $i$ -х видів ( $i = 1, 2, 3, \dots, n-1, n$ ) за певний період часу (за рік) можна визначити за виразом:

$$D^p_{Ri} = \sum_{i=1}^n C^p_{Ri} \frac{R^p_i}{100} N^p_i, \quad (7)$$

де  $C^p_{Ri}$  – ціна ефекту, який отримав споживач рекреаційних послуг  $q$ -го виду;

$N^p_i$  – кількість споживачів  $q$ -го виду послуг за рік.

За наявності інформації щодо можливих обсягів товарних потоків (соціально-екологічного потенціалу лісу), вартості потоків можна перейти до класичної схеми економічної оцінки інвестиційного проекту за критеріями чистого дисконтованого прибутку, внутрішньої норми рентабельності, терміну окупності проекту.

**Висновки.** Перспективи активних інвестиційних екологічних проектів значною мірою залежать від здатності лісу надавати необхідний асортимент соціально-екологічних послуг в необхідному обсязі.

Під необхідним обсягом слід розуміти такий соціально-екологічний ресурс (потенціал) лісу, який здатний генерувати очікуваний рівень опосередкованого економічного ефекту від дії соціально-екологічних благ лісу. Методика визначення обсягу соціально-екологічних послуг ґрунтується на аналізі структури конкретного лісового масиву за площами, які займають певні породи дерев, оцінці соціально-екологічного ефекту певного виду, який може генерувати кількість дерев конкретної породи, а також розрахунку сумарного соціально-екологічного ефекту певного виду від певного лісового масиву.

Методика кількісної оцінки соціально-екологічного ресурсу лісу, яка наведена в роботі, дає змогу інституціям ринку соціально-екологічних послуг прогнозувати розвиток ринку, а суб'єктам господарювання – визна-



чати товарно-продуктові та конкурентні стратегії в стратегічному наборі підприємства з огляду на перспективи капіталізації певного комплексу соціально-екологічних благ лісу.

Ціну природоохоронних і природозахисних послуг лісу, які надаються безперервно, пропонується визна-

чати методом роялті. Ціну рекреаційних послуг лісу, які надаються дискретно, пропонується визначати як ціну ефекту, який прогнозується від споживання рекреаційних благ лісу (підвищення продуктивності праці, зменшення витрат на лікування чи оздоровлення порівняно з іншими заходами тощо).

#### Список використаних джерел:

1. Сухарев О. Институциональная теория и экономическая политика. К новой теории передаточного механизма в макроэкономике. Москва: Экономика, 2007. 261 с.
2. Андреева Н., Харичков С. Экологоориентированные инвестиции в системе обеспечения ресурсно-экологической безопасности. Одесса: Ин-т проблем рынка и экон.-эколог. исследований НАН Украины, 2000. 196 с.
3. Староверова Г.С., Медведев В., Сорокина И. Экономическая оценка инвестиций. Москва: КНОРУС, 2006. 312 с.
4. Суперсон В. Моніторинг соціально-економічного стану регіонів України з позицій розвитку її інфраструктури. Статистика України. 2005. № 2. С. 69–74.
5. Suska A.A. Development of the estimation methodology for the commercial balance of the market of social and environmental services of forests. Technology audit and production reserves. 2017. № 6/5 (38). С. 26–31.

### МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНИВАНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

**Аннотация.** В статье приведены методические подходы к оцениванию эффективности экологических инвестиционных проектов по капитализации социально-экологического ресурса леса, которые позволяют определиться с основными входными параметрами экономического анализа проекта, а именно объемом продукции, который можно ожидать на определенных этапах реализации проекта; ценой каждой ассортиментной единицы социально-экологических услуг. Объем продукции оценивается как опосредованный суммарный экономический эффект, который могут генерировать социально-экологические функции леса. Цена социально-экологической услуги определяется методом природной ренты или методом роялти в зависимости от характера ее потребления, а именно непрерывного или дискретного.

**Ключевые слова:** экологические инвестиции, инвестиционные проекты, эффективность инвестиционного проекта, инвестиционный анализ, социально-экологический ресурс, социально-экологическая услуга, объем продукции, цена социально-экологической услуги.

### METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF ECOLOGICAL INVESTMENT PROJECTS

**Summary.** The paper introduces methodological approaches for assessing the efficiency of ecological investment projects in relation to capitalizing the forest socio-ecological resource that allows determining the basic input parameters of the project's economic analysis, which are the volume of production that could be identified at certain stages of the project implementation; the price of each assortment unit of socio-ecological services. The volume of production is estimated as an indirect total economic effect that could be generated by socio-ecological functions of the forest. The price of socio-ecological services is assessed by the method of natural rent or by the royalty method, depending on the nature of its consumption: continuous or discrete.

**Key words:** ecological investments, investment projects, efficiency of investment project, investment analysis, socio-ecological resource, socio- service, production volume, price of social and ecological services.

**Olena Suschenko**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Faculty of International Economic Relations, Department of Tourism  
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

**Matthnai Ekouaghe**

*Postgraduate Student  
Faculty of International Economic Relations, Department of Tourism  
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

**Олена Сущенко**

*кандидат економічних наук, доцент  
факультет міжнародних економічних відносин, кафедра туризму  
Харківського національного економічного університету*

**Matthnai Ekouaghe**

*аспірант  
факультет міжнародних економічних відносин, кафедра туризму  
Харківського національного економічного університету*

## ECONOMICS OF AEROSPACE TOURISM: PECULIARITIES AND PROSPECTS OF MARKETING FOR POTENTIAL SPACE TOURISM COMPANIES

**Summary.** Travel and tourism are one of the world's largest businesses. Its gross revenues exceed \$400 billion per year in the U.S. alone, and it is our second largest employer.

The commercialization of activities in outer space and the development of space tourism have resulted in drastically reduced launch costs, enabling an increased human presence beyond the biosphere.

There are obvious major positive impacts that outer-space recreation can produce. Firstly, in order to come up with space tourism, exploring and unravelling the hidden mysteries of the space are needed. This drastically broadens and enriches humans' technical awareness and constructive knowledge.

The purpose of this paper is to show how new standards in space tourism may be a source of improvement in the aerospace industry at the economic and technological level and how with the help of marketing technologies, the promotion of space tourism may rise the interests of future potential tourists.

**Key words:** space tourism, aerospace industry, innovation, marketing technologies, marketing campaign, tourist product.

**Introduction and formulation of the study's problematic.** Spaceflight is expensive, especially given that the cost of building rockets and spacecraft are high due to the engineering and materials involved.

It is clear here that there is a need of democratisation of the spaceflight, the relationship between the cost reduction of the access to space and a rise of interests of more potential customers is an actual trend.

A relationship that is being redefined by the rapidly advancing fields of commercial spaceflight and space tourism. A greater attention to space tourism and commercial spaceflights is required in order to develop a coherent, long-term conceptualization of the implications of modern mobility for sustainability.

With the rise of the tourism in the aerospace industry, new technological approaches have been explored to reduce considerably the costs of access to space and may lead to the improvement of spaceflight technology.

To understand this fact, in section 1 we will see how the space tourism can bring some improvements in the standards of the aerospace industry, afterwards in section 2 we will see which kind of economic models and marketing approaches can be put in place in order to have a better management of assets and an increase in the interest of the public in this new branch of tourism.

### **Analysis of recent research and publications**

The economy of the aeronautics and space industry is based on the traditional trading model of selling products at a price above its costs. The final customer buys a good, which the supplier produces and delivers. Manufacturers of aircraft

purchase engines and equipment and sell a directly assembled product to armies, airlines, and rental companies. They do not sell to passengers, who buy the service from the airlines.

This classical model knows certain specificities here. This industry has a mastery of technologies that are directly exploitable by the military. As a result, States are heavily involved in its research and development work and many of its projects are under the cover of "Secret-Defence". It requires heavy investment in the production tool. That is why it is financed in part by state military programs and purchasing options for its clients. The aeronautics and space sector is driven by different demands.

These of the States, which wish to dispose of the armaments furnished by this industry.

These of people who travel by plane for business or leisure. These of companies that ship goods through the air. And finally, these of organizations of all types that work to conquer space.

History has demonstrated that as technology has evolved and states have increasingly recognized the potential of outer space, the range of activities planned for outer space has proliferated. In addition, the commercial prospects offered by outer space have led to significant participation by private enterprises.

If its state anchor refers to the concept of "industry of sovereignty", it has progressively internationalized to rest on markets and processes today globalized.

If companies are granted access in space, this will create opportunities for diversification, which will ease the tension between companies, and pressure on companies to encourage

Table 1

## Various forms of markets in the space industry and their competition characteristics

	Military market	Scientific market	Commercial market
manufacture of satellites	institutional and captive	captive	open to competition
manufacture of the launcher	institutional	captive	open to competition
orbiting satellites	institutional	open to competition	open to competition

wasteful practices like persuading the consumer to consume more than what is necessary.

The development of space tourism will benefit people socially. This will help to break down the tension that many people feel about the future due to projections of the limited resources of the earth.

The cost of outer space travel is steep and wasteful from an economic point of view. But space tourism will also make a potentially critical contribution in overcoming the pressures of deflation in the world that is caused by the over-supply in traditional industries and the slow development of new industries.

The fundamental misconception by economists about the future role of commercial space travel is essential because of the relation to the present condition of the global economy in order to further understand this; it is required to first understand the basic pattern of business development all around the world.

As the name implies, space tourism is travelling to space as a destination for recreational, leisure or business purposes.

Faced with the environmental challenge, companies operating in this sector will have to renew themselves and respond to the new challenges in terms of technical innovation imposed by the establishment of assets promoting the emergence of space tourism.

The space tourism market is a niche market with a limited number of vendors. The market is still in its development stage where companies are trying to enhance their space-flight technology. Growing competition, rapid advances in technology, frequent changes in government policies, public consequence, and environmental regulations are currently the major factors that challenge the growth of the players in this global market.

Space enthusiasts are delighted at this flurry of renewed interest, and the fact that China has succeeded in sending a person into orbit merely heightens the stakes and intensifies the competition.

In recent years, some private enterprises have been approaching Space flight with a relatively low-cost philosophy, in great contrast with the one followed by government agencies in past years. In fact, some examples of small reusable airplane-like vehicles have been developed to perform sub-orbital missions, which could represent a first step towards a safer, more comfortable and less expensive access to Space in the near future.

The main idea is to merge part of technological solutions developed for aeronautical and atmospheric re-entry purposes in order to design such vehicles.

But to see in these initiatives the dawn of a space tourism age would be making a leap of faith. True, space's return to the top of the international policy agenda has to be welcomed, not least for its commercial potential. The recent growth of activities towards developing passenger space travel services is very promising; however, there is a widespread but mistaken idea that space tourism will remain a small-scale activity of the very wealthy.

The truth is that having been delayed for over three decades by government space agencies' failure to develop more than a small fraction of the commercial potential of

space, the start of space travel services is long overdue, and so they are capable of growing rapidly into a major new industry.

That is, the technical and business know-how exists to enable space tourism to grow to a turnover of 100 billion Euros/year within a few decades if it receives the public support of even 10% of space agencies budgets.

This development would sharply reduce the cost of accessing the resources of space, which could prevent the spread of the "resource wars" which have begun so ominously. No activity, therefore, offers greater economic benefits than the rapid development of low-cost space tourism services. A range of government policies should be revised to reflect this.

Still, the real tricky issue is safety. Although the existing aviation regulations do not cover all the issues of spaceflight design, production, test and evaluation, and operations, the new regulations for the space tour vehicles should first start with the basis of what is required for the commercial aircraft concerning fail-safe design and maintenance.

Some issues such as a vacuum environment, space radiation, space debris and meteoroid, which must be taken into account for the long duration of space flight.

So it's possible that the safety standard required for the certification of space tour vehicles does not restrict their design, but changes the fundamental operation process from probabilistic launch to deterministic takeoff and landing with enough reliability and safety like aircraft.

The aviation industry has succeeded in the business of commercial passenger transportation with adequate reliability and safety. The design standard for space tour vehicles should specify environmental conditions especially critical for space flight.

Thus it is increasingly recognized that the existing legal/regulatory environment needs also to be reformed for promoting the commercial passenger flights to and from space.

As has been mentioned above, the development of the space tourism industry challenges basic precepts of the international law of outer space. From a practical viewpoint, it is clear that the existing legal regime must be amended and expanded to meet the requirements of this burgeoning industry. If we assume that the expansion of our universe (quite literally) through the advent of space tourism activities represents a positive, almost inevitable direction for humankind, then these legal changes must provide for appropriate incentives and protections in order to encourage the development of the industry.

However, it is not only the "hard law" provisions that require reassessment. It is also necessary to consider the complex ethical questions that arise since these are highly relevant to the direction to be taken in the future development of international space law.

Moving from today's regulatory systems in space safety to a new environment where fatalities are greatly reduced and access to space is greatly reduce in costs perhaps most dependent on commercialization of space flight programs.

Although there is considerable public interest in space travel and in the experience of weightlessness, there is a much less public appreciation of the wide range of interesting and entertaining activities that are potentially available in an orbiting facility.

Prospect for hypersonic travel is likely to fuel the demand for space tourism over the forecast period.

The reduced cost of infrastructure to launch nanosatellites in the solar system is likely to create more market opportunities for the space tourism market over the forecast period.

Research and development to develop orbital space tourism are likely to fuel the growth of the space tourism market over the forecast period. It is always difficult to estimate how soon new technology will be introduced to and widely accepted by the general public.

But, if there are no more fatal Shuttle accidents, if the economy remains reasonably strong, and if even one or two of the vehicle development and surface tourism business efforts now underway bear fruit, the first decade of the next century could see general public space travel and tourism finally begin to become a reality.

Passengers can experience weightlessness, acceleration of rocket launch, and the view of Earth over space from sub-orbital tours. Cost-effective and efficient solutions of sub-orbital tours are likely to impact the growth of this segment over the forecast period.

From the point of view of a business assessing the feasibility of providing space tourism services, market information derived from market surveys is essential in order to estimate the potential revenues that may be earned.

By combining such a market research with estimates of the probable cost of providing the services in question, it is then possible to estimate the potential profitability of such a venture.

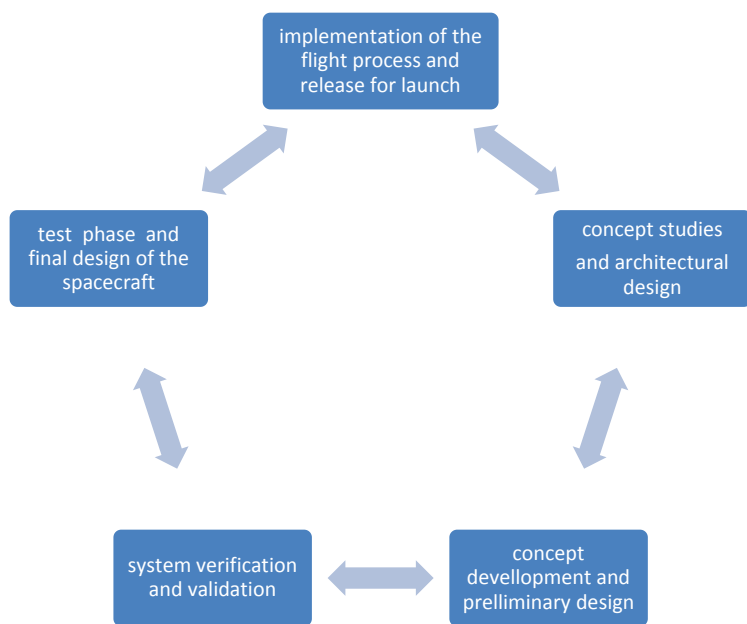


Fig. 1. Development phases of reusable spacecraft for tourism and leisure purposes

Thus, in addition to satisfying the public's general curiosity about space travel, and especially concerning the experience of weightlessness, it is clear that there is a wide range of interesting and absorbing occupations that could be provided for visitors to LEO facility.

To permanently lower the costs of human spaceflight, we should use a mixture of all of these techniques, but only where each one makes the most sense. For initial steps beyond LEO, a heavy lift launch system can deliver critical pieces (required early in a campaign) to the right localities with the minimum number of required launches. Reusability makes the most sense for space-based assets, like cis-lunar transfer stages, refuelling depots, and reusable landers for the Moon and Mars. Because these systems are used only in the benign environment of space, they are subject to less destructive forces and corrosive interactions with Earth's atmosphere and hydrosphere.

Still, the lure of reusable systems continues to fascinate, it just seems so logical. The primary economic driver of space tourism in the long term, however, will be destination-based tourism. This remains a chicken-and-egg problem; the viability of a private space station, for example, is greatly enhanced by space tourism, but a private space station isn't viable without reliable and economical passenger transport.

And reliable and economical transport requires tourist demand predicated on viable destinations.

The organizations that are developing vehicles that would make these very high altitude and in-orbit trips possible are teaming with successful travel and tourism companies whose marketing resources and experience will be of great value to the space vehicle providers-operators.

Based on the type, the space tourism market is bifurcated into orbital and sub-orbital. Sub-orbital segment held the dominant market share in 2016 and is expected to have a growing market share over the forecast period.

Few interest groups that are more likely to have an affinity for space tourism. Though we're still likely years away from space tourism being a reality for most consumers, it could be beneficial for those companies to start targeting consumers now, especially since consumers are most likely to trust an established name like NASA when it comes to space travel. And targeting consumers who are interested in aviation and science could be a good starting point for those brands to build early trust with consumers who could one day be interested in space tourism options.

This said, the space tour company will face various issues such as:

1. how to attract customers?
2. how raise their interest to go for a space tour?

Table 2

Possible leisure activities in Low Earth Orbit (in approximate order of cost of provision)

Activity	Examples	Equipment required
Earth observation	Land formations, weather formations, terrestrial phenomena, oceans, cities, roads, own home	Windows (porthole, panoramic bubble), camera, binoculars
Astronomical observation	Moon, planets, Sun, stars, nebulae	Telescopes, camera
Low gravity sport	Gymnastics, flying, ball games	Large unobstructed volume, padded walls, hand-holds, fabric wings, air jets
Observation of low-gravity phenomena	Liquids, ballistics, electrical and magnetic effects, animal and plant behaviour	"Laboratory" space and equipment

Source : <http://www.spacefuture.com>



3. which methods and tools might be used for the company's marketing activities?

Marketing today is a business philosophy and enables modern companies to anticipate the desires of consumers and meet their needs. Classical marketing is normally described as a marketing mix of four tools known as a 4Ps: promotion, place, price, product. The main opinion is maintained that space activities cannot be marketed properly with these tools only.

The use of social networks as a platform for promotion was a boon to this end.

In fact, like many companies in the aerospace sector, a company can open a Facebook page "to do like others" or because "it's plugged in" or "because management asked for it." But once online, it is difficult to link this action to the company's marketing objective (selling more products/services, increasing its market share).

Facebook is often used to spread 2 or 3 posts per week designed by the advertising agency working to promote the services offered by the company. These posts, most of the time:

- promote the benefits of the product/service offered;
- highlight the latest event that the company is sponsoring.

Then, of course, with a beautiful image, we can obtain "I love"... but basically, it is difficult to know what this means in terms of business for a company, especially in the sub-orbital sector.

Social networks, in particular, have been growing exponentially for the last 10 years. Their greatest asset is their simplicity and speed. For most users, they are intuitive, do not require user instructions, and do not present any difficulty in accessing information.

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat ... social networks are attracting more and more people to the Internet. Initially a hobby, these platforms have become real marketing assets for companies.

In a more practical way, social networks can be used to target a specific market or customer through advertising.

This depends on the content presented to the users of these platforms, most often grouped in groups in a specific field, a hobby, or in a sector of the economy following their interest so that companies can use them to address new targets and develop their market, which for the latter is essential and unavoidable.

In the case of space tourism, there is a big fan base on social networks, notably on Facebook, or there are user groups following the press releases of some companies like Virgin Galactic or SpaceX, specialized with often regular updates of their activities.

Since space tourism is an emerging industry, it is very difficult to obtain factual statistical data since most of the companies operating in this sector are at the stage of developing technologies allowing access to the low orbit for the time being.

However, studies have estimated the demand in this rapidly changing sector.

Indeed, according to Kothari and Webber (2010), demand in space tourism would depend on the cost of the ticket for the type of service offered.

There will be services such as high-orbit flights, low-orbit flights, and suborbital flights. Of course, as Figure 2 suggests, the demand for space tourism increases as the price of the services offered decreases and becomes accessible to the average consumer.

In the face of such a strong potential demand, there is a need for an effective marketing strategy, which could be filled by the benefits of promoting such an activity on social networks.

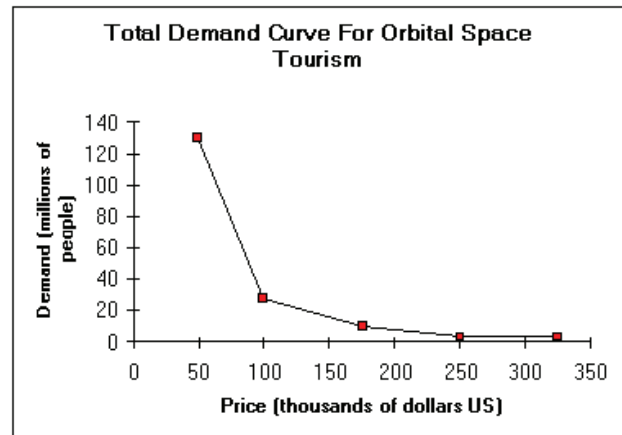


Fig. 2. The total demand curve for orbital space tourism

It would be appropriate to say that social networks would be a simple advantage for companies; it is no longer conceivable today to do without them. Companies that risk ignoring the internet miss out on the key element of a brand development marketing strategy.

The site The Media Briefing reveals nine trends from a comScore study of media consumption in the United States. We learn among other things that the use of mobile has increased by 78% over three years, that the computer and the connected screens have beaten the pawn to television in the 18-34 age group, or which print media make the most of digital in terms of audience.

**Research results.** In this context, taking into account the fact that some statistics indicate the population of Facebook users in the United States would be 240 million in 2017, we can then determine whether or not the promotion of space tourism activities on American social networks could be effective.

As the Bayesian analysis in Fig. 3 demonstrates, we can see the high degree of use of social networks by American consumers with a certain neglect of traditional American media. It can also be seen that the likelihood of the promotion of space tourism through social networks is high.

The solutions offered by social media marketing technology offer interesting prospects.

Marketing technology solutions generally fit into one of a dozen or more categories. However, it's not uncommon for modern, sophisticated marketing technology tools to offer capabilities spanning several focus areas.

Quality content will gain more visibility and increase your profits in the long term.

Facebook and Twitter are a good opportunity to create relationships more personal with your guests and form a community around a company's brand. Once done in the community, it will be more easy for promoters to find users that businesses want to share their content with their followers or potential customers and, so, they will become the promoters of the space tourism company's activities.

The development of a larger space tourism market and potentially a larger number of citizens experiencing space-flight will have an impact on the visibility and perception of human space flight/exploration in the general public. The space tour company will have to consider such a development in its communication strategy.

As Fig. 5 suggests a dual approach both using Internet marketing strategy and Inbound marketing strategies with the help of various tools from marketing technologies should be suitable.

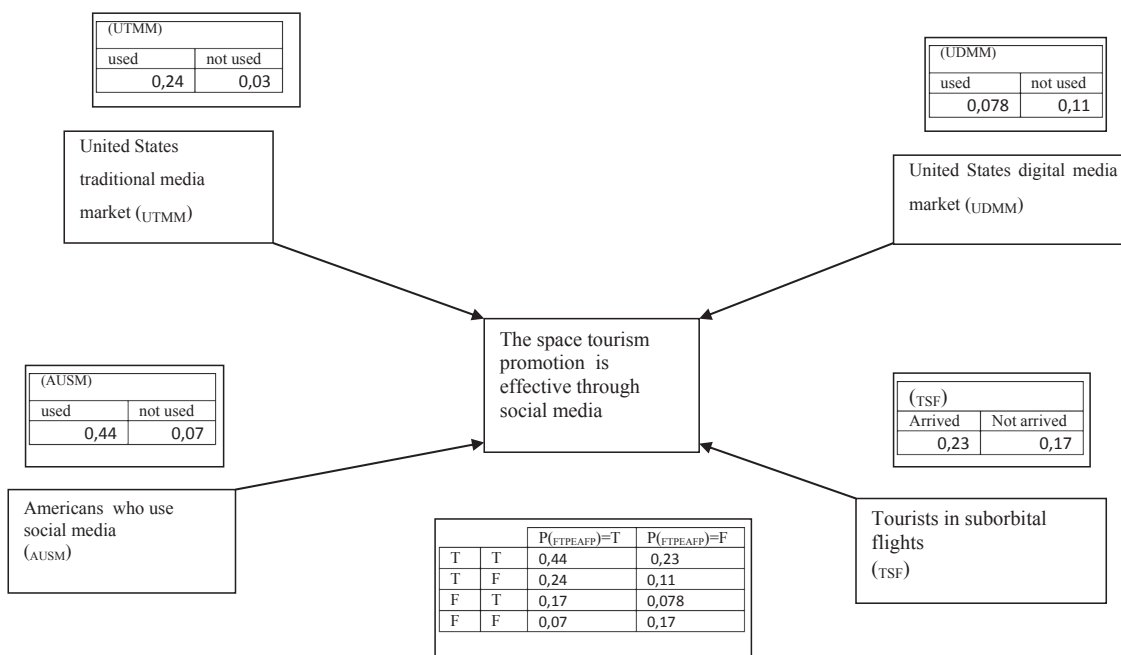


Fig. 3. Bayesian analysis of the potential demand for space tourism in the United States

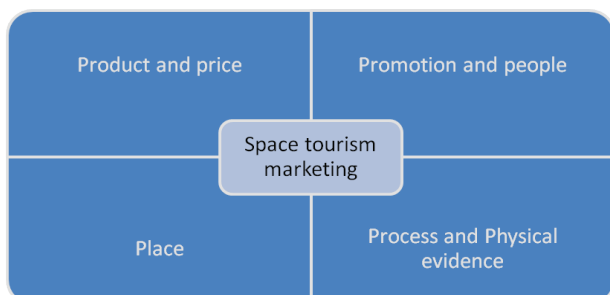


Fig. 4. Marketing mix for space tourism according to Manish Srivastava & Shirish Srivastava (2010)

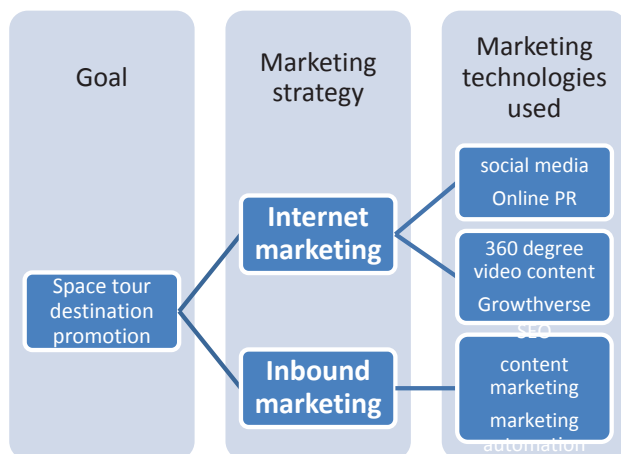


Fig. 5. Integrated marketing strategy approaches in which marketing technologies may work as tools for effective means of promotion

Along with the market, the marketing strategy is also actively developing. Here the possible marketing strategies at the disposition of the space tour company are the following:

Internet marketing today is one of the most popular options for promotion. Internet marketing has several significant differences compared to other types of promotion: Visual possibilities due to computer graphics, for example, are almost limitless and allow designers and marketers to show all their creativity. The ability to fully monitor and evaluate the effectiveness of each element of advertising down to the smallest detail. The use of special strategies and tactics allows you to attract the target audience, not all in a row. Covering a large number of potential customers with relatively low costs.

Inbound marketing is a strategy of market behaviour that is not aimed at stimulating the need for a product, but rather in attracting those who already want to buy a product to your company. To solve this problem, it is necessary to win the trust of buyers and build an appropriate image. Examples of incoming marketing are SMM (social media marketing, marketing in social networks), articles and mentions in the media and third-party blogs, free training of the target audience through master classes and seminars, including online via webinars and useful handouts for download.

Companies in other major industries are only utilizing around two out of nine important marketing technologies that exist.

This is nothing but a wasted opportunity because a significant and rapid increase in return on investment has been reported by marketers who have adopted these tools.

Therefore, it is essential for every company's marketing department to use, at a minimum, at least a few technologies for growing opportunities.

In most cases, these marketing technologies are an online form of direct marketing.

From there, major elements of understanding the implementation of marketing strategies can be seen in Figure 6:

- Develop a comprehensive social media strategy. While Facebook and Twitter are the most used social media platforms, a comprehensive social media strategy should incorporate additional social media platforms where customers, prospects, employees, and candidates could talk about the company. To be able to know, which social media platforms to incorporate as a part of its social media strategy, as far as the



Fig. 6. Digital marketing's benefits for space tour companies

company needs to systematically track top platforms where the company and its brands are being discussed.

– Establish a two-way communication model. Companies who use social media just to disseminate information to customers may not see high returns from social media usage.

Instead, companies who use social media platforms as a two-way communication medium tend to have a more successful social media approach. There are several tactics that can be used to establish two-way communication, including: Posting questions and surveys related to the company, as well as general topics of interests.

As brands continue to invest heavily in content, the benefits of marketing technology become clear: They make organizations more knowledgeable and efficient. There's a snowball effect at play. If a company can gather useful data on its customers, it can find patterns that connect certain behaviours to purchasing decisions and then automate processes that serve those behaviours.

Companies don't have time or money to waste guessing what customers want. As marketing technology gets better, maybe they can eliminate that fear of the unknown for good.

Instead of guessing what works, employees can spend more of their time on creative and strategic tasks.

Arguably, the component of the marketing mix being most quickly transformed as a result of Internet usage is a promotion.

The Internet provides a labour-efficient and cost-effective way of distributing information almost instantaneously to millions of potential clients in the global markets.

Internet promotion combines mass media's reach with the personalization inherent in two-way dialogue – previously only possible in personal selling.

It can be used for corporate visibility, brand name recognition, advertising, public relations, corporate sponsorship, direct sales, sales promotion, customer support, and technical assistance.

In the case of a space tour company, the suitable marketing technology to use is the Internal Social Network by the Internet marketing campaign.

With the explosion of social media usage around the world, social media websites have become an important platform for businesses to engage with customers, prospects, employees, and candidates.

Indeed, social network structures ease the search of potential customers in a specific activity or hobby group, which have some common grounds with the company activities.

With the rapid development of the Internet and digital space, now we hear more and more often about the use of the new concept of digital marketing.

Social media has fundamentally changed the way businesses interact with customers and the public at large. What started as an innovative way to approach the marketplace has become an essential tool for marketing, public relations, and customer service.

But as easy as social media has made it connect with customers, it does come with a few drawbacks.

Unlike other forms of marketing, in which marketers retain control of the messaging, there's no control over social media. This can be great if people love a space company image or activities.

A detailed marketing strategy for a destination normally evolves from the broad recommendations of the Tourism Plan.

The establishment of an effective tourism marketing plan starts with understanding the target market. Understanding the audience, with which your campaign will resonate most, can help maximize its effectiveness.

Ultimately the brand you create for the destination (or that it's created for itself) will influence how future promotions and marketing efforts are structured. Playing to the brand's strengths with events and campaigns will naturally begin to take place. This will also help solidify your closest and more targeted customer group.

Space tourism products are ideal for marketing on the Internet. This is because tourism is an information-intensive industry and the Internet is the most effective and efficient means in information exchange worldwide. The Net can greatly facilitate the promotion and distribution of tourist products and potentially enable tourism destinations and enterprises to compete on a level playing field.

Indeed, tourism is very information-intensive and the information is often dubbed the "life-blood" or "cement" of the industry, which holds together the different producers within the travel industry – airlines, tour operators, travel agencies, attractions, car rental, cruise lines, and other supplies.

The Internet as a marketing media can be of great benefit to all virtual areas of marketing, from marketing research, through market segmentation, targeting and positioning, to the effective use of the marketing mix, and marketing organization and control for space tourism companies.

**Conclusion.** Finally, we have seen the space industry is composed of several markets more or less open to competition. The sector is changing and technological competition will determine the positions of different countries and/or companies in the market.

As said earlier, the main problem of space excursions, no doubt, is safety. It should be remembered that overboard the spacecraft will have to stay in an extremely rarefied atmosphere, huge temperature changes, and in the ship or on the ISS there will be a significant factor of the enclosed space that negatively affects the human psyche. Safety regulation will have positive impacts on spacecraft design and exploitation. Marketing technologies applications can also help to track customer behaviour in a specific target market, which will help managers to understand where the real customer needs exist and provide opportunities for the design of a consistent Space tour product. Indeed, such prospects will require more studies regarding their importance in other forms of tourism.

References:

1. Emerging Economic Models in the Age of Internet and E-Commerce Global Journal of Business Management and Information Technology. Volume 1, Number 1 (2011), pp. 53-68 © Research India Publications Access mode: [https://www.ripublication.com/gjbm/1n1\\_07.pdf](https://www.ripublication.com/gjbm/1n1_07.pdf)
2. Managing and Marketing Technology Paperback – March 22, 2001 by David Ford, Michael Saren 256 pages
3. B2B Technology Marketing Paperback – August 12, 2013 by Mr. Hugh Taylor 206 pages
4. The Marketing Performance Blueprint: Strategies and Technologies to Build and Measure Business Success Hardcover – August 4, 2014 by Paul Roetzer 256 pages
5. Tourists in space: a practical guide – 2014 by Erik Seedhouse ISBN 978-3-319-05038-6 314 pages
6. Virgin galactic space tourism marketing-plan Access mode: <http://www.writework.com/essay/virgin-galactic-space-tourism-marketing-plan>
7. 4 Mandatory Technologies for Inbound Marketing Success Access mode: <https://www.firesnap.net/blog/4-mandatory-technologies-inbound-marketing-success>
8. Researching the Space Tourism Market by Geoffrey I Crouch Access mode: [http://www.spacefuture.com/archive/researching\\_the\\_space\\_tourism\\_market.shtml](http://www.spacefuture.com/archive/researching_the_space_tourism_market.shtml)
9. Design the space tourism experience by Derek Weber Access mode: [http://www.spacefuture.com/archive/designing\\_the\\_orbital\\_space\\_tourism\\_experience.shtml](http://www.spacefuture.com/archive/designing_the_orbital_space_tourism_experience.shtml)
10. Commercialisation and the future of space travel – Access mode: <http://factor-tech.com/feature/commercialisation-and-the-future-of-space-travel/>
11. Marketing Strategies and Technologies that You Should be Using for Your Business BY Jonathan Mimouni – Access mode: <https://www.business.com/articles/marketing-strategies-and-technologies-that-you-should-be-using-for-your-business/>

**ЕКОНОМІКА АЕРОКОСМІЧНОГО ТУРИЗМУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПОТЕНЦІЙНИХ КОМПАНІЙ КОСМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

**Анотація.** Подорожі і туризм є одним з найбільших підприємств у світі. Його валова виручка перевищує \$ 400 млрд в рік тільки в США, і це наш другий за величиною роботодавець.

Комерціалізація діяльності в космічному просторі і розвиток космічного туризму привели до різкого скорочення стартових витрат, що дозволило розширити присутність людини за межами біосфери.

Очевидно, що відпочинок в космосі може мати серйозні позитивні наслідки. По-перше, для того, щоб придумати космічний туризм, необхідно досліджувати й розгадати приховані таємниці космосу. Це значно розширює і збагачує технічну обізнаність і конструктивні знання людей.

Мета даної роботи-показати, яким чином нові стандарти в космічному туризмі можуть стати джерелом вдосконалення аерокосмічної галузі на економічному і технологічному рівні і як з допомогою маркетингових технологій просування космічного туризму може підвищити інтереси майбутніх потенційних туристів.

**Ключові слова:** космічний туризм, аерокосмічна галузь, інновації, маркетингові технології, маркетингова кампанія, турпродукт.

УДК 336:226.11:338.432

**Тимошенко М. М.**

*кандидат економічних наук, доцент, директор  
Житомирський агротехнічний коледж*

**Tymoshenko M. M.**

*Ph.D. Assoc. Prof., headmaster  
Zhytomyr Agro-technical College*

**ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ  
ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОРІЄНТИРІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

**Анотація.** У статті приділяється увага питанням застосування інструментів стратегічного управління для визначення орієнтирів розвитку сільських територій. Проведено PRESTCOM-аналіз зовнішніх факторів, які мають високий, середній та низький рівні впливу на розвиток сільських територій Західного Полісся. Встановлено, що серед політичних чинників на розвиток сільських територій Західного Полісся вагомий вплив має громадське невдоволення політикою уряду в аграрній сфері. Розроблено принципову схему проведення SWOT-аналізу досліджуваного процесу. Дослідження факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, ранжування їх за рівнем впливу на соціально-еколого-економічний розвиток сільських територій Західного Полісся дали змогу сформулювати конкретний перелік його слабких і сильних сторін.

**Ключові слова:** сталий розвиток, PRESTCOM-аналіз, SWOT-аналіз, стратегічне управління, сільські території.



**Вступ та постановка проблеми.** Розвиток будь-якої соціально-економічної системи (якою є, зокрема, сільські території) відбувається циклічно, проходячи відповідні етапи, такі як динамічне зростання; уповільнення; поліпшувальні зміни; прискорення соціально-економічних процесів та їх динаміка. Відомо, що задля згладжування різкості вищевказаних коливань розробляється стратегія розвитку. В попередніх дослідженнях детально вивчено та розкрито методологічні й методичні засади щодо формування та реалізації стратегії сталого розвитку сільських територій України. Проте варто зазначити, що стратегія вважається вершиною ієрархії засобів планування соціально-економічного розвитку держави. Вона, як правило, окреслює стратегічні орієнтири руху, є доктринальним баченням управління соціально-економічним розвитком сільських територій країни та не містить окремих деталей, які враховують регіональні особливості та проблеми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці оцінювання зовнішнього та внутрішнього

середовища на основі SWOT- та PEST-аналізу приділяється увага низки вітчизняних та зарубіжних дослідників. Отже, викликають інтерес роботи К.Р. Ендрюса, Г.І. Кіндратської, Х.І. Ансоффа, А. Хамфрея, Р.К. Короля, Дж. Пірса, Р. Робінсона, Я. Агілара, А. Браун та інших вчених. Проте проведене дослідження свідчить про те, що низка проблем соціально-економічної та екологічної незбалансованості перш за все зароджувалась на рівні окремих населених пунктів, адміністративних районів та областей, природно-економічних зон, а лише пізніше набувала національних масштабів. Вищевказане вимагає проведення стратегічного аналізу зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на розвиток сільських територій досліджуваного регіону, ідентифікації та систематизації виявлених проблем.

**Метою** роботи є поглиблення теоретико-методологічних і практичних підходів до застосування інструментів стратегічного управління для визначення орієнтирів розвитку сільських територій.

Таблиця 1

PRESTCOM-аналіз розвитку сільських територій Західного Полісся України

Чинники	Деталізація чинників	Сутнісна характеристика впливу чинників		
		Високий	Середній	Низький
P Політичні	Політична нестабільність, протистояння політичних партій.		+	
	Зміна законодавства, залежність розвитку сільських територій від політики держави.		+	
	Громадське невдоволення політикою уряду.	+		
R Регуляційні	Значний рівень державної підтримки, втілення розроблених комплексних програм розвитку галузі АПК в областях.	+		
	Регулювання зайнятості та кадрового забезпечення розвитку сільських територій регіону.			+
	Стимулювання інноваційно-інвестиційної привабливості.	+		
E Економічні	Низька заробітна плата, високий рівень інфляції, корупція та процентні ставки за кредитами.		+	
	Відсутність врегулювання земельних і майнових відносин в аграрній сфері.		+	
	Сприятливий податковий клімат та зниження податкового тиску.	+		
S Соціальні	Погіршення демографічної ситуації, зменшення кількості та зростання міграції сільського населення в регіоні.	+		
	Рівень доходів сільського населення.		+	
	Збереження традицій, культурних та моральних цінностей села.			+
T Технологічні	Розробка інноваційно-інвестиційних технологій у галузях рослинництва та тваринництва, недостатність досвіду його впровадження.		+	
	Необхідність прискорення темпів інформаційно-консультаційного забезпечення трансферу інновацій та розвитку дорадчої служби.	+		
	Розвиток конкуренції з боку іноземних замінників сільськогосподарської сировини та готової продукції.			+
C Конкурентні	Значна кількість товаровиробників аналогічної продукції.	+		
	Відсутність організованого ринку збуту сільськогосподарської продукції.		+	
	Неможливість сільських домогосподарств реалізувати продукцію на переробку.		+	
O Організаційні	Розвиток системи партнерських відносин в соціально-економічній сфері.	+		
	Запровадження новітніх методів з управління виробничою діяльністю аграрних формувань, якістю продукції та персоналу.			+
M Ринкові	Можливості вертикальної та горизонтальної диверсифікації аграрного підприємництва.		+	
	Розвиток виробничої, інноваційної, ринкової інфраструктури.	+		
	Залучення інвесторів та грантових коштів на основі участі в програмах підтримки.	+		

Джерело: власні дослідження

**Результати дослідження.** Євроінтеграційний вектор розвитку сільської економіки створює передумови для застосування в процесі цього дослідження методів та інструментів стратегічного управління, основна ідея якого ґрунтується на розробленні комплексної системи дій та рішень з огляду на єдині пріоритети, цінності та поставлені завдання. Чинники зовнішнього середовища є тим джерелом, що забезпечує соціально-економічні та екологічні умови розвитку сільських територій Західного Полісся, які необхідні для підтримки внутрішнього виробничо-ресурсного потенціалу на належному рівні. Зовнішнє середовище поділяється на дві складові, а саме макро- та мікросередовище. Макросередовище – це ті чинники зовнішнього середовища, які опорядковано впливають на розвиток сільських територій через певні важелі, формуючи загальну атмосферу та соціально-економічні умови розвитку[1, с. 127]. Фактори макросередовища найчастіше оцінюють за допомогою PEST-аналізу. Більш розширеним варіантом вищевказаного методу є PRESTCOM-аналіз зовнішніх факторів, які мають високий, середній та низький рівні впливу на розвиток сільських територій Західного Полісся (табл. 1). Варто зазначити, що аналіз чинників слід здійснювати в комплексі з урахуванням їх взаємного впливу, внаслідок чого можуть посилюватися або послаблюватися деякі з них.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що серед політичних чинників на розвиток сільських територій Західного Полісся вагомий вплив має громадське невдоволення політикою уряду в аграрній сфері. На сільський розвиток досліджуваного регіону чинять негативний вплив також економічні та технологічні фактори, оскільки серед найбільш впливових з них значна частина отримала негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну нестабільність в країні, а також низьку активність держави у сфері нормативно-правової та виробничо-інфраструктурної підтримки розвитку сільських територій

та життєзабезпеченості сільських жителів. Соціально-економічна ситуація в країні також негативно впливає на сільський розвиток, про що свідчать результати аналізу наведених нижче факторів. Позитивним є те, що велике значення в розвитку села нині має залучення інвесторів та грантових коштів на основі участі в програмах підтримки, які пропонують державні та європейські фонди.

Для розроблення ефективного економічного механізму реалізації стратегії сталого соціально-економічного розвитку сільських територій Західного Полісся доцільним є застосування ще одного інструмента стратегічного управління, а саме SWOT-аналізу. SWOT-аналіз (S – Strengths, W – Weaknesses, O – Opportunities, T – Threats, тобто сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози відповідно) є однією з найчастіше застосовуваних моделей стратегічного аналізу, який дає змогу охопити максимально широке коло чинників та аналітичних показників, що характеризують досліджувану проблему. Саме цей метод ґрунтується на всебічному аналізі сучасного стану та дає змогу сформулювати стратегічні орієнтири розвитку об'єкта дослідження на перспективу[2, с. 187].

Вивчаючи можливості формування програми розвитку аграрного сектору України за методикою SWOT-аналізу, М.М. Кропивко зазначає, що сильні й слабкі сторони, а також можливості та загрози варто визначати шляхом аналізу максимальної кількості думок та висновків респондентів за допомогою групових методів обробки інформації (анкетування, безпосереднє спілкування, опитування тощо). При цьому головним є виявлення позитивних і негативних факторів, які матимуть вплив на досягнення стратегічних цілей та завдань об'єкта дослідження [3, с. 71].

В рамках кожної зі вказаних груп формується не більше десяти-дванадцяти лаконічних тверджень, тобто висновків за результатами проведеного оцінювання, здійснюється їх ранжування. Проте стандартну схему

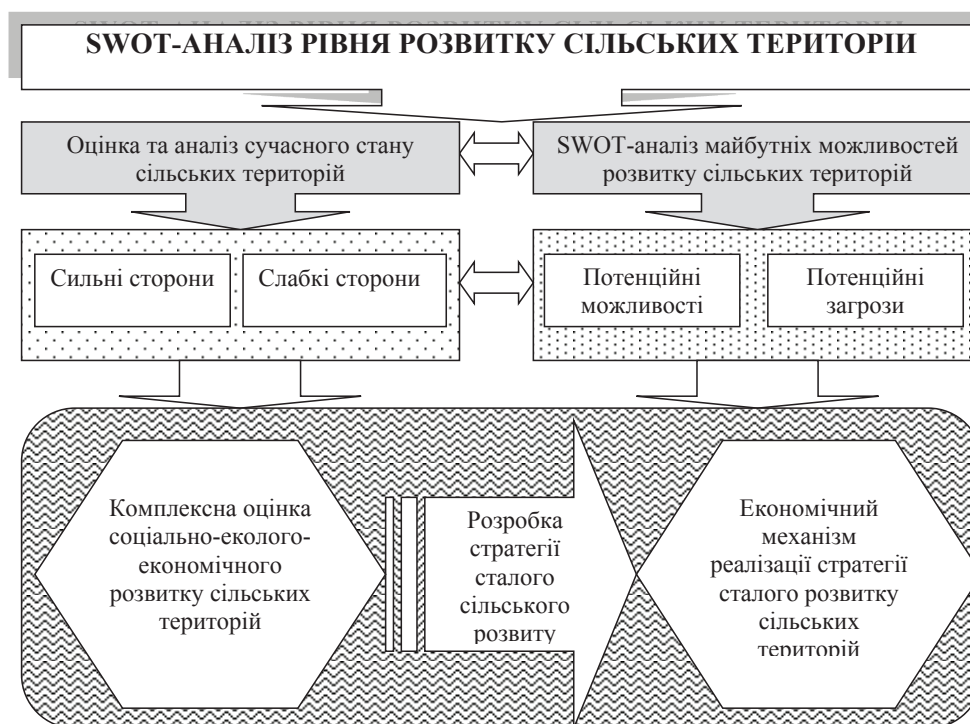


Рис. 1. Алгоритм SWOT-аналізу сталого розвитку сільських територій

Джерело: власні дослідження

SWOT-аналізу варто модифікувати в бік чіткішого позиціонування соціально-економічних та екологічних пріоритетів. Вона повинна бути модифікована як у частині, що відображає стан зовнішнього середовища сільського розвитку, так і в частині, де аналізується соціально-еколого-економічний потенціал відповідної території. Принципова схема проведення SWOT-аналізу досліджуваного процесу наведена на рис. 1. Такий підхід у подальшому дасть змогу скоротити кількість виявлених проблем за рахунок виключення з їх складу тих, що незначною мірою впливають на досягнення цілей.

Проведений аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, їх ранжування за рівнем впливу на соціально-еколого-економічний розвиток сільських територій Західного Полісся дали змогу сформулювати конкретний перелік його слабких і сильних сторін (табл. 2, 3).

Інформаційною базою отриманих результатів дослідження слугували результати авторського соціологічного опитування, інформація в засобах масової інформації, матеріали Державної служби статистики в Україні, дані обласних державних адміністрацій, наукові публікації

з цієї проблеми тощо. Так, до сильних сторін сільського розвитку Західного Полісся віднесено володіння значним природно-ресурсним потенціалом та вигідне географічне розташування з країнами Європейського Союзу та Білоруссю; прибуткове ведення виробництва в аграрних формуваннях, які повинні стати економічною базою розвитку сільських територій; відсутність заборгованості по заробітній платі; поступове зростання доходів сільських жителів, поступова розбудова соціальної інфраструктури, зокрема ремонт доріг; розвинуте транспортно-комунікаційне та логістичне сполучення; позитивні тенденції до розвитку вертикальної та горизонтальної інтеграції в аграрному секторі тощо.

До слабких сторін розвитку сільських територій Західного Полісся відносять критичну соціально-демографічну ситуацію на селі; високий рівень як внутрішньої, так і зовнішньої міграції сільського населення, а особливо молоді; диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію. Крім того, непередбачуваність розвитку сільського господарства, незавершеність земельної реформи та високий ступінь ризику зумовлюють низьку

Таблиця 2

**Сильні сторони (Strengths) розвитку сільських територій Західного Полісся України**

№	Особливості, які є основою подальшого сталого розвитку територій
1.	Зручне територіально-географічне та прикордонне розташування.
2.	Сприятливі природно-кліматичні умови, унікальний природний, екологічний та ресурсний потенціал, різноманітна й багата мінерально-сировинна база.
3.	Наявність потужного виробничого сільськогосподарського потенціалу та переробних потужностей.
4.	Прибуткове виробництво сільськогосподарської продукції в аграрних формуваннях.
5.	Активізація інвестиційних процесів та розвиток міжнародного співробітництва.
6.	Значний досвід та професіоналізм сільськогосподарських працівників, наявність кваліфікованої та дешевої робочої сили.
7.	Поступовий розвиток об'єктів соціальної інфраструктури, діюча програма «Власний дім».
8.	Розвинута мережа інформаційно-консультаційного та консалтингового призначення, комерційних банків, кредитних спілок.
9.	Наявність стратегії соціально-економічного розвитку Волинської, Житомирської, Рівненської та Чернігівської областей до 2020 р.
10.	Розроблення та втілення державних програм підтримки сільськогосподарських товаровиробників, зокрема власників ОСГ.
11.	Високий інноваційно-освітній та науковий потенціал, наявність науково-дослідної бази в сільській місцевості.
12.	Історичні тенденції, традиції та бажання ведення сільськогосподарського виробництва, менталітет місцевого сільського населення.

Джерело: власні дослідження

Таблиця 3

**Слабкі сторони (Weaknesses) розвитку сільських територій Західного Полісся України**

№	Особливості, які ускладнюють подальший розвиток територій
1.	Глибока соціально-демографічна криза (низька народжуваність, висока смертність, захворюваність, депопуляційні процеси тощо).
2.	Зовнішня і внутрішня міграція осіб працездатного віку, занепад віддалених сіл.
3.	Високий рівень безробіття, незбалансованість ринку робочої сили, низький офіційний попит на працівників аграрної сфери.
4.	Низький рівень матеріальної мотивації праці та доходів сільських домогосподарств.
5.	Непередбачуваність змін у політичному, правовому та економічному середовищі держави.
6.	Недостатня фінансова підтримка аграрних товаровиробників, зокрема фермерських господарств.
7.	Низька ефективність і часто нераціональне й нецільове використання інвестиційних коштів.
8.	Незадовільний стан матеріально-технічної бази окремих аграрних підприємств та сільських домогосподарств.
9.	Нерівномірний розвиток галузей сільського господарства в розрізі природно-економічних зон досліджуваної території.
10.	Нераціональне використання природних ресурсів (земельних, лісових, водних тощо).
11.	Недостатньо розвинута система інноваційно-інвестиційної інфраструктури.
12.	Негативний вплив на розвиток сільських територій наслідків аварії на Чорнобильській АЕС.

Джерело: власні дослідження

інвестиційну привабливість сільських територій; відбувається руйнування сільської поселенської мережі; знижується доступність сільського населення до соціально-побутових послуг; загострюється проблема бідності.

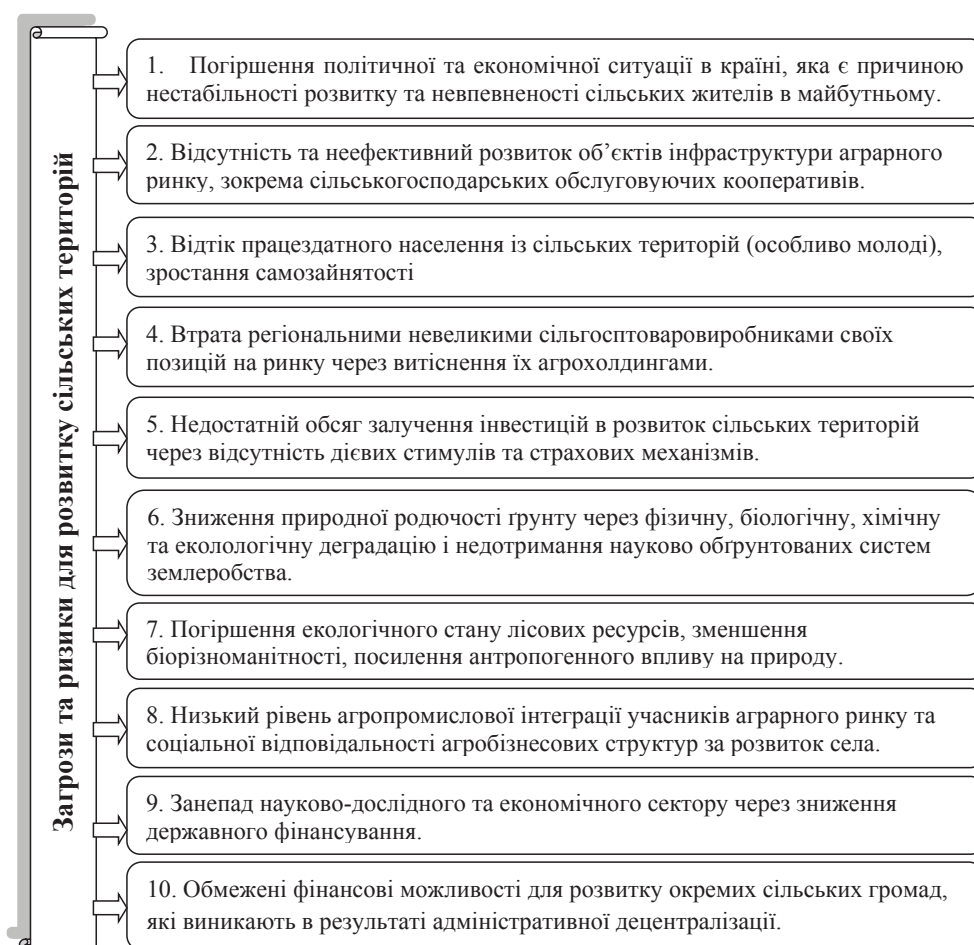
Потенційні загрози для сталого соціально-економічного розвитку сільських територій Західного Полісся пов'язані з погіршенням політичної та економічної ситуації в державі загалом та в регіоні зокрема; відсутністю відповідної інфраструктури аграрного ринку, зокрема недостатньою кількістю сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; відтоком працездатного населення із сільських територій і зростанням зайнятості осіб пенсійного віку; високим рівнем процентних ставок за банківськими кредитами для оновлення матеріально-технічної бази та розширення виробництва; скороченням державних виплат з підтримки розвитку окремих галузей тощо. Крім того, низка загроз для розвитку сільських територій пов'язана з наслідками адміністративної децентралізації, яка передбачає передачу влади на місця, а саме планування, формування та розподіл бюджету; розвиток освіти й медицини; обслуговування транспорту й доріг; створення нових об'єктів виробничої, ринкової та соціальної інфраструктури; що часто стає «головним болем» об'єднаних сільських територіальних громад (рис. 2).

Надзвичайно важливим для забезпечення сталого розвитку сільських територій Західного Полісся України є використання всіх потенційних можливостей, перелік яких наведено на рис. 3. Найреальнішими майбутніми

особливостями, які сприятимуть сільському розвитку Західного Полісся, є, по-перше, максимальне використання європейського досвіду у сприянні розвитку сільських територій; по-друге, диверсифікація аграрного підприємництва та поширення несільськогосподарських видів діяльності; по-третє, можливість розвитку органічного землеробства та виробництво екологічно чистої продукції; по-четверте, широке залучення грантових коштів для реалізації проектів місцевого розвитку сільських територіальних громад за основи фандрейзингу. Крім того, доцільним вбачається максимальне використання переваг здійсненої децентралізації, що передбачає максимальне наближення місцевої влади до сільської спільноти, підвищення якості управлінських послуг і залучення місцевих жителів до процесу прийняття управлінських рішень щодо розвитку кожної окремої сільської території.

Результати проведеного SWOT-аналізу дають змогу створити початкову інформаційну базу для її подальшого оброблення, адекватно оцінити рівень розвитку сільських територій, виявити переваги та визначити напрями подальшого докладання зусиль щодо досягнення сталого розвитку сільських територій регіону з дотриманням принципів рівноважності, збалансованості, гармонійності, стабільності, конкурентоспроможності та забезпечення продовольчої безпеки.

**Висновки.** Як свідчать основні результати дослідження, методи та прийоми стратегічного управління,



**Рис. 2. Потенційні загрози та ризики (Threats) для розвитку сільських територій Західного Полісся**

Джерело: власні дослідження





Рис. 3. Потенційні можливості (Opportunities), які сприятливі для розвитку сільських територій Західного Полісся

Джерело: власні дослідження

зокрема PRESTCOM- та SWOT-аналізи, дають змогу просто та логічно продемонструвати взаємозв'язок зовнішніх та внутрішніх чинників соціально-економічного розвитку сільських територій, здійснити оцінювання потенційних можливостей у сфері сільської економіки не лише окре-

мих територій, але й держави загалом. Реалізуючи визначені стратегічні кроки та працюючи над слабкими сторонами, змінюючи певним чином розроблену стратегію розвитку сільських територій, можна перетворити виявлені загрози на сприятливі стратегічні орієнтири.

#### Список використаних джерел:

1. Скидан О.В. Аграрна політика України в період ринкової трансформації: монографія. Житомир: «Житомирський національний агроекологічний університет», 2008. 376 с.
2. Кравчук І.І. Економічний розвиток сільського соціуму: проблеми управління: монографія. Житомир: Полісся, 2014. 344 с.
3. Кропивко М.М. Формування програми розвитку аграрного сектору України за методикою SWOT-аналізу. Агроінком. 2007. № 11–12. С. 71–73.

### ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОРИЕНТИРОВ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

**Аннотация.** В статье уделяется внимание вопросам применения инструментов стратегического управления для определения ориентиров развития сельских территорий. Проведен PRESTCOM-анализ внешних факторов, которые имеют высокий, средний и низкий уровни влияния на развитие сельских территорий Западного Полесья. Установлено, что среди политических факторов на развитие сельских территорий Западного Полесья существенное влияние имеет общественное недовольство политикой правительства в аграрной сфере. Разработана принципиальная схема проведения SWOT-анализа исследуемого процесса. Исследование факторов внутренней и внешней среды, ранжирование их по уровню влияния на социально-эколого-экономическое развитие сельских территорий Западного Полесья позволили сформировать конкретный перечень его слабых и сильных сторон.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, PRESTCOM-анализ, SWOT-анализ, стратегическое управление, сельские территории.

### APPLICATION OF STRATEGIC MANAGEMENT INSTRUMENTS FOR DETERMINATION OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT ORIENTATIONS

**Summary.** The paper deals with the use of strategic management tools to determine the guidelines for the development of rural areas. It is conducted a PRESTCOM analysis of external factors that have a high, medium and low impact on the development of rural areas of Western Polissya. It is established that among the political factors on the development of rural areas of Western Polissya the public influence over the government's policy in the agrarian sector is significant. The basic scheme of SWOT-analysis of the investigated process is developed. Investigation of factors of the internal and external environment and their ranking on the level of influence on the socio-ecological and economic development of rural areas of Western Polissya has allowed forming a concrete list of its weak and strong sides.

**Key words:** sustainable development, PRESTCOM-analysis, SWOT-analysis, strategic management, rural areas.

**Томашевська А. В.**  
кандидат економічних наук,  
викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування  
Прикарпатського національного університету  
імені Вадима Стефаника  
**Смиківчук Т. В.**  
кандидат економічних наук,  
заступник директора,  
Коломийського політехнічного коледжу  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Tomashyevs'ka A. V.**  
PhD in Economics,  
State Higher Educational Establishment  
"Vasyl Stefanyk Precarpathian National University"  
**Smykovchuk T. V.**  
PhD in Economics, head's assistant,  
Separated Structural Subdivision Kolomyia Polytechnic College  
of L'viv Polytechnic National University

## РІВЕНЬ ВВП УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ

**Анотація.** У статті досліджено динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП) України. Зроблено компаративний аналіз динаміки вітчизняного ВВП та ВВП провідних країн світу. Визначено особливості ВВП України та методи його розрахунку. Виокремлено чинники, які впливають на динаміку ВВП. Серед них слід назвати значні макроекономічні дисбаланси, військовий конфлікт на Сході України, глибокі структурні диспропорції, велику частку тіньової економіки.

**Ключові слова:** ВВП, реальний ВВП, номінальний ВВП, ВВП на душу населення, тіньова економіка.

**Вступ та постановка проблеми.** Нині дуже багато показників виміру економічного розвитку країн, проте основним показником на макrorівні все ж таки залишається валовий внутрішній продукт (ВВП), який характеризує сукупну ринкову вартість кінцевих товарів та послуг, вироблених підприємствами, організаціями та установами в поточному періоді на економічній території країни.

Для якіснішої оцінки рівня економічного розвитку, крім загального рівня ВВП, визначається обсяг ВВП у розрахунку на одну особу. Велике значення показник ВВП у розрахунку на одну особу має насамперед під час зіставлень з іншими країнами світу. За допомогою статистичного аналізу можна визначити подальший економічний розвиток та чинники, що на нього впливають.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання оцінки динаміки ВВП та його розвитку досліджуються в наукових роботах багатьох вчених, зокрема В. Гейця, А. Гальчинського, І. Багрятіна, О. Дзюблюка, І. Манцурова, М. Савлука, А. Савченка, Л. Петкова. Необхідність подальшого вивчення та аналізу з метою відновлення економіки є очевидною.

**Метою** роботи є дослідження динаміки валового внутрішнього продукту України, здійснення компаративного аналізу динаміки вітчизняного ВВП та ВВП провідних країн світу, визначення особливостей ВВП України та методів його розрахунку.

**Результати дослідження.** Показник ВВП характеризує можливості економіки щодо забезпечення добробуту населення в трьох аспектах:

- 1) ефективність розподілу виробництва на продукти проміжного та кінцевого призначення;
- 2) структура кінцевого попиту (споживання, нагромадження, внутрішньо торговельне сальдо);
- 3) первинні доходи.

ВВП є також основою вимірювання структури виробництва, міжнародних порівнянь якості життя, оцінки дефіциту державного бюджету, грошової емісії тощо. Його головною особливістю є охоплення вартості тільки тих товарів і послуг, які вироблені на території конкретної країни.

Оскільки усі основні показники в системі національних рахунків відображають результати економічної діяльності за рік і виражені в цінах цього року, вони є номінальними. Номінальні показники не дають змогу здійснювати аналіз та порівняння ВВП різних країн світу, а також порівнювати показники однієї країни в різні періоди часу. Такі показники можна порівнювати за допомогою реальних даних, а саме показників реального виробництва та реального рівня доходів, які виражені в незмінних зіставлених цінах [1, с. 45], тому дослідження динаміки ВВП України пов'язане з аналізом номінального та реального ВВП.

Номінальний ВВП – це ВВП, розрахований у цінах цього року. На величину номінального ВВП впливають такі фактори: 1) зміни реального рівня виробництва; 2) зміна рівня цін. Реальний ВВП – це ВВП, який вимірюється у зіставлених незмінних цінах, у цінах базового року. При цьому базовим роком може бути вибраний будь-який рік, тобто за хронологією він може бути як раніше, так і пізніше конкретного (табл. 1).

Впродовж 2010–2013 рр. реальний ВВП мав тенденцію до щорічного зростання. Така динаміка вказувала на незначне, проте все ж таки зростання економіки України загалом. Але у 2014 р. зростання обсягу номінального ВВП порівняно з 2013 р. сягнуло 121 717 млрд. грн., або 108,3%, водночас обсяг реального ВВП у 2014 р. впав на 35 103 млрд. грн., або до 97,5% (рис. 1). Такі значні перепади, коли номінальний ВВП зростає, а реальний падає, відбуваються під час інфляції у зв'язку зі зростанням цін на товари та послуги з одночасним скороченням обсягів виробництва, споживання цих товарів. У підсумку ско-

рочується купівельна спроможність населення, а також спостерігається падіння рівня життя.

Фактичні темпи зростання реального ВВП України у 2017 р. виявилися на 2,5% вищими за очікування Національного банку, які опубліковані в Інфляційному звіті регулятора за січень 2018 р. (2,1%). Про це йдеться в коментарі НБУ щодо фінальної статистики про зростання ВВП за 2017 р. на 2,5%. Регулятор зазначив, що відновлення економіки України відбувається стрімкіше очікувань, а основним драйвером зростання став споживчий попит, також вагомим рушієм залишалась інвестиційна активність. Крім того, зростанню реального ВВП сприяють зовнішні умови, оскільки обсяги експорту товарів та послуг у реальному вираженні зросли на 3,5% рік до року [3].

В табл. 2 наведено показники темпів зростання ВВП України, США, Польщі, Японії, Німеччини. Табл. 2 дає змогу отримати порівняльний аналіз динаміки ВВП України та ВВП провідних країн світу.

Частка України у світовій економіці з 1992 по 2016 рр. зменшилась у три рази (до менш ніж 1,3% з 3,11% світового ВВП). У 1992 р. частка ВВП України в загальносвітовому ВВП становила приблизно 3,1%, за чверть століття цей показник впав більш ніж в три рази (станом на 2016 р. він становив менше 1,5%).

Таким чином, вага і вплив нашої країни у світі за ці 25 років скоротились більш ніж втричі (рис. 2).

Валовий внутрішній продукт на душу населення (реальний ВВП) є мірою випуску продукції на душу населення в доларах постійної купівельної спроможності, при цьому нівелюється вплив інфляційних процесів. Вищий реальний ВВП на душу населення є показником вищого

рівня життя. Рівень реального ВВП в країні дає змогу робити зіставлення з іншими країнами, а також виявити, до якої категорії вони належать (до розвинених чи таких, які розвиваються) (рис. 3) [1, с. 46].

Світовий банк оновив дані по Україні і представив показники щодо приросту ВВП за 2017 р. ВВП України за 2017 р. виріс з \$93,27 млрд. у 2016 р. до \$112,2 млрд. Таким чином, приріст ВВП за минулий рік склав більше 20% (це один із найвищих показників серед інших країн у світі). За підсумками I півріччя 2018 р. ВВП України за 12 місяців складе більше \$120 млрд. При цьому не варто плутати два поняття:

1) приріст ВВП, що показує зміну економіки країни в грошових одиницях;

2) приріст реального ВВП, що показує зміну економіки країни в кількості виробленої продукції; для будь-якої країни головним є збільшення економіки саме в доларах, оскільки відповідним чином збільшуються надходження в бюджету [5].

Зауважимо, що у 2015 р. ВВП України впав на 32% з \$133,50 млрд. у 2014 р. до \$91,03 млрд., а у 2017 р. підсумковий показник роботи економіки виявився набагато нижчим, як в інших країнах Європи. У цьому винна нерозвиненість економіки, адже країни, що мають виробництво з низькою часткою доданої вартості, постраждали від ослаблення зовнішніх ринків більше за інших. Крім того, розвиток економіки стримувала надмірна видаткова частина держбюджету, що вимагало посилення фіскальної політики.

Першочерговими заходами покращення ситуації мають стати макроекономічна стабілізація та відновлення нормального функціонування банківської системи, за чим

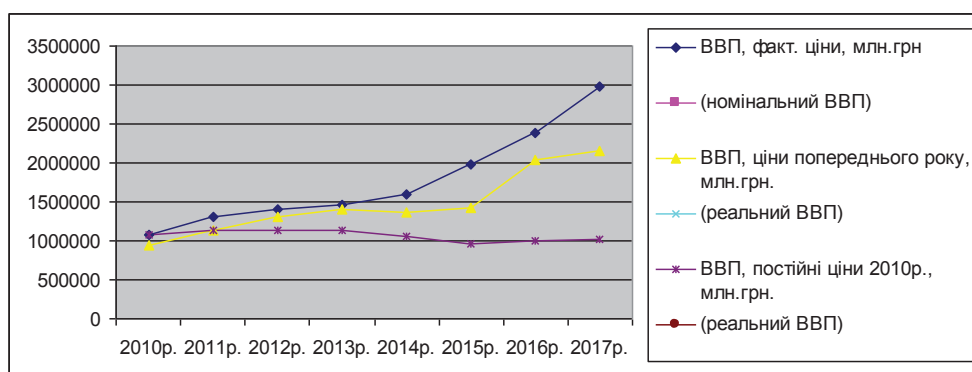


Рис. 1. Динаміка реального та номінального ВВП України

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2]

Таблиця 1

Динаміка ВВП України

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
ВВП, факт. ціни, млн. грн. (номінальний ВВП)	1 079 376	1 299 991	1 404 669	1 465 198	1 586 918	1 988 544	2 383 182	2 982 900
ВВП, ціни попереднього року, млн. грн. (реальний ВВП)	949 619	1 138 338	1 303 094	1 404 293	1 369 190	1 431 836	2 034 430	2 147 570
ВВП, постійні ціни 2010 р., млн. грн. (реальний ВВП)	1 079 376	1 138 338	1 141 055	1 140 750	1 066 394	961 698	996 236	1 013 345
ВВП на душу населення, грн. (номінальний ВВП/особу)	24 798	29 980	32 480	33 965	36 904	46 413	55 848	70 210
ВВП на душу населення, ціни попереднього року, грн. (реальний ВВП/особу)	21 817	26 252	30 132	32 553	31 841	33 419	47 680	56 218

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2] без урахування з 2014 р. тимчасово окупованих земель АРК та частини Донецької та Луганської областей

мають слідувати структурні перетворення. Не менш важливими є також заходи, спрямовані на підвищення якості та прозорості врядування, оскільки, крім основних, ці заходи допоможуть підвищити ефективність витраток бюджету, зменшити втрати від корупції та підвищити якість державних послуг.

Незважаючи на значний природний та людський потенціал, приватизацію більшості виробничого потенціалу країни, численні міжнародні кредити, які були освоєні владою

протягом останніх 20 років, виробничі потужності України не були модернізовані, об'єкти промисловості набули високого ступеня зношеності. Здебільшого вітчизняна продукція галузей переробки втратила конкурентоспроможність на міжнародному ринку товарів, а широкий внутрішній попит значною мірою забезпечують імпортовані товари [6].

На сучасному етапі розвитку уряд України ставить за мету збільшення ВВП за сім років у 2,7 разів у доларовому обчисленні [7]. У 2017 р. поставлено новий антире-

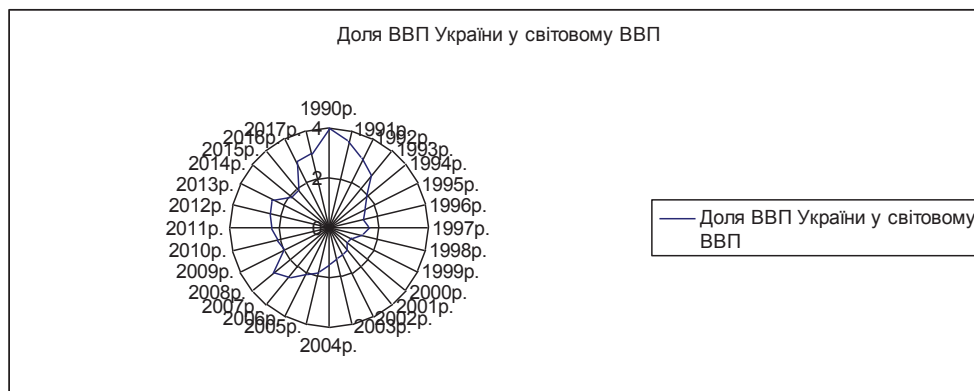


Рис. 2. Частка ВВП України в загальносвітовому ВВП за 1990–2017 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2]

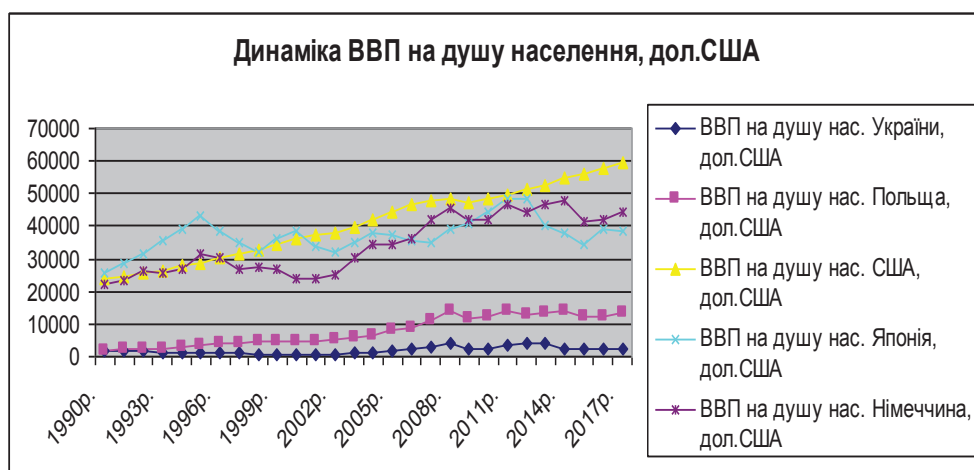
Таблиця 2

Динаміка ВВП України та інших країн світу за 1990–2017 рр., млрд. дол. США

Рік	Україна			США		Польща		Японія		Німеччина	
	ВВП	ВВП на душу населення	Доля у світовому ВВП, %	ВВП	ВВП на душу населення	ВВП	ВВП на душу населення	ВВП	ВВП на душу населення	ВВП	ВВП на душу населення
1990	90	1 742	3,98	5 980	23 954	66	1 738	3 104	25 417	1 714	22 220
1991	85	1 645	3,58	6 174	24 405	85	2 247	3 537	28 844	1 809	23 269
1992	79	1 530	3,11	6 539	25 493	94	2 471	3 853	31 376	2 064	26 334
1993	69	1 338	2,67	6 879	26 464	96	2 512	4 415	35 866	2 007	25 489
1994	54	1 051	1,96	7 309	27 776	111	2 887	4 850	39 269	2 148	27 088
1995	49	958	1,61	7 664	28 782	142	3 696	5 334	43 440	2 523	31 730
1996	45	885	1,45	8 100	30 068	160	4 154	4 704	38 467	2 437	30 564
1997	50	992	1,61	8 609	31 572	159	4 129	4 324	35 022	2 157	27 046
1998	42	840	1,37	9 089	32 949	174	4 523	3 915	31 908	2 178	27 341
1999	32	646	1	9 666	34 621	170	4 401	4 433	36 027	2 131	26 796
2000	31	632	0,94	10 290	36 450	172	4 459	4 731	38 532	1 886	23 719
2001	38	782	1,16	10 625	37 273	191	4 946	4 160	33 846	1 881	23 687
2002	42	871	1,24	10 980	38 166	199	5 163	3 981	32 289	2 007	25 205
2003	50	1 046	1,31	11 512	39 677	218	5 659	4 303	34 808	2 424	30 360
2004	65	1 370	1,51	12 277	41 922	255	6 644	4 656	37 689	2 726	34 166
2005	86	1 825	1,85	13 095	44 307	306	7 980	4 572	37 218	2 766	34 697
2006	108	2 304	2,14	13 858	46 437	345	8 992	4 357	35 434	2 903	36 448
2007	143	3 065	2,52	14 480	48 062	429	11 194	4 356	35 275	3 324	41 815
2008	180	3 874	2,9	14 720	48 401	534	13 928	4 849	39 339	3 624	45 699
2009	117	2 529	1,98	14 481	47 002	440	11 475	5 035	40 855	3 298	41 733
2010	136	2 553	2,11	14 958	48 373	480	12 507	5 495	44 508	3 304	41 786
2011	163	3 559	2,29	15 534	49 791	529	13 800	5 896	48 168	3 628	46 810
2012	176	3 866	2,42	16 254	51 450	500	13 058	5 960	48 603	3 426	44 065
2013	182	3 954	2,53	17 299	52 787	524	13 684	5 156	40 454	3 601	46 513
2014	130	2 421	1,91	17 975	54 598	545	14 237	4 849	38 096	3 699	47 903
2015	91	2 125	1,92	18 120	56 207	477	12 475	4 383	34 474	3 364	41 177
2016	93	2 185	1,5	18 624	57 467	471	12 332	4 939	38 894	3 467	41 936
2017	112	2 194	1,3	19 390	59 501	510	13 429	4 872	38 440	3 700	44 550

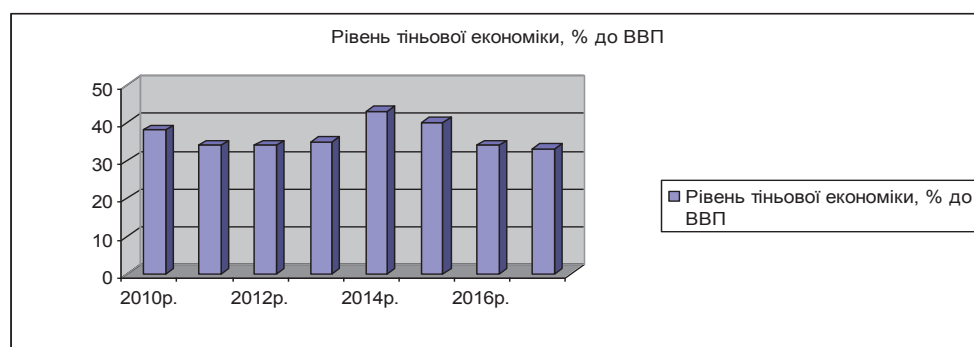
Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2]





**Рис. 3. Динаміка ВВП на душу населення України та інших країн світу за 1990–2017 рр., млрд. дол. США**

*Джерело: складено авторами на основі джерел [2; 4]*



**Рис. 4. Частка тіньової економіки відносно ВВП**

*Джерело: складено авторами на основі джерела [8]*

корд: за рівнем ВВП на душу населення Україна посіла 133 місце з показником 2 194 доларів США, пропустивши вперед такі країни, як Мікронезія, Судан, Гондурас, а також інших економічних «тигрів». Поруч з нами перебуває Папуа-Нова Гвінея, де рівень ВВП на душу населення майже дорівнює нашому і складає 2 094 доларів. Стосовно зміцнення гривні, то слід зазначити, що у світовій практиці було лише кілька прикладів значної ревальвації національної валюти. Зокрема, у 2000–2008 рр. Бразилія та Чехія зуміли майже вдвічі зміцнити свої валюти.

Тіньова економіка в Україні є однією з найбільших перешкод розвитку конкурентоспроможності країни, зростання соціальних стандартів життя населення та інтеграції в європейське співтовариство. Згідно з оцінками експертів у тіні перебувають до 50% економіки. Проте згідно з даними Мінекономрозвитку показники тіньової економіки дещо нижчі (рис. 4). Зазначимо, що рівень тіньової економіки в Польщі становить 20%. Згідно з дослідженням міжнародної Асоціації дипломованих сертифікованих бухгалтерів (АССА), в якому вказані 28 країн, обсяг тіньової економіки в Україні становить 1 трлн. 95,3 млрд. гривень, або 45,96% від торішнього ВВП країни, який становить 2,38 трлн. гривень. Лідером за найвищим показником тіньової економіки є Азербайджан (67,04%), на другому місці перебуває Нігерія (48,37%), Україна є третьою. Також високий показник у Російській Федерації (39,07%), Шрі-Ланки (37,76%), Бразилії (34,76%) та Пакистану

(31,78%). Водночас найнижчий показник у США, Японії та Китаю (7,78%, 10,08% та 10,15% відповідно).

Згідно з різними оцінками та дослідженнями високорозвинені країни мають близько 17% ВВП, країни з перехідною економікою – більше 20% ВВП, а країни, що розвиваються, – більше 40% ВВП [9]. Тіньова економіка включає в себе такі види.

1) Неофіційна економіка. Тут маються на увазі всі легально дозволені види економічної діяльності, за яких наявно невраховане офіційною статистикою виробництво товарів та послуг, приховування цієї діяльності від оподаткування. Чим вищий рівень інфляції і більші податки, тим сильніші стимули до отримання доходу у формах, які не так легко виявити, наприклад у вигляді готівки чи бартеру.

2) Нелегальна (фіктивна) економіка. Під нею розуміється економічна діяльність суб'єктів господарювання, яка приховується з метою ухилення від сплати податків або здійснюється без необхідних дозволів та ліцензій.

3) Підпільна (кримінальна) економіка. Вона включає заборонені законом види економічної діяльності, створює свою діяльність антиблага із загрозою безпеці діяльності населення. Фахівці у сфері тіньової економіки вважають, що підпільна економіка зростає швидше, ніж легальна [9].

Проте слід зазначити, що окремі науковці вважають, що ефекти дегінізації економіки можуть бути неоднозначними. Очевидно, що руйнування тіньових схем ухилення від оподаткування сприятиме формуванню умов для чесної конку-

ренції, легально працевлаштовані люди не будуть вимагати від держави соціальної допомоги та матимуть соціальні гарантії, скоротять корупційні ризики. Інші дослідники зазначають, що тіньова економіка може як стримувати, так і стимулювати економічне зростання. Кількісні оцінки австрійського економіста Ф. Шнайдера для окремих країн доводять, що 2/3 доданої вартості, створеної в тіньовій економіці, роблять внесок у споживання, стимулюючи економічне зростання. Чимало експертів вважають, що додатково до ВВП, який обраховує офіційна статистика, в тіньовій економіці створюється «тіньовий ВВП», який складає 40–60% від його офіційного обсягу. Згідно з Ф. Шнайдером, тіньова економіка в Україні перебуває в діапазоні 46–53% ВВП. У своїх методологічних поясненнях експерт зазначає, що його методологія концентрується на двох видах тіньової економіки, таких як незаконна зайнятість та виробництво товарів і послуг домашніми господарствами.

Нині проблема зовнішніх запозичень є дуже актуальною для України. За умови ефективного використання залучені ресурси можуть стати позитивним чинником економічного зростання. Проте інакше збільшення заборгованості може призвести до фінансової кризи, порушити макроекономічну діяльність, що відразу відіб'ється на показниках рівня ВВП.

Аналізуючи динаміку ВВП сьогодні, вважаємо дуже актуальними питання економічної безпеки. Економічна безпека є однією з головних складових національної безпеки, тому оцінювання її рівня є необхідним питанням. Складовими економічної безпеки є виробнича, демографічна, енергетична, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інноваційна, макроекономічна, продовольча, соціальна, фінансова безпеки [10]. На нашу думку, до економічної безпеки держави варто віднести ті складові елементи, які характеризують лише економічні процеси та суміжні з ними явища, а

саме інвестиційно-інноваційну, фінансову, зовнішньоекономічну, продовольчу та енергетичну безпеки.

**Висновки.** Значні макроекономічні дисбаланси, військовий конфлікт на Сході України та анексія АР Крим, глибокі структурні диспропорції, недостатній рівень прозорості у державному секторі управління призвели до того, що ситуація вимагає термінових коригуючих дій.

Першим пріоритетом має бути забезпечення макроекономічної стабільності фінансового сектору. Це має супроводжуватися проведенням ключових структурних реформ, щоб дати поштовх економічному зростанню. Оскільки Україна перебуває в дуже складній політичній та економічній ситуації, то для стабілізації ВВП є необхідним проведення державної політики, яка повинна супроводжуватися проведенням ключових структурних реформ. На нашу думку, уряд України має проводити жорстку фіскальну політику та продовжувати політику плаваючого валютного курсу. Також країні необхідні реформи газового сектору, дерегуляція бізнесу, а також прозора система держзакупівель.

Уряду необхідно мінімізувати негативний ефект бюджетної стабілізації для економічної активності. Для цього необхідно:

- 1) намагатися знайти кошти для низки найважливіших інфраструктурних проектів, зокрема за рахунок пільгового фінансування;
- 2) максимально заохочувати підприємницьку діяльність;
- 3) ввести адекватні банківські інструменти для фінансування нових проектів;
- 4) максимально підтримувати експортну діяльність за рахунок інформаційної, технічної та правової підтримки самих експортерів, за рахунок сприяння виходу малого й середнього бізнесу на зовнішні ринки, а також за рахунок формування системи експортного кредитування та страхування.

#### Список використаних джерел:

1. Моторина Р. Економічна статистика: навчальний посібник. Київ, 2005. 362 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. УНІАН. URL: <https://economics.unian.ua/finance/10054196-tempi-zrostannya-vvp-ukrajini-v-2017-roci-viyavilisyavishchimizachikuvannya-nacbank.html>.
4. Валовий внутрішній продукт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
5. УНІАН. URL: <https://www.ukrinform.ua/.../2490639-svitovij-bank-vidznac>.
6. Мадяр Р. Пріоритетні заходи зі стабілізації обсягів ВВП та прогнозування його динаміки. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21CO](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO).
7. Гайдучий А. Як Україні поповнити ВВП? І яким шляхом піти країні? URL: [http://gazeta.dt.ua/finances/yak-ukrayini-podvoyiti-vvp-i-yakim-shlyahom-piti-krayini-\\_html](http://gazeta.dt.ua/finances/yak-ukrayini-podvoyiti-vvp-i-yakim-shlyahom-piti-krayini-_html).
8. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі. URL: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua).
9. Скорук О. Тіньова економіка: сутність, причини виникнення та шляхи подолання. Економіка і суспільство. 2017. № 11. С. 127–131.
10. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджені Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі від 29 жовтня 2013 р. № 1277. URL: <http://www.me.gov.ua>.

### УРОВЕНЬ ВВП УКРАИНЫ: АНАЛИЗ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** В статье исследована динамика валового внутреннего продукта (ВВП) Украины. Сделан компаративный анализ динамики отечественного ВВП и ВВП ведущих стран мира. Определены особенности ВВП Украины и методы его расчета. Выделены факторы, влияющие на динамику ВВП. Среди них следует назвать значительные макроэкономические дисбалансы, военный конфликт на Востоке Украины, глубокие структурные диспропорции, большую часть теневой экономики.

**Ключевые слова:** ВВП, реальный ВВП, номинальный ВВП, ВВП на душу населения, теневая экономика.

### THE LEVEL OF GDP OF UKRAINE: ANALYSIS AND DYNAMICS OF DEVELOPMENT

**Summary.** The article investigates the dynamics of gross domestic product (GDP) of Ukraine. A comparative analysis of the dynamics of domestic GDP and GDP of the leading countries of the world is made. The features of Ukraine's GDP and methods of its calculation are determined. The factors that affect the dynamics of GDP are identified. Among them are significant macroeconomic imbalances, the military conflict in Eastern Ukraine, deep structural imbalances, and a large share of the shadow economy.

**Key words:** GDP, real GDP, nominal GDP, GDP per capita, shadow economy.

УДК 658.1:664.6]:005.332.4:137.13

**Урба С. І.**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
**Коковська С. І.**  
магістрант  
Львівського національного університету імені Івана Франка

**Urba S. I.**  
Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of Economics Enterprise Department  
Ivan Franko L'viv National University  
**Kokovska S. I.**  
Master's Degree in Economics Enterprise  
Ivan Franko L'viv National University

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

**Анотація.** У статті досліджено наукові методи підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі. Проаналізовано сучасний розвиток хлібопекарської галузі України. Охарактеризовано чинники впливу на рівень конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі. Обґрунтовано необхідність розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю хлібопекарських підприємств. Визначено основні напрями розвитку підприємств хлібопекарської галузі для посилення конкурентної позиції на регіональному ринку хлібу та хлібобулочних виробів.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, хлібопекарська галузь, управління конкурентоспроможністю підприємства, організаційно-економічний механізм.

**Вступ та постановка проблеми.** На сучасному етапі формування ринкових відносин першочергового вирішення потребує проблема адаптації підприємств до функціонування в умовах жорсткої конкуренції. Саме конкуренція як рушійний фактор спонукає підприємства до вдосконалення власної діяльності. Це робить їх успішними на ринку та витривалими у боротьбі з метою отримання прихильності споживачів. Індикатором такого успіху є конкурентоспроможність, що фактично характеризує переваги того чи іншого товаровиробника на конкретному ринку. Особливої уваги потребує механізм створення конкурентних переваг хлібопекарської галузі.

Хліб і хлібобулочні вироби традиційно посідають провідне місце в структурі вітчизняного споживання. Від діяльності хлібопекарських підприємств залежить не лише продовольча, але й національна безпека країни. Отже, проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі набуває особливої актуальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В межах проблеми управління конкурентоспроможністю науковці розглядають різні об'єкти та предмети досліджень. Серед питань управління конкурентоспроможністю першочерговим є формування конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі, що зумовлено особливостями та стратегічною значущістю цього сектору економіки.

Дослідженню конкурентоспроможності підприємств присвячені праці таких науковців, як, зокрема, Л.В. Балабанова, І.О. Бланк, А.Н. Васильченко, Т.І. Гончарук, Г.О. Крамаренко, О.П. Литвинюк, О.А. Пересада, О.М. Шпичак, Н.М. Ушакова.

Проте багато аспектів цієї проблеми, зокрема тих, що стосуються управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі, досліджені недостатньо. В цьому аспекті актуальною є розробка моделей управління конкурентоспроможністю, здатних забезпечити

стійке та безперервне підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі.

**Метою** роботи є розробка механізмів управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі. З урахуванням стратегічного значення хлібопекарської галузі та наявності проблем, які впливають на її розвиток, актуальними є дослідження особливостей формування конкурентоспроможності підприємств цієї сфери та розробка механізму підвищення їх конкурентоспроможності з огляду на вплив низки факторів.

**Результати дослідження.** Питанню конкурентоспроможності в економічній теорії присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Кожен із них має власне бачення й обґрунтоване трактування цього поняття.

Так, на думку А.А. Мазаракі, можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для виживання в умовах ринку суб'єкти господарювання повинні вміти перемагати конкурентів [11].

Українські вчені І.З. Должанський та Т.О. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти та реалізовувати продукцію швидко достатньої кількості та за високого технологічного рівня обслуговування, а також як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [6].

На думку М. Портера, конкурентоспроможність підприємства є відображенням відносного рівня ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства виробничих ресурсів [16].

Б. Карлоф визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність забезпечити кращу пропозицію товарів порівняно з конкуруючим підприємством [8].

А.Е. Воронкова стверджує, що конкурентоспроможність є специфічною ознакою суб'єкта ринкових відно-

син, що виявляється в процесі конкуренції та дає змогу зайняти свою нішу в ринковому господарстві для забезпечення розширеного відтворення, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва й отримання прибутку від господарської діяльності [4].

Значної уваги заслуговує думка науковців, які досліджували конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі.

О.П. Литвинюк проводить оцінювання чинників конкурентоспроможності і зазначає, що особливості розвитку хлібопекарської промисловості України значною мірою залежать, з одного боку, від природної потреби населення у споживанні відповідної продукції, а з іншого боку, від наявних умов господарювання, а також від того, наскільки є ефективною система економічних методів, що використовуються під час управління підприємствами [10].

Ю.Я. Кіхая розглядає конкурентне середовище хлібопекарської галузі на інституціональному рівні [9].

Цікавою є позиція О.М. Дзюби, що зазначає, що хлібопекарська галузь виступає як структурний елемент аграрної економіки, що забезпечує її стійке економічне зростання за рахунок конкурентних переваг на продовольчому ринку. З іншого боку, забезпечення конкурентоспроможності галузі та конкретних виробників хлібопекарської продукції в умовах жорсткої конкуренції є складним практичним і науковим завданням, яке потребує багатоаспектного підходу із застосуванням системної теорії наукового управління [5].

Я.І. Обідіна комплексно досліджує проблеми формування конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі, розглядаючи конкурентні чинники, асортимент продукції, ринок хлібобулочних виробів, організаційно-економічні механізми його функціонування [12].

Узагальнивши погляди вітчизняних та зарубіжних вчених, можемо відзначити, що конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі – це складне та багатогранне

поняття. На нього впливають багато чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Кожен з них здійснює як позитивний, так і негативний вплив, що безпосередньо змінює конкурентні позиції підприємства та його частку на ринку.

Слід зазначити, що хлібопекарська галузь – це одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначенням якої є безперервне забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних виробів в обсягах, які відповідають нормам державної продовольчої безпеки.

В Україні щорічно виробляється близько 1,8 млн. т хліба та хлібобулочних виробів. У загальній структурі понад 60% випікають великі промислові підприємства, решту (40%) – приватні пекарні, мережа торгівлі, великі супермаркети та інші виробники. Важливість хлібопекарської галузі зумовлена тим, що частка хлібопродуктів у раціоні населення України складає 10,89% [13].

Враховуючи це, зазначимо, що в Україні є всі необхідні передумови для ефективного розвитку та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі (табл. 1).

Серед представлених у табл. 1 передумов розвитку хлібопекарської галузі сприяють передусім природно-кліматичні умови, зокрема наявність потужної сировинної бази, що сформувалась за рахунок традицій землеробства в Україні. Важливими в цьому контексті є організаційно-економічні та кон'юнктурні, які впливають на формування конкурентного середовища.

Сьогодні ринок хліба і хлібобулочних виробів наповнений продукцією різних виробників. У 2017 р. основними представниками вітчизняного ринку хліба були такі компанії, як «Група Lauffer» («Одеський коровай», «Донбасхліб», «Хлібінвест»), ПАТ «Київхліб», ТМ «Куліничі» (Київ, Харків), ПрАТ «Концерн Хлібпром» (Львівська, Вінницька обл.), ТМ «Хлібодар» (Запорізька обл.). У загальній структурі частка інших виробників становить 29,33% (рис. 1).

Варто зазначити, що найбільшими в Україні хлібопекарськими потужностями володіє «Lauffer Group». Середньодобовий обсяг випуску хлібобулочних виробів компанії складає 800 т. Сьогодні «Lauffer Group» об'єднує 35 хлібозаводів, які розташовані в Донецькій, Луганській, Харківській, Дніпропетровській, Одеській областях. Виробнича діяльність підприємств групи визначається споживчим попитом, а це зумовлює постійне розширення продуктової лінійки та використання диверсифікованої мережі збуту [1].

Вагомі конкурентні позиції займає ПАТ «Київхліб» – визнаний лідер хлібопекарного ринку України, до складу якого входять 9 виробничих майданчиків у столиці та Київській області. На власних виробничих потужностях ком-

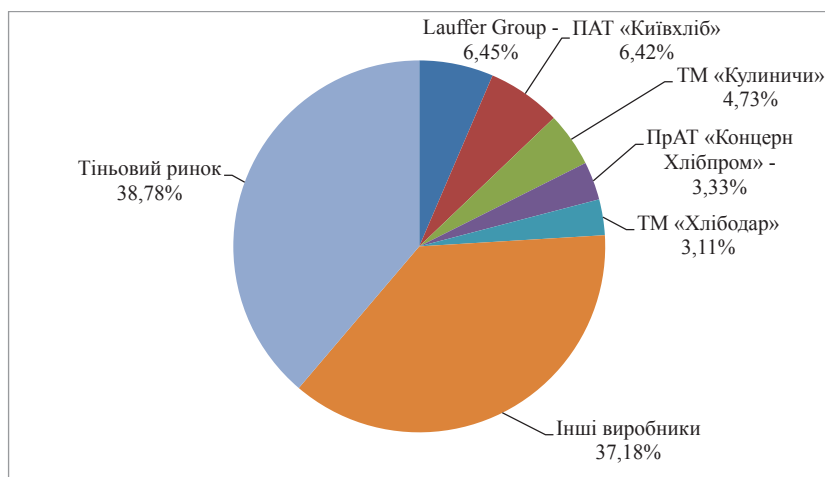


Рис. 1. Розподіл ринку хліба та хлібобулочних виробів між виробниками у 2017 р. (%) [1]

Таблиця 1

**Передумови формування конкурентного середовища у хлібопекарській галузі України**

Група передумов	Характеристика передумов
Природно-кліматичні, технологічні	Наявність потужної сировинної бази, традиційність технологій, нетривалий термін зберігання.
Організаційно-економічні	Можливість диверсифікації асортименту, пріоритетність розвитку галузі.
Кон'юнктурні	Традиції щодо споживання хліба, соціальна значущість продукції, монополізація галузі.

Джерело: складено авторами



панія виробляє 750 т хлібобулочних і 20 т кондитерських виробів на добу. Сьогодні асортимент продукції компанії налічує 700 найменувань [15].

Торговельна марка «Кулинич», зайнявши лідируючі позиції серед національних виробників хлібобулочних виробів, зарекомендувала себе як гідний виробник якісної хлібної продукції. Сьогодні до складу компанії входять 10 спеціалізованих хлібопекарських комплексів у Харківській, Київській та Полтавській областях, а також сучасні логістичні центри з автопарком, що налічує 1 000 спеціалізованих автомобілів, які дають змогу доставляти свіжу продукцію в кожну точку торговельної мережі. Продуктивність підприємств становить 650 т хлібобулочних виробів на добу [14].

Крім великих компаній, вітчизняний ринок хліба та хлібопродуктів охоплює ще близько 400 міні-пекарень з продуктивністю від 1 т. на рік [1].

Варто зазначити, що конкурентне середовище хлібопекарської галузі формується під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на виробників хліба та хлібобулочних виробів (рис. 2).

До зовнішніх факторів прямого впливу слід віднести основних конкурентів (хлібокомбінати, хлібозаводи, міні-пекарні, пекарні при супермаркетах, домогосподарства тощо), постачальників сировини для хлібопечення (борошна, дріжджів, цукру, масла, олії, яєць, палива тощо), конкурентоспроможність галузі, а також споживачів хлібобулочних виробів, що безпосередньо впливають на діяльність підприємства і, відповідно, на рівень його конкурентоспроможності.

До зовнішніх факторів непрямого впливу ми віднесли такі чинники:

– демографічні, тобто зміну у цільовому сегменті ринку, чисельності цільових груп населення;

– науково-технічний прогрес (розробка спеціалізованого інноваційного устаткування для підприємств хлібопекарської галузі);

– політико-правові;

– економічні (рівень інфляції та споживчих цін, курс валют, рівень цін на необхідні для виробництва ресурси тощо);

– доступ до ресурсної бази (енергетичні та паливомастильні речовини, борошно, дріжджі, різноманітні родзинки і наповнювачі для хлібобулочних виробів);

– соціально-культурні (традиції, звичаї, культура споживання хліба й хлібобулочних виробів тощо).

Вагоме значення серед зовнішніх факторів має зміна культури споживання хліба та хлібобулочних виробів населенням країни, демографічні та економічні зміни, а також попит на продукцію, тобто наявність широкого кола споживачів.

Сьогодні міні-пекарні дедалі частіше пропонують нестандартні види хлібної продукції. З огляду на те, що все більша кількість жителів країни прагне вести здоровий спосіб життя і бореться із зайвою вагою, зростає популярність інноваційних продуктів, а саме хліба дієтичного та лікувально-профілактичного спрямування, що містить зернові суміші, висівки, фруктозу, мед, горіхи, овочеві та фруктові добавки. Натомість споживання традиційних сортів хліба за останні 7 років характеризується тенденцією до зниження обсягів їх споживання (рис. 3).

Важливою причиною впливу на обсяги споживання хліба та хлібобулочних виробів є постійне скорочення кількості населення країни (рис. 4). Так, за період



Рис. 2. Чинники впливу на рівень конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі

Джерело: сформовано авторами за джерелом [10]

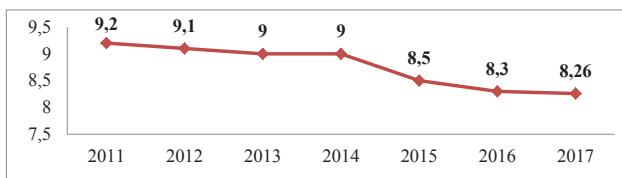


Рис. 3. Споживання хліба у середньому за місяць по Україні в розрахунку на одну особу у 2011–2017 рр., кг [13]

2011–2017 рр. кількість населення країни скоротилась на 3,19 млн. осіб, що зумовило зменшення кількості потенційних споживачів хлібобулочних виробів.

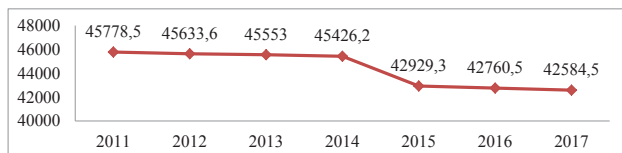


Рис. 4. Динаміка кількості населення України у 2011–2017 рр., тис. осіб [13]

Незначний вплив на зниження обсягів споживання хліба та хлібобулочних виробів мають також ціна та рівень доходів населення. Ціновий фактор не має першочергового значення, оскільки хліб – це продукт першої необхідності.

В результаті проведеного аналізу сучасного стану хлібопекарської галузі запропоновано чотири групи соціально-економічних факторів, які впливають на споживання хліба та хлібобулочних виробів (рис. 5).

Варто зазначити, що врахування представлених факторів дає можливість підприємствам хлібопекарської галузі формувати оптимальну виробничу програму як основу для підвищення рівня їхньої конкурентоспроможності.

Серед усіх факторів внутрішнього середовища підприємства хлібопекарської галузі найбільший вплив на

конкурентоспроможність виробника хліба має конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність хлібопекарської продукції формується під впливом якісних, нормативно-правових та економічних параметрів. Якісні параметри включають органолептичні, фізико-хімічні, естетичні та ергономічні показники. Нормативно-правові параметри конкурентоспроможності хлібопекарської продукції охоплюють технологічні та медично-біологічні норми. Економічні параметри у своїй структурі містять ціну та собівартість хлібопекарської продукції. Тому для забезпечення якості продукту, який постачається підприємствами хлібопекарської галузі до кінцевого споживача підприємствами хлібопекарської галузі, важливо здійснювати контроль за продукцією на всіх ланках виробничого процесу, а це сприятиме забезпеченню високої якості хліба та підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

В умовах скорочення споживання хліба та хлібобулочних виробів велике значення має стратегічна поведінка, яка дасть змогу підприємствам хлібопекарської галузі вижити у конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі. Саме розробка системи стратегічного управління конкурентоспроможністю хлібопекарських підприємств призначена для підтримки та вирішення проблем організаційно-виробничої діяльності [2].

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі є досить складним творчим процесом, що потребує високої кваліфікації менеджерів та фахівців-маркетологів. Передусім воно базується на прогнозуванні різних напрямів діяльності підприємства (організаційна, фінансово-економічна, виробництва, маркетингова, логістично-збутова, інвестиційно-інноваційна діяльність тощо).

Складність такого процесу зумовлюється розширеним пошуком та оцінкою альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, які повинні відповідати місії та цілям підприємства. Варто зазначити, що певну складність стратегічного управління конкурентоспроможністю



Рис. 5. Соціально-економічні фактори впливу на обсяги споживання хліба та хлібобулочних виробів [12, с. 12]

складає необхідність періодичної корекції з урахуванням змін умов зовнішнього середовища.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює функціональні складові, які представлені на рис. 6.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю має спиратися на передбачення можливих загроз та ризиків, аналіз конкурентних ситуацій у хлібопекарській галузі, визначати стратегічну конкурентну позицію, розробку заходів щодо зниження негативних наслідків конкурентної боротьби, реалізацію коригуючих дій для подальшого розвитку хлібопекарських підприємств [2].

Основними причинами зниження конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі переважно є погіршення якості сировини, нерегулярне оновлення обладнання, коливання кон'юнктури ринку, зниження конкурентного потенціалу, а також відсутність чіткої стратегії розвитку.

Усунення впливу цих негативних факторів на підприємстві є можливим за рахунок розроблення ефективного організаційно-економічного механізму підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі.

Запропонований механізм підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі охоплює сукупність засобів та методів створення системи цілісного розвитку підприємства з метою покращення результатів його діяльності (рис. 7).

Дослідивши особливості функціонування підприємств хлібопекарської галузі та процес управління їх конкурентоспроможністю, виділимо ключові чинники, які впливатимуть на конкурентний статус усіх суб'єктів галузі. Основними з них є:

- покращення якості сировини, розширення сировинної бази;
- приведення якості продукції у відповідність до світових стандартів;
- впровадження оновленого асортименту хліба;
- використання високопродуктивних та енергозберігаючих технологій;
- раціоналізація усіх виробничих процесів;
- удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації виробничого персоналу;
- удосконалення системи збуту продукції;
- швидке реагування на зміни смаків споживачів.

**Висновки.** Конкурентоспроможність підприємства хлібопекарської галузі – це складне та багатогранне поняття, на яке впливають багато чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Основою конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі є конку-

рентоспроможність продукції, яка безпосередньо залежить від якісних, нормативно-правових та економічних параметрів.

Незважаючи на скорочення споживання хліба та хлібопродуктів, скорочення кількості населення та економічні зміни, в Україні є всі необхідні передумови для ефективного розвитку та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі. Конкуренту боротьбу серед підприємств хлібопекарської галузі підсилює зміна культури споживання хліба. Саме це стимулює їх розробляти ефективні системи підвищення конкурентоспроможності на ринку, а саме організаційно-економічні механізми підвищення рівня конкурентоспроможності.

Запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств та організаційно-економічний механізм дадуть змогу розширити асортимент продукції та водночас збутову мережу підприємств. Це також дасть змогу враховувати особливості галузі та вподобання споживачів під час планування виробничої програми хлібопекарських підприємств, що визначатиме результати їх діяльності.

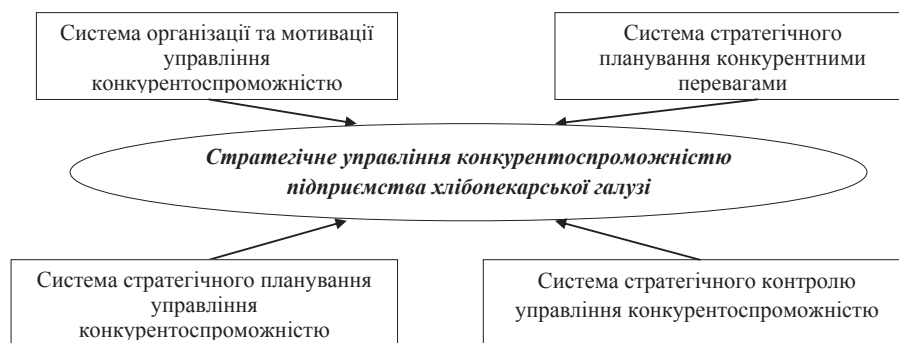


Рис. 6. Схема стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі

Джерело: сформовано авторами за джерелами [2; 17]



Рис. 7. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства хлібопекарської галузі

Джерело: сформовано авторами

Список використаних джерел:

1. Аграрне інформаційне агентство. URL: <http://agravery.com>.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посібник. Київ: Професіонал, 2006. 448 с.
3. Вимоги до якості хлібобулочних виробів. URL: <https://baker-group.net/bread-and-bakery-products/technology-of-bread-and-bakery-products/967-requirements-for-the-quality-of-bakery-products.html>.
4. Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2008. 512 с.
5. Дзюба О.М. Формування конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Вінницький національний аграрний університет. Вінниця, 2010. 22 с.
6. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
7. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія. Київ: ДАККК, 2006. 160 с.
8. Карлоф Б. Ділова стратегія. Москва: Економіка, 2006. 296 с.
9. Кіхая Ю.В. Інституційні засади формування ефективного конкурентного середовища підприємств хлібопекарської галузі. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 3 (50). Ч. 2. С. 39.
10. Литвинюк О.П. Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості. URL: <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12372/1/1-8.pdf>.
11. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова М.М. Економіка торговельного підприємства / за ред. М.М. Ушакової. Київ: Хрещатик, 1999. 707 с.
12. Обідіна Я.І. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Сумський національний аграрний університет. Суми, 2011. 22 с.
13. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Офіційний сайт Київського обласного хлібопекарського комплексу (ТМ «Кулиничі»). URL: <http://www.kulinichi.com.ua>.
15. Офіційний сайт організації ПАТ «КиївХліб». URL: <http://kyivhlib.com.ua>.
16. Портер М. Международная конкуренция. Москва: Международные отношения, 1993. 495 с.
17. Самойленко Ю.В. Економічний механізм формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник ЖДТУ. Економічні науки. 2010. № 3 (53). С. 94.

## УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

**Аннотация.** В статье исследованы научные методы повышения конкурентоспособности предприятий хлебопекарной отрасли. Проанализировано современное развитие хлебопекарной отрасли Украины. Охарактеризованы факторы влияния на уровень конкурентоспособности предприятий хлебопекарной отрасли. Обоснована необходимость разработки организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью хлебопекарных предприятий. Определены основные направления развития предприятий хлебопекарной отрасли для усиления конкурентной позиции на региональном рынке хлеба и хлебобулочных изделий.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, хлебопекарная отрасль, управление конкурентоспособностью предприятия, организационно-экономический механизм.

## MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE BAKERY ENTERPRISES

**Summary.** The article investigates scientific approaches to increasing the competitiveness of enterprises in the bakery industry. The modern development of the baking industry of Ukraine is analyzed. The factors influencing the level of competitiveness of bakery industry enterprises are characterized. The necessity of elaboration of organizational and economic mechanism for managing the competitiveness of bakery enterprises is substantiated. The basic directions of development of enterprises of the baking industry for strengthening of the competitive position in the regional market of bread and bakery products are determined.

**Key words:** competitiveness, competitive advantages, baking industry, enterprise competitiveness management, organizational and economic mechanism.



**Федорова І. В.**  
*аспірант кафедри бухгалтерського обліку та аудиту  
Одеського національного економічного університету*

**Fedorova I. V.**  
*Graduate student  
of Accounting and Audit Department  
Odessa state economic university*

## АМОРТИЗАЦІЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У КОНТЕКСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ: АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА

**Анотація.** Стаття присвячена вдосконаленню методики визначення методів амортизації нематеріальних активів. Проаналізовано наявну нормативно-правову базу, розглянуто результати дослідження українських науковців з цього питання. Висвітлено основні фактори, що визначають варіанти нарахування амортизації на нематеріальні активи. Запропоновано відповідність зазначених методів окремим класифікаційним групам нематеріальних активів.

**Ключові слова:** нематеріальні активи, амортизація, строк корисного використання, ліквідаційна вартість, гудвіл.

**Вступ та постановка проблеми.** Облікова політика підприємства – основа, на якій ґрунтується обліковий процес щодо кожної групи активів, зокрема нематеріальних. На цьому етапі розвитку бухгалтерського обліку в Україні нематеріальні активи – сфера, яка містить значні протиріччя та невизначеності, обумовлені специфічністю їх природи. Отже, коректність Наказу про облікову політику щодо нематеріальних активів – запорука правильності відображення відповідної інформації в реєстрах та звітності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням удосконалення формування облікової політики на підприємстві присвятили свої дослідження такі науковці, як, зокрема, Ю.О. Ночовна, Н.А. Букало, М.Т. Білуха, К.В. Шевчук. Конкретизованим вивченням та аналізуванню теми облікової політики щодо нематеріальних активів займалися, зокрема, О.Г. Бірюк, В.А. Кулик, Н.М. Бразілій, Є.В. Калюга, Т.М. Кондрашова, В.М. Діба, Х.І. Скоп. Попри значний внесок у вирішення цієї проблематики, вказані вчені наголошують на відсутньому обсязі аспектів, які залишилися невивченими.

Наказ про облікову політику підприємства обов'язково повинен містити відомості щодо визначення вибраних методів амортизації нематеріальних активів, але цей процес залежить від конкретних чинників, а саме строку корисного використання, наявності ліквідаційної вартості, характеру участі в процесі виробництва, характеру отримання майбутніх економічних вигід від використання таких активів. Перераховані критерії у своїй сукупності повинні сприяти тому, що кожний об'єкт нематеріальних активів буде переносити свою вартість найбільш ефективним чином. Узагальнення напрацювань, що містяться у вітчизняній літературі, та аналіз нормативно-правової бази, виконаний у дослідженні, покликаний структурувати цей процес та відобразити його у складі облікової політики підприємства.

**Метою** роботи є формулювання взаємозв'язку характеристик окремих груп нематеріальних активів та критеріїв вибору найбільш оптимального методу нарахування амортизації задля побудови коректного облікового процесу на цій ділянці.

**Результати дослідження.** Глумачення терміна «облікова політика» знаходить своє відображення у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. Це сукупність

принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Аналогічне визначення наведене у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Тобто особливості усього облікового процесу на кожній ділянці, що передують узагальненню інформації про діяльність суб'єкта господарювання, визначаються керівництвом суб'єкта господарювання самостійно та повинні бути зафіксовані у відповідному Наказі про облікову політику [1; 2].

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо облікової політики підприємства № 635 цей розпорядчий документ містить принципи, методи й процедури, які використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності, а також щодо яких нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку передбачено більше одного їх варіанта, а також попередні оцінки, які використовуються підприємством з метою розподілу витрат між відповідними звітними періодами. Тобто якщо окремі облікові процедури не передбачають альтернатив у їх виконанні, то немає сенсу зазначати таку інформацію у складі відомостей про облікову політику. Ця вимога є вкрай важливою, адже її недотримання призводить до того, що керівництво підприємства припускається типових помилок під час складання Наказу про облікову політику, серед яких Ю.О. Ночовна та В.А. Кулик виділяють наявність зайвої інформації, що повторює зміст нормативних документів або не стосується облікової політики; введення до Наказу про облікову політику безальтернативних методів оцінки, обліку та процедур [3; 4].

Важливо також звернути увагу на те, що ці методичні рекомендації не поширюються на підприємства, що, відповідно до законодавства, для формування фінансової звітності використовують міжнародні стандарти. Отже, орієнтиром у цьому разі виступає МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки».

Якщо говорити про нормативно-правові акти, згадані в Методичних рекомендаціях № 635, то з огляду на тему дослідження варто звернути увагу на Положення (стандарти) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (далі – П(С)БО 8) та Міжнародний стандарт фінансової звітності 38 «Нематеріальні активи» (далі – МСФЗ 38). Ці стандарти допомагають визначитися, які саме відомості щодо обліку нематеріальних активів (далі – НМА) необхідно вносити до відповідного Наказу про облікову

політику, адже потрібно розуміти особливості, притаманні досліджуваному об'єкту, та можливість вибору найбільш ефективного рішення стосовно їх визначення, ідентифікації, оцінювання, оприбуткування та виводу з експлуатації [5; 6].

Беручи до уваги визначення нематеріальних активів, наведені у П(С)БО 8 та МСФЗ 38, можемо дійти висновку, що відсутність матеріальної субстанції, обов'язковість ідентифікації та немонетарність створюють додаткові складнощі та невизначеності щодо їх обліку, отже, елементи облікової політики НМА потребують ретельного відображення в Наказі.

Методичні рекомендації № 635 містять перелік складових Наказу про облікову політику, але конкретно нематеріальних активів стосуються лише методи амортизації, підходи до переоцінки, підходи до періодичності зарахування сум дооцінки до нерозподіленого прибутку, періодичність та об'єкти проведення інвентаризації. На наш погляд, облікова політика НМА не обмежується перерахованими аспектами, які передбачають деякі особливості в контексті об'єкта обліку. Наведене нижче дослідження привертає увагу до особливостей вибору оптимального методу амортизації окремих груп нематеріальних активів.

По-перше, необхідно враховувати можливість визначення строку корисного використання НМА, адже є об'єкти, що, як очікується, принеситимуть економічні вигоди протягом невизначеного терміну. Прикладом можуть слугувати безстрокові ліцензії на провадження конкретного виду діяльності. Але відсутність амортизаційних відрахувань у цьому разі, як справедливо зазначають О.Г. Василенко та Н.В. Белова, сприятиме викривленню інформації про діяльність підприємства та неможливості зменшити базу оподаткування податком на прибуток. У такому разі автори радять посилається на п. 26 П(С)БО 8, який дає змогу застосовувати строки корисного використання, визначені податковим законодавством у межах від 2 до 10 років (відповідно до пп. 138.3.4 Податкового кодексу України), але вкрай бажано встановлювати максимальний строк у 10 років, крім випадків, коли реально планується використовувати об'єкт нематеріальних активів протягом меншого строку (і таке рішення є цілком обгрунтованим). Отже, якщо на балансі підприємства є об'єкт НМА з невизначеним строком корисного використання, у Наказі про облікову політику обов'язково необхідно зазначити, яке рішення було прийняте: амортизувати цей актив або ні, і якщо так, то скільки років такі відрахування здійснюватимуться [7–9].

Наступним кроком на шляху достовірного вибору методу амортизації НМА є визначення строку корис-

ного використання об'єктів, щодо яких отримання економічних вигід очікується протягом конкретного періоду часу. На допомогу приходять ті ж П(С)БО 8 та МСФЗ 38, щоправда, переліки критеріїв визначення такого терміну дещо відрізняються, як видно з рис. 1.

Т.М. Кондрашова підсумовує, що загалом вказані чинники можуть бути поділені на дві категорії, а саме економічні та юридичні. Чинники, що належать до першої групи, виходять з періоду, протягом якого підприємство отримуватиме економічні вигоди від використання НМА, а чинники правові впливають з проміжку часу, за який відбувається контроль над такими вигодами [10].

Спираючись на результати досліджень Є.В. Калюги, можемо відстежити відмінності підходів до визначення строку корисного використання НМА в Україні та інших країнах пострадянського простору. Наприклад, П(С)БО 14 «Облік нематеріальних активів», що діє в Російській Федерації, та П(С)БО 28 «Облік нематеріальних активів» (ним керуються у Казахстані) встановлюють обмеження, згідно з яким термін корисної експлуатації нематеріального активу не може перевищувати строку діяльності організації [11].

У зв'язку з цим постає питання про те, як саме можна встановити такий термін, якщо керівництво не має наміру та потреби ліквідувати фірму, припинити діяльність. Тобто з огляду на те, що підприємство функціонуватиме якщо не вічно, то хоча б у досяжному майбутньому без конкретних планів на закриття, то вкрай невизначеним, на наш погляд, є обмеження щодо строку корисного використання НМА, регламентоване вказаними стандартами.

П(С)БО 13 «Облік нематеріальних активів», що діє на території Молдови, містить важливе, на нашу думку, зауваження: під час нарахування амортизації по кількості виготовлених одиниць продукції (обсягу послуг) її величина залежить від кількості вироблених одиниць продукції (обсягу послуг). Це змушує повернутися до українського П(С)БО 8, яке визначає строк корисного використання нематеріальних активів таким чином: період, протягом якого очікується, що актив буде придатний для використання суб'єктом господарювання. Але вітчизняний стандарт, на відміну від МСФЗ 38, не враховує того, що термін корисної експлуатації іноді вимірюється як кількість одиниць виробленої продукції чи подібних одиниць, що їх суб'єкт господарювання очікує отримати від активу. Іншими словами, корисність НМА може обмежуватися конкретним обсягом матеріальних благ, виробництво яких за допомогою цього нематеріального активу обумовлене договірними відносинами, не прив'язуючись до проміжку часу, необхідного для такого виробництва. Актуальним

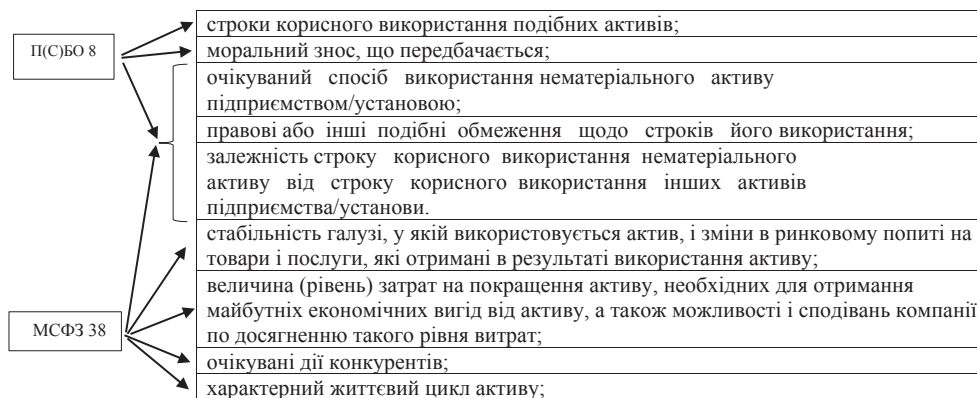


Рис. 1. Критерії визначення строку корисного використання НМА

вказане зауваження виступає стосовно об'єктів НМА, прямо пов'язаних з процесом виробництва.

На наш погляд, якщо строк корисної експлуатації НМА виражається в одиницях продукції, таку обставину необхідно зафіксувати у Наказі про облікову політику, обґрунтувавши вибраний метод нарахування амортизації.

Навіть беручи до уваги всі перераховані вище відомості, зазначені в нормативно-правових актах щодо розрахунку терміну корисного використання нематеріального активу, ми змушені погодитися з думкою О.Г. Бірюк про те, що законодавством не передбачено механізму встановлення терміну корисного використання нематеріальних активів. Безсумнівно, є певні обмеження, посилення на строк дії правовстановлюючого документа (у податковому законодавстві), критерії, які слід враховувати, але інструкцій щодо певної послідовності дій відповідальна посадова особа не має.

О.Г. Бірюк висуває таку пропозицію: Наказ про облікову політику має передбачати встановлення строку корисного використання НМА самостійно за допомогою спеціально створеної комісії із зазначенням членів комісії та їхніх повноважень. Безперечно, факт створення комісії, яка б здійснювала визнання, ідентифікацію, оцінювання, визначення строку корисного використання та ліквідаційної вартості нематеріальних активів, а також складалася б з кваліфікованих та обізнаних у цій сфері спеціалістів, повинен бути зафіксований у відомостях про облікову політику. Але ми не вважаємо доцільним зазначати, що підприємство встановлює строк корисного використання НМА самостійно. Це право не є багатоваріантним, воно наведено в методичних рекомендаціях та стандартах бухгалтерського обліку. Також, на наш погляд, дані про членів комісії, їхні посади та обов'язки краще зазначити у відповідному наказі по підприємству на кшталт наказу про створення інвентаризаційної комісії [12].

Подальшою обставиною, з якою необхідно визначитися до вибору найефективнішого методу амортизації для НМА, є умови отримання майбутніх економічних вигід від такого активу.

Як вказано у § 17 МСБО 38, майбутні економічні вигоди, що надходять від НМА, можуть включати дохід від продажу продукції чи послуг, скорочення витрат або інші вигоди, які є результатом використання активу суб'єктом господарювання. Наприклад, використання інтелектуальної власності у виробничому процесі може зменшити майбутні виробничі витрати, а не збільшити майбутні доходи. І якщо достовірно неможливо судити про те, в якому обсязі та яким чином такі витрати будуть зменшені від використання саме цього об'єкта права інтелектуальної власності, то на такий НМА амортизацію слід нарахувати прямолінійним методом.

У решті випадків П(С)БО 8 дає можливість підприємству користуватися будь-яким методом амортизації, який пропонує П(С)БО 7 для основних засобів.

На нашу думку, хоча основні засоби та нематеріальні активи належать до однієї групи необоротних активів, важливо брати до уваги нематеріальну природу НМА під час розподілу вартості протягом періоду отримання економічних вигід від їх використання.

Н.М. Бразілій основними критеріями вибору методу амортизації нематеріальних активів вважає запланований термін корисного використання та швидкість морального старіння такого об'єкта. І хоча автор наголошує на схожості наведених двох критеріїв, проте ми закликали ще раз звернутися до П(С)БО 8 та переконатися в тому, що визначений строк корисного використання вже передбачає попереднє врахування передбаченого морального зносу. Виходить, що перший критерій включає другий, який є чинником його розрахунку [13].

На наш погляд, крім строку корисного використання, під час визначення оптимального методу нарахування амортизації НМА слід враховувати також можливість визначення ліквідаційної вартості та відношення до процесу виробництва. Стосовно ліквідаційної вартості нематеріального активу, то МСФЗ 38 допускає прирівнювання її до нуля, окрім випадків, проілюстрованих на рис. 2.

Такий критерій вкрай важливий, коли підприємство має намір застосовувати метод зменшення залишкової вартості для амортизації нематеріального активу, адже за відсутності залишкової вартості розрахунок не матиме сенсу. А такий метод, як справедливо стверджує Н.М. Бразілій, вкрай доречно використовувати стосовно НМА, які схильні до швидкого морального старіння. Завдяки йому можна перенести більшість вартості об'єкта на ті періоди, протягом яких він приносить найбільші майбутні вигоди. До таких нематеріальних активів автор відносить, наприклад, комп'ютерні програми, які чутливі до розвитку технологій.

О.В. Зябрева вважає доцільним амортизувати нематеріальні активи, моральне старіння яких є інтенсивним, за допомогою прямолінійного методу до того часу, поки не буде доведена необхідність застосування іншого методу або строк корисного використання не закінчиться [14].

Ми більше схильні підтримувати думку Н.М. Бразілій, однак застосування прямолінійного методу стосовно вказаних НМА виявляється корисним тоді, коли нематеріальний актив, що амортизується методом зменшення залишкової вартості (або прискореного зменшення залишкової вартості), планується ліквідувати в майбутньому, а величина недоамортизованої вартості занадто велика та здатна суттєво викривити фінансові показники, тоді доцільним є

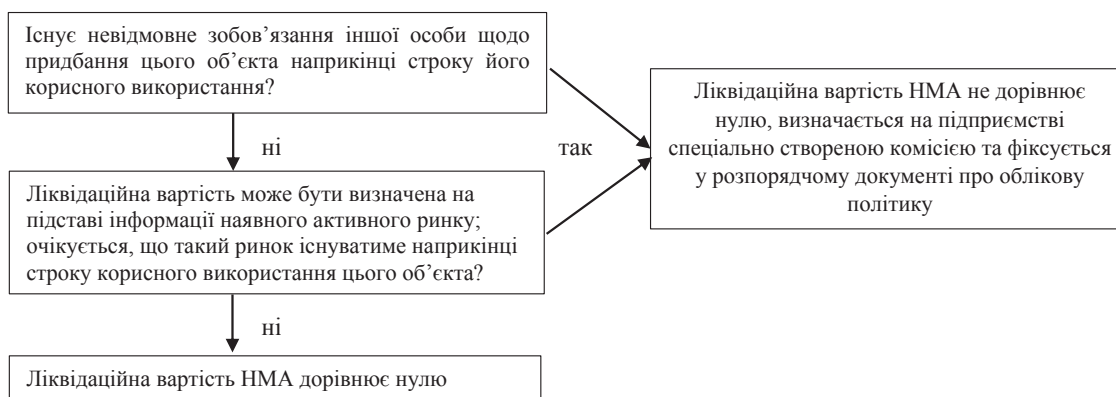


Рис. 2. Визначення ліквідаційної вартості НМА



внесення змін у Наказ про облікову політику за рік до ліквідації, відповідно до яких встановлюється прямолінійний метод, а отже, залишкова вартість буде рівномірно розподілятися між місяцями останнього року експлуатації.

Проаналізувавши підходи до визначення найбільш оптимального методу амортизації нематеріальних активів, запропоновані українськими вченими, маємо підстави сформулювати табл. 1 в розрізі класифікації НМА за податковим законодавством, зазначивши недоліки кожного методу, врахувавши зауваження В.В. Ясишеної [15]

Отже, вкрай важливими, на нашу думку, є, по-перше, фіксація у Наказі про облікову політику класифікації нематеріальних активів, що містяться на балансі підприємства, а по-друге, приведення до відповідності кожної групи, вибраного методу амортизації та строку корисного використання. Ця інформація допоможе уникнути плутанини та непорозумінь під час введення в експлуатацію нового об'єкту НМА та подальшого його обліку.

Окремо, на наш погляд, заслуговує на увагу тема амортизації гудвілу. Вітчизняний П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» у п. 16 чітко визначає, що на гудвіл амортизація не нараховується (як це регламентовано МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу»). Але попередній пункт під номером 15.2 зазначає, що сума накопиченої амортизації гудвілу списується зі зменшенням його первісної вартості. Але як може виникнути накопичена амортизація на такий різновид НМА, який амортизації не підлягає? Тут, очевидно, йдеться про амортизацію гудвілу, накопичену за період до початку застосування цього стандарту з подальшим коригуванням первісної вартості на цю суму, але тоді на який нормативно-правовий акт необхідно було спиратися до того моменту, щоб таку амортизацію нараховувати? [16]

Варто знову звернутися до міжнародного стандарту МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» задля кращого розуміння, як саме вчиняти у такому випадку. Амортизація гудвілу

припиняється однозначно з моменту застосування цього стандарту, а одиниця, що генерує грошові потоки та пов'язана з гудвілом, перевіряється на зменшення корисності відповідно до МСБО 36 «Зменшення корисності активів» щорічно, а також тоді, коли з'являється будь-яке свідчення можливого зменшення корисності такої одиниці [17].

Однак, незважаючи на те, що ця обставина є вкрай важливою в контексті амортизації нематеріальних активів, на наш погляд, немає необхідності зазначати відповідні відомості в Наказі про облікову політику, адже вони не передбачають багатоваріантності прийняття рішень.

**Висновки.** Розглядаючи амортизацію нематеріальних активів у контексті облікової політики підприємства, ми дійшли висновку, що некоректним є зазначення в Наказі про облікову політику обставини, що підприємство вибирає строк корисного використання та метод амортизації самостійно, адже таке право регламентоване законодавчо.

Натомість доречно було б навести перелік вибраних методів амортизації НМА в розрізі класифікаційних груп таких активів, наявних на підприємстві, з одночасним їх обґрунтуванням у вигляді строку корисного використання (якщо він є) та ліквідаційної вартості (за наявності). Доповнити облікову політику стосовно НМА їх розмежуванням у розрізі класифікаційних груп також пропонує А.О. Саюн для задоволення потреб аналітичного обліку [18].

Також, як було зазначено вище, має сенс зафіксувати існування комісії, яка б складалася з кваліфікованих та обізнаних працівників підприємства та здійснювала визнання, ідентифікацію, оцінювання, визначення строку корисного використання та ліквідаційної вартості нематеріальних активів.

Отже, залишається очевидним той факт, що базою ефективного облікового процесу загалом та нематеріальних активів зокрема виступає саме коректне формування облікової політики.

Таблиця 1

Методи амортизації нематеріальних активів у розрізі класифікаційних груп

Групи НМА	Методи амортизації	Переваги	Недоліки
Права користування природними ресурсами	Прямолінійний	Відносно менша трудомісткість розрахунку та застосування. Рівномірні частини амортизаційних відрахувань, що протягом всього періоду застосування буде підтримувати однаковий рівень прибутку, а також платежів до бюджету.	Неврахування морального старіння нематеріальних активів.
Права користування майном (крім права постійного користування земельною ділянкою)			
Права на комерційні позначення			
Право на винаходи	Виробничий	Прямий зв'язок між амортизаційними відрахуваннями та інтенсивністю виробничого процесу. Коректність формування собівартості продукції, послуг.	Складність встановлення обсягу продукції, яка була виготовлена за допомогою саме цього нематеріального активу.
Право на корисні моделі			
Право на промислові зразки			
Право на сорти рослин			
Право на породи тварин			
Ліцензійні угоди, в яких чітко обумовлено обсяг виробництва за цією ліцензією			
Комп'ютерні програми	Метод зменшення (прискореного зменшення) залишкової вартості	Попередження ризику неправильного визначення швидкості морального зносу НМА, невеликого визначення строку корисного використання. В перші роки застосування відзначатимуться зменшення прибутку та нижчий рівень податкових платежів до бюджету.	Може сприяти збільшенню ціни на виготовлену продукцію, що може вплинути на зниження попиту та зниження прибутків від її реалізації.
Програми для ЕОМ			
Компіляції даних (бази даних)			



Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV, редакція від 1 січня 2007 р. на підставі 3422-15 // Законопроекти / Упр. комп'ютериз. систем Апарату Верховної Ради України. 2006. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
2. Загальні вимоги до фінансової звітності // Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 (Наказ МФУ від 7 лютого 2013 р. № 73); за станом на 10 листопада 2013 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства: Наказ Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 р. № 635. URL: <http://www.nau.kiev.ua>.
4. Ночовна Ю.О., Кулик В.А. Сучасний стан та проблеми формування облікової політики підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 776. С. 141–146. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2013\\_776\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_776_24).
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів від 27 червня 2013 р. № 627. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». URL: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929\\_050](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_050).
7. Василенко О.Г. Ліцензії в обліку: що? де? коли? Податки та бухгалтерський облік. 2016. URL: [https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/november/issue89/article22882.html?search=&text\\_article](https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/november/issue89/article22882.html?search=&text_article).
8. Белова Н.В. Лицензия стала бессрочной: как учесть ее стоимость? Податки та бухгалтерський облік. 2015. URL: <https://i.factor.ua/journals/nibu/2015/may/issue-38/article-7783.html>.
9. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: <http://portal.rada.gov.ua>.
10. Кондрашова Т.М., Кондратко Х.Ю. Амортизація нематеріальних активів за вітчизняними та міжнародними стандартами обліку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. 2011. Вип. 28 (1). С. 114–119. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu\\_2011\\_28\(1\)\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2011_28(1)_29).
11. Калюга С.В. Нормативно-правове забезпечення надходження, вибуття та нарахування амортизації нематеріальних активів. Економічний вісник університету. 2014. Вип. 23 (1). С. 63–68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escv\\_2014\\_23%281%29\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escv_2014_23%281%29_13).
12. Бірюк О.Г. Підходи до облікової політики щодо відображення інформації про нематеріальні активи. Проблеми економіки. 2014. № 3. С. 202–207. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2014\\_3\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_3_27).
13. Бразілій Н.М. Облік і аудит нематеріальних активів: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09. Київ, 2007.
14. Зябрева О.В. Проблемні аспекти обліку амортизації нематеріальних активів. Управління розвитком. 2013. № 17. С. 30–33. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2013\\_17\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_17_13).
15. Ясишена В.В. Методичні аспекти амортизації нематеріальних активів. Ефективна економіка. 2014. № 9. URL: <http://economy.nayka.com.ua>.
16. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств»: затв. Постановою Міністерства фінансів України від 7 липня 1999 р. № 163. URL: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?&cat\\_id=293533&stind=11](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?&cat_id=293533&stind=11).
17. Міжнародний стандарт фінансової звітності (IFRS) 3 «Об'єднання бізнесу». URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929\\_006](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_006).

**АМОТИЗАЦИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ  
В КОНТЕКСТЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ: АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА**

**Аннотация.** Статья посвящена совершенствованию методики определения методов амортизации нематериальных активов. Проанализирована имеющаяся нормативно-правовая база, рассмотрены результаты исследования украинских ученых по этому вопросу. Освещены основные факторы, определяющие варианты начисления амортизации на нематериальные активы. Предложено соответствие указанных методов отдельным классификационным группам нематериальных активов.

**Ключевые слова:** нематериальные активы, амортизация, срок полезного использования, ликвидационная стоимость, гудвилл.

**AMORTIZATION OF INTANGIBLE ASSETS  
IN THE CONTEXT OF ACCOUNTING POLICY: ACTUAL PROBLEMS**

**Summary.** The article is devoted to the improvement of the methodology for determining the depreciation methods of intangible assets. The existing regulatory framework is analyzed and the results of the research of Ukrainian scientists on this issue are considered. The main factors determining the options for depreciation calculation for intangible assets are highlighted. The compliance of these methods with the separate classification groups of intangible assets is proposed.

**Key words:** intangible assets, depreciation, usable life expectancy, liquidation value, goodwill.

Філіпчук В. Р.

здобувач кафедри міжнародних економічних відносин  
Хмельницького національного університету

Filipchuk V. R.

Applicant at the Department of International Economic Relations  
Khmelnytsky National University

## СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ: ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ ТА ВІДПОВІДНІСТЬ ВИКЛИКАМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Анотація.** У статті розглянуто теоретичний зміст категорії «соціальний захист», особливості її трактування та критичний аналіз методів розуміння. Визначено, що соціальний захист населення в Україні потребує відтворення у власній практиці позитивних рис та подолання негативних наслідків світових тенденцій глобалізації. Встановлено, що синтез та декомпозиція підсистем соціального захисту становлять умовний каркас меж трансформації соціальної політики держави до приведення їх у відповідність до світових стандартів. Доведено, що категоріальний зміст дефініції «соціальний захист населення» має містити елементи концептуальної проблеми зближення ринків капіталу та праці з метою врахування соціальних ризиків від негативного впливу глобалізації. В результаті сформовано теоретичне підґрунтя подальшої трансформації практики реалізації багатовекторної політики держави у сфері соціального захисту населення.

**Ключові слова:** соціальний захист населення, соціальна захищеність, соціальна політика, система соціального захисту, соціальні ризики, глобалізація.

**Вступ та постановка проблеми.** За своєю природою сучасна система соціального захисту населення є закономірним відображенням таких глобалізаційних тенденцій суспільного розвитку, як соціалізація економіки, інтелектуалізація виробництва, пріоритетність загальнолюдських цінностей, утвердження високих стандартів якості життя та перманентне підвищення рівня людського розвитку.

Щодо України, то за період відновлення її державності та ринкової трансформації економіки вітчизняна система соціального захисту зазнала кардинальних змін, пов'язаних насамперед з її характером, джерелами фінансування соціальних витрат та механізмами отримання соціальних допомог і виплат, а саме роздержавлення інститутів соціального захисту, диверсифікація каналів отримання соціальних компенсацій та соціальних послуг, делегування частини соціальних функцій держави домогосподарствам та корпоративному сектору, а також розширення зобов'язань України щодо дотримання міжнародних соціальних стандартів.

Водночас національна система соціального захисту населення досі залишається фрагментарною за цільовим спрямуванням, обмеженою в наявних ресурсах, характеризується низькою ефективністю функціонування інститутів, що обумовлює її слабкість, недосконалість та відсталість від європейських соціальних стандартів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Соціальний захист нині є предметом вивчення та елементом наукового апарату цілої низки наук та їх галузей, зокрема філософії, соціології, права, педагогіки, економічної теорії, економіки праці, соціального менеджменту, державного управління, соціальної роботи.

Серед класиків економічної науки, котрі досліджували проблеми еволюції системи соціального захисту населення й розвитку економічного інструментарію його аналізу, варто виокремити А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршала, Дж. Кейнса, А. Пігу, М. Лоренца, Т. Веблена, Ф. Гайєка, М. Фрідмана, Дж. Бьюкенена, А. Мюллер-Армака, В. Ойкена, П. Спікера, Р. Тітмуса.

Значний внесок у розвиток соціального захисту зробили вітчизняні вчені-економісти, зокрема Н. Абаку-

мова, Н. Борецька, В. Бех, В. Геєць, І. Григ, В. Гетьман, О. Гупал, Н. Дем'яненко, К. Дідківська, О. Длугопольський, Ю. Килимник, Е. Костіна, Р. Корнюшина, Е. Лібанова, М. Лукашевич, Г. Назарова, І. Рудкевич, І. Сирота, Т. Семигіна, С. Сіденко, С. Тетерський, Н. Топішко, М. Руженський, П. Шевчук. Авторами вирішене велике коло питань теоретичного та методологічного характеру

Однак за наявності чималої кількості напрацьованих вітчизняних та зарубіжних учених з проблематики соціального захисту населення існує потреба подальшого дослідження цієї сфери соціальної політики. Це зумовлене недостатнім рівнем розробки теоретичних підходів до визначення сутності соціального захисту населення, його структурних підсистем за умов концептуального дискурсу щодо відповідності змісту викликів глобалізації.

**Метою** роботи є теоретичне обґрунтування змісту категорії «соціальний захист населення» у вимірі глобалізаційних процесів.

**Результати дослідження.** Вважається загальноприйнятим, що поширення терміна «соціальний захист» пов'язане з прийняттям Закону про соціальний захист (Social Security Act) 1935 р. у США. В буквальному перекладі термін "security" має декілька значень, основними з яких є «безпека», «охорона», «захист», «забезпечення», «гарантування». У перекладі з англійської мови слово "social" означає «суспільний», «соціальний» [1].

У вітчизняній практиці поняття «соціальне забезпечення» сформоване у радянський період та має чіткі ознаки цього періоду. Соціальне забезпечення віддзеркалює ідеологію державного патерналізму та всеосяжного піклування. Так, функцію організації державного піклування здійснювали органи соціального забезпечення, діяльність яких відповідала централізовано-плановій економіці та адміністративно-командній системі управління.

Наприкінці 1980-х рр. початок реформ привів до фактичної ліквідації централізованої економіки, водночас постраждала централізована система соціального захисту. Важка економічна ситуація на більшості підприємств сприяла фактичному руйнуванню відповідної відомчої системи. Практично припинила своє існування система безоплатного розподілу житла.

З 1991 р. Україна як незалежна держава починає формувати власну законодавчу базу соціального захисту. В цей період держава прагне захистити населення від бідності, тому ухвалює низку законів, які жодним чином не враховують економічні реалії та виглядають навіть більш шедрими, ніж ті, що існували раніше. Проте забезпечення їх виконання в умовах економічної кризи стає все більш проблематичним. Це стосується, зокрема, Законів України «Про пенсійне забезпечення», «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» (1993 р.), «Про статус та соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи» (1991 р.), законодавчого встановлення пільг за професійною ознакою працівникам окремих сфер, зокрема суддям, прокурорам, військовослужбовцям, народним депутатам (1991–1994 рр.) [2, с. 35].

Найбільш вагомими подіями в процесі формування нової системи соціального захисту (відповідно до ринкових економічних умов) були прийняття програми житлових субсидій (1996 р.), допомоги малозабезпеченим сім'ям (2000 р.), а також формування системи державного соціального страхування. Програма житлових субсидій стала першою соціальною програмою, розробленою на засадах адресності, тобто з використанням механізму перевірки доходів (матеріального становища) домогосподарства-претендента. Програма спрямована на допомогу населенню щодо оплати житлово-комунальних послуг та палива в умовах значного зростання тарифів. Основним результатом програми було зупинення зростання заборгованості населення по оплаті житлово-комунальних послуг.

Закон про прожитковий мінімум (основний державний соціальний стандарт) прийнято у 1999 р. Згідно з ним прожитковий мінімум застосовується для встановлення розмірів мінімальної заробітної плати та мінімальної пенсії за віком, визначення розмірів соціальної допомоги, допомоги сім'ям з дітьми, допомоги по безробіттю, а також стипендій та інших соціальних виплат з огляду на вимоги Конституції України [3, с. 7]. Але досить довго мінімальна заробітна плата, мінімальна пенсія та більшість соціальних виплат були нижче за прожитковий мінімум.

У 2000 р. ухвалено Закон про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям. Згідно з його положеннями впроваджено другу адресну програму (після програми житлових субсидій), надання підтримки за якою залежить від доходу сім'ї та передбачає його перевірку. У Законі зазначено, що він «спрямований на реалізацію конституційних гарантій права громадян на соціальний захист – забезпечення рівня життя не нижчого від прожиткового мінімуму» [2, с. 37].

Згідно з чинним законодавством, а саме ст. 46 Конституції України, громадяни мають право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та інших випадках, передбачених законом [3, с. 10].

Досвід багатьох європейських держав, що визначаються по їх Конституціям як правові та соціальні, показує, що їх соціально-економічна політика спирається на такі принципи:

1) принцип економічної свободи людини та визнання права підприємців чи їх об'єднань, найманих працівників та їх профспілок на тарифну автономію на основі соціального партнерства;

2) принцип довіри до регулюючої ролі ринку шляхом попиту та пропозиції, ціноутворення, конкуренції, але водночас на принципі відповідальності держави за гру-

ринкових сил та створення умов для впорядкування протікання економічного та соціального життя, спрямованого на забезпечення добробуту своїх громадян;

3) принцип соціальної справедливості та солідарності суспільства, зокрема шляхом податкового перерозподілу доходів від багатих до бідних та залучення дієздатних до трудового процесу, забезпечення соціальної відповідальності працездатних ще чи вже не працюючих громадян;

4) принцип участі працівників в управлінні виробництвом та розподілі, у суспільному та державному житті з розвитком різних форм економічної демократії [4, с. 261].

Отже, основними принципами соціальної держави є принципи соціальної справедливості та соціального партнерства, котрі покликані забезпечувати інтеграційну роль держави у суспільстві.

Так, Міжнародна організація праці (далі – МОП) визначає поняття соціального захисту як загальну базу соціальної підтримки всім громадянам незалежно від етнічності або тривалості їх трудового стажу. Конвенція МОП 1952 р. та наступні міжнародні трудові норми містять дев'ять основних складових соціального захисту, таких як медична допомога, допомога внаслідок хвороби, допомога по безробіттю, у зв'язку з народженням дитини, допомога сім'ям з дітьми, внаслідок виробничого травматизму і професійного захворювання, за інвалідністю, за віком, у разі втрати годувальника [2, с. 17].

Тобто наявне широке трактування соціального захисту як соціальної підтримки, яка надається всьому населенню, метою якої є соціальна безпека.

Викликає інтерес визначення, яке дає соціальному захисту “The Encyclopedia Americana”: «соціальний захист у загальному розумінні цього поняття означає безпеку та свободу від страху та спрямоване до суспільства як до групи взаємопов'язаних людей, які залежать одна від одної» [5]. Системоутворюючим фактором у цьому визначенні є «безпека та свобода від страху», що є необхідним елементом вільної демократичної держави. Підкреслений також такий суттєвий аспект соціального захисту, як можливість його існування тільки в солідарному суспільстві («групи взаємопов'язаних людей»), адже соціальний захист здійснюється спільними зусиллями всього населення країни.

Загалом виокремлюються два основні підходи до поняття «соціальний захист». Відповідно до першого підходу соціальний захист трактується як широке поняття та стосується усієї соціальної сфери у державі. Соціальний захист у широкому розумінні включає соціальну допомогу, соціальні гарантії, соціальне страхування, а також активні заходи (політика зайнятості, боротьба з безробіттям). Інакше кажучи, це діяльність держави, спрямована на забезпечення процесу формування й розвитку повноцінної особистості, виявлення й нейтралізацію негативних факторів, що впливають на неї, створення умов для самовизначення й ствердження у житті.

У США цей термін належить виключно до пенсійної системи (для соціального захисту в широкому розумінні використовується поняття “welfare” або “welfaresystem” – «добробут», «система добробуту»), у Великій Британії – до всієї системи грошової допомоги, у материковій Європі (за термінологією МОП) охоплює всю грошову допомогу та охорону здоров'я, в деяких інших країнах означає здебільшого соціальне страхування. Звідси впливають розходження в трактуванні соціального захисту, які існують у західній літературі [6, с. 27].

У вітчизняній літературі поняття соціального захисту трактується по-різному. На думку Н. Болотіної, соціаль-



ний захист – це діяльність держави, спрямована на забезпечення, формування й розвиток повноцінної особистості, виявлення й нейтралізацію негативних факторів, що впливають на неї [7, с. 36].

І. Дьяконова, А. Єпіфанов, І. Сало зазначають, що соціальний захист – це система державного матеріального забезпечення ветеранів праці та інших громадян похилого віку, ветеранів війни, громадян, які потерпіли внаслідок Чорнобильської катастрофи, державної допомоги сім'ям з дітьми тощо [8, с. 83].

В. Базилевич розглядає соціальний захист як комплекс законодавчо закріплених норм, що гарантує держава окремим верствам населення, а також за певних економічних умов усім членам суспільства (під час зростання інфляції, спаду виробництва тощо) [9].

П. Шевчук визначає соціальний захист як комплекс організаційно-правових та економічних заходів, спрямованих на забезпечення життя, здоров'я та добробуту населення за конкретних економічних умов [10].

В. Скуратівський зазначає, що соціальний захист – це комплекс організаційно-правових та економічних заходів, спрямованих на захист добробуту кожного члена суспільства в конкретних економічних умовах [11].

В. Москаленко зазначає, що соціальний захист – це система заходів і відповідних інститутів, призначених для забезпечення нормального існування людини, підвищення рівня задоволення її соціальних потреб, якості життя та перспектив [12].

Як комплекс заходів, спрямованих на підвищення добробуту та якості життя населення, визначений законодавчо, трактують соціальний захист В. Базилевич, В. Москаленко, О. Палій, В. Скуратівський, П. Шевчук та інші науковці.

Як слушно зазначають І. Михайловська та О. Неліпович, більшість вітчизняних підходів до розуміння сутності соціального захисту ґрунтується на визначенні ролі держави в реалізації соціального захисту населення [13], однак нині існують численні програми міждержавного рівня, пов'язані із захистом від бідності, безробіття, забезпечення медичної допомоги та надання доступу до початкової освіти, що реалізуються Організацією Об'єднаних Націй, Світовим банком, Юнісеф тощо, а також приватними благодійними фондами. Окрім цього, А. Гарсія та Дж. Груат зауважують, що соціальний захист є ширшим поняттям, ніж соціальне забезпечення, адже включає також приватні заходи щодо забезпечення соціальної безпеки [1].

Розкриття та тлумачення поняття «соціальний захист», як ми бачимо, є досить дискусійним і неоднозначним у колі науковців. Наявні дослідження, що присвячені системі соціального захисту населення, або не містять визначення об'єкта, вважаючи його загальновідомим, або ж дають одне чи кілька визначень без обґрунтування доцільності їх вживання.

На наш погляд, такий підхід до проведення досліджень є вимушеним з огляду на новизну категорії «соціальний захист населення» та є першопричиною неефективної соціальної політики. Водночас дослідженню саме сутності соціального захисту населення приділяється менше уваги в роботах, але відомо, що він справляє значний прямий вплив на економіку держави, розвиток підприємництва та рівень споживання. Тому необхідне глибоке теоретичне осмислення сутності соціального захисту населення та обґрунтування соціальної політики як засобу економічного та соціального розвитку.

Провідні науковці сфери соціального захисту визначили негативні наслідки соціальної політики. Без достат-

нього дослідження сутності соціального захисту населення наведемо тези з дисертації Ю. Шклярського [14]: «З'ясування суті соціального захисту населення, його місця в економічній структурі дає можливість знайти відповідні методи та моделі, які б давали змогу передбачати результати різного роду допомоги, що надається з різних джерел. Тому дуже часто результати запланованих заходів передбачають з досить наївних концепцій реальності, що дає перекручені ефекти, протилежні тим, на які сподівалися. Прикладом може служити так звана шведська модель соціалізму, яка поступово знищила мотивацію до праці у значної частини населення цієї країни, що призвело до спаду ефективності виробництва. Якщо ми візьмемо більш низький рівень економічного аналізу (галузь, підприємство, район), негативні наслідки такої практики тут виявляться ще в більш масовому порядку».

На сучасному етапі світового економічного розвитку соціальний захист, що раніше трактувався і практично здійснювався в межах окремих країн, набуває наднаціонального та транснаціонального характеру. Відповідно, набуває актуальності трансформація концептуального змісту дефініції «соціальний захист населення» з урахуванням чинників формування та розвитку соціальної політики України в умовах глобалізаційних процесів на тлі злиття конфліктів ринку капіталу та ринку праці.

Це сталося з кількох причин. Економічна конкуренція між державами змушує їх скорочувати кошти на соціальний захист з метою підвищення конкурентоспроможності (соціальний демпінг), якщо не створено наднаціональних чи глобальних регуляторів, що покликані протидіяти цьому. Міжнародний міграційний тиск змушує перерозподіляти доходи між країнами, щоб запобігти політичним наслідкам масових міграцій. Спільність ринків капіталу та праці сприяє виникненню наднаціональних органів, що забезпечують на наднаціональному рівні захист громадянських прав, які заперечуються або ігноруються на національному рівні.

Наднаціональний характер соціального захисту набуває принаймні двох форм, таких як наднаціональний перерозподіл доходів і наднаціональне правове регулювання.

Однією з форм наднаціонального соціального захисту є міжнародний перерозподіл доходів. На субглобальному рівні цей принцип ефективний у Європейському Союзі, коли фонди цієї та інших організацій забезпечують певний рівень підтримки бідніших регіонів за рахунок заможніших. Це ще раз доводить тотожність підходів дослідників процесів розвитку і тих, хто наголошує на необхідності створення глобального рівня управління.

У щорічній доповіді ООН «Людський розвиток» декларується: «Людське суспільство дедалі більше набуває глобального виміру. Рано чи пізно воно створить глобальні організації, які забезпечать <...> систему прогресивного оподаткування (від багатих до бідних націй) <...>, яку підтримує ООН» [15]. Передумовою глобалізації перерозподілу доходів є не лише загальнолюдський прогрес, але й загроза соціальним інтересам високорозвинених держав з боку бідніших націй (через нелегальну міграцію, виготовлення і контрабанду наркотиків, небезпеку глобальних екологічних катастроф тощо).

Іншою формою наднаціональної та глобальної соціальної політики є наднаціональне правове регулювання, що передбачає приєднання до конвенцій і виконання рекомендацій МОП та інших міжнародних організацій, а також формування на цій основі національного законодавства, що регулює соціальний захист.



Перш за все це обумовлене тим, що під впливом процесів глобалізації зростають та накопичуються соціальні проблеми як на рівні окремих держав, так і на світовому рівні. Зокрема, якщо поглянути на динаміку структури розподілу доходів між різними країнами світу, то очевидно стає тенденція до збільшення і без того непропорційно великого розриву середніх доходів населення між країнами.

Так, якщо у 1870 р. рівень доходів на душу населення у США у дев'ять разів перевищував аналогічний показник найбідніших країн світу, то у 1960 р. цей розрив сягнув вже 50-кратного розміру. Згідно з даними експертів ООН до 2025 р. у країнах, що розвиваються, проживатиме абсолютна більшість населення. Відповідно, якщо нині 80% населення світу беруть участь у боротьбі за виживання, то через 7 років цей показник становитиме близько 90% [16, с. 6].

Можливість заробити більше, ніж у власній країні, є однією з причин, що спонукає сотні тисяч мігрантів щороку залишати рідні місця у пошуках вищих заробітків за кордоном. Обумовлена цим масова міжнародна трудова міграція має як позитивні наслідки (підвищення рівня зайнятості, доходів, добробуту, вимог до якості робочої сили тощо), так і негативні. Щодо останніх, то слід зазначити, що вони мають місце і для розвинених країн, і для країн, з яких мігранти виїжджають у пошуках заробітків.

Щодо ситуації в Україні, то, на думку вітчизняних дослідників цієї проблематики, зазначені процеси сприяли «вимиванню» з національного ринку праці робочих місць з високим і середнім освітніми рівнями; створенню робочих місць, які погіршили професійну структуру зайнятості; ускладненню перспектив зайнятості в галузях, які можуть і мають стати пріоритетними; зростанню незатребуваності накопиченого людського потенціалу.

Крім того, потенційна чи реальна загроза втрати робочих місць під впливом глобалізаційних процесів створює в суспільстві атмосферу невпевненості у майбутньому. Так, згідно з даними соціологічного опитування, лише 9% опитаних в Україні оцінили вплив глобалізаційних процесів на зайнятість працівників та шанси зберегти роботу як позитивний [15].

Як не парадоксально, але високий рівень доходів і соціального захисту в умовах глобалізації теж стає фактором підвищеного соціального ризику. Зокрема, економічна конкуренція між державами змушує їх скорочувати кошти на соціальний захист з метою підвищення конкурентоспроможності, якщо не створено наднаціональних чи глобальних регуляторів, що покликані протидіяти цьому.

Таким чином, спільність ринків капіталу та праці як умова і вияв розвитку глобалізаційних процесів обумовлює необхідність як посилення уваги до зазначених проблем з боку національних урядів, так і нагальну потребу створення наднаціональних органів, покликаних на наднаціональному рівні захищати громадянські права, які заперечуються або ігноруються на національному рівні.

На сучасному етапі дослідження соціальних аспектів глобалізаційних процесів виокремлюють два основні елементи наднаціональної системи соціального захисту,

а саме наднаціональний перерозподіл доходів і наднаціональне правове регулювання [17].

Процес становлення механізму наднаціонального перерозподілу доходів можна спостерігати на рівні Європейському Союзу, де створюються відповідні фонди, що забезпечують певний рівень підтримки бідніших регіонів за рахунок заможніших. Це ще раз доводить правомірність висновків щодо необхідності створення глобального рівня управління. У щорічній доповіді ООН «Людський розвиток» декларується, що «людське суспільство дедалі більше набуває глобального виміру» [15].

Іншою формою наднаціональної та глобальної соціальної політики є наднаціональне правове регулювання, що передбачає приєднання до конвенцій і виконання рекомендацій МОП та інших міжнародних організацій і формування на цій основі національного законодавства, що регулює соціальний захист населення.

Те, що національна система соціального захисту в умовах глобалізації все більше набуває наднаціонального характеру, ніяким чином не має означати, що уряди країн повинні припинити активну соціальну політику, слідуючи у фарватері глобалізаційних процесів і приречено сприймаючи пов'язані з ними зовнішні загрози соціальній безпеці держави.

Навпаки, в умовах глобалізації економіки необхідно мобілізувати всі можливі внутрішні ресурси з метою формування ефективної системи соціального захисту, важливим елементом якої в сучасних умовах стає захист громадян від соціальних ризиків, пов'язаних з глобалізацією економіки.

Особливо актуальним це завдання є для нашої держави. Глибока соціально-економічна криза, відсутність надійної системи забезпечення національної безпеки, нерозвиненість соціальних інститутів щодо збереження людського потенціалу поглиблюють руйнівний вплив цих небезпек на суспільство. Нагальною потребою в Україні у контексті глобалізаційних процесів є забезпечення надійного соціального захисту, збереження трудового потенціалу, розвиток ринку праці, подолання бідності, забезпечення гарантій, прав та свобод населення, дотримання принципів соціальної справедливості.

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладене, пропонуємо ввести в наукову лексику та практичну діяльність таке визначення сутності категорії «соціальний захист населення» з урахуванням впливу глобалізаційних факторів: сукупність законодавчо визначених економічних, соціальних, юридичних гарантій і прав, реалізація яких забезпечується державними соціальними інститутами та установами чи приватними організаціями у неформальний спосіб з метою створення умов для підтримки життєзабезпечення та діяльного існування різних соціальних верств і груп населення (передусім, соціально вразливих) та які реалізуються за умов наднаціонального перерозподілу доходів.

Вважаємо, що саме такий категоріальний зміст дефініції «соціальний захист населення» містить елементи концептуальної проблеми зближення ринків капіталу та праці з метою врахування соціальних ризиків від негативного впливу глобалізації та слугуватиме теоретичним підґрунтям для подальшої трансформації практики реалізації багатовекторної політики держави у сфері соціального захисту населення.

**Список використаних джерел:**

1. Bonilla G.A., Gruat J.V. Social Protection: A Life Cycle Continuum Investment For Social Justice, Poverty Reduction And Sustainable Development. Geneva: International Labour Office, 2003. 57 p.
2. Журавський В. та ін. Українські Закони. Соціальний кодекс України: Проект / Християнсько- демократична партія України. Київ: Логос, 1998. 319 с.
3. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. Київ: Україна, 1996. 56 с.
4. Ойкен В. Основы национальной экономики / общ. ред. В. Автономова и др. Москва: Экономика, 1996. 352 с.
5. The Encyclopedia Americana. Complete in 30 vol. New York, 1973. Vol. 25. P. 102.
6. Косова Т., Басанцов І. Сутність і критерії ефективності системи соціального захисту. Фінанси України. 2000. № 8. С. 26–32.
7. Болотіна Н. Право людини на соціальне забезпечення в Україні: проблема термінів і понять. Право України. 2000. № 4. С. 36.
8. Спіфанов А., Сало І., Дьяконова І. Бюджет і фінансова політика України: навч. посіб. Київ: Наук. думка, 1997. 303 с.
9. Базилевич В. Державні фінанси: навч. посіб. Київ: Атіка, 2002. 128 с.
10. Шевчук П. Соціальна політика та соціальна безпека: навчальний посібник. Львів: вид-во ЛРІДУ УАДУ, 2003. 178 с.
11. Скуратівський В. Соціальна політика. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України; наук.-ред. колегія: Ю. Ковбасюк (голова) та ін. Київ: НАДУ, 2011. Т. 1. С. 546–548.
12. Москаленко В. Сутність соціального захисту та його місце в політиці соціальної держави. Наукові записки. 2003. Т. 21. С. 42.
13. Михайловська І., Неліпович О. Система соціального захисту населення в Україні: сутність, основні складові та напрямки вдосконалення. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 4. С. 255–260.
14. Шклярський Ю. Удосконалення управління соціальним захистом населення в регіоні (на матеріалах Миколаївської області): дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.09.01; НАН України, Рада по вивченню продуктивних сил України. Київ, 1999. 192 с.
15. Кисільова Т. Соціальна політика в умовах глобалізації. URL: <http://www.niss.gov.ua/table/jalilo1.htm>.
16. Социальная справедливость в условиях глобализации экономики: повестка дня МОТ: Доклад Генерального директора Международной конференции труда, 81 сессия. Женева, 1994. С. 44–45.
17. Сіденко С. Соціальні проблеми глобалізації. URL: <http://ecolib.com.ua/article.php?book=19&article=2298>.

**СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ:  
СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ И СООТВЕТСТВИЕ ВЫЗОВАМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Аннотация.** В статье рассмотрено теоретическое содержание категории «социальная защита», особенности ее трактовки и критический анализ методов понимания. Определено, что социальная защита населения в Украине требует воспроизведения в собственной практике положительных черт и преодоления негативных последствий мировых тенденций глобализации. Установлено, что синтез и декомпозиция подсистем социальной защиты составляют условный каркас границ трансформации социальной политики государства до приведения их в соответствие с мировыми стандартами. Доказано, что категориальное содержание дефиниции «социальная защита населения» должно содержать элементы концептуальной проблемы сближения рынков капитала и труда с целью учета социальных рисков от негативного влияния глобализации. В результате сформирована теоретическая основа для дальнейшей трансформации практики реализации многовекторной политики государства в сфере социальной защиты населения.

**Ключевые слова:** социальная защита населения, социальная защищенность, социальная политика, система социальной защиты, социальные риски, глобализация.

**SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION:  
CONTENT OF THE CATEGORY AND COMPLIANCE WITH THE CHALLENGES OF GLOBALIZATION**

**Summary.** The publication considers the theoretical content of the category “social protection”, features of its interpretation and a critical analysis of the approaches of understanding. It is determined that social protection of the population in Ukraine requires the reproduction of positive traits in its own practice and overcoming the negative consequences of the global trends of globalization. It has been established that the synthesis and decomposition of subsystems of social protection is a conditional framework of the transformation of social policy of the state to bring it in line with world standards. It is proved that the categorical content of the definition of “social protection of the population” should contain elements of the conceptual problem of convergence of capital markets and labor in order to take into account social risks from the negative impact of globalization. As a result, the theoretical basis for the further transformation of the practice of realization of the multi-vector policy of the state in the field of social protection of the population is formed.

**Key words:** social protection of the population, social security, social policy, social protection system, social risks, globalization.

Філяк М. С.

кандидат економічних наук, докторант  
Львівського університету бізнесу і права

Fil'ak M. S.

PhD in Economics  
Doctorate fellow, L'viv University of Business and Law

## МАРКЕРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ЗБАЛАНСУВАННІ ВПЛИВІВ РІЗНИХ ТИПІВ ПОСЕЛЕНЬ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЇ

**Анотація.** У статті представлено аналіз пріоритетності факторів природного середовища у плануванні розвитку. Дослідження стосується планів соціально-економічного розвитку міст. Визначено систему маркерів сталого розвитку щодо програмно-орієнтованого підходу. Робота враховує пріоритетність соціально-економічного розвитку серед факторів сталого розвитку території. Представлено градацію основних маркерів та їхню композицію.

**Ключові слова:** маркер, сталий розвиток, програмно-орієнтований підхід, стримуєчий фактор, фактор гармонізації, регулюєчий фактор.

**Вступ та постановка проблеми.** На межі зміни минулих історичних епох нова мікроцивілізація здійснювала експансію розвитку на території конфлікту культур та громад, тоді як ці колонізатори, незважаючи на міжобщинний конфлікт на території, будували там елементи кращої цивілізації, зокрема нову інфраструктуру, сучасну культурну сферу та більш ефективно самоврядування. У процесі експансії вони будували мережу укріплених фортифікацій, з'єднаних дорогами, намагаючись налагодити відносини з сільською місцевістю. Стаття розвиває цей дискурс і формує систему показників управління відносинами міської та сільської систем.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання взаємодії міста й села, а також політики розвитку території широко досліджувалося економістами та філософами минулого, а саме М. Цицероном, М. Вебером. Серед вітчизняних дослідників варто відзначити М. Туган-Барановського [1], І. Лукінова [2] а серед сучасників – дослідників децентралізації управління Г. Макарова [3], О. Держкалюка, Є. Каплан. Однак недостатньо уваги приділялося міждисциплінарному аспекту дослідження, а саме гармонізації соціально-економічних стосунків міста й села, зокрема в контексті факторів навколишнього середовища та розвитку соціального капіталу.

**Метою** роботи є пріоритизація факторів середовища у стратегіях соціально-економічного розвитку міст, що передбачає побудову системи маркерів сталого розвитку (зокрема, градацію основних маркерів та їхню композицію) в наукових рамках програмно-орієнтованого підходу до управління розвитком поселень.

**Результати дослідження.** Місто-капсула було вузлом колонізаторської мікроцивілізації в період її розгортання на новій території. Подивіться хоча б на відтинки значення слова «екскурсія», а саме «ex cursio» (лат. «відхід від маршруту» екв. англ. «digression»). Це було ризиковане й дещо авантюрне заняття, але підлітків, які звикли до захищеності в укріплених містах, потрібно і вже можна було навчити навичкам поведінки не поверхні іншої, ніж мощена дорога, та не лише в складі конвою, але й у лісі – незвіданій і дикій місцевості. Мався на увазі швидкий, груповий і координований захід із проходження ділянки дикої природи між двома знайомими та захищеними елементами. Це ще раз підтверджує те, що колонізаторська мережа території на старті нашої мікроцивілізації була укріпленими містами-фортами, які з'єднані прямими

дорогами для більш швидкого та безпечного переміщення. У багатьох мовах є цей істинно колонізаційний термін з коренем «tour» («відворот від прямого шляху»). Таким чином, знаходиться логічне пояснення невеликих площ міст минулого та їх фортифікацій: колонізатори, кількість яких була обмеженою, прагнули розвинути мережу укріплених баз, при цьому поселення розросталося швидше у висоту, ніж у ширину, адже побудувати ще один поверх зверху дешевше, ніж будувати ще один будинок на місці «дикого поля», що примикає до «форту», тим більше, розширювати на цю площу додаткові фортифікації. Схожі коріння ми спостерігаємо в русі скаутів: міські діти із благополучних сімей занадто довго жили в місті, тому їх залучили в спортивний рух, в рамках якого вони можуть навчитися не тільки пересуватися лісом, але й ночувати там (раніше нечувана зухвалість для цивілізації, що чекала від лісу лише розбою і дикості). Однак вже в 1920-х роках більшість сільських територій Центрально-Східної Європи так чи інакше вивчено і картографовано, тому тоді скаути могли вже досить безпечно рухатися по лісах і навіть ночувати там. Якщо й далі піти шляхом ретроспективного аналізу, то можна припустити ситуацію, що у XIX столітті робилися лише окремі спроби «ex cursio», а у XVIII столітті лише добре озброєні групи в складі укріпленого транспортного конвою могли йти в «дикий» ліс або принаймні проходити через нього. Таким чином, цивілізація колонізаторів в нашу епоху ледь контролювала сільську місцевість у XVIII столітті, і, незважаючи на експансію технологій, люди переважно і зараз звикли перебувати в містах (або принаймні в міській забудові), а туризм і досі викликає у консервативній частині суспільства питання. Ми їздимо на комфортні бази відпочинку, де природою є навколишні дерева й деякі декоративні насадження, тобто ми фактично їздимо в добре доглянутий масток (на базу відпочинку) або в безпечний лісопарк. Дика природа не приваблює навіть жителів села, адже вони свідомо залишаються «на землі» через цю землю як ресурс; їм подобається природа, але вже раннім вечором після свята в лісі вони дуже хочуть повернутися додому з дикої природи.

Ми, ймовірно, не пристосовані для дикої природи. Так, варто погодитися з тим, що наша цивілізація знайшла способи жити деякий час в умовах дикості навколо нас, але ми весь час здебільшого оточуємо себе цивілізацією, культурою та архітектурою за можливістю. Фактично ми буду-

емо міста й селища. Природа в нашому розумінні є дикою, і в ситуації, якщо б ми раптом зупинили її окультурення, вона в нашому розумінні може взяти верх і дуже скоротити наші соціально-економічні параметри росту, розвитку. Наша минула, принаймні 200-річна історія, яку ми здатні досягнути, – це історія розчищення, модифікації дикої природи та перебудови соціально-економічних майданчиків під свої потреби на всіх доступних нам територіях.

Подивіться, наприклад, на автомобіль “Daimler Motorized Carriage” (англ.) 1886 року, який є одним з перших у світі [3]. Він показує наше постійне прагнення до комфорту всіма можливими шляхами та на наявному рівні технологій. Ми будемо мощені дороги вже у XIX столітті, тому що на таких візках по місту нам їздити зручніше. Наші кістки і хребет не розраховані на такі навантаження, які виникають під час швидкого руху звичайного

возу без ресор на дерев'яних колесах сільською дорогою. Водночас ми хочемо пересуватися швидше й комфортніше, без заторів, тобто маємо високі вимоги до комфорту і швидкості. Як правило, це пересування хорошими, часто прямолінійними дорогами між містами або між містом і селищем. Тому немає сенсу підтримувати постулат про дику природу як основний пріоритет нашого розвитку. Відповідно, стійкість розвитку в ході управління розвитком поселень на засадах програмно-орієнтованого підходу матиме дещо інші пріоритети.

Міста, як ми бачимо, виступають інструментом збільшення в суспільстві частки тих, хто підтримує цінності комфорту нашої мікроцивілізації. Вони займають експансіоністську позицію щодо дикої природи. Таким чином, ми можемо чітко виділити вплив міста на соціально-економічний розвиток території. Цей вплив спостерігається

Таблиця 1

**Економічні фактори: міський компонент**

<b>Фактори впливу міського укладу на соціально-економічний розвиток</b>	<b>Ситуація здичавіння на «границі мінус»</b>	<b>Очікуваний гіпертрофований розвиток на «границі плюс»</b>	<b>Стримуючий маркер, вимірник сталого розвитку</b>
Збільшення добутку копалин та їх переробки на душу населення.	Копалин добувається мало, економіка перебуває в стані рецесії, регрес наших технологій.	Добуток копалин виснажив екологію, однак привів до більшої доступності товарів та послуг через падіння їх собівартості.	Ступінь заміщення добувних галузей альтернативними. Баланс між виснаженням добувних екологічних ресурсів у розумінні їхнього впливу на інші регіони, а також доданої вартості суспільного блага від нарощування видобутку
Розвиток технологій, що покращують комфорт в інформаційній, постіндустріальній цивілізації.	Технології першої третини XIX сторіччя, які дають змогу комфортного проживання скоріше у маєтку, а не в місті. Суспільство нерівності, рабства та технічного регресу.	Технології, обмеженням яким може слугувати рівень розвитку комп'ютерної техніки, які спрямовані на вивільнення часу на оптимальне відновлення, відпочинок людини.	Балансуючими факторами є те, наскільки технології комфорту спрямовані саме на відпочинок; наскільки вони дороги для працюючих; наскільки розвиток інформаційних систем пригнічує свободу; наскільки цей розвиток навантажує новими завданнями, а не розвантажує час.
Вплив на рівень доходів населення.	Доходи нерегулярні, сезонні, низькі, тобто достатні для забезпечення лише окремих базових потреб. Це спричиняє соціальні перекося, а згодом кризи та соціальні катаклізми.	Доходи зростають з рівнем складності та комплексності вирішуваних технологічних завдань, залежать від ефекту внеску працівника в доданий прибуток працедавця.	Регулюючим фактором є те, наскільки на цьому етапі (з урахуванням економіки та наявних технологій отримання доданої вартості) потрібно заробляти ще більше, чи приведе це до істотних покращень життя працюючих, якщо враховувати додаткові напруження та час, що працюючі витратять на генерування додаткового заробітку.
Розвиток систем комунального управління та громадських активів.	Проста дворівнева структура, спільний загальний актив та секторна відповідальність малих груп. У гірших випадках – деградація цих систем, а за низького рівня економіки – відсутність елементів громадської естетики.	Складні системи управління комунальними активами, частка яких у суспільстві зростає, а собівартість користування яких зменшується. Зростання за рахунок цього рівня життя у студентів та пенсіонерів. Мінімізація ролі соціального паразитизму.	Регулюючими факторами є те, наскільки суттєво потрібно інвестувати у громадські активи для підтримки темпів розвитку, чи можна досягнути точки/точок самокупності таких активів; коли у суспільстві відчуватиметься межа «достатності» громадських активів за відсутності перетину межі «завеликої соціальності» економіки.
Вплив на вартість активів економіки поселення.	Вартість падає через деградацію економічних систем та розпад систем утримання неефективного майна.	Вартість зростає через асоційовані з нерухомістю можливості доходу, роботи та відпочинку через розташування.	Управління стратегією використання ресурсів землі та нерухомості передбачає стратегію першого, другого чи третього типу*. Недопущення спекулятивних «бульок» через нерухомість, а також занадто дорогих систем утримання майна.

\* Перша стратегія довгострокова, коли вартість активів плавно накопичується та довго використовується (найближча до нашого розуміння сталого розвитку); друга схожа на стратегію під час злиття та поглинання, коли ціна об'єкта максимізується, а він швидко продається на піку своєї привабливості; третя стратегія передбачає, що об'єкт ресурсно виснажується до стану неприцездатності, а потім його залишки продаються по частинах.



давно і є типовим навіть для минулих мікроцивілізацій. Вплив є похідною системи взаємодії, за якої відсутність впливу міста приведе до здичавіння населення, а його підвищений вплив на технічну сторону (перехід через певну «границю плюс», або «зашкалювання») призведе, навпаки, до екологічної кризи та соціальної напруженості. Тому в цій взаємодії є сенс ввести чинники, які стриму-

ють, регулюють, гармонізують (маркери сталого розвитку у взаємодії міста та суспільства). На підставі досліджень автора виділені чинники, які формують таблиці (табл. 1–3).

Ми переконані, що таблиці можуть стати одними з керівних матриць у складі інструментів програмно-орієнтованого підходу до управління економічним розвитком

Таблиця 2

## Соціальні фактори: міський компонент

Фактори впливу міського укладу на соціально-економічний розвиток	Ситуація здичавіння на «границі мінус»	Очікуваний гіпертрофований розвиток на «границі плюс»	Стримуючий маркер, вимірвач сталого розвитку
Вплив на розвиток освіти.	Освіта обмежена 2–3 класами початкової школи, окрім елітних прошарків. Освіта переважно консервативна, патерналістична, має велике включення суб'єктивізму, вигадок та міфів.	Освіта є ціложиттєвою, конкурентною щодо стану ринку праці (готує конкурентоздатні навички) та гнучкою під потреби працівника, має пільгові та соціальні опції.	Саме через нарощування ступеня техногенної природи нашої мікроцивілізації освіта стала доступна звичайним людям, які стали затребувані як працівники, що освіти потребують.
Розвиток високої культури.	Відсутній, окрім елітних прошарків, які також поступово деградуєть.	Культура функціональна, промислова, сприяє гігієні та здоров'ю. Створює помірно приємне естетичне враження.	Стримуючим фактором є те, що на фоні небезпеки здичавіння культури за замалих інвестицій у неї постає питання про те, наскільки далеко від дикості необхідно відійти в розвитку культури (зокрема, фінансувати її), щоби забезпечити цивілізованість та сприяти завданням розвитку людини.
Розвиток фізкультури, здорового способу життя та спорту.	Культура залежностей (зокрема, переїдання), раптового буйства («стінка на стінку») та пияцтва. Падіння середнього очікуваного віку життя через зловживання.	Розвиток атлетизму, гімнастики, плавання та інших розвиваючих, здорових видів спорту, які подовжують продуктивний вік та створюють здоровішу старість.	Балансуючими факторами є те, наскільки вкладення додаткових сил, коштів та часу в спорт сприятиме покращенню стану здоров'я, якою мірою система економіки створює можливості часу, коштів та бажання для таких вкладень.
Розвиток системи охорони здоров'я та життєвого комфорту і якості життя.	Примітивна система, що базується на міфах і суб'єктивізмі та частково підтримується силою природного середовища.	Гнучка, інтенсивна система раннього втручання у здоров'я для покращення усіх систем заради високої продуктивності та комфорту у похилому віці.	Регулюючими факторами є те, наскільки ця система здатна забезпечити здоров'я без залежності від ліків; наскільки суспільство дійсно готове забезпечити* гідну старість.
Розвиток систем побутового комфорту поселення (каналізація, водопостачання, енергія, тепло тощо).	Ці елементи або відсутні, або розвинуті примітивно. З розпадом систем управління територією зникають.	Розвиток соціально-орієнтованих систем, що покликані мінімізувати час працівника на самозабезпечення.	Показник-шкала. На одному боці перебуває оцінка того, наскільки соціальною має бути така система. З іншого краю шкали стоїть питання про те, наскільки експлуататорською щодо ресурсів користувача вона може бути.
Розвиток можливостей інтелекту людини.	Обмежений. Деградує у розумінні технічного розвитку. В кращому разі розвивається в альтернативних напрямках (спіритуалізм, екстрасенсорика).	Складна система розвитку технічного інтелекту людини. Стимулювання творчості та міждисциплінарності заради прогресу та розвитку.	Регулюючими факторами є те, наскільки розвиток технологій сприяє розвитку інтелекту працюючих; яка увага приділяється ментальному здоров'ю та балансу; яку користь може отримати технічний інтелект від альтернативних напрямків (екстрасенсорика).
Вплив на самооцінку, психологічне почуття людини.	Суспільство панів та рабів. Іноді зустрічається суспільство вільних хазяїв.	Суспільство людини-перетворювача природи: з одного боку, захоплення від прогресу, але з іншого – відчуття невпинного бігу.	Стримуючим фактором є те, наскільки стимулюються особиста свобода та творчість на фоні зростання технологічного темпу й навантаження.
Вплив на циклічні зміни в еволюції систем господарювання.	Цикл рухається незалежно від волі суспільства, суспільство мало помічає цикли та майже не реагує на них.	Цикли активно використовуються суспільством.	Регульовальний фактор перспективи 8–15 років полягає в тому, наскільки одна форма господарювання відновлює ресурси попередньої форми.

\* Шляхом як зовнішнього субсидіювання, так і створення стимулів та інструментів для самостійного планування власної гідної старості членами суспільства.

Екологічні фактори: міський компонент

Фактори впливу міського укладу на соціально-економічний розвиток	Ситуація здичавіння на «граничі мінус»	Очікуваний гіпертрофований розвиток на «граничі плюс»	Стримуючий маркер, вимірвач сталого розвитку
Вплив на природу та навколишнє середовище.	Окремі технології у зародковому стані несуттєво забруднюють середовище, але їх варварське використання (через нерозвиненість технологічного процесу) може надавати руйнівного впливу час від часу.	Забруднення (включаючи електромагнітне) усіх складових біосфери, що різко знижує стандарти життя. З іншого боку, є група технологій, яка відновлює екотопи та упорядковує їх.	Маркером стримування є ступінь розвиненості технології у сенсі врахування нею впливів на природу та способів їх мінімізації. Коефіцієнт росту поряд із нарощуванням технічних потужностей для основного продукту, технічних можливостей для відновлення забрудненого екотопу.
Розвиток систем вторинної переробки відходів.	Відходи перегнивають, а стійкі залишки складаються чи виллюються у біосферу. Відсутня система вторинної переробки промислових відходів.	Всі відходи переробляються, з них отримується продукція, що надалі здатна бути ще раз переробленою та служити довгостроковим активом.	Регулюючим маркером на фоні визначеної гостроти потреби у переробці відходів є те, наскільки розвинутими є системи, організаційно-фінансові можливості та технології переробки відходів у поселенні.
Вплив на стійкий розвиток.	Недостатня експлуатація всіх можливих ресурсів призводить до здичавіння території, населення, примітивізації організаційних систем управління.	Активна експлуатація всіх можливих видів ресурсів призводить до їх швидкої зношеності та високого ризику падіння розвитку через знищення людини та її природного середовища.	Маркером середньострокового планування є те, наскільки критично падають у перспективі 3–4 років ключові показники сталого розвитку зі збереження темпів нарощування техногенного прогресу.

Таблиця 4

Соціальні фактори: сільський компонент

Фактори впливу сільського укладу на соціально-економічний розвиток	На границі максимально допустимого впливу, тобто небезпеки того, коли впливу «занадто багато»	На границі мінімального впливу, тобто небезпеки того, коли впливу «занадто мало»	Стримуючий вимірвач/маркер можливої гармонізації
Людським фактором є ментальність та взаємовідносини.	Розвинена патріархальність, насильство в сім'ї, нерівні відносини залежності, регрес технологій, збочення.	Жорсткість, прагматизм та індивідуалізм, незалежність у стосунках «міського типу», загроза руйнування інституту сім'ї.	Балансуючими факторами є те, наскільки найкращі цінності традиційного укладу можуть бути корисні в міському технологічному укладі; як забезпечити еволюцію стосунків між людьми з прогресом технологій, зберегти при цьому високу людськість.
Людський, зокрема міграційний потенціал.	Потенціал падає, населення залишає села та посилено переїжджає в міста зі збереженням власної сільської ментальності.	Потенціал визначається містом. Населення перебуває в безвиході, адже міста є або «бетонними пастками», або «елітними майданчиками для обраних».	Балансуючий показник передбачає такі фактори: 1) міра співпраці міського та сільського елементів у місті; 2) міра соціального розподілу, що забезпечує інтереси різних прошарків; 3) можливості інвестування (ресурси, що можна залучити) в розвиток людського потенціалу.
Спеціальна примітка про вплив на ВПО.	ВПО у сільській місцевості розглядаються як цінні фахівці, яких тут бракує. Для них створено системи життєзабезпечення, безпеки та стимули довгострокового перебування.	ВПО, які розглядаються як соціальний вантаж, який «проїдає» державну підтримку. Вони не приймаються у селах та мігрують у міста без підтримки продуктами харчування та тимчасового розміщення.	Балансуючий фактор (шкала з кінцями) має такі складники: кінець 1: наскільки у довгостроковій перспективі потенціал цих ВПО та їх дітей буде розкритий у сільській місцевості; кінець 2: як зменшити негатив у відношення села до ВПО так, щоб ВПО не залишили у собі та своїх подальших діях виключно негативне зворотне ставлення до сільської місцевості.

поселень. Водночас нам корисно розглянути фактори впливу села на розвиток території, а саме маркери сталого розвитку у взаємодії села із суспільством. Як правило, занадто великий прояв сільської місцевості в житті

території – це регрес в розвитку нашої техногенної цивілізації, але занадто мала його кількість також не є бажаною. В регулюванні його впливу необхідно виділити такі чинники (табл. 4, 5).

## Інші фактори: сільський компонент

Фактори впливу сільського укладу на соціально-економічний розвиток	На кордоні максимально допустимого впливу, тобто небезпеки того, коли впливу «занадто багато»	На кордоні мінімального впливу, тобто небезпеки того, коли впливу «занадто мало»	Стримуючий вимірювач/ стратегія /маркер можливої гармонізації
Фактором економіки є виробництво їжі та промислової сільськогосподарської продукції.	Перевиробництво і погіршення якості сільгосппродукції. Падіння цін на сільгосппродукцію*.	Недовиробництво і голод, а особливо в містах. Підвищення цін на одиницю продукції внаслідок дії закону попиту й бажання села хоч колись контролювати місто.	Контроль сільського виробництва містом заради дотримання харчової безпеки. Використання промислового сільськогосподарського виробництва як джерела доходу та зменшення соціальної напруженості для сільського населення.
Фактором екології є контроль природної стихії та ступінь освоєння продуктивної поверхні.	Здичавіння лісових і польових просторів. Водночас зменшення деградації ґрунтів, зменшення контролю над природними катаклізмами.	Інтенсифікація виробництва промислової продукції із сільськогосподарської сировини призводить до деградації ландшафтів, отруєння ґрунтів і біосфери.	Контроль політики використання природних ресурсів в сільській місцевості через співпрацю з міськими системами.

\* Це викликано тим, що промислова продукція, а особливо промислова сировина, завжди в ціні, тому що її купують великі компанії і держава для своїх проєктів, тоді як сфера зберігання та використання їжі обмежена споживчим ринком.

**Висновки.** В рамках програмно-орієнтованого підходу до управління соціально-економічним розвитком поселень нам необхідно розуміти фактори впливу основних об'єктів дослідження, а саме центрів сили, один на одного. Межі впливу і маркери стримування складені з урахуванням реалій місцевого соціально-економічного розвитку та на території, якої стосується це дослідження. Таблиці потрібні для діагностики ситуації та прогнозування з урахуванням подальших сценаріїв. Для зручності використання корисно також представити фактори як трикутники з трьома осями (стримуючий фактор), всередині

яких буде знаходитися вибрана бажана позиція політики; або як «терези» з 2 факторами (фактор балансування), або як шкалу з 2 факторами (фактор гармонізації), що є предметом подальшого дослідження.

Оскільки такий метод застосовується під час середнього оцінювання в проєктному циклі, вони добре доповнять інші інструменти ПОП. Опис факторів впливу корисно також доповнити рекомендаціями щодо регулювання за ступенем руху числового значення фактору уздовж оціночної шкали між границею «мінус» і границею «плюс».

## Список використаних джерел:

1. Туган-Барановський М. Кооперація, соціальні основи її та мета. Київ: Дніпро-союз, 1918. 420 с.
2. Лукинов И. Проблемы экономических взаимоотношений государства с колхозами. Киев, 1974.
3. Взаємодія органів державної влади та місцевого самоврядування у межах нової системи територіальної організації влади в Україні: аналітична доповідь / за заг. ред. Г. Макарова. Київ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2011.
4. Cicero. De oratori. Libri tres. By Augustus Samuel Wilkins. 1900 Gerg Olms Verlag.
5. Norev – Daimler – Hd motorized carriage, 1886. URL: <http://www.carmodel.com/norev/b66041416/1-18/daimler/hd-motorized-carriage-1886/52263>.

## МАРКЕРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СБАЛАНСИРОВАННИИ ВЛИЯНИИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ПОСЕЛЕНИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ

**Аннотация.** В статье представлен анализ приоритетности факторов природной среды в планировании развития. Исследование касается планов социально-экономического развития городов. Определена система маркеров устойчивого развития касательно программно-ориентированного подхода. Работа учитывает приоритетность социально-экономического развития среди факторов устойчивого развития территории. Представлены градация основных маркеров и их композиция.

**Ключевые слова:** маркер, устойчивое развитие, программно-ориентированный подход, сдерживающий фактор, фактор гармонизации, регулирующий фактор.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT MARKERS IN BALANCING THE IMPACTS OF DIFFERENT TYPES OF SETTLEMENTS ON THE TERRITORY'S SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

**Summary.** The article presents the analysis of the priority of environment factors in development planning. The study is about plans for social and economic development of cities. The system of markers of sustainable development is defined in the sense of a program-oriented approach. The work considers the priority of socio-economic development among the factors of sustainable development of the territory. Grades of the main markers and their composition are presented.

**Key words:** marker, sustainable development, software-oriented approach, restraining factor, harmonizing factor, regulatory factor.

**Фролова Н. Л.**  
здобувач кафедри менеджменту і адміністрування  
Українського державного університету залізничного транспорту

**Frolova N. L.**  
Competitor of a scientific degree,  
Department of Management and Administration,  
Ukrainian State University of Railway Transport

## СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ДЕСТРУКТИВНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті проведено ґрунтовний аналіз діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва, що дало змогу визначити основні проблеми їх функціонування. Встановлено, що внаслідок впливу низки факторів несприятливого бізнес-середовища відбувалося загострення внутрішньої проблематики діяльності малих та середніх підприємств. Визначено основні та супутні фактори макро- й мікрооточення, що здійснюють найбільш вагомий деструктивний вплив на розвиток малого та середнього підприємництва.

**Ключові слова:** мале та середнє підприємництво, деструктивні фактори, макрооточення, мікрооточення, економічне зростання.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасна ситуація політичного та економічного колапсу в Україні дійшла до критичної межі. Відбувається руйнівне поширення внутрішніх стагнаційних процесів, які охопили всі галузі національної економіки. У цих умовах подолання руйнівних чинників потребує реалізації виваженої державної економічної політики, спрямованої на формування внутрішніх резервів забезпечення економічного зростання, зокрема за рахунок створення сприятливого бізнес-клімату для розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва. Такі підприємства формують базис вітчизняного підприємницького сектору, забезпечують формування ВВП країни, здійснюють наповнення дохідної частини державного бюджету, беруть безпосередню участь у вирішенні соціальних проблем, забезпечують підвищення зайнятості та дохідності населення, задовольняють потреби суспільства у товарах та послугах, впливають на покращення міжнародного іміджу держави на глобальному ринку.

Беручи до уваги вищезазначене, наголошуємо на тому, що нині стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва набуває першочергового значення для подолання соціально-економічних диспропорцій і забезпечення сталого зростання національної економіки, тому виникає потреба ґрунтового дослідження проблематики функціонування суб'єктів малого та середнього підприємництва з метою визначення стримуючих факторів їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Широким колом науковців висвітлюється тематика розвитку малих та середніх підприємств, зокрема визначається їх вагома роль у подоланні економічних деформацій і забезпеченні випереджаючого розвитку держави. Значний внесок у розроблення теоретичних основ і формування практичних рекомендацій щодо забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва зробили М. Беззубова [1], В. Дикань [2], О. Дикань [3], О. Донець [4], О. Клепанчук [5], В. Мареніченко [6], Г. Талан [7], О. Шраменко [8] та інші вчені. Віддаючи належне теоретичній та практичній значущості їх наукового внеску, зазначимо, що недостатньо висвітленим залишається визначення сукупності факторів макро- та мікрооточення, що здійснюють деструктивний вплив на функціонування суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні.

**Метою** роботи є ґрунтовне вивчення та систематизація деструктивних факторів розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

**Результати дослідження.** Сучасна економічна ситуація така, що в результаті впливу низки факторів деструктивного характеру відбувається поступове руйнування підприємницького сектору, яке виражається насамперед у скороченні кількості суб'єктів підприємницької діяльності, зниженні обсягів виробництва та реалізації продукції підприємствами, погіршенні їх фінансово-економічного становища, збільшенні числа неплатоспроможних підприємств, зменшенні кількості зайнятих працівників у сфері підприємництва та відрахувань на соціальні заходи, скороченні розміру сплачених податків до державного бюджету тощо.

Протягом останніх років спостерігається усталена тенденція скорочення кількості суб'єктів підприємницького сектору. Так, у 2016 р. порівняно з попереднім роком кількість суб'єктів великого підприємництва зменшилась на 9,5% (40 од.), а відносно 2010 р. – на 34,6% (203 од.). Також негативні зміни відбулися в секторі середнього та малого підприємництва: у 2016 р. порівняно з 2015 р. їх кількість скоротилась на 2,6% (397 од.) та 5,5% (108 351 од.), у 2016 р. відносно 2010 р. – на 29,2% (6 225 од.) та 14,4% (292 952 од.) відповідно. В результаті відбулися зміни у структурі підприємництва, а саме питома вага великих підприємств у 2016 р. склала 0,13% (у 2010 р. – 0,18%), середніх та малих підприємств – 4,84% та 95,03% відповідно (у 2010 р. – 6,52% та 93,30%) [9].

Аналізуючи структуру підприємств за видами економічної діяльності, виявили, що найбільшу питому вагу серед середніх та малих підприємств мають такі галузі економіки, як промисловість (31,36% та 11,57%), оптова та роздрібна торгівля (17,83% та 27,28%), сільське, лісове та рибне господарство (16,86% та 14,59% відповідно). Однак, попри вагому структурну роль підприємств зазначених галузей, їх кількість невпинно знижується: у 2016 р. порівняно з 2010 р. кількість підприємств промисловості знизилась на 16,4%, торгівлі – на 24,0%, сільського, лісового та рибного господарства – на 7,1%.

Очевидно, що в результаті скорочення кількості бізнес-суб'єктів відбулося зменшення кількості зайнятих працівників у сфері підприємництва. Так, у 2016 р. порів-



няно з попереднім роком кількість зайнятих осіб зменшилась на 0,9% (71,7 тис. осіб), а відносно 2010 р. – на 24,7% (2 664,4 тис. осіб) [9]. Це стало однією з причин збільшення рівня безробіття, підвищення бідності населення та активізації процесів трудової міграції українських громадян за кордон. Варто відзначити, що найбільша кількість зайнятих працівників зосереджена у сфері малого підприємництва, а саме 47,8%, тоді як питома вага зайнятих працівників середнього та великого підприємництва складає 32,7% та 19,5% відповідно. В контексті зазначеного доцільно підкреслити, що мале та середнє підприємство є місцем працевлаштування для 80,5% працюючих у сфері підприємницької діяльності, тобто 40,4% зайнятого населення країни.

На перший погляд позитивно виглядає тенденція збільшення обсягу реалізованої продукції суб'єктами підприємництва. Так, у 2016 р. відбулося зростання загального обсягу реалізації продукції на 21,1% порівняно з 2015 р., а також на 87,0% відносно 2010 р. Зокрема, обсяг реалізації продукції суб'єктами середнього та малого підприємництва відносно 2010 р. збільшився на 89,5% і 112,0% відповідно. Питома вага обсягу реалізованої продукції суб'єктами малого та середнього підприємництва у загальному обсязі реалізації у 2016 р. склала 64,45%. Однак, наприклад, порівняння динаміки індексів промислового виробництва, обсягів реалізації та цін виробників промислової продукції дало змогу зробити висновок, що зростання обсягів реалізації продукції є результатом впливу цінових факторів.

Аналізуючи дані статистичної звітності щодо функціонування суб'єктів підприємницького сектору, виявили значне погіршення фінансово-економічного становища підприємств (табл. 1). Так, якщо у 2010–2012 рр. фінансовим результатом діяльності підприємств був прибуток, розмір якого коливався від 13 906,1 млн. грн. до 35 067,3 млн. грн. (найвищий рівень показника зафіксовано у 2011 р., а саме 67 797,9 млн. грн.), то 2013–2015 рр. ознаменувалися отриманням збитку підприємствами в розмірі від 22 839,7 млн. грн. до 373 516,0 млн. грн. (максимальне значення зафіксовано у 2014 р., а саме 590 066,9 млн. грн.). У 2016 р. відбулося відносно покращення фінансового стану, адже значення прибутку склало 29 705,0 млн. грн. [9].

Проведений аналіз результативності діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва дав змогу встановити, що у 2013–2016 рр. фінансові втрати збиткових підприємств коливалися в межах від 138 922,6 млн. грн. до 523 547,8 млн. грн., тоді як позитивний фінансовий результат прибуткових підприємств досягав максимальної позначки лише у 261 961,0 млн. грн. Також важливо підкреслити, що у найбільш кричущий період 2014 р. сумарний збиток суб'єктів малого та середнього підприємництва перевищував розмір їх прибутку у 3,8 разів. Слід зазначити, що найбільш негативними тенденціями характеризувалися такі види економічної діяльності середніх підприємств, як промисловість, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, інформація та телекомунікації. Найбільш позитивна динаміка спостерігалась у галузі сільського, лісового та рибного господарства.

Нестабільність бізнес-середовища функціонування підприємств та їх фінансово-економічного становища зумовила значні коливання в динаміці капітального інвестування суб'єктів підприємницької діяльності у 2010–2016 рр. Так, у 2011–2012 рр. порівняно з попереднім періодом зафіксовано збільшення обсягу капітальних інвестицій на 47,6% та 18,9%, у 2013–2014 рр. відбулося зменшення показника на 5,4% та 17,8%, у 2015–2016 рр. зростання величини інвестованого капіталу склали 19,7% та 31,9%. Варто зазначити, що найбільшу питому вагу в обсязі капітальних інвестицій підприємств мають вкладення в матеріальні активи (у 2010 р. – 95,57%, у 2016 р. – 96,50%), тоді як вага капітальних інвестицій у нематеріальні активи є незначною та демонструє тенденцію до зниження (у 2010 р. – 4,43%, у 2016 р. – 3,50%).

Також слід зазначити, що в результаті погіршення фінансово-економічного стану підприємств та обмеженості фінансових ресурсів для забезпечення оновлення їх матеріально-технічної бази відбулося загострення проблеми критичного рівня зношеності основних засобів

Таблиця 1

## Динаміка фінансових результатів діяльності підприємств за їх розмірами протягом 2010–2016 рр.

Суб'єкти	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Фінансові результати діяльності підприємств до оподаткування, млн. грн.							
Суб'єкти великого підприємництва	28 471,1	92 572,1	37 182,2	28 003,5	-189 934,1	-145 403,9	61 222,7
Суб'єкти середнього підприємництва	41 581,7	31 090,8	47 742,0	8 390,1	-199 180,3	-91 161,8	32 816,5
Суб'єкти малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва)	-15 647,1	-50 57,3	-9 254,0	-25 057,9	-175 262,4	-111 906,0	-24 151,4
Суб'єкти мікропідприємництва	-13 898,9	-8 708,3	-12 825,5	-25 038,3	-100 967,0	-57 964,7	-34 639,9
Чистий прибуток (збиток) підприємств (сальдо), млн. грн.							
Суб'єкти великого підприємництва	2 825,0	59 146,9	15 203,6	8 148,9	-204 546,2	-152 552,4	46 850,0
Суб'єкти середнього підприємництва	30 742,5	19 244,6	34 612,0	-1 567,7	-206 223,2	-102 769,2	15 061,8
Суб'єкти малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва)	-19 661,4	-10 593,6	-14 748,3	-29 420,9	-179 297,5	-118 194,4	-32 206,8
Суб'єкти мікропідприємництва	-15 153,3	-10 542,7	-14 538,7	-26 561,4	-102 300,7	-60 119,0	-37 341,4
Питома вага підприємств, фінансовим результатом діяльності яких є прибуток, %							
Суб'єкти великого підприємництва	65,0	68,1	68,7	67,7	49,4	56,2	65,8
Суб'єкти середнього підприємництва	61,6	64,1	64,3	63,7	61,4	70,6	75,5
Суб'єкти малого підприємництва (з урахуванням мікропідприємництва)	57,0	63,5	63,0	65,0	65,7	73,5	72,8
Суб'єкти мікропідприємництва	56,9	63,7	62,9	65,2	66,1	73,3	71,9

Джерело: сформовано на основі даних джерела [9]

підприємств. Так, станом на кінець 2014 р. рівень зазначеного показника досяг досить катастрофічного значення, а саме 83,5%. Проте у 2015–2016 рр. спостерігається покращення ситуації, коли коефіцієнт зносу склав 60,1% та 58,1% відповідно. На основі проведеного аналізу щодо рівня зношеності основних фондів у галузевому розрізі є підстави стверджувати, що зниження загального коефіцієнта зносу основних засобів сталося в результаті зменшення заданого показника в галузі «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» з 97,9% у 2014 р. до 51,7% у 2015 р. Однак ці зміни здебільшого обумовлені переоцінкою основних засобів залізничного транспорту, а не покращенням стану техніко-технологічної бази підприємств.

У цих умовах великого значення набуває створення умов для активізації інноваційної активності промислових підприємств, що дасть змогу забезпечити інноваційно-технологічну модернізацію промислово-виробничих потужностей та сформувати базис для розвитку високотехнологічних конкурентоспроможних виробництв. Проте останніми роками відбулося значне скорочення кількості інноваційно активних суб'єктів підприємства. Так, кількість підприємств, що впроваджували інновації, знизилася з 1 218 у 2010 р. до 735 у 2016 р. Як наслідок, відбувалося постійне скорочення обсягу реалізації інноваційної продукції, значення якого у 2015 р. досягло 23,1 млрд. грн., що нижче аналогічного показника 2010 р. на 31,5%, або 10,6 млрд. грн. Відповідно, значно зменшилась питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації промислової продукції з 3,8% у 2010 р. до 1,4% у 2015 р. Обсяг експорту інноваційної продукції знизився з 13,7 млрд. грн. до 10,8 млрд. грн.

Також слід звернути увагу на те, що триває погіршення структури фінансування інноваційної діяльності підприємств (рис. 1). Так, основним джерелом фінансування залишаються власні кошти підприємств, частка яких у 2016 р. значно зросла і становила 94,9% загального обсягу інноваційних витрат (у 2010 р. – 59,3%). Фінансова підтримка держави залишається на неприпустимо низькому рівні, а саме 0,8%; 0,4% складають кошти державного та місцевого бюджетів. У результаті впливу кризових явищ, що характерні для сучасної економічної ситуації, та погіршення інвестиційної привабливості національ-

ної економіки відбувалося зниження питомої ваги отриманих коштів від вітчизняних та іноземних інвесторів, яка у 2016 р. склала 0,7% від загального обсягу фінансування інноваційної діяльності (у 2010 р. – 0,4% та 30,0%). За рахунок кредитних коштів у 2016 р. профінансовано 2,7% інноваційних витрат (у 2010 р. – 7,8%). Питома вага коштів, отриманих з інших джерел фінансування, склала 0,5% (у 2010 р. – 1,3%).

Дослідження проблем розвитку малого та середнього підприємництва в Україні дало змогу зробити висновок, що під тиском факторів несприятливого бізнес-середовища функціонування підприємств відбувається загострення внутрішньої проблематики їх діяльності. Тому варто виділити сукупність основних та супутніх факторів макро- й мікрооточення, що здійснюють деструктивний вплив на функціонування малих та середніх підприємств і виступають бар'єрами забезпечення їх ефективного розвитку (рис. 2). До найбільш вагомих факторів макрооточення суб'єктів малого та середнього підприємства доцільно віднести такі з них.

1) *Нестабільність економічної та політичної ситуації в країні*, що викликано дією таких супутніх факторів, як, зокрема, загострення міждержавних конфліктів та погіршення взаємовідносин із сусідніми країнами; погіршення рівня суспільної довіри громадян до державних органів влади та політичних інститутів; поглиблення кризових явищ у національній економіці; бюрократичний характер системи державного управління; загострення проблеми державних боргових запозичень; зниження реальної купівельної спроможності населення; сировинний характер зовнішньоекономічної діяльності держави; високий рівень боргового навантаження домогосподарств; загострення проблеми закорумпованості суспільних взаємовідносин; підвищення волатильності національної валюти; погіршення курсових та інфляційних очікувань; зниження інвестиційного та кредитного рейтингів української держави.

2) *Недосконалість державної регуляторної політики у сфері малого та середнього підприємництва*, що зумовлено низьким рівнем відповідності національного законодавства європейським директивам; ускладненою системою бухгалтерського та податкового обліку і фінансової звітності підприємств; складністю процесу державної реєстрації підприємств і недосконалістю процедури їх

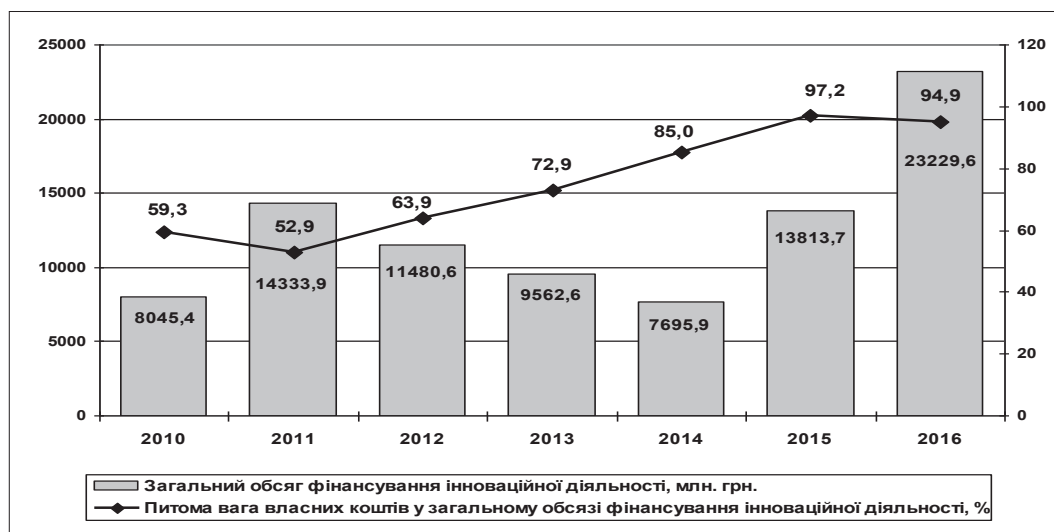


Рис. 1. Динаміка питомої ваги власних коштів підприємств у загальному обсязі фінансування інноваційної діяльності протягом 2010–2016 рр.

**Фактори макроточення**

- складність отримання державних субсидій та дотацій малими та середніми підприємствами	- відсутність єдиної інформаційної бази щодо джерел отримання фінансово-кредитних ресурсів	- вузький спектр інформаційно-консультативних послуг діючих національних платформ розвитку малого та середнього підприємництва	- декларативний характер реалізації інструментів державної підтримки розвитку малих та середніх підприємств
- високі відсоткові ставки за кредитними угодами	- складність отримання довгострокових кредитів підприємствами	- відсутність тісної взаємодії державних установ та професійних об'єднань суб'єктів підприємницького сектору	- недосконалість механізму оподаткування
- низький рівень розвитку системи пільгового кредитування підприємств	- підвищення рівня ризику кредитних операцій	- недостатній рівень територіальної розгалуженості системи державних інституцій підтримки розвитку малих та середніх підприємств	- використання формалізованого підходу до виконання завдань, визначених програмами та стратегіями розвитку малого та середнього підприємництва
- посилення кредитних вимог стосовно застави за кредитом та обмежень, які висуваються до претендентів на отримання кредитних коштів	- обмеженість застосування державних гарантій при залученні кредитних та інвестиційних ресурсів підприємствами	- низький рівень інституційної зрілості професійних організацій підтримки розвитку малого та середнього підприємництва	- складність доступу малих та середніх підприємств до державного замовлення
<b>Обмеженість доступу малих та середніх підприємств до фінансово-кредитних ресурсів</b>		<b>Низький рівень інформаційно-консультативного та комунікативного забезпечення малих та середніх підприємств</b>	
- зниження інвестиційного та кредитного рейтингів української держави	- погіршення курсових та інфляційних очікувань	- дублювання функцій управління державними органами виконавчої влади	<b>Низька ступінь державної підтримки і стимулювання розвитку малих та середніх підприємств</b>
- загострення проблеми закорумпованості суспільних взаємовідносин	- підвищення волатильності національної валюти	- надмірний адміністративний тиск на діяльність підприємств	- складність та неоднозначність національного законодавства
- сировинний характер зовнішньоекономічної діяльності держави	- високий рівень боргового навантаження домогосподарств	- обтяжливий характер діючої податкової системи	- швидкі темпи внесення змін до діючого законодавства
- загострення проблеми державних боргових запозичень	- зниження реальної купівельної спроможності населення	- недосконалість процедури банкрутства підприємств	- недосконалість національної судової системи
- поглиблення кризових явищ у національній економіці	- бюрократичний характер системи державного управління	- низький рівень відповідності національного законодавства європейським директивам	- складність процесу державної реєстрації підприємств
- загострення міждержавних конфліктів та погіршення взаємовідносин з сусідніми країнами	- погіршення рівня суспільної довіри громадян до державних органів влади та політичних інститутів		- ускладнена система бухгалтерського та податкового обліку і фінансової звітності підприємств
<b>Нестабільність економічної та політичної ситуації в країні</b>		<b>Недосконалість державної регуляторної політики у сфері малого та середнього підприємництва</b>	

**ДЕСТРУКТИВНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

<b>Відсутність ефективного управління бізнес-процесами на малих та середніх підприємствах</b>		<b>Дефіцит власних обігових коштів малих та середніх підприємств</b>		<b>Погіршення динаміки інвестиційного забезпечення малих та середніх підприємств</b>	
- недосконалість організаційної структури підприємств	- відсутність необхідного досвіду щодо провадження успішної підприємницької діяльності	- погіршення фінансово-економічного становища підприємств	- зниження обсягів виробництва та реалізації продукції підприємствами	- загострення проблеми збитковості та неплатоспроможності підприємств	- зниження інвестиційного рейтингу вітчизняних підприємств
- відсутність якісної практики формалізації, аналізу та оптимізації бізнес-процесів	- низький рівень корпоративної культури та соціального захисту працівників підприємств	- зростання витрат на оплату праці в частині оподаткування та соціального страхування	- високі витрати на оплату праці в частині оподаткування та соціального страхування	- погіршення довіри інвесторів до українських підприємств	- низький рівень довіри підприємств до фінансово-кредитних установ
- відсутність чіткої постановки стратегічних цілей розвитку та визначення завдань щодо їх досягнення	- недостатній рівень практичного досвіду фахівців	- високі витрати на оплату праці в частині оподаткування та соціального страхування	- високі витрати на оплату праці в частині оподаткування та соціального страхування	- погіршення довіри інвесторів до українських підприємств	- низький рівень довіри підприємств до фінансово-кредитних установ
- низька якість підготовки та перепідготовки кадрів	- відсутність дієвої мотиваційної системи працівників	- підвищення цін на сировину та матеріали постачальниками	- підвищення цін на сировину та матеріали постачальниками	- погіршення довіри інвесторів до українських підприємств	- складність доступу до грантів та пільгового кредитування, передбачених міжнародними програмами підтримки розвитку малого та середнього підприємництва
- низький рівень комунікаційних взаємозв'язків керівного складу та працівників нижчої ланки	- низький рівень підприємницької культури та бізнес-етики господарювання	- неефективна амортизаційна політика підприємств	- неефективна амортизаційна політика підприємств	- погіршення довіри інвесторів до українських підприємств	- складність доступу до грантів та пільгового кредитування, передбачених міжнародними програмами підтримки розвитку малого та середнього підприємництва
<b>Критичний рівень інноваційного розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва</b>		<b>Низький рівень економічної безпеки малих та середніх підприємств</b>		<b>Погіршення перспектив реалізації експортного потенціалу малих та середніх підприємств</b>	
- катастрофічна зношеність техніко-технологічної бази підприємств і високий рівень витрат на її обслуговування	- відсутність дієвої співпраці науково-дослідних установ, освітньої спільноти і суб'єктів малого та середнього бізнесу	- загострення проблеми рейдерства та захисту прав власності підприємств	- загострення проблеми рейдерства та захисту прав власності підприємств	- низький рівень виробництва вітчизняних підприємств	- низький техніко-технологічний рівень виробництва вітчизняних підприємств
- критичний стан впровадження інноваційних досягнень у сфері високотехнологічного виробництва	- зниження інноваційної активності та погіршення динаміки інноваційних витрат підприємств	- погіршення інформаційної безпеки підприємств	- погіршення інформаційної безпеки підприємств	- погіршення динаміки виробництва вітчизняних підприємств	- критична доля високотехнологічних конкурентоспроможних виробництв
- обмеженість доступу підприємств до інформації щодо технологічних інновацій	- обмеженість власних фінансових ресурсів	- погіршення системи протидії кібератакам та кібертероризму в інформаційному просторі	- погіршення системи протидії кібератакам та кібертероризму в інформаційному просторі	- погіршення динаміки виробництва вітчизняних підприємств	- високий рівень собівартості та ціни продукції вітчизняних підприємств
- низький рівень впровадження сучасних інформаційних технологій	- зниження питомої ваги капітальних інвестицій у нематеріальні активи	- зниження рівня безпеки безготівкових фінансових операцій підприємств	- зниження рівня безпеки безготівкових фінансових операцій підприємств	- погіршення динаміки виробництва вітчизняних підприємств	- високий рівень собівартості та ціни продукції вітчизняних підприємств
	- значне скорочення життєвого циклу інноваційної продукції			- погіршення динаміки виробництва вітчизняних підприємств	- загострення проблеми сировинно-орієнтованої зовнішньоекономічної діяльності підприємств

**Фактори мікроточення**

Рис. 2. Систематизація деструктивних факторів розвитку малого та середнього підприємництва

Джерело: авторська розробка



банкрутства; обтяжливим характером чинної податкової системи і недосконалістю національної судової системи; надмірним адміністративним тиском на діяльність підприємств; швидкими темпами внесення змін до чинного законодавства, його складністю та неоднозначністю; дублюванням функцій управління державними органами виконавчої влади тощо.

3) *Обмеженість доступу малих та середніх підприємств до фінансово-кредитних ресурсів*, що обумовлено впливом таких супутніх факторів, як, зокрема, посилення кредитних вимог стосовно застави за кредитом та обмежень, які висуваються до претендентів на отримання кредитних коштів; обмеженість застосування державних гарантій під час залучення кредитних та інвестиційних ресурсів підприємствами; складність отримання державних субсидій та дотацій малими та середніми підприємствами; низький рівень розвитку системи пільгового кредитування підприємств; високі відсоткові ставки за кредитними угодами; складність отримання довгострокових кредитів підприємствами; підвищення рівня ризику кредитних операцій; відсутність єдиної інформаційної бази щодо джерел отримання фінансово-кредитних ресурсів малими та середніми підприємствами тощо.

4) *Низький рівень інформаційно-консультативного та комунікативного забезпечення малих та середніх підприємств*, що стало результатом дії низького рівня інституціональної зрілості професійних організацій підтримки розвитку малого та середнього підприємництва; недостатнього рівня територіальної розгалуженості системи державних інституцій підтримки розвитку малих та середніх підприємств; відсутності тісної взаємодії державних установ та професійних об'єднань суб'єктів підприємницького сектору; вузького спектру інформаційно-консультативних послуг діючих національних платформ розвитку малого та середнього підприємництва та інших факторів.

5) *Низький ступінь державної підтримки і стимулювання розвитку малих та середніх підприємств*, що спричинено використанням формалізованого підходу до виконання завдань, визначених програмами та стратегіями розвитку малого та середнього підприємництва; декларативним характером реалізації інструментів державної підтримки розвитку малих та середніх підприємств; низьким рівнем використання механізму державно-приватного партнерства; складністю доступу малих та середніх підприємств до державного замовлення; недосконалістю механізму пільгового оподаткування тощо.

Серед найбільш впливових деструктивних факторів мікрооточення малих та середніх підприємств визначено такі.

1) *Відсутність ефективного управління бізнес-процесами на малих та середніх підприємствах*, що зумовлено дією таких супутніх факторів, як, зокрема, недосконалість організаційної структури підприємств; відсутність якісної практики формалізації, аналізу та оптимізації бізнес-процесів; відсутність необхідного досвіду щодо провадження успішної підприємницької діяльності; низький рівень корпоративної культури та соціального захисту працівників підприємств; відсутність чіткої постановки стратегічних цілей розвитку підприємств та визначення завдань щодо їх досягнення; недостатній рівень практичного досвіду фахівців; низька якість підготовки та перепідготовки кадрів; відсутність дієвої мотиваційної системи працівників на підприємствах; низький рівень комунікаційних взаємозв'язків керівного складу та працівників нижчої ланки; низький рівень підприємницької культури та бізнес-етики господарювання.

2) *Дефіцит власних обігових коштів малих та середніх підприємств*, що виник в результаті впливу таких факторів, як, зокрема, зниження обсягів виробництва та реалізації продукції підприємствами; погіршення фінансово-економічного становища підприємств; зростання витрат на оплату праці, зокрема щодо оподаткування та соціального страхування; високий рівень ресурсомісткості та енергомісткості виробництва; підвищення цін на сировину та матеріали постачальниками; неефективна амортизаційна політика підприємств.

3) *Погіршення динаміки інвестиційного забезпечення малих та середніх підприємств*, що викликано загостренням проблеми збитковості та неплатоспроможності підприємств; зниженням інвестиційного рейтингу вітчизняних підприємств; погіршенням довіри інвесторів до українських підприємств; низьким рівнем довіри підприємств до фінансово-кредитних установ; складністю доступу до грантів та пільгового кредитування, передбачених міжнародними програмами розвитку малого та середнього підприємництва тощо.

4) *Критичний рівень інноваційного розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва*, що стало результатом дії таких факторів, як, зокрема, катастрофічна зношеність техніко-технологічної бази підприємств і високий рівень витрат на її обслуговування; відсутність дієвої співпраці науково-дослідних установ, освітньої спільноти і суб'єктів малого та середнього бізнесу; критичний стан впровадження інноваційних досягнень у сферу високотехнологічного виробництва; значне скорочення життєвого циклу інноваційної продукції; обмеженість власних фінансових ресурсів підприємств; зниження питомої ваги капітальних інвестицій у нематеріальні активи; обмеженість доступу підприємств до інформації щодо технологічних інновацій; низький рівень впровадження сучасних інформаційних технологій; зниження інноваційної активності підприємств та погіршення динаміки їх інноваційних витрат.

5) *Низький рівень економічної безпеки малих та середніх підприємств*, що обумовлено впливом таких супутніх факторів, як, зокрема, загострення проблеми рейдерства та захисту прав власності підприємств; погіршення інформаційної безпеки підприємств; погіршення системи протидії кібератакам та кібертероризму в інформаційному просторі; зниження рівня безпеки безготівкових фінансових операцій.

6) *Погіршення перспектив реалізації експортного потенціалу малих та середніх підприємств*, що зумовлено низьким техніко-технологічним рівнем виробництва вітчизняних підприємств; критичною часткою високотехнологічних конкурентоспроможних виробництв; високим рівнем собівартості та ціни продукції вітчизняних підприємств; загостренням проблеми сировинно-орієнтованої зовнішньоекономічної діяльності підприємств тощо.

**Висновки.** Таким чином, варто наголосити на тому, що деструктивний характер діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва обумовлений насамперед впливом факторів несприятливого макрооточення підприємств, що є результатом реалізації неефективної державної політики у сфері розвитку малих та середніх підприємств. Це визначає потребу проведення системного аналізу державної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва в Україні задля оцінювання стану життя запланованих заходів держави щодо формування сприятливого бізнес-середовища та визначення результативності їх реалізації, що обумовлює подальше спрямування наукового дослідження.



**Список використаних джерел:**

1. Беззубова М. Регулювання розвитку малого і середнього бізнесу в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України». Київ, 2010. 22 с.
2. Дикань В. Украина в глобальной миросистеме: особенности и последствия государственной экономической политики. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 59. С. 9–18.
3. Дикань О. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 57. С. 58–66.
4. Донець О. Кредитування малого і середнього бізнесу: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.08; Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь, 2017. 259 с.
5. Клепанчук О. Податкове регулювання малого бізнесу в трансформаційній економіці України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03; Львівський торговельно-економічний університет Центральної спілки споживчих товариств України. Львів, 2017. 25 с.
6. Мареніченко В. Механізми реалізації державного регулювання якісного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні: дис. ... канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02; Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. Дніпро, 2017. 255 с.
7. Талан Г. Організаційно-економічне забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу в системі регуляторної політики України: дис. ... канд. наук з держ. упр.: спец. 08.00.03; Донецький державний університет управління. Донецьк, 2014. 199 с.
8. Шраменко О. Удосконалення державного регулювання підприємницької діяльності на основі розвитку інформатизації економічних систем. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. Вип. 59. С. 32–37.
9. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за 2016 рік: стат. зб. // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ДЕСТРУКТИВНЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ  
МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ**

**Аннотация.** В статье проведен основательный анализ деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, что позволило определить основные проблемы их функционирования. Установлено, что в результате воздействия ряда факторов неблагоприятной бизнес-среды происходило обострение внутренней проблематики деятельности малых и средних предприятий. Определены основные и сопутствующие факторы макро- и микроокружения, осуществляющие наиболее весомое деструктивное влияние на развитие малого и среднего предпринимательства.

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство, деструктивные факторы, макроокружение, микроокружение, экономический рост.

**SYSTEMIZATION OF DESTRUCTION FACTORS  
FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT IN UKRAINE**

**Summary.** In the article the author conducted an analysis of the activities of small and medium enterprises, which allowed identifying the main problems of their functioning. It was established that there was an aggravation of the internal problems of small and medium enterprises activity due to the influence of a number of factors of the unfavorable business environment. The main and concomitant factors of macro- and microenvironment, which have the most significant destructive influence on the development of small and medium entrepreneurship, are determined.

**Key words:** small and medium entrepreneurship, destructive factors, macro environment, microenvironment, economic growth.

**Marek K.**

*Prof. JUDr., CSc.*

*Vedúci Katedry občianskeho práva a pracovného práva  
Fakulty právnych a správnych štúdií  
Vysoké školy finanční a správní, a. s., v Prahe*

**Cisko L.**

*JUDr., PhD.*

*Odborný asistent Katedry administratívneho, finančného a informačného práva  
Právnickej fakulty Užhorodskej Národnej Univerzity v Užhorode*

**Marek K.**

*Prof. JUDr., CSc.*

*Head of the Department of Civil Law and Labor Law  
Faculty of Law and Administrative Studies  
University of Finance and Administration, a. s., in Prague*

**Cisko L.**

*JUDr., PhD.*

*Assistant professor of Department of Administrative, Financial and Informative Law  
Faculty of Law Uzhhorod National University in Uzhhorod*

## ZMENY ZADÁVANIA VEREJNÝCH ZÁKAZIEK V ČESKEJ REPUBLIKE A SLOVENSKEJ REPUBLIKE

**Anotácia.** Na základe verejných zákaziek získavajú dodávatelia možnosť vykonávať rozsiahle dodávky. Realizuje sa tu značná časť spoločensky disponibilných prostriedkov. Na základe verejných zákaziek vznikajú relatívne stabilné obchodné vzťahy so zabezpečeným financovaním. Pre podnikateľa, ktorý zákazku získa, je minimalizované riziko, že za ním poskytnuté plnenie nedostane dohodnutú odplatu. K tomu, aby pri získavaní týchto zákaziek bolo postupované transparentne a nediskriminačne, sa snažia prispieť i nové smernice Európskej únie a na nich nadväzujúca národná úprava. V príspevku ide o pojednanie o novej úprave. Ide najmä o zistenie skutočností, či možno zákazky zadávať menej formálnym spôsobom a či sa tu rozširuje elektronizácia zadávania.

**Kľúčové slová:** zadávanie verejných zákaziek, verejná zmluva, dodávky, obchodné vzťahy, právo Európskej únie, hospodárstvo.

**1. Úvod.** Zadávanie verejných zákaziek je proces, ktorý je často – podľa zákonnej úpravy – nutné uskutočniť, a ktorý ústi do uzavretia zmluvy. Vzhľadom k tomu, že od 1. 11. 2016 je v Českej republike účinný zákon č. 134/2016 Sb., ktorý verejnú zákazku upravuje (je účinný ako celok; na strane niektorých ustanovení podľa jeho § 279 nastane účinnosť neskôr) a zákon č. 135/2016 Sb., ktorým sa menia niektoré zákony v súvislosti s prijatím zákona o zadávaní verejných zákaziek, je vhodné tejto tématike aktuálne venovať nasledujúce riadky. Je to z toho dôvodu, že rad osôb sa bežne stáva osobou činnou v obstarávaní procese a na strane ďalších osôb sa tak môže v budúcnosti stať aspoň ad hoc alebo s týmito osobami môžu spolupracovať.

V príspevku ide o pojednanie o novej úprave. Ide najmä o zistenie skutočností, či možno zákazky zadávať menej formálnym spôsobom a či sa tu rozširuje elektronizácia zadávania.

Na základe verejných zákaziek získavajú dodávatelia možnosť vykonávať rozsiahle dodávky. Realizuje sa tu značná časť spoločensky disponibilných prostriedkov. „Na základe verejných zákaziek vznikajú relatívne stabilné obchodné vzťahy so zabezpečeným financovaním. Pre podnikateľa, ktorý zákazku získa, je minimalizované riziko, že za ním poskytnuté plnenie nedostane dohodnutú odplatu“ [1]. K tomu, aby pri získavaní týchto zákaziek bolo postupované transparentne a nediskriminačne, sa snažia prispieť i nové smernice Európskej únie a na nich nadväzujúca národná úprava.

Nová česká právna úprava zapracováva príslušné predpisy Európskej únie [2] a určuje

a) pravidlá pre zadávanie verejných zákaziek, vrátane osobitných postupov predchádzajúcich ich zadaniu,

b) povinnosti dodávateľov pri zadávaní verejných zákaziek a pri osobitných postupoch predchádzajúcich ich zadaniu,

c) uverejňovanie informácií o verejných zákazkách,

d) osobitné podmienky fakturácie za plnenie verejných zákaziek,

e) osobitné dôvody pre ukončenie záväzkov zo zmlúv na verejné zákazky,

f) informačný systém o verejných zákazkách,

g) systém kvalifikovaných dodávateľov,

h) systém certifikovaných dodávateľov,

i) dozor nad dodržiavaním tohto zákona.

V porovnaní s českou úpravou bola slovenská právna úprava prijatá o niečo skôr. Do účinnosti vstúpil už 18. 4. 2016 zákon č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov (aktuálne sedemkrát novelizovaný), ktorý samozrejme zapracováva rovnaké predpisy Európskej únie, avšak v úvodnom ustanovení len veľmi stručne popisuje rozsah úpravy: zadávanie zákaziek na dodanie tovaru, zákaziek na stavebné práce, zákaziek na poskytnutie služieb, súťaž návrhov, zadávanie koncesií na stavebné práce a zadávanie koncesií na služby. Zatiaľčo česká právna úprava je dosť členitá (zákon má 279 paragrafov, pätnásť častí, pri niektorých ďalej delený na hlavy a prípadne i diely), slovenská právna úprava je v tomto ohľade o niečo menej štruktúrovaná (zákon má 193 paragrafov, sedem častí, pri niektorých ďalej tiež delený na hlavy), na druhej strane však sú jednotlivé slovenské ustanovenia zákona rozsiahlejšie.

**2. Použité metódy spracovania, východiská a pojmy.** K spracovaniu bola použitá najmä metóda analytická a kompa-

ratívna. Pri zadávaní verejných zákaziek ide o to, aby v rámci súťaže boli vybrané tie dodávky, ktoré budú mať najpriaznivejšie ceny a parametre. Je však pritom nutné zohľadniť i tú skutočnosť, že priebeh zadávania vyžaduje i vynaloženie určitých nákladov. Pritom ide o to, aby boli náklady čo najnižšie, proces zadávania čo najrýchlejší a pre zadávateľa vhodný jeho podmienkam. Možno teda zrejme vítať, že nová je v právnej úprave najmä skutočnosť, že si zadávateľ môže sám rozvrhnúť priebeh zadávacieho konania od otvárania obálok s ponukami [3]. Môže vykonať posúdenie splnenia podmienok účasti v zadávacom konaní pred hodnotením ponúk alebo až po hodnotení ponúk [4].

Nie je stanovené poradie jednotlivých úkonov pre výber vybraného dodávateľa od ukončenia otvárania obálok až do uzavretia zmluvy. Záleží len na zadávateľovi, aký zvolí konkrétny postup pre priebeh zadávacieho konania (viď § 39), ktorý transparentne zaznamená a splní všetky povinnosti, ktoré sa ku konečnému výberu vybraného dodávateľa a uzavretiu zmluvy viažu.

Uvedené kroky pre posudzovanie splnenia podmienok účasti v konaní a hodnotení ponúk môžu byť vykonané v akomkoľvek poradí alebo dohromady, konkrétne poradie úkonov v konaní nie je regulované. Výsledkom zadávacieho konania je správa o hodnotení ponúk, uzavretá zmluva s vybraným dodávateľom a písomná správa zadávateľa. Konkrétny postup v konaní si zadávatelia môžu zvoliť podľa toho, ako bude vyhovovať jednotlivým zadávateľom a ich interným postupom, prípadne si môžu upraviť svoje interné postupy pre zadávanie zákazky tak, aby maximálne využili možnosti novej úpravy.

Takto môže byť zásadne znížená administratívna náročnosť zadávacieho konania, pretože nebude nevyhnutné podrobne posudzovať ponuky účastníkov zadávacieho konania, ktorí sa nestali vybraným dodávateľom. Podľa nášho súdu ide o vhodné riešenie.

Zadávateľovi však nič nebráni ani v tom, aby postupoval tak, ako bolo stanovené v predchádzajúcej právnej úprave, teda najskôr posúdil splnenie kvalifikácie a obsah ponúk, účastníkov, ktorých ponuka nespĺnila zadávacie podmienky vylúčil a až potom pristúpil k hodnoteniu ponúk a výberu dodávateľa.

Zákon o verejných zákazkách v Českej republike tiež upravuje tzv. „Reverznú súťaž“, kedy sa hodnotí najprv ponuka a splnenie požiadaviek pre predmet zákazky a následne na to sa hodnotí ešte len splnenie podmienok účasti. Oproti českej právnej úprave však v Slovenskej republike treba vždy vyhodnotiť splnenie podmienok účasti na strane uchádzačov, ktorí sa umiestnili na prvom až treťom mieste v poradí.

Zadaním verejnej zákazky sa podľa zákona pre jeho účely rozumie uzavretie odplatnej zmluvy medzi zadávateľom a dodávateľom, z ktorej vyplýva povinnosť dodávateľa poskytnúť dodávky, služby alebo stavebné práce.

Za zadanie verejnej zákazky (ďalej len „ZVZ“) sa nepovažuje uzavretie zmluvy, ktorou sa zakladá pracovnoprávny alebo iný obdobný vzťah alebo zmluvy upravujúce spoluprácu zadávateľa pri zadávaní verejnej zákazky podľa príslušného ustanovenia zákona.

Verejnou zákazkou (ďalej len „VZ“) je VZ na dodávky, VZ na služby, VZ na stavebné práce, koncesie na služby a koncesie na stavebné práce.

Slovenská republika používa pojem verejné obstarávanie, pričom legálne definuje tento pojem ako pravidlá a postupy podľa príslušného zákona, ktorými sa zadávajú zákazky, koncesie a súťaže návrhov. Zákazkou je odplatná zmluva uzavretá medzi jedným alebo viacerými zadávateľmi na jednej strane a jedným alebo niekoľkými úspešnými uchádzačmi na strane druhej, ktorej predmetom je dodanie tovaru, uskutočnenie stavebných prác alebo poskytnutie služby.

Verejné zákazky vrátane koncesií sú dnes upravené spoločne (tak tomu bolo už skôr v Slovenskej republike) v zákone č. 134/2016 Sb. To považujeme za správne.

Druhmi zadávacieho konania sa pre účely zákona rozumejú:

- a) zjednodušené podlimitné konanie,
- b) otvorené konanie,
- c) užšie konanie,
- d) rokovacie konanie so zverejnením,
- e) rokovacie konanie bez zverejnenia,
- f) konanie súťažným dialógom,
- g) konanie o inovačnom partnerstve,
- h) koncesné konanie, alebo
- i) konanie pre zadanie verejnej zákazky v zjednodušenom režime.

Zákon rozlišuje zadávateľov na verejných zadávateľov, dotovaných zadávateľov, sektorových zadávateľov a iné zadávajúce osoby. V Slovenskej republike sa osoby, ktoré musia postupovať podľa zákona, rozdeľujú na zadávateľa – obstarávateľa (tzv. klasický sektor), zadávateľa pôsobiaceho v tzv. vybraných odvetviach a dotovaného zadávateľa (tzv. ad hoc zadávateľa).

Verejným zadávateľom je:

- a) Česká republika; v prípade Českej republiky sa organizačné zložky štátu považujú za samostatných zadávateľov,
- b) Česká národná banka,
- c) štátna príspevková organizácia,
- d) územný samosprávny celok alebo jeho príspevková organizácia,
- e) iná právnická osoba, ak

1. bola založená alebo zriadená za účelom uspokojovania potrieb verejného záujmu, ktoré nemajú priemyselnú alebo obchodnú povahu, a

2. iný verejný zadávateľ ju prevažne financuje, môže v nej uplatňovať rozhodujúci vplyv alebo menuje alebo volí viac než polovicu členov v jej štatutárnom orgáne alebo kontrolnom orgáne.

Slovenská právna úprava je pomerne odlišná (napríklad Národná banka Slovenska nie je uvedená samostatne, ako je tomu v úprave Českej republiky, ale zákonodarca ju podriadil pod osoby verejného práva, teda pod vyššie uvedené osoby písmena e); avšak obe definície verejného zadávateľa / obstarávateľa spĺňajú efekt utile smernice, ktorú výrazne dopĺňa judikatúra Súdneho dvora Európskeho únie [5].

Dotovaným zadávateľom je osoba, ktorá k úhrade nadlimitnej alebo podlimitnej verejnej zákazky použije viac než 200 000 000 Kč (táto podmienka finančného limitu absentuje v právnej úprave Slovenskej republiky) alebo viac než 50 % peňažných prostriedkov, poskytnutých z

- a) rozpočtu verejného zadávateľa,
- b) rozpočtu Európskej únie alebo verejného rozpočtu cudzieho štátu s výnimkou prípadov, kedy je verejná zákazka plnená mimo územia Európskej únie.

Ďalšiu skupinu zadávateľov tvoria tzv. sektoroví (tiež niekedy nazývaní sieťoví alebo odvetvoví) zadávatelia. Títo zadávatelia sú zákonom vymedzení (viď § 151 zákona) vrátane sektorových koncesií (viď § 176 zákona).

Pre porovnanie, v slovenskom zákone je samostatne upravený postup nadobúdania tovaru, služieb alebo stavebných prác pre nadlimitné zákazky verejného obstarávateľa a samostatne pre obstarávateľa (tzv. sektorového zadávateľa). Podlimitné zákazky zákon upravuje iba pokiaľ ide o obstarávateľa. Úprava je teda rozdelená do samostatných celkov v závislosti na druhu zadávateľa, nie druhu zákazky.

Pokiaľ verejný, dotovaný či sektorový zadávateľ zahájí zadávacie konanie, aj keď k tomu nebol povinný, je povinný vo vzťahu k zadávanej verejnej zákazke dodržiavať zákon. Za zadávateľa sa považuje tiež iná osoba, ktorá zahájila zadáva-

cie konanie, hoci k tomu nebola povinná, a to i vo vzťahu k tomuto zadávaciemu konaniu a do jeho ukončenia.

V nadväznosti na definovanie zadávateľov určuje zákon i dodávateľa a následne zásady zadávania. Dodávateľom sa rozumie osoba, ktorá ponúka poskytnutie dodávok, služieb alebo stavebných prác alebo viac týchto osôb spoločne. Za dodávateľa sa považuje i pobočka závodu; v takom prípade sa za sídlo dodávateľa považuje sídlo pobočky závodu.

Právna úprava Slovenskej republiky rozoznáva dodávateľa podľa toho, v akej fáze sa zúčastňuje verejných zákaziek. Najvšeobecnejším pojmom je pojem hospodársko-ekonomický subjekt, ktorý znamená fyzickú osobu, právnickú osobu alebo skupinu týchto osôb, ktorá na trh dodáva tovar, uskutočňuje stavebné práce alebo poskytuje služby. Ak už má záujem o účasť vo verejných zákazkách (stačí potenciálna), preklasifikuje sa na záujemcu. Pokiaľ hospodársky subjekt predloží ponuku (akúkoľvek, trebárs i neplatnú), stáva sa z neho uchádzač. Podľa uvedenej charakteristiky subjektu sa na dodávateľa vzťahujú rôzne práva a povinnosti v zmysle zákona. Zákon o verejných zákazkách definuje i pojem subdávateľ, a to ako hospodársky subjekt, ktorý uzavrie alebo uzavrel s úspešným uchádzačom písomnú odplatnú zmluvu na plnenie určitej časti zákazky alebo koncesie.

Zadávateľ pri postupe podľa tohto zákona musí dodržiavať zásady transparentnosti a primeranosti. Vo vzťahu k dodávateľom musí zadávateľ dodržiavať zásadu rovného zaobchádzania a zákaz diskriminácie.

Zadávateľ nesmie obmedzovať účasť v zadávacom konaní tým dodávateľom, ktorí majú sídlo v

a) členskom štáte Európskej únie, Európskom hospodárskom priestore alebo Švajčiarskej konfederácii (ďalej len „členský štát“), alebo

b) inom štáte, ktorý má s Českou republikou alebo s Európskou úniou uzavretú medzinárodnú zmluvu, zaručujúcu prístup dodávateľom z týchto štátov k zadávanej verejnej zákazke.

Zákon ďalej upravuje tzv. centrálné zadávanie. Centrálné zadávanie je potrebné odlišiť od tzv. spoločného zadávania. Centralizované zadávanie sa môže uskutočňovať na všetkých úrovniach, napríklad pre samosprávne celky (kraje, obce či mestské časti a podobne). Zákon vymedzuje dva základné druhy centralizovaného zadávania. Zhodne je tomu tak v Slovenskej republike. V prvom prípade zaobstaráva v zadávacom konaní centrálny zadávateľ dodávky či služby, ktoré následne poskytuje bez navýšenia ceny zadávateľom. Ide o tzv. „nákup na sklad“. Tento postup nie je možné aplikovať pri verejných zákazkách na stavebné práce.

V druhom prípade podstupuje centrálny zadávateľ zadávacie konanie na účet zadávateľov. Tu sa hovorí o tzv. „mandátom nákupe“. To znamená, že zadávatelia splnomocnia centrálného zadávateľa k realizácii zadávacieho konania. V tomto prípade je prípustné, aby centrálny zadávateľ zaobstaral pre zadávateľov tovar, služby i stavebné práce.

Zadávatelia, ktorí zaobstarávajú tovar, služby či stavebné práce prostredníctvom centrálného zadávateľa, sami nepodstupujú zadávacie konanie, ale toto zadávacie konanie podstupuje centrálny zadávateľ namiesto nich. Zodpovednosť za riadny priebeh celého zadávacieho konania nesie teda centrálny zadávateľ.

Zadávatelia uzatvárajú s centrálnym zadávateľom pred zahájením centralizovaného zadávania zmluvu, v ktorej upravia podmienky súvisiace s centralizovaným zadávaním. Túto povinnosť *expressis verbis* napríklad slovenský zákonodarca nezakotvuje. Na druhej strane však bližšie precizuje centrálnu obstarávaciu organizáciu a stanovuje i povinnosť nakupovať prostredníctvom centralizovaného zadávania zákaziek (pri nadlimitných zákazkách, ktorých predmet určí vykonávací predpis Ministerstva vnútra Slovenskej republiky pre verejného zadávateľa – Slovenskú republiku zastúpenú svojimi orgánmi).

Zákon pritom upravuje i tzv. spoločné zadávanie. Zadávatelia môžu verejnú zákazku zadať spoločne. Zadávateľ môže verejnú zákazku zadať tiež spoločne s osobou, ktorá nemá povinnosť postupovať podľa tohto zákona. Pred zahájením zadávacieho konania uzavru osoby, ktoré sa budú zúčastňovať spoločného zadávania, písomnú zmluvu, ktorá upraví ich vzájomné práva a povinnosti súvisiace so zadávacím konaním a stanoví spôsob konania voči tretím osobám.

Za dodržanie tohto zákona zodpovedajú pri spoločnom zadávaní zúčastnení zadávatelia spoločne s výnimkou úkonov, ktoré vykonáva zúčastnený zadávateľ iba svojim menom a na svoj účet. Ak zadáva verejnú zákazku viac zadávateľov spoločne a aspoň jedna z týchto osôb je zadávateľom podľa práva iného členského štátu, je rozhodným právom pre zadávanie verejnej zákazky a jeho prieskum právo Českej republiky alebo právo takého členského štátu. Rozhodné právo sa určí

a) medzinárodnou zmluvou, alebo

b) dohodou osôb zúčastnených na spoločnom zadávaní, ak sa nepostupuje podľa písmena a).

Ak zadáva verejnú zákazku osoba, ktorú založil alebo zriadil zadávateľ spoločne so zadávateľom so sídlom v inom členskom štáte, dohodnú sa títo zadávatelia, že rozhodným právom pre zadávanie verejnej zákazky a jeho prieskum je právo členského štátu, v ktorom takto založená alebo zriadená osoba

a) má sídlo, alebo

b) vykonáva svoju činnosť.

Český zákon o verejných zákazkách upravuje širší okruh otázok, než upravujú európske smernice. Zatiaľčo zadávacie smernice Európskej únie sú stanovené len pre zákazky (európske zákazky), ktoré dosahujú určené finančné limity – nadlimitné verejné zákazky, česká úprava je orientovaná i na zákazky nižších finančných objemov – podlimitné verejné zákazky a zákazky malého rozsahu (takto je tomu i v niektorých iných štátoch, napríklad i v Slovenskej republike).

Okrem tohto členenia možno rozlišovať verejné zákazky pre oblasť bezpečnosti a obrany. Podľa hodnoty rozdeľuje zákon zákazky na:

– nadlimitné (európske) zákazky sú takými zákazkami, pri ktorých predpokladaná cena verejnej zákazky aspoň dosiahne prahovej hodnoty – čiastky určenej smernicami Európskej únie. Tieto čiastky sú vyjadrené i v zákone. V Slovenskej republike zákon neodkazuje na čiastky určené smernicami Európskej únie, ale na finančné limity, ktoré určuje ústredný orgán pre oblasť verejných zákaziek – Úrad pre verejnú obstarávanie – formou všeobecne záväzných právnych predpisov. Tieto zákazky sa oznamujú v Úradnom vestníku Európskej únie.

– podlimitné zákazky sú potom zákazky, pri ktorých predpokladaná cena takejto zákazky určené limity nedosiahne. Tieto zákazky nie sú upravené zadávacími smernicami Európskej únie. Vzťahuje sa však na nich všeobecná úprava prijatá v Európskej únii (napríklad o nediskriminácii) [6].

– verejné zákazky malého rozsahu (v Slovenskej republike zákazky s nízkou hodnotou). Sú to zákazky do 2 miliónov Kč (bez DPH) pri dodávkach a službách a do 6 miliónov Kč (bez DPH) pri stavebných prácach. Pre tieto zákazky je len zákonom určená povinnosť dodržiavať zásady zákonnej úpravy, t. j. najmä zásady transparentnosti, nediskriminácie, primeranosti. Postup zadávania týchto zákaziek zákon neupravuje, neraz si však takýto postup určuje zadávateľ sám.

– V Slovenskej republike sa horný limit pre zákazky s nízkou hodnotou (a teda i spodný limit pre podlimitné zákazky) odvíja mimo iného od bežnej dostupnosti a je stanovený o niečo zložitejšie. Zákazka malého rozsahu je taká zákazka, ktorej predpokladaná hodnota v priebehu kalendárneho roka alebo počas platnosti zmluvy, ak sa zmluva uzatvára na dlhšie obdobie než jeden kalendárny rok, je nižšia než nasledujúci finančný limit:



a) 15 000 EUR, pokiaľ ide o zákazku na dodanie tovaru bežne dostupného na trhu, okrem potravín, zákazku na stavebné práce bežne dostupné na trhu a zákazku na poskytnutie služby bežne dostupnej na trhu, okrem služby uvedenej v prílohe č. 1 k zákonu – Sociálne služby a iné špeciálne služby,

b) 50 000 EUR, pokiaľ ide o zákazku na dodanie tovaru, okrem potravín podľa písmena c) a zákazku na poskytnutie služby, okrem služby uvedenej v prílohe č. 1 k zákonu, ktoré nie sú zákazkami podľa písmena a),

c) 200 000 EUR, pokiaľ ide o zákazku na dodanie tovaru, ktorým sú potraviny určené pre zariadenia školského stravovania, zariadenia pre seniorov, domovy sociálnych služieb alebo zariadenia podľa špeciálneho predpisu, pokiaľ tieto poskytujú stravovanie, a pokiaľ ide o zákazku na služby uvedené v prílohe č. 1 k zákonu,

d) 150 000 EUR, pokiaľ ide o zákazku na uskutočnenie stavebných prác ktorá nie je zákazkou podľa písmena a).

Pre zákazky s nízkou hodnotou je výrazne znížený formalizmus (napríklad nie je povinná písomná forma pre zmluvy okrem prípadov, kedy to vyžadujú špeciálne predpisy a je výrazne znížená oznamovacia povinnosť). Tieto zákazky nie sú celkom vyňaté z pôsobnosti zákona, zadávateľ je napríklad povinný postupovať tak, aby vynaložené náklady na predmet zákazky boli primerané jeho kvalite a cene a samozrejme je tiež povinný postupovať tak, aby boli zachované základné zásady zadávania verejných zákaziek.

Pre zákazky nadlimitné a podlimitné s prahovou hodnotou do 50 miliónov Kč (bez DPH) možno použiť zjednodušené podlimitné konanie.

Verejné zákazky sa členia i podľa ich druhu. Verejnou zákazkou na dodávky je verejná zákazka, ktorej predmetom je zaobstaranie vecí, zvierat alebo ovládateľných prírodných síl, pokiaľ nie sú súčasťou verejnej zákazky na stavebné práce. Obstaraním sa rozumie najmä kúpa, nájom alebo аренда. Verejnou zákazkou na služby je verejná zákazka, ktorej predmetom je poskytovanie iných činností, než stavebných prác.

Verejnou zákazkou na stavebné práce je verejná zákazka, ktorej predmetom je

a) poskytnutie činnosti uvedenej v oddiele 45 hlavného slovníka jednotného klasifikačného systému pre účely verejných zákaziek podľa priamo použiteľného predpisu Európskej únie [7],

b) zhotovenie stavby, alebo

c) poskytnutie súvisiacich projektových činností, pokiaľ sú zadávané spoločne so stavebnými prácami podľa písmena a) alebo b).

Stavbou je pre účely tohto zákona výsledok stavebných alebo montážnych prác vytvárajúcich jednotný celok, ktorý je sám osebe dostatočný k plneniu hospodárskej alebo technickej funkcie. Bez ohľadu na právnu formu spolupráce medzi zadávateľom a dodávateľom sa za verejnú zákazku na stavebné práce považuje takisto zhotovenie stavby zodpovedajúcej požiadavkám stanoveným zadávateľom, pričom za zodpovedajúce požiadavky stanovené zadávateľom sa považuje stavba, pri ktorej má zadávateľ rozhodujúci vplyv na druh alebo projekt stavby.

Slovenská právna úprava, respektíve definícia zákazky na stavebné práce, legálna definícia stavby a zákazky na dodávku tovaru na rozdiel od českej právnej úpravy (najmä čo sa týka verejnej zákazky na dodávku) takmer doslovne kopíruje znenie smernice Európskeho parlamentu a Rady 2014/24/EU (článok 2 ods. 6 až 8 smernice).

Verejné zákazky, ktoré v sebe zahŕňajú viac druhov verejných zákaziek, sa zadávajú v súlade s pravidlami platnými pre druh verejnej zákazky zodpovedajúcej hlavnému predmetu tejto verejnej zákazky. Ak obsahujú verejné zákazky dodávky i služby a nejedná sa o verejnú zákazku na stavebné práce,

určí sa hlavný predmet podľa časti predmetu verejnej zákazky s vyššou predpokladanou hodnotou. V ostatných prípadoch sa hlavný predmet určí podľa základného účelu verejnej zákazky.

Oproti pôvodnému zákonu a oproti legislatívnej úprave v Českej republike je nový zákon o verejných zákazkách v Slovenskej republike omnoho rozsiahlejší a podrobnejší pri tzv. zmiešaných zákazkách, pričom zachytáva mnoho rôznorodých, v praxi obvyklých i menej obvyklých prípadov zmiešaných zákaziek, tzn. zákaziek s rôznym predmetom plnenia, respektíve zákaziek s (ne)oddeliteľnosťou jednotlivých častí plnenia.

### **3. Právna úprava, diskusia, druhy a priebeh zadávacieho konania**

#### **3.1 Otvorené konanie**

Ide o konanie, ktoré je veľmi transparentné, je však organizačne najnáročnejšie. Zadávateľ vykonáva oznámenie otvoreného konania a oznamuje tak neobmedzenému počtu dodávateľov svoj úmysel zadať verejnú zákazku v tomto zadávacom konaní. V tomto konaní, ktoré umožňuje účasť všetkých uchádzačov, je potom nutné hodnotiť zásadne všetky podané ponuky.

#### **3.2 Užšie konanie**

Tiež v tomto konaní oznamuje zadávateľ neobmedzenému počtu dodávateľov svoj úmysel zadať verejnú zákazku. Dodávateľia prejavujú záujem o realizáciu zákazky a preukazujú svoje kvalifikácie. Zadávateľ stanoví kritériá pre výber z dodávateľov. Podľa naplnenia kritérií vyzýva zadávateľ určených dodávateľov k podaniu ponuky. Výhodou je skutočnosť, že sa napokon hodnotí len určený počet ponúk. Je však dôležité, aby kritériá pre výber boli stanovené vhodne.

Čo sa týka slovenskej právnej úpravy, v tzv. užšej súťaži sa rovnako hodnotia iba ponuky uchádzačov, ktorí preukázali splnenie podmienok účasti. Verejný obstarávateľ a obstarávateľ však môžu navyše, na základe objektívnych a nediskriminačných pravidiel, všeobecne obmedziť počet záujemcov (tak ako je tomu v Českej republike pri zadávaní sektorovej zákazky), ktorých vyzývajú k podaniu ponuky (obstarávateľ najmenej piatich) tak, aby umožnili hospodársku súťaž.

#### **3.3. Rokovacie konanie**

Rozlišujeme rokovacie konanie s uverejnením a rokovacie konanie bez uverejnenia (v slovenskej právnej úprave tzv. priame). Tieto konania sú najmenej formálne. Zatiaľčo voľbu toho, či zadávateľ použije otvorené konanie alebo užšie konanie, si zadávateľ vykonáva sám, rokovacie konanie s uverejnením alebo rokovacie konanie bez uverejnenia je možné uskutočňovať len v prípadoch stanovených zákonom. Ide o prípady, kedy je možné len obtiažne určiť rozsah zákazky.

#### **3.4 Rokovacie konanie s uverejnením**

Tu zadávateľ oznamuje neobmedzenému počtu dodávateľov, že bude zadávať zákazku v tomto zadávacom konaní. Tým vyzýva dodávateľov k žiadosti o účasť. V prípade tzv. podlimitných verejných zákaziek môže zadávateľ použiť toto rokovacie konanie bez uvedenia dôvodu. V Slovenskej republike je tomu tak, pokiaľ ide o obstarávateľa (zadávateľa) nadlimitnej zákazky.

Inak sa používa:

- pokiaľ nemožno potreby zadávateľa uspokojiť bez úpravy na trhu dostupných plnení, súčasťou verejnej zákazky je návrh riešenia alebo inovatívne riešenie,

- zákazka nemôže byť zadaná bez predchádzajúceho konania z dôvodu zvláštnych okolností vyplývajúcich z povahy, zložitosti alebo právnych a finančných podmienok spojených s predmetom verejnej zákazky,

- nemožno stanoviť technické podmienky odkazom na technické dokumenty,

- ak predchádzajúce otvorené alebo užšie konanie bolo zrušené podľa príslušného ustanovenia zákona, podľa ktorého zadávateľ zruší zadávacie konanie, pokiaľ po uplynutí lehoty pre podanie žiadostí o účasť, predbežných ponúk alebo ponúk v zadávacom konaní nie je žiaden účastník zadávacieho konania.

### 3.5 Rokovacie konanie bez uverejnenia

Pri tomto konaní nevykonáva zadávateľ uverejnenie, ale oznamuje písomnou formou dodávateľovi alebo vymedzenému počtu dodávateľov skutočnosť, že zamýšľa zadať túto zákazku v tomto zadávacom konaní. Všeobecná úprava má pritom určené osobitosti pre sektorové zákazky. V slovenskej úprave je tomu tak pri všetkých druhoch zadávania verejných zákaziek.

Rokovacie konanie bez uverejnenia sa používa v prípadoch:

- v ktorých zadávateľ podstatným spôsobom nezmenil zadávacie podmienky oproti predchádzajúcemu otvorenému konaniu, užšiemu konaniu alebo zjednodušenému podlimitnému konaniu, v ktorých neboli podané žiadne ponuky alebo žiadost' o účasť,
- podané ponuky nespĺňali požiadavky zadávateľa na predmet verejnej zákazky alebo účastníci zadávacieho konania nespĺnili podmienky v žiadosti o účasť,
- ak verejná zákazka môže byť splnená len určitým dodávateľom, pretože predmetom zákazky je jedinečné umelecké dielo alebo výkon,
- neexistuje tu hospodárska súťaž, a to z technických dôvodov alebo je nevyhnutné vykonať toto zadávanie z dôvodu ochrany výhradných práv vrátane práv duševného vlastníctva,
- ak je tu krajne naliehavá okolnosť, ktorú zadávateľ nemohol predvídať ani ju nespôsobil.

Pri verejných zákazkách na dodávky je za určených podmienok možné, aby zadávateľ použil rokovacie konanie bez uverejnenia, pokiaľ je dodávaný tovar vyrábaný iba pre účely výskumu, pokusu, štúdia alebo vývoja. Môže tiež ísť o dodatočné dodávky od toho istého dodávateľa, ktoré sú určené ako čiastočná náhrada predchádzajúcej dodávky alebo k rozšíreniu doterajšieho rozsahu dodávky, a to za predpokladu, že by zmena dodávateľa nútala zadávateľa zaobstarať dodávky s odlišnými technickými vlastnosťami, čo by predstavovalo nezlučiteľnosť s pôvodným predmetom plnenia alebo by znamenalo neprimerané technické ťažkosti pri prevádzke a údržbe. Ak nie je dlhšia doba odôvodnená zvláštnymi okolnosťami, potom takéto dodatočné dodávky môžu byť zaobstarané najviac tri roky (toto ohraničenie na tri roky v slovenskej úprave absentuje) od uzavretia zmluvy.

Rokovacie konanie bez uverejnenia môže byť tiež vykonávané pri dodávkach nakupovaných na komoditných burzách alebo zaobstaraných za zvlášť výhodných podmienok od dodávateľa, ktorý je v likvidácii alebo v prípade, kedy je voči dodávateľovi vedené insolvenčné konanie. Dodávky sú tu dojednané s osobou, ktorá je oprávnená disponovať s majetkovou podstatou.

Ak ide o verejnú zákazku na služby, môže zadávateľ použiť rokovacie konanie bez uverejnenia, a to v prípade verejnej zákazky v nadväznosti na súťaž o návrh, kde podľa týchto pravidiel mal zadávateľ v úmysle zadať zákazku účastníkovi (účastníkom) súťaže o návrh, ktorého návrh (ich návrhy) bol vybratý (boli vybraté).

Rokovacie konanie bez uverejnenia možno použiť tiež pri zákazkách na služby alebo stavebné práce, pokiaľ ide o nové služby a nové stavebné práce spočívajúce v opakovaní obdobných služieb a stavebných prác ako pri pôvodných verejných zákazkách a zodpovedajúce pôvodnej verejnej zákazke, pokiaľ tieto služby alebo stavebné práce budú zadané tomu istému dodávateľovi v zadávacej dokumentácii pôvodného zadávacieho konania, ktorého zahájenie bolo uverejnené spôsobom podľa ustanovenia § 212 alebo § 53 ods. 1 zákona a bola podľa § 100 ods. 3 zákona uvedená možnosť zadať novú zákazku na nové služby alebo nové stavebné práce v rokovacom konaní bez uverejnenia a zároveň bol uvedený rozsah nových služieb alebo nových stavebných prác, a to za určených podmienok.

Predpokladaná hodnota pritom bola zahrnutá do predpokladanej hodnoty pôvodnej verejnej zákazky a rokovacie

konanie bude zahájené do troch rokov odo dňa uzavretia zmluvy na pôvodnú verejnú zákazku a skutočná hodnota (bez DPH) za nové služby alebo stavebné práce nepresiahne o viac než 30 % ich predpokladanú hodnotu, ani nepresahuje 30 % ceny pôvodnej verejnej zákazky.

Česká právna úprava v tomto prípade sprísňuje podmienky (oproti smernici a i oproti slovenskej právnej úprave) a určuje nad rámec i maximálnu prípustnú mieru navýšenia ceny – 30 %. Upozorňujeme pritom na skutočnosť, že rokovacie konanie bez uverejnenia, teda priame vyjednávacie konanie je výnimkou z „klasických“ postupov a vyššie uvedené predpoklady pre jeho použitie sa v zmysle judikatúry musia vykladať skôr reštriktívne. Výpočet dôvodov je vyčerpávajúci, diktovaný smernicou a nemožno ich rozšíriť.

### 3.6 Zjednodušené podlimitné konanie

Pre určené služby a stavebné práce do 50 miliónov Kč (bez DPH) možno použiť zjednodušené podlimitné konanie. Pritom je pre toto konanie vymedzené použit' príslušné ustanovenie zákona.

Zadávateľ zahajuje zjednodušené podlimitné konanie uverejnením výzvy na predloženie ponúk na profile zadávateľa podľa § 214, ktorým vyzýva neobmedzený počet dodávateľov k predloženiu ponuky. Zadávateľ môže výzvu po jej uverejnení odoslať niektorým dodávateľom, v takom prípade musí byť výzva odoslaná aspoň piatim dodávateľom. Výzva k predkladaniu ponúk musí obsahovať stanovené náležitosti (v prílohe č. 6 k tomuto zákonu). Zadávateľ nesmie s účastníkmi zadávacieho konania o predložených ponukách rokovať.

Zadávacia dokumentácia musí byť uverejnená na profile zadávateľa po celú lehotu pre predkladanie ponúk. Pre zadávaciú dokumentáciu a zadávacie podmienky sa použijú ustanovenia § 96 až 100 obdobne; to neplatí pre dobu pre uverejnenie vysvetlenia zadávacej dokumentácie podľa § 98 ods. 1 písmeno a) a dobu pre prehliadku miesta plnenia podľa § 97. Zadávateľ môže použiť jednotlivé pravidlá pre zadávacie konanie pre nadlimitný režim. Zadávateľ môže použiť i iné kritériá kvalifikácie dodávateľa, než sú uvedené vo štvrtjej časti zákona.

Pokiaľ si to zadávateľ v zadávacej dokumentácii vyhradil, môže oznámenie o vylúčení účastníka zadávacieho konania alebo oznámenie o výbere dodávateľa uverejniť na profile zadávateľa. V takomto prípade sa oznámenie považuje za doručené všetkým účastníkom zadávacieho konania okamihom jeho uverejnenia.

Pre predloženie a hodnotenie ponúk a výber dodávateľa sa použijú ustanovenia § 107 až 110 a § 114 až 122 obdobne. Ako kritériá kvality môže zadávateľ tiež stanoviť i iné kritériá (než sú uvedené v § 116), ak sú založené na objektívnych skutočnostiach vzťahujúcich sa k osobe dodávateľa alebo k predmetu verejnej zákazky. Zadávateľ všetkým účastníkom zadávacieho konania umožní na ich žiadosť nahliadnuť do písomnej správy o hodnotení ponúk a zaobstarať si z nej výpisy, kópie alebo jej odpisy.

Prípadné oznámenie o zrušení zjednodušeného podlimitného konania zadávateľ uverejní na profile zadávateľa do piatich pracovných dní od rozhodnutia o zrušení zadávacieho konania. Snahou je urobiť tento druh zadávania časovo i administratívne menej náročný oproti iným druhom zadávania. Právna úprava sa tu vymedzuje na určenie špecifik, a pokiaľ nie je v zákone výslovne odkázané na príslušné ustanovenie pre nadlimitný režim, zadávateľ je iba oprávnený (nie však povinný) tieto ustanovenia použiť [8].

Proces nie je upravený európskou legislatívou, členské štáty si tento postup upravili rôznorodo. Tak je tomu napríklad i v Slovenskej republike, kde zákonodarca do príslušného zákona zakotvil povinnosť zadávateľa postupovať pri podlimitných zákazkách:

a) s využitím elektronického trhoviska (ktoré je súčasťou elektronického kontraktačného systému, informačného systému verejnej správy) alebo bez využitia elektronického trhoviska (v závislosti na rozhodnutí zadávateľa), pokiaľ ide o dodanie tovaru, uskutočnenie stavebných prác alebo poskytnutie služby bežne dostupných na trhu,

b) bez využitia elektronického trhoviska (proces obdobný nadlimitnej úprave, avšak omnoho menej formálny a zjednodušený), pokiaľ ide o iný tovar, stavebné práce alebo služby alebo ide o verejného zadávateľa – obec alebo verejnoprávnu inštitúciu založenú obcou, pokiaľ mu technické možnosti objektívne neumožňujú postupovať podľa písmena a),

c) s využitím elektronického trhoviska alebo bez využitia elektronického trhoviska (v závislosti na rozhodnutí zadávateľa), pokiaľ je predmetom zákazky dodanie potravín alebo verejný zadávateľ využíva chránenú dielňu alebo chránené pracovisko.

### 3.7 Rámcová dohoda a prieskumné konanie

Pri zadaní verejnej zákazky s obzvlášť zložitým predmetom plnenia možno použiť súťažný dialóg, pokiaľ použitie otvoreného či užšieho konania nie je vzhľadom k povahe zákazky možné. Závätateľ tu nie je schopný objektívne vymedziť podmienky alebo požiadavky. Prebieha v dvoch stupňoch. Záujemcovia sú potom po preukázaní kvalifikácie vyzvaní k účasti v súťažnom dialógu.

Rámcovou dohodou je dohoda uzavretá medzi jedným alebo viacerými záväťateľmi a jedným alebo viacerými dodávateľmi. Obsahom je dojednanie rámcových podmienok, najmä s ohľadom na ceny alebo predpokladané množstvo, ktoré majú byť zadané v určitom časovom období. Závätateľ môže uzavrieť rámcovú dohodu len na základe záväťacieho konania, ktoré by bol oprávnený použiť na verejnú zákazku obdobného predmetu a predpokladanej hodnoty.

Úrad pre ochranu hospodárskej súťaže vykonáva dohľad nad zadávaním verejných zákaziek.

Pri zadávaní nadlimitných a podlimitných verejných zákaziek či v súťaži o návrh môže záväťateľovi podať zdôvodnené námietky ktorýkoľvek dodávateľ, ktorý má alebo mal záujem na získaní určitej verejnej zákazky.

Konanie o preskúmanie úkonov záväťateľa sa pred Úradom pre ochranu hospodárskej súťaže zahajuje na písomný návrh sťažovateľa alebo z moci úradnej.

V Slovenskej republike je v tejto oblasti vytvorený samostatný úrad – Úrad pre verejné obstarávanie, ktorý je ústredným orgánom štátnej správy pre oblasť verejných zákaziek a mimo iné vykonáva i dohľad nad zadávaním zákaziek (napríklad ex ante posúdenia dokumentov, konania o preskúmanie úkonov kontrolovaného, rozhodovania o námietkach).

### 3.8 Priebeh záväťacieho konania

Priebeh záväťacieho konania možno členiť na:

- uverejnenie údajov o konaní verejnej zákazky,
- predkladanie ponúk,
- posudzovanie kvalifikácie,
- hodnotenie ponúk,
- uzavretie zmluvy s vybraným dodávateľom.

Údaje sa uverejňujú vo Vestníku verejných zákaziek, pri nadlimitných zákazkách potom v Úradnom vestníku Európskej únie. Ak sa vykonáva predbežné oznámenie, možno potom skrátiť lehotu pre predkladanie ponúk.

Ponukou je návrh zmluvy podaný uchádzačom. Z ponúk potom záväťateľ volí takú ponuku, ktorá je vyhodnotená ako najvýhodnejšia. Pri posudzovaní kvalifikácie sa zisťuje spôsobilosť dodávateľa pre vykonanie záväťanej verejnej zákazky (ide o spôsobilosť základnú, všeobecnú, ekonomickú, technickú).

V Slovenskej republike ide o podmienky účasti, týkajúce sa osobného postavenia, finančného a ekonomického postavenia a technické alebo odborné spôsobilosti. Pri osobnom postavení,

čo je základná a profesná spôsobilosť, absentuje českým zákonodarcom v zákone zakotvená možnosť, že záväťateľ nemusí uplatniť dôvod pre vylúčenie účastníka záväťacieho konania, i keď nespĺnil podmienky základnej spôsobilosti, pokiaľ

a) by vylúčenie účastníka znemožnilo zadanie zákazky v tomto záväťacom konaní a

b) naliehavý verejný záujem, najmä verejné zdravie alebo ochrana životného prostredia, vyžaduje plnenie verejnej zákazky.

Hodnotenie ponúk sa vykonáva podľa ekonomickej výhodnosti alebo podľa najnižšej ponúkanej ceny. Pri hodnotení podľa ekonomickej výhodnosti sa vždy ako kritérium stanoví ponuková cena a ďalej najmä kritérium prevádzkových nákladov, požiadaviek na údržbu a technické či ekologické vlastnosti predmetu verejnej zákazky. Zadávanie a hodnotenie niektorých verejných zákaziek potom nemusí byť s ohľadom na ich špecifiká jednoduchou záležitosťou. Problémom je predovšetkým vhodná voľba hodnotiacich kritérií, ktorá by umožnila záväťateľovi vybrať najvhodnejšiu ponuku [9]. S vybraným dodávateľom, ktorého ponuka bola vyhodnotená ako najvýhodnejšia, potom uzatvára zmluvu.

Závätateľ nie je povinný uzavrieť zmluvu uverejniť, pokiaľ bola uverejnená v registri zmlúv. Zverejňovanie zmlúv upravuje zákon (bol už novelizovaný) o zvláštnych podmienkach účinnosti niektorých zmlúv, ktorý priniesol okrem iného povinnosť niektorých subjektov zverejňovať súkromnoprávne zmluvy, zmluvy o poskytnutí dotácie alebo návratnej finančnej výpomoci [10].

Rozhodovanie sporných otázok pri zadávaní verejných zákaziek rieši právna úprava v zákone o verejných zákazkách. V ostatnom je zverená právomoc všeobecným súdom. Môže ísť napríklad o spory o náhradu škody pri porušení povinnosti. Je však tiež možné v rámci vyriešenia vzniklého sporu udeliť k jeho rozhodnutiu právomoc všeobecnému rozhodcovi, poprípade rozhodcovskému súdu. Stálym rozhodcovským súdom so všeobecnou právomocou (príslušnosťou) je Rozhodcovský súd pri Hospodárskej komore Českej republiky a Agrárnej komore Českej republiky [11].

Pri príprave a realizácii verejných zákaziek môže prípadne dochádzať tiež ku vzniku trestnoprávnej zodpovednosti fyzických, ale aj právnických osôb. K súčasnej trestnoprávnej úprave zodpovednosti právnických osôb ovesem dnes možno mať oprávnené výhrady a príslušná právna úprava sa vo vzťahu k verejným zákazkám nejaví ako funkčná [12].

### 3.9 Koncesné konanie

Ide o zvláštny druh verejnej zákazky. Od iných zákaziek sa líši formou protiplnenia a mierou rizika. Pri koncesiách na služby a stavebné práce sa riziká spojené s využívaním prenášajú na koncesionárov. Koncesionár plnenie poskytne a potom ho po stanovenú dobu využíva. Kladne možno hodnotiť, že právna úprava koncesií je priamo v zákone o zadávaní verejných zákaziek.

Slovenská republika upravovala koncesie v rámci zákona o verejnom obstarávaní i v predchádzajúcom zákone. Naproti tomu v legislatíve Európskej únie zákonodarca zvolil v nových smerniciach oddelené úpravy koncesií samostatnou smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2014/23/EU zo dňa 26. februára 2014.

### 4. Výsledky a záver

V novej úprave nie je stanovené poradie jednotlivých úkonov pre výber vybraného dodávateľa od ukončenia otvárania obálok až do uzavretia zmluvy. Záleží iba na záväťateľovi, aký zvolí konkrétny postup pre priebeh záväťacieho konania, ktorý transparentne zaznamená a splní všetky povinnosti, ktoré sa ku konečnému výberu vybraného dodávateľa a uzavretiu zmluvy viažu.

Zadávanie zákaziek je dnes všeobecne možné vykonávať neformálnejšie. Nová právna úprava je však rozsiahlejšia



než úprava predchádzajúca. Má priniesť možnosť zadávania jednoduchšími spôsobmi, úprava sa však javí zložitejšie. To môže byť jej nevýhodou.

Pre bežného adresáta bude i v tejto úprave obtiažne nájsť v zákone ustanovenia, ktoré budú súvisiace. Pomôcť pri tom môže komentárová literatúra a text zákona vydávaný s vysvetlivkami.

V zákone je i úprava elektronickej komunikácie. Komunikácia medzi zadávateľom a dodávateľom je určená v ustanovení § 211 zákona. Ustanovenie § 211 ods. 3 zákona ukladá zadávateľovi všeobecnú povinnosť komunikovať s dodávateľom v zadávacom konaní elektronicke a stanovuje z tejto povinnosti výnimky; toto ustanovenie prinieslo však i čiastočne odloženú účinnosť. Odložená účinnosť je stanovená v § 279 ods. 2 zákona a je rôzna v závislosti od druhu zadávateľa. Pre zadávateľa podľa § 4 ods. 1 písmena a) zákona – organizačné zložky štátu – Českú národnú banku a centrálnych zadávateľov nadobudlo predmetné ustanovenie účinnosť už 18. apríla 2017, pre ostatných zadávateľov je potom účinnosť stanovená na 18. októbra 2018.

Od 18. apríla 2017 tak už organizačné zložky štátu, Česká národná banka a centrálni zadávatelia musia komunikovať s dodávateľom výhradne elektronicke; zasielanie dokumentov v listinnej podobe je (až na výnimky uvedené v § 211 ods. 3 zákona) vylúčené. Títo zadávatelia nesú oprávnení prijímať listinné ponuky, ale iba ponuky doručené prostredníctvom elektronickeho nástroja, pričom povinnosť výhradnej elektronickej komunikácie sa uplatní i na zadávanie konania, zahájené pred 18. aprílom 2017. Nie je teda rozhodujúci okamih zahájenia zadávacieho konania, ale okamih, kedy dochádza ku komunikácii medzi zadávateľom a dodávateľom.

Pre Slovenskú republiku platí pri všetkých zadávateľoch verejných zákaziek len druhý termín odloženej účinnosti v podobe možnosti (nie povinnosti) do 18. októbra 2018 nerealizovať súťaž výlučne elektronicke, ale napríklad i klasicky, doposiaľ najvyužívanejšou formou – písomne, v listinnej podobe, prostredníctvom pošty. Povinnosť komunikovať elektronicke sa však vzťahuje na centrálnu obstarávaciu organizáciu, komunikáciu prostredníctvom inštitútu elektronickeho katalógu, elektronickej aukcie a dynamického nákupného systému, zasielanie oznámení publikačnému úradu a Úradu pre verejné obstarávanie a samozrejme pri zverejňovaní dokumentov na profile.

V § 211 ods. 3 českého zákona je uložená povinnosť viesť písomnú komunikáciu elektronicke, nestanovuje sa tu však, akými prostriedkami bude elektronicke komunikácia prebiehať. K zachovaniu povinnosti podľa § 211 ods. 3 tak možno použiť akúkoľvek formu elektronickej komunikácie, vrátane komunikácie prostredníctvom dátovej schránky či bežného e-mailu.

Pri niektorých úkonoch však nepostačí dodržanie elektronickej podoby podľa § 211 ods. 3, pretože na nich zákon stanovuje špeciálne požiadavky. Úkony uvedené v § 28 ods. 1 písmena i) body 1 až 6 (ponuky, predbežné ponuky, žiadosti o účasť, žiadosti o zaradenie do systému kvalifikácie, žiadosti o účasť alebo návrhy v súťaži o návrh, aukčné hodnoty v elektronickej aukcii), môže dodávateľ vykonať iba prostredníctvom zadávateľom stanoveným elektronickým nástrojom. Vo vzťahu k zadávateľovi zákon obdobné obmedzenie neobsahuje, v § 211 ods. 5 iba vyžaduje uznávaný elektronickeý podpis v prípadoch vymenovaných úkonov, ak by ich zadávateľ vykonával inak, než prostredníctvom elektronickeho nástroja alebo dátovou schránkou.

Povinnosť používať elektronicke prostriedky vo verejných zákazkách vyplýva zo smernice Európskeho parlamentu a Rady 2014/23/EU, 2014/24/EU a tiež 2014/25/EU. Ku zníženiu administratívnej záťaže na strane dodávateľov dopomohlo napríklad i Jednotné európske osvedčenie, ktoré si vyžiadala smernica 2014/24/EU.

Naše pojednanie môžeme uzavrieť tým, že zadávanie zákaziek (pri rešpektovaní zásad zákona), možno vykonávať pružnejšie [13; 14; 15; 16]. V právnej úprave je i zreteľný rozvoj elektronickej komunikácie. To možno podľa nášho názoru len uvítať. Právna úprava sa však javí dosť zložito.

## Judikatúra

### Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-237/99 zo dňa 1. februára 2001

#### Európska komisia v. Francúzska republika

Stavebné korporácie, ktoré plnia potreby vo verejnom záujme, ktoré nemajú priemyslový alebo obchodný charakter, ktoré majú právnu subjektivitu a ich manažment je predmetom kontroly zadávateľov, ktorým to umožňuje ovplyvňovať rozhodnutia vzhľadom k verejným zákazkám, sú „inými právnickými osobami“.

### Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-223/99 a C-260/99 (spojené prípady) zo dňa 10. mája 2001

#### Agor Srl and Excelsior Snc di Pedrotti Bruna & C. v. Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano and Cifrat Soc. coop. arl.

„Iná právnická osoba“ znamená subjekt, ktorý bol založený za účelom naplňovania určitých potrieb vo verejnom záujme, ktoré nemajú priemyselný alebo obchodný charakter, má právnu subjektivitu a je úzko závislý na štáte, regionálnych či miestnych úradoch alebo iných subjektoch verejného práva. Podmienka založenia za účelom naplňovania určitých potrieb vo verejnom záujme, ktoré nemajú priemyselný alebo obchodný charakter, nie je splnená subjektom, ktorého účelom je vykonávanie aktivít, vzťahujúcich sa k organizácii veľtrhov, výstav a ďalších podobných aktivít, ktorý je neziskový, ale je spravovaný podľa kritérií výkonu, efektivity a efektívnosti nákladov, a ktorý pôsobí v konkurenčnom prostredí.

### Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-462/03 (Strabag AG) a C-463/03 (Kostmann GmbH) zo dňa 16. júla 2005 celex 62003J0462

#### Riešenie prípadu STRABAG AG a Kostmann GmbH proti Österreichische Bundesbahnen

Európsky súdny dvor konštatoval, že pokiaľ činnosť verejného zadávateľa spĺňa definíciu sektorového zadávateľa, riadi sa pri zadávaní verejných zákaziek v rámci tejto činnosti sektorovou smernicou Rady 93/38/EHS o koordinácii postupov pri zadávaní verejných zákaziek subjektmi pôsobiacimi v odvetví vodného hospodárstva, energetiky, dopravy a telekomunikácií.

### Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-76/81 zo dňa 10. februára 1982

#### SA Transroute et travaux v. Minister of Public Works

Smernica neumožňuje členskému štátu, aby vyžadoval po uchádzačovi z iného členského štátu, preukazovanie iným spôsobom (napríklad predložením povolenia na usadenie) než je stanovené v smernici k splneniu kritérií, vzťahujúcich sa k dobrej povesti a kvalifikácii. Činiť poskytovanie služieb v jednom členskom štáte závislé na vlastníctve povolenia k usadeniu by spôsobilo, že článok 59 Zmluvy o založení ES by stratil akúkoľvek efektívnosť. Zmyslom článku 59 Zmluvy je práve zrušenie reštrikcií, týkajúcich sa slobody poskytovať služby osobami, ktoré niesú usadené v štáte, v ktorom majú poskytovať služby.

### Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-5/97 zo dňa 18. decembra 1997

#### Ballast Nedam Groep v. Belgicko

Orgán kompetentný rozhodovať o žiadosti k registrácii dominantnej právnickej osoby zo zoskupenia má povinnosť,



ak sa preukáže, že takáto osoba má skutočne k dispozícii prostriedky týchto spoločností nevyhnutné k vykonaniu stavebných prác, vziať do úvahy referencie týchto spoločností k posúdeniu spôsobilosti dotknutej právnickej osoby.

**Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-176/98 zo dňa 2. decembra 1999**

**Holst Italia SpA v. Comune di Cagliari, intervenier: Ruhrwasser AG International Water**

Smernica dovoľuje poskytovateľovi služieb preukázať, že splnil ekonomické, finančné a technické kritériá pre účasť v zadávacom konaní, odkazom (spofahnutím sa) na spôsobilosť iných subjektov, bez ohľadu na právnu povahu spojenia, ktoré má s nimi, za predpokladu, že je schopný preukázať, že má skutočne k dispozícii prostriedky týchto subjektov, nevyhnutné k vykonaniu verejnej zákazky.

**Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-126/03 zo dňa 18. novembra 2004 – týka sa zmluvy na dopravu odpadu z vykládky prostredníctvom bodov v regióne Donauwald do tepelnej elektrárne Mníchov – sever, uzavretou medzi mestom Mníchov a súkromným podnikom Rethmann Entsorgungswirtschaft GmbH & Co. KG**

**Európska komisia v. Nemecko**

Mestu Mníchov bola pridelená verejná zákazka od regiónu Donauwald. Mesto Mníchov potom zverilo zodpovednosť za dopravu odpadu spoločnosti Rethmann bez výberového konania. Európsky súdny dvor skonštatoval, že vzhľadom k tomu, že mesto Mníchov je verejným zadávateľom, malo mesto Mníchov na túto subdodávku vypísať verejnú zákazku.

**Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-129/04 zo dňa 8. septembra 2005**

**Espace Trianon SA, Société wallonne de location-financement SA v. Office communautaire et régional de la formation professionnelle et de l'emploi (FOREM)**

Európsky súdny dvor skonštatoval, že národná legislatíva môže stanoviť, že členovia združenia bez právnej subjektivity nemôžu podať žalobu napádajúcu rozhodnutie zadávateľa individuálne.

**Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-103/84 zo dňa 5. júna 1986**

**Európska komisia v. Talianska republika**

Národný predpis vyžadujúci, aby municipálne (obecné či mestské) dopravné podniky nakupovali vozidlá národnej výroby, aby sa kvalifikovali pre určité dotácie, musí byť považovaný ako opatrenie, ktoré má rovnaký účinok ako kvantitatívne obmedzenie dovozu, a je tak zakázaný článkom 30 Zmluvy o založení ES.

**Rozsudok Európskeho súdneho dvora č. C-45/87 zo dňa 13. marca 1987**

**Európska komisia v. Írsko**

Národný technický štandard nemôže, bez toho aby vytvoril evidentný prípad prekážky obchodu v rozpore s článkom 30 Zmluvy o založení ES, mať za následok vyradenie (bez nejakého preskúmania) akejkoľvek ponuky s iným technickým štandardom, uznávaným v inom členskom štáte, ktorý poskytuje ekvivalentnú záruku bezpečnosti, vykonania a spoľahlivosti.

**Zoznam použitých zdrojov:**

1. PLÍVA, S.: Obchodní závazkové vztahy. 1. vydání. ASPI Praha 2006, str. 49.
2. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/24/EU zo dňa 26. februára 2014 o zadávaní verejných zákaziek a o zrušení smernice 2004/18/ES. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/25/EU zo dňa 26. februára 2014 o zadávaní zákaziek subjektmi pôsobiacimi v odvetví vodného hospodárstva, energetiky, dopravy a poštových služieb a o zrušení smernice 2004/17/ES. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/23/EU zo dňa 26. februára 2014 o udeľovaní koncesíi. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/81/ES zo dňa 13. júla 2009 o koordinácii postupov pri zadávaní niektorých zákaziek na stavebné práce, dodávky a služby zadávateľom v oblasti obrany a bezpečnosti a o zmene smerníc 2004/17/ES a 2004/18/ES. Smernica Rady zo dňa 21. decembra 1989 o koordinácii právnych a správnych predpisov týkajúcich sa prieskumného konania pri zadávaní verejných zákaziek na dodávky a stavebné práce (89/665/EHS). Smernica Rady 92/13/EHS zo dňa 25. februára 1992 o koordinácii právnych a správnych predpisov týkajúcich sa uplatňovania pravidiel Spoločenstva pre postupy pri zadávaní zákaziek subjektmi pôsobiacimi v odvetví vodného hospodárstva, energetiky, dopravy a telekomunikácií. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2007/66/ES zo dňa 11. decembra 2007, ktorou sa mení smernica Rady 89/665/EHS a 92/13/EHS, pokiaľ ide o zvýšenie účinnosti prieskumného konania pri zadávaní verejných zákaziek. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/55/EU zo dňa 16. apríla 2014 o elektronickej fakturácii pri zadávaní verejných zákaziek.
3. TLUSTOŠOVÁ, K.: Nová právni úprava veřejných zakázek. Soukromé právo, č. 10/2016, str. 3–7.
4. GRULICH, T.: Vybrané problémy nové právní úpravy zadávání veřejných zakázek. Právní rozhledy č. 20/2016, str. 705–713.
5. K tomu vid' napríklad rozsudok zo dňa 20. augusta 1998 vo veci C-31/87, Bentjes, z 13. decembra 2007 i vo veci C-337/06 Bayerischer Rundfunk a ďalšie.
6. Vid' napríklad JURČÍK, R.: Právní úprava veřejných zakázek a koncesních smluv In: JANKŮ, M.: Základy práva pro posluchače neprávnických fakult, 6. vydání, 2016, C. H. Beck, str. 409.
7. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2195/2002 zo dňa 5. novembra 2002 o spoločnom slovníku pre verejné zákazky (CPV), v platnom znení.
8. ŘÍČNÝ, D. – MAREČKOVÁ, E.: Zjednodušené podlimitní řízení podle nového zákona o veřejných zakázkách. Veřejné zakázky, č. 4/2015, str. 28–29.
9. K tomu vid' napríklad JELÍNEK, K.: Hodnotící kritéria veřejných zakázek na právní služby v kontextu nového zákona o zadávání veřejných zakázek. Soukromé právo, č. 11/2016, str. 9–17.
10. Bližšie vid' JANEČKOVÁ, E.: Zveřejňování smluv podle zákona o registru smluv. Daně a právo v praxi, č. 2/2016, str. 27–29.
11. Bližšie vid' JANKŮ, M. – MAREK, K.: Rozhodčí řízení podle Řádu Rozhodčího soudu při HK ČR a AK ČR (u smluv uzavřených u veřejných zakázek). Veřejné zakázky a PPP projekty, č. 1/2016, str. 45–55.
12. VESECKÁ, R.: Úvaha nad trestněprávní odpovědností právnických osob ve vztahu k veřejným zakázkám. Veřejné zakázky, č. 4/2015, str. 23–25.
13. Bližšie: MACEK, I. – DERKOVÁ, R. – BARTOŇ, D. a kol.: Zákon o zadávání veřejných zakázek, Leges. Praha, 2017.
14. Bližšie: TKÁČ, J. – GRIGA, M.: Zákon o veřejnom obstarávaní. Veľký komentár. Wolters Kluwer, 2016.
15. Bližšie: KRČ, R. – DOVOLIL, P.: Jak uspět při výběrovém řízení. Leges, Praha, 2017.
16. Bližšie: SLOBODNÍKOVÁ, M.: Zelené veřejné obstarávání. Veřejné obstarávání – právo a prax, 1/2017.

## НАКАЗИ ПРО ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ПЛАНУ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ У ЧЕСЬКІЙ І СЛОВАЦЬКІЙ РЕСПУБЛІКАХ

**Анотація.** Завдяки державних закупівель постачальники отримують можливість здійснювати об'ємні поставки. Реалізується соціально значуща частина доступних ресурсів. Договори про закупівлю за державні кошти передбачають відносно стабільні ділові відносини з безпечним фінансуванням. Для підприємця, який отримує державне замовлення, ризики за надані послуги мінімізуються і він отримує узгоджену винагороду. Щоб забезпечити прозорий та недискримінаційний доступ до цих договорів, також допомагають нові директиви ЄС та їхні подальші внутрішні норми. Внесок статті полягає в обговоренні нововведень. А саме, полягає в тому, щоб з'ясувати, чи можна укласти договори в менш формальний спосіб, а також чи є потреба у детальному розміщенні електронних матеріалів.

**Ключові слова:** державні закупівлі, договір про закупівлю за державні кошти, постачання, ділові відносини, право Європейського Союзу, економіка.

### CHANGE ORDERS OF PUBLIC PROCUREMENT IN CZECH REPUBLIC AND SLOVAK REPUBLIC

**Summary.** Under public contracts, suppliers are able to make large-scale deliveries. There is a large part of socially available resources. Under public contracts, there is a relatively stable business relationship with secured financing, and the risk of not getting the agreed payoff is minimized for the contractor who gets the contract. In order to be transparent and non-discriminatory in the procurement process, the new European Union directives and the related domestic regulation are also intended to contribute. The contribution is a comparison of the previous and the adjustments. It is mainly about finding out whether the contracts can be entered in less formal way and whether the electrification of the assignment is begin extended here.

**Key words:** public procurement, public contract, deliveries, business relationships, European Union law, economy.

### ПРИКАЗЫ О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПЛАН ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ЧЕШСКОЙ И СЛОВАЦКОЙ РЕСПУБЛИКАХ

**Аннотация.** Благодаря государственных закупок поставщики получают возможность осуществлять объемные поставки. Реализуется социально значимая часть доступных ресурсов. Договоры о закупке за государственные средства предусматривают относительно стабильные деловые отношения с безопасным финансированием. Для предпринимателя, который получает государственный заказ, риски за предоставленные услуги минимизируются и он получает согласованную вознаграждение. Чтобы обеспечить прозрачный и недискриминационный доступ к этим договорам, также помогают новые директивы ЕС и их дальнейшие внутренние нормы. Вклад статьи заключается в обсуждении нововведений. В частности, заключается в том, чтобы выяснить, можно ли заключать договоры в менее формальной способ, а также есть ли необходимость в детальном размещении электронных материалы.

**Ключевые слова:** государственные закупки, договор о закупке за государственные средства, поставка, деловые отношения, право Европейского Союза, экономика.

УДК 005.591.6

**Черноіванова Г.С.**

*кандидат економічних наук,*

*докторант, доцент менеджменту та бізнесу*

*Харківського національного університету імені Семена Кузнеця*

**Chernoivanova G.S.**

*Candidate of Economic Science,*

*Doctoral, Associate Professor of "Management and Business" Department*

*Simon Kuznets Kharkov National University of Economics*

## ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ СКЛАДОВОЮ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті узагальнено теоретичні підходи до механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства; обґрунтовано складові механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства; визначено, обґрунтовано склад кожної підсистеми механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства; обґрунтовано підхід до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства.

**Ключові слова:** підсистеми механізму організаційно-економічного забезпечення, підсистема забезпечення, цільова підсистема, формування механізму.

**Вступ та постановка проблеми.** Інноваційна діяльність та інноваційна праця пов'язані з високим ступенем ризику та невизначеністю отриманих результатів.

У зв'язку з цим необхідне застосування відповідного механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства.

Формування ефективного механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною діяльністю та інноваційною працею є актуальним у зв'язку з необхідністю покращення управління інноваційною складовою підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню методології механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваціями присвячені праці таких зарубіжних та українських вчених, як, зокрема, В.Г. Федоренко, Л.І. Федулова, Т.І. Лепейко, О.В. Сотнікова, А.В. Шевченко, П. Друкер, А.А. Турило, М.М. Єрмошенко, Л.М. Ганущак-Єфіменко. Це ще раз підтверджує актуальність питань формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства. М.М. Єрмошенко, Л.М. Ганущак-Єфіменко [1] включають до організаційно-економічного механізму управління інноваціями обґрунтовані принципи, методи та організаційні структури. Автори відокремлюють таку підсистему, як ресурсне забезпечення. В.Г. Федоренко, О.В. Сотнікова [2] для формування організаційно-економічного механізму управління інноваціями пропонують використовувати функціонально-цільову схему управління підприємством. А.А. Турило [3] розглядає організаційно-економічний механізм управління інноваціями. А.В. Шевченко, формуючи організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю підприємства [4], акцентує увагу тільки на стратегічному аспекті управління. Зокрема, серед авторів немає єдності стосовно етапів та складових формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваціями.

Однак у всіх цих роботах не визначено єдиного підходу до переліку етапів та складових, не узгоджено їх зміст, не виділено особливості формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства, що свідчить про актуальність розробки методологічного підходу до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства, що разом з невирішеністю окремих наукових та практичних питань в цій галузі зумовило вибір теми, мети й основних завдань дослідження.

**Метою** роботи є обґрунтування й розробка теоретико-методологічного підходу до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства.

Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

1) узагальнити теоретичні підходи до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства;

2) визначити складові механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства;

3) уточнити зміст елементів механізму забезпечення організаційно-економічного механізму;

4) розробити підхід до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства.

**Результати дослідження.** Оскільки в економічній літературі [1–8] відсутня чіткість у визначенні складових механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства, то обґрунтовано теоретичні засади формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства, виявлено його етапи та особливості, а також сформульовано такі концептуальні положення підходу, що пропонується.

По-перше, оскільки ми в дефініцію «інноваційна складова» включаємо сполучення інновацій та інноваційної праці, то під час обґрунтування теоретичних засад до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства будемо спиратись саме на цю точку зору.

По-друге, механізм організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства містить також систему забезпечення, підсистеми забезпечення та складові, а саме функціональну та цільову. Механізм пропонується формувати за послідовністю, яка зображена на рис. 1.



**Рис. 1. Послідовність формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства**

По-третє, до функцій управління інноваційною складовою підприємства, згідно з раніше проаналізованими підходами, будемо відносити загальні функції управління, такі як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання. Тому формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства містить такі функціональні підсистеми, як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання.

По-четверте, підсистема забезпечення механізму організаційно-економічного забезпечення включає такі види

забезпечення, як організаційне, економічне, інформаційне, ресурсне та функціональне. До підсистеми забезпечення також відносять принципи, підходи, функції, методи та інструменти управління інноваційною складовою підприємства. Механізм організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства включає також критерії оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства.

Склад підсистем механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства зображено на рис. 2.

По-п'яте, узагальнення наявних методів, які використовуються до управління інноваціями, дало змогу виявити, що найбільш важливими є адміністративні, економічні, соціально-психологічні, організаційно-правові, а також організаційне нормування.

По-шосте, для управління інноваційною складовою пропонується використовувати як загальні принципи управління (принципи цілеспрямованості, системності, цілісності, альтернативності, ієрархічності, динамічності, планованості), так і специфічні принципи управління (принципи системності, комплексності, гнучкого реагування, обґрунтованого ризику на всіх етапах життєвого циклу інновацій, структурності, орієнтації переважно на інновації).

По-сьоме, в економічній літературі [1–8] відсутня чіткість у визначенні складових механізму організаційно-економічного забезпечення, тому проведено аналіз наявних підходів до його формування.

Для формування механізму організаційно-економічного забезпечення В.Г. Федоренко, Л.І. Федулова пропонують [2] використовувати структуру організаційно-економічного механізму управління розвитком інновацій підприємства, яка містить такі складові, як підсистема забезпечення, організаційно-економічні важелі, які враховують інноваційну діяльність підприємства, функціональна підсистема, відповідні цілі підприємства. До підсистеми забезпечення автори включають нормативне, інформаційне, фінансове забезпечення та технологічну готовність підприємства до інновацій; прогресивне обладнання та «резерви виробничих площ та потужностей» [2]. До функціональної підсистеми автори, як і ми, відносять такі функції загального управління, як планування, організація, контроль, регулювання, мотивація, але доповню-

ють функціональну підсистему такими функціями, як стратегічний аналіз та управлінський облік. Автори також акцентують увагу на тому, що загальні функції управління, які вони включають до функціонального забезпечення, повинні мати взаємозв'язок з інноваційною діяльністю підприємства, з чим можна погодитися. До організаційно-економічних важелів В.Г. Федоренко, Л.І. Федулова відносять [2]: прогресивну організаційну структуру, мережеву взаємодію; стимулювання (мотивацію) виконавців; амортизаційну політику та внутрішні венчури. Слід зазначити, що автори не розглядають усі види інноваційних цілей (наприклад, першого рівня, другого рівня; довгострокові, середньострокові та короткострокові).

Як підкреслюють В.Г. Федоренко, Л.І. Федулова, механізм організаційно-економічного забезпечення управління інноваціями повинен бути завжди спрямований на досягнення встановлених цілей за допомогою врахування відповідних чинників, а саме економічних, організаційно-управлінських та соціально-психологічних. Автори також пропонують організаційно-економічний механізм управління інноваціями підприємства формувати з таких елементів [2]: ресурси управління; функції управління; загальні методи та інструменти управління; методи інноваційного менеджменту; система цільових індикаторів виміру ефектів інновацій (обсяг затрат на НДДКР, рівень наукоємності, рівень продуктивності праці, ефективність інвестицій в інновації, рівень конкурентоспроможності підприємства). На основі системи індикаторів автори роблять висновки про забезпечення результативності інноваційної системи підприємства та включають цей етап у механізм організаційно-економічного забезпечення управління інноваціями.

У роботі [5] автори підкреслюють, що організаційно-економічний механізм управління містить такі елементи, як принципи та задачі управління, методи, форми й інструменти управління, організаційна структура управління підприємством та його персонал, інформація, засоби обробки. У структуру організаційно-економічного механізму забезпечення автори включають три системи, а саме забезпечення, функціональну та цільову. До системи забезпечення вони відносять підсистеми правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення. До функціональної підсистеми автори також включають планування, організацію, контроль, регулювання, мотивацію та регулювання. Цільова система, як вважають автори, містить цілі й основні результати діяльності підприємства, а також критерії вибору й оцінки досягнення певних цілей та результатів діяльності підприємства.

Варто зазначити, що ми до елементів підсистеми забезпечення організаційно-економічного механізму відносимо також персонал, принципи, інструменти, інформацію, оргструктуру управління підприємства, але слід до них додати такі елементи (рис. 2), як підходи, функції та методи управління, ресурси та нормативи. Структура організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою [5] підприємства також у нас складається з трьох підсистем, а саме забезпечення, функціональної та цільової.

О.В. Озаріна вважає, що для формування організаційно-еко-

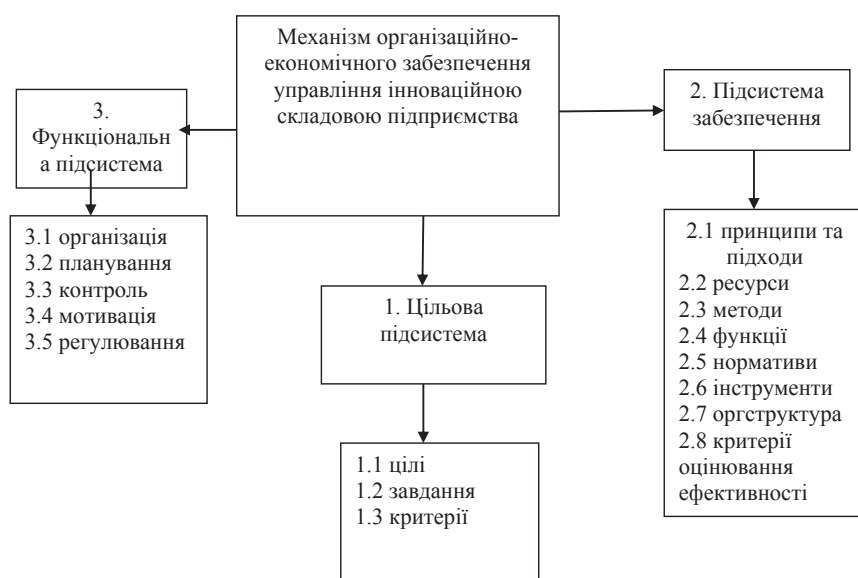


Рис. 2. Склад підсистем механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства



мічного механізму необхідно використовувати стратегічний альянс як «форму співпраці» [6].

Цільова підсистема складається з цілей, задач та критеріїв. Вчені формулюють цілі управління інноваціями з різних точок зору. М.М. Єрмошенко, Л.М. Ганущак-Єфіменко вважають, що цілі різних рівнів допомагають координувати тісну взаємодію між підрозділами підприємства, які здійснюють інноваційну діяльність.

Організаційне забезпечення, як вважає В.М. Нижник, впливає на роботу усіх інших підсистем, у нашому випадку – на роботу таких підсистем, як інформаційна, ресурсна, економічна та функціональна.

Ці види забезпечення перебувають всередині підприємства. Функціональне забезпечення відноситься до специфічного виду забезпечення всередині кожної функціональної підсистеми.

І.В. Радіонова, В.М. Нижник вважають, що побудову механізму необхідно розпочинати з формулювання інноваційної мети. В.М. Нижник акцентує увагу на тому, що основна мета побудови механізму «полягає у розробці та запровадженні організаційних, економічних та нормативно-правових заходів забезпечення сприятливих умов для підвищення інноваційного потенціалу на основі здійснення трансферу технологій» [7]. Автор також підкреслює, що усі підсистеми механізму організаційно-економічного забезпечення повинні мати «тісні прямі і зворотні зв'язки» [7].

А.В. Шевченко також підкреслює, що процес управління інноваціями повинен розпочинатися з форму-

лювання цілей. Автор, спираючись на дослідження Л.І. Федулової, пропонує ґрунтовну класифікацію цілей управління інноваційною діяльністю [4, с. 30]. До головної мети управління інноваціями автори відносять створення системи взаємодії всіх учасників інноваційного циклу. Класифікація цілей представлена за такими ознаками, як організаційно-управлінські цілі, економічні цілі та соціально-культурні. Кожна система цих видів цілей поділяється на довгострокові, середньострокові та короткострокові цілі.

**Висновки.** Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому:

1) узагальнено теоретичні підходи до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства;

2) обґрунтовано складові механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства;

3) визначено, обґрунтовано склад кожної підсистеми механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства;

4) обґрунтовано підхід до формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління інноваційною складовою підприємства.

Майбутнім напрямом дослідження у цій предметній галузі може стати оцінка ефективності функціонування механізму організаційно-економічного управління інноваційною складовою підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Єрмошенко М.М., Ганущак-Єфіменко Л.М. Економіка та управління інноваційною діяльністю: навчальний посібник. Київ: Національна академія управління, 2011. 528 с.
2. Управління інноваційним розвитком підприємства: монографія / В.Г. Федоренко, Л.І. Федулова, П.І. Безус, С.В. Федоренко, О.В. Сотнікова, Ю.В. Пінчук, Ю.Б. Пінчук, М.С. Федоренко, С.В. Палиця / заг. ред. В.Г. Федоренко, Л.І. Федулової. Київ: ТОВ «ДСК центр», 2014. 346 с.
3. Турило А.А. Основи управління інноваційним розвитком підприємства: монографія. Кривий Ріг: Вид. Козлов Р.А., 2017. 307 с.
4. Шевченко А.В. Формування організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю підприємства: монографія. Київ: НАУ, 2007. 143 с.
5. Бібліотека українських авторефератів. URL: <http://librar.org.ua>.
6. Азарян Е.М., Крамчанинова М.Д. Система управління промисловим підприємством в умовах стратегічного партнерства: монографія. Донецьк: ДонГУЕТ, 2006. 156 с.
7. Інноваційне управління промисловими підприємствами в системі ефективного використання конкурентного потенціалу: монографія / за наук. ред. В.М. Нижник. Хмельницький: ХНУ, 2014. 547 с.
8. Goffin K., Mitchell R. Innovation Management. NY: Palgrave Macmillan, 2010. 416 p.

### ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье обобщены теоретические подходы к механизму организационно-экономического обеспечения управления инновационной составляющей предприятия; обоснованы составляющие механизма организационно-экономического обеспечения управления инновационной составляющей предприятия; определен, обоснован состав каждой подсистемы механизма организационно-экономического обеспечения управления инновационной составляющей предприятия; обоснован подход к формированию механизма организационно-экономического обеспечения управления инновационной составляющей предприятия.

**Ключевые слова:** подсистемы механизма организационно-экономического обеспечения, подсистема обеспечения, целевая подсистема, формирование механизма.

### FORMATION OF THE MECHANISM OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC SUPPORT OF THE MANAGEMENT OF THE INNOVATIVE COMPOUND ENTERPRISE

**Summary.** The paper summarizes theoretical approaches to the mechanism of organizational and economic management of the innovative component of the enterprise; substantiates the components of the mechanism of organizational and economic management of the innovative component of the enterprise; the composition of each subsystem of the mechanism of organizational and economic support for the management of the innovative component of the enterprise has been determined and justified; the approach to formation of the mechanism of organizational-economic maintenance of management of an innovative component of the enterprise is proved.

**Key words:** subsystems of the mechanism of organizational and economic support, subsystem of support, target subsystem, mechanism formation.

**Чиж Л. П.**

*кандидат економічних наук  
доцент, доцент кафедри «Економіка і фінанси»  
Одеського національного морського університету*

**Хотєєва Н. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри «Економіка і фінанси»  
Одеського національного морського університету*

**Качура К. О.**

*магістр  
Одеського національного морського університету*

**Chizh L. P.**

*PhD in Economics  
Associate Professor, Associate Professor,  
Department of Economics and Finance  
Odessa National Marine University*

**Khoteyeva N. V.**

*PhD in Economics  
Associate Professor, Associate Professor,  
Department of Economics and Finance  
Odessa National Marine University*

**Kachura K. O.**

*Master of specialty 051 "Economics"  
Odessa National Marine University*

## ФОРМУВАННЯ ТАРИФУ НА ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВУГІЛЛЯ МОРСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ

**Анотація.** Об'єктом дослідження є процес формування тарифів на перевезення вугілля морським транспортом. Тарифи на перевезення вантажів повинні забезпечувати якість транспортних послуг, а саме своєчасність доставки і збереження вантажів. Розглянуто методичні основи формування тарифної політики. Розглянуто формування вартості перевезення у лінійному та трамповому судноплаванні, сформовано стратегію розрахунку тарифу на перевезення вугілля морським транспортом в Україні.

**Ключові слова:** тариф, трампове судноплавання, тарифна політика, вугілля, морська перевозка.

**Вступ та постановка проблеми.** Тарифи на перевезення вантажів повинні забезпечувати якість транспортних послуг, а саме своєчасність доставки і збереження вантажів.

Дохід функціонуючого судна полягає в одержанні фінансової винагороди за здійснення вантажоперевезення та регламентується відповідно до угоди, яка відбувається на фрахтовому ринку. Це один з видів товарного ринку, який має ту особливість, що в ролі товару виступає не упереджений продукт праці, а переміщення (або транспортні послуги). Грошовим вираженням вартості транспортних послуг є ціна перевезення, що під час доставки вантажів морем має дві форми, а саме фрахтової ставки й тарифу. Доставка вугілля для нашої держави є питанням енергетичної безпеки, однак формування вартості та форми перевезення мають враховувати економічну ефективність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Формування тарифу на перевезення вантажів постійно перебуває в полі зору вітчизняних та іноземних фахівців [1]. Процес формування є дуже складним та враховує велику кількість факторів. Загалом питання вартості морської перевозки вантажів досліджували такі фахівці, як, зокрема, О.М. Коглубай, В.В. Винников, О.І. Лапкин, І.О. Лапкина. Окремо питання доставки вугілля до України та вартості перевезення останніми роками активно досліджуються

фахівцями [2–6]. Однак потребує більш ретельного розгляду питання тарифної політики та вибору форми доставки вантажу.

**Метою** роботи є розгляд підходу до розрахунку тарифу на перевезення вугілля морським транспортом.

**Результати дослідження.** Тарифна політика – це принципи й методики визначення тарифів на товари та послуги. Тарифна політика – винятково важливий економічний інструмент організації, яка надає послуги або є товаровиробником; однак за невмілої поведінки можуть бути отримані негативні результати за своїми економічними наслідками.

Для успішного визначення тарифної політики та прийняття окремих рішень про величину тарифу необхідні ефективна організація всього цього процесу і розподіл відповідальності та повноважень між співробітниками підприємства.

Витрати на перевезення вантажу складаються з витрат на початково-кінцеві операції та витрат на його транспортування. Витрати на початково-кінцеві операції залежать від обсягу вантажу й розміру судна.

Таким чином, витрати з перевезення складаються з витрат по початково-кінцевих операціях та рухових витрат.

Різноманіття факторів, труднощі обліку частки впливу кожного з них, вибір методів ціноутворення залежно від

розміру та фінансового стану транспортної компанії, неможливість точного оцінювання дії різних факторів – все це обумовлює складність процесів ціноутворення на транспортні послуги.

Обсяги перевезень в структурі тарифів відображаються двома способами. По-перше, тарифи можуть бути встановлені пропорційно величині перевезених вантажів. Якщо поставка мала, нижче деякої встановленої кількості, її оцінюють відповідним тарифом, тарифні переваги починають виявлятися, коли вантаж досягає обсягів застосовуваного транспортного засобу або тари (контейнера) тощо. По-друге, під час вибору тарифу може застосовуватися система класифікації вантажів, яка приймає в розрахунок також обсяги. Структура тарифів, пов'язаних з обсягами, зазвичай досить складна, тому вони припускають спеціальне навчання.

Системи тарифів в Україні для різних видів транспорту загального користування мають особливості. Так, на залізничному транспорті застосовують загальні тарифи (для всієї мережі залізниць), виняткові (для перевезення окремих вантажів у певних напрямках), а в зазначені періоди часу – пільгові, місцеві, договірні.

На повітряному транспорті використовують вантажні, виняткові (підвищені на 50%), а також пільгові тарифи.

На автомобільному транспорті застосовують як від'їзні (оплата фактичного обсягу вантажу залежно від відстані та класу вантажу), так і почасові (оплата кожної години роботи і кожного кілометра пробігу залежно від вантажопідйомності автомобіля) тарифи.

Розрахунки в міжнародних перевезеннях між вантажовласниками і транспортними організаціями залізничного та морського транспорту ведуться за чинними фрахтовими й тарифними ставками, на основі договорів або за договірними цінами, на базі коносаментів. В зарубіжних країнах використовуються свої системи тарифів для різних видів транспорту або загальні (наприклад, у країнах ЄС), в основу побудови яких закладена, як правило, диференціація залежно від відстані перевезення, виду (роду вантажу), обсягу відправки.

Велике значення для логістичного менеджменту має відповідність вантажної відправки транзитній (мінімальній) нормі, оскільки тоді транспортний тариф значно менше. Особливо актуально це для залізничного та автомобільного транспорту.

Під час морського перевезення існують два основні поняття, пов'язані з оплатою її ціни, а саме фрахт (ціна морського перевезення в трамповому судноплаванні) та лінійний тариф.

Одним із суттєвих факторів, що впливають на вибір перевізника, є вартість перевезення. Боротьба за клієнтів, неминуча в умовах конкуренції, також може вносити корективи в транспортні тарифи.

В умовах серйозної конкуренції гостро постають питання про те, як і яким чином визначити не просто один тариф, а сукупність конкурентних тарифів (структуру тарифів).

Проблема імпорту вугілля для України стоїть досить гостро, оскільки дефіцит вугілля може зазначатися на роботі українських ТЕС.

Для того щоб зйти на ринок перевезення вугілля за заданими напрямками, необхідно використати дискримінаційну політику. Сутність дискримінаційної цінової політики полягає в тому, щоби продати послугу за максимально можливою ціною, але нижчою, ніж у конкурентів.

Застосування дискримінаційної цінової політики дає змогу судноплавній компанії розширити ринок збуту своїх послуг. Крім того, цінова дискримінація може мати дов-

гостроковий характер і є вирішенням задачі судноплавної компанії для завоювання й утримання частки ринку; особливості сучасної цінової дискримінації полягають в тому, що її використання виходить за рамки монопольного становища продавця, і все частіше можна зустріти ситуацію, коли ця цінова політика використовується в конкурентному середовищі.

Застосовувати дискримінаційну політику установки цін рекомендовано за схемою, відображеною на рис. 1.

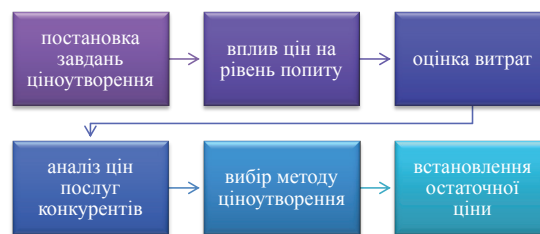


Рис. 1. Схема визначення ціни

В рамках розроблення тарифу рекомендовано виконати такі пункти:

- 1) визначити місця зародження і порти, з яких експортується вугілля;
- 2) вивчити, які судна працюють на цьому напрямку, а також рівень фрахтових ставок на них;
- 3) визначити мінімально допустимий прибуток і собівартість перевезення власним (орендованим) флотом судноплавної компанії.

Також під час розроблення тарифу слід враховувати такі фактори, як збільшення фрахтової ставки за збільшення портів завантаження/розвантаження, за рахунок збільшення вартості дісбурсментів і витрат по судну; збільшення/зменшення вартості палива; збільшення/зменшення швидкості руху судна, як наслідок, збільшення/зменшення витрат на паливо.

Тарифи потрібно доводити таким чином, щоби транспорт отримав необхідні доходи, але при цьому не відлякував вантажовласників високими тарифами.

В рамках розроблення тарифу необхідно встановити такі граничні значення тарифу на перевезення вугілля: собівартість перевезення та мінімальний прибуток мають бути менше, ніж тариф, що розроблюється на перевезення вугілля, а він має бути менше, ніж ринкова фрахтова ставка. Нижній рівень тарифу обмежується мінімальним рівнем рентабельності (тариф повинен повністю покривати витрати, пов'язані з цими перевезеннями) та мінімально допустимим прибутком.

Верхній рівень обмежується величиною фрахту на ринку на заданому напрямку.

Собівартість перевезення розраховується таким чином (рис. 2).

Під час встановлення тарифів від морського транспорту вимагається вирішення низки задач, що сприяють успішній конкуренції з трамповими перевізниками.

По-перше, вивчення розподілу перевезень вугілля; безперервне спостереження за змінами рівнів фрахтових ставок на біржі; виявлення впливу змін рівнів фрахтових ставок на розподіл перевезень вугілля з метою можливих коригувань тарифів на водний транспорт.

По-друге, оскільки конкуренція між судновласниками виникає під час перевезення конкретного вантажу в конкретному напрямку, необхідна розробка методики розрахунку собівартості.

По-третє, якщо вийти за рамки окремої роботи і створити систему тарифів для широкої номенклатури ванта-

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунку собівартості

L	Південний
Норфолк+Балтимор, мл	5 666
Балтимор, мл	5 513
Норфолк, мл	5 511
Річардс Бей через Суецький канал, мл	6 010
Річардс Бей навколо Африки, мл	8 073
Q, т	68 000
PDA	
Baltimore, USD	65 425
Norfolk, USD	71 364
Yuzhni, USD	128 937
Bosphor, USD	10 420
Suez, USD	233 080
Richards Bay, USD	32 776
Bunker DA, USD	2 500
IFO380 gibraltar, USD/т	450
hire, USD/добу	14 500

жів з огляду на значну кількість найменувань вантажів, застосування різних схем їх перевезення, а також потреб в оперативному коригуванні рівнів тарифів, необхідна розробка автоматизованої системи розрахунку собівартості перевезень.

Проведення вищенаведеної тарифної політики буде найбільшою мірою сприяти поєднанню інтересів морського транспорту та вантажовласників, оскільки дасть змогу підвищити прибуток та ефективність роботи транспорту за одночасного зниження сумарних витрат вантажовласників на перевезення вантажів.

Для прикладу розрахунку вибрано 2 судна типу панамакс, характеристики яких наведені в табл. 1.

Вихідні дані для розрахунку собівартості представлені в табл. 2.

За допомогою програми Excel отримані результати, які представлені в табл. 3.

З огляду на те що, власник вантажу має право надати вантаж в певній кількості, фрахтова ставка розрахована для наданого вантажу в діапазоні звичайного завантаження панамаксів від 68 тис. т до 76 тис. т. Отримані тарифні ставки для поточного ринку (паливо 450 дол. США/т; ставка hire 14 500 дол. США/добу) наведені в табл. 4.

На основі проведених розрахунків можемо зробити висновок, що присутній так званий ефект масштабу: за збільшення кількості вантажу фрахтова ставка зменшується за тону вантажу, тому що постійні витрати залишаються незмінними.

Поточна ринкова фрахтова ставка за перевезення вугілля на напрямках із США до України становить близько 19 дол. США/т, а з ПАР до України – 17 дол. США/т.

З розрахованих тарифів видно, що компанія-судновласник, яка вирішить працювати за розрахованими тарифами має дуже гарні конкурентні переваги для завоювання частки ринку перевезень вугілля в Україну із США й ПАР, отримані ставки становлять із США 11–14 дол. США/т залежно від вибраних умов рейсу, а з ПАР до України – від 14 до 17 дол. США/т. Також у судновлас-

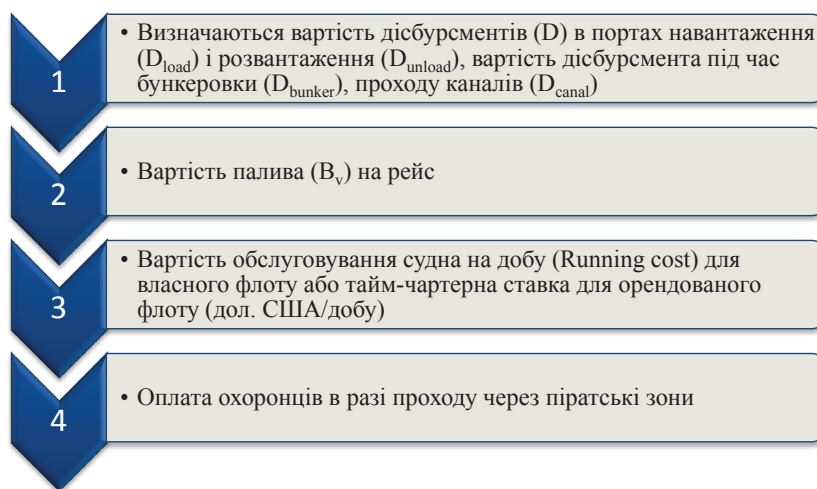


Рис. 2. Етапи розрахунку собівартості

Таблиця 1

Типові судна класу панамакс

MV "ARETHUSA"				MV SITC					
GRT	40 224			GRT	41 684				
NRT	25 869			NRT	25 958				
DW	73 593	14		DW	76 154				
		Knots	mt			knots	mt		
normal	ballast	14	28	IFO380	ballast	14,2	34	IFO380	
	loaded	14	31	IFO380	loaded	13,2	34	IFO380	
eco	ballast	11,5	21	IFO380	eco	ballast	13	26	IFO380
	loaded	10	21	IFO380		loaded	12	26	IFO380
port			3	port			3,85	IFO380	



Таблиця 3

## Результати розрахунків

	Н+Б=>Ю	Н=>Ю	Б=>Ю	РБ=С>Ю	РБ=А>Ю	
Час рейсу при 14 вуз.	17,86	17,41	17,40	19,39	25,03	на ходу
Час рейсу при 13 вуз.	18,89	18,40	18,40	20,47	26,48	
Час рейсу при 12 вуз.	20,67	20,14	20,14	22,37	29,03	
Час рейсу при 11 вуз.	24,61	23,97	23,96	26,54	34,64	
Споживання палива при 14 вуз.	249 190,18	242 837,95	242 754,91	270 447,32	349 123,66	
Споживання палива при 13 вуз.	288 942,05	281 552,84	281 456,25	313 205,68	405 189,20	
Споживання палива при 12 вуз.	241 881,25	235 665,63	235 584,38	261 706,25	339 665,63	
Споживання палива при 11 вуз.	232 548,75	226 524,38	226 445,63	250 818,75	327 324,38	
hire при 14 вуз.	259 014,88	252 412,20	252 325,89	281 110,12	362 888,39	
hire при 13 вуз.	273 833,96	266 831,12	266 739,58	296 828,91	384 002,84	
hire при 12 вуз.	299 767,36	266 831,12	266 739,58	324 336,81	420 953,13	
hire при 11 вуз.	356 820,83	292 064,24	291 963,54	384 854,17	502 243,75	
	<b>Н+Б=&gt;Ю</b>	<b>Н=&gt;Ю</b>	<b>Б=&gt;Ю</b>	<b>РБ=С&gt;Ю</b>	<b>РБ=А&gt;Ю</b>	
Тст	4,66	4,66	4,66	5,51	5,51	на стоянці
Споживання палива на стоянці	7 346,50	7 346,50	7 346,50	8 677,42	8 677,42	
hire на стоянці	67 634,44	67 634,44	67 634,44	79 887,37	79 887,37	
Rreis при 14 вуз.	861 832,00	783 452,09	777 343,75	1 047 835,23	975 209,84	
Rreis при 13 вуз.	916 402,95	836 585,91	830 458,78	1 106 312,39	1 052 389,83	
Rreis при 12 вуз.	895 275,56	790 698,69	784 586,90	1 082 320,85	1 023 816,54	
Rreis при 11 вуз.	942 996,53	806 790,56	800 672,11	1 131 950,71	1 092 765,91	
fct при 14 вуз.	12,67	11,52	11,43	15,41	14,34	
fct при 13 вуз.	13,48	12,30	12,21	16,27	15,48	
fct при 12 вуз.	13,17	11,63	11,54	15,92	15,06	
fct при 11 вуз.	13,87	11,86	11,77	16,65	16,07	
fct при 14 вуз.+10%	13,94	12,67	12,57	16,95	15,78	
fct при 13 вуз.+10%	14,82	13,53	13,43	17,90	17,02	
fct при 12 вуз.+10%	14,48	12,79	12,69	17,51	16,56	
fct при 11 вуз.+10%	15,25	13,05	12,95	18,31	17,68	

Таблиця 4

## Отримані тарифні ставки для поточного ринку

	68 000					73 000					
fct при 14 вуз.+10%	13,94	12,67	12,57	16,95	15,78	fct при 14 вуз.+10%	13,05	11,87	11,78	15,87	14,78
fct при 13 вуз.+10%	14,82	13,53	13,43	17,90	17,02	fct при 13 вуз.+10%	13,87	12,67	12,58	16,75	15,94
fct при 12 вуз.+10%	14,48	12,79	12,69	17,51	16,56	fct при 12 вуз.+10%	13,56	11,98	11,89	16,39	15,51
fct при 11 вуз.+10%	15,25	13,05	12,95	18,31	17,68	fct при 11 вуз.+10%	14,27	12,22	12,13	17,14	16,55
	69 000					74 000					
fct при 14 вуз.+10%	13,75	12,50	12,41	16,72	15,56	fct при 14 вуз.+10%	12,89	11,72	11,63	15,67	14,59
fct при 13 вуз.+10%	14,62	13,35	13,25	17,65	16,79	fct при 13 вуз.+10%	13,70	12,51	12,42	16,54	15,74
fct при 12 вуз.+10%	14,29	12,62	12,52	17,27	16,34	fct при 12 вуз.+10%	13,39	11,83	11,74	16,18	15,31
fct при 11 вуз.+10%	15,05	12,88	12,78	18,06	17,44	fct при 11 вуз.+10%	14,09	12,07	11,98	16,92	16,34
	70 000					75 000					
fct при 14 вуз.+10%	13,57	12,34	12,24	16,50	15,36	fct при 14 вуз.+10%	12,73	11,58	11,49	15,48	14,41
fct при 13 вуз.+10%	14,43	13,17	13,08	17,42	16,57	fct при 13 вуз.+10%	13,53	12,36	12,27	16,34	15,54
fct при 12 вуз.+10%	14,10	12,45	12,36	17,04	16,12	fct при 12 вуз.+10%	13,22	11,69	11,60	15,98	15,13
fct при 11 вуз.+10%	14,85	12,71	12,61	17,82	17,21	fct при 11 вуз.+10%	13,92	11,92	11,83	16,71	16,14
	71 000					76 000					
fct при 14 вуз.+10%	13,39	12,18	12,08	16,28	15,16	fct при 14 вуз.+10%	12,57	11,44	11,35	15,29	14,24
fct при 13 вуз.+10%	14,24	13,00	12,91	17,19	16,35	fct при 13 вуз.+10%	13,36	12,21	12,12	16,14	15,36
fct при 12 вуз.+10%	13,91	12,29	12,20	16,82	15,91	fct при 12 вуз.+10%	13,06	11,54	11,46	15,79	14,94
fct при 11 вуз.+10%	14,65	12,54	12,45	17,59	16,98	fct при 11 вуз.+10%	13,75	11,78	11,69	16,51	15,94
	72 000										
fct при 14 вуз.+10%	13,22	12,02	11,93	16,07	14,96						
fct при 13 вуз.+10%	14,05	12,83	12,74	16,97	16,14						
fct при 12 вуз.+10%	13,73	12,13	12,04	16,60	15,71						
fct при 11 вуз.+10%	14,46	12,38	12,29	17,36	16,76						

ника є можливість коригувати ставку фрахту за рахунок включеного до неї прибутку у 10%.

Розроблена формула для розрахунку фрахтової ставки в умовах зміни ринкового середовища (вартості палива і ставки hire):

$$f_{\text{ст}} = f_{\text{ст бунк}} + (((\text{hire}_{\text{тек}} - \text{hire}_{\text{нач}}) / 1000 * k),$$

де  $f_{\text{ст бунк}}$  – розрахована базова ставка для певної вартості палива для заданого напрямку та швидкості;

$\text{hire}_{\text{тек}}$  – поточна ринкова вартість оренди судна на добу;

$\text{hire}_{\text{нач}}$  – вартість оренди судна, прийнята за базу, const 5 000 USD;

$k$  – поправочний коефіцієнт для відповідного напрямку, кількості вантажу та швидкості.

Приклад розрахунку: припустимо, що вартість оренди судна становить 10 000 дол. США/добу при вартості палива 500 дол. США/т, і ми хочемо дізнатися фрахтову

ставку на перевезення вугілля з порту Норфолк до порту Південний за швидкості 14 вузлів і кількості вантажу 70 тис. т.:

$$9,46 + (((10\ 000 - 5\ 000) / 1\ 000) * 0,35) = 11,21 \text{ дол. США/т.}$$

**Висновки.** Вибір дискримінаційної політики дасть змогу сформувавши вартість перевезення, щоби продати послугу за максимально можливою ціною, але нижчою, ніж у конкурентів.

Конкуренція між судовласниками виникає під час перевезення конкретного вантажу в конкретному напрямку, що потребує розробки методики розрахунку собівартості.

З розрахованих тарифів видно, що компанія-судновласник, яка вирішить працювати за розрахованими тарифами, має дуже гарні конкурентні переваги для завоювання частки ринку перевезень вугілля в Україні із США й ПАР.

#### Список використаних джерел:

1. Винников В.В. Логистика на водном транспорте: учебн. пособие для студентов и курсантов высших учебных заведений водного транспорта. Одесса: Фешкс, 2004. 222 с.
2. Африканский или американский: где Украина покупает уголь. 2017. URL: <https://112.ua/statji/afrikanskiy-ili-amerikanskiy-geografiya-zakupok-ukrainoy-uglya-370336.html>.
3. Вишневецкая О.Д., Вишневецкий Д.О. Формирование стоимости перевозки в линейном и трамповом судоходстве. 2014. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer35/762.pdf>.
4. Головнев С.В. Импорт угля в Украину: Россия и США. 2018. URL: [https://biz.censor.net.ua/resonance/3049641/import\\_uglya\\_v\\_ukrainu\\_rossiya\\_i\\_ssha](https://biz.censor.net.ua/resonance/3049641/import_uglya_v_ukrainu_rossiya_i_ssha).
5. Землянський В.И. Будет холодно. В состоянии ли США и ЮАР обеспечить Украину углем? 2018. URL: <https://rian.com.ua/analytics/20180104/1031008842/USA-South-Africa-obespechit-Ukraine-ugol.html>.
6. Землянський В.И. Эксперт назвал стоимость угля из ЮАР для Украины. 2015. URL: <https://korrespondent.net/business/financial/3602822-ekspert-nazval-stoymost-uhlia-uz-yuar-dlia-ukrainy>.
7. Лапахин А.М. Железнодорожная альтернатива: справятся ли украинские порты с заморским углем. 2017. URL: [https://cfts.org.ua/articles/zheleznodorozhnaya\\_alternativa\\_spravayatsya\\_li\\_ukrainskie\\_porty\\_s\\_zamorskim\\_uglem\\_1297/95144](https://cfts.org.ua/articles/zheleznodorozhnaya_alternativa_spravayatsya_li_ukrainskie_porty_s_zamorskim_uglem_1297/95144).
8. Лапкин А.И. Организация и управление работой флота последовательными рейсами. Одесса: ОГМУ, 2000. 200 с.
9. Лапкин А.И. Процессы инициализации проекта организации работы флота последовательными рейсами. 2001. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessy-initsializatsii-proekta-organizatsii-raboty-flota-posledovatelnyimi-reysami>.
10. Мировое судоходство и фрахтовый рынок. Закрытые рынки. 2018. URL: <http://freightmarkets.ru/?p=33>.
11. Обзор украинского рынка энергетического угля. 2017. URL: <https://kreston-gcg.com/obzor-ukrainskogo-ryinka-energeticheskogo-uglya>.
12. Ціни на морські судна як віддзеркалення світових сировинних ринків. 2017. URL: <https://kreston-gcg.com/ua/dribni-spozshivachi-zzr-mikroodobriv-ta-nasinnja-v-ukraini>.
13. Шевченко М.М. Топ-10 стран-судовладельцев: обзор глобального флота. 2017. URL: <https://ports.com.ua/articles/top-10-stran-sudovladeltsev-obzor-globalnogo-flota>.

#### ФОРМИРОВАНИЕ ТАРИФА НА ПЕРЕВОЗКУ УГЛЯ МОРСКИМ ТРАНСПОРТОМ

**Аннотация.** Объектом исследования является процесс формирования тарифов на перевозку угля морским транспортом. Тарифы на перевозки грузов должны обеспечивать качество транспортных услуг, а именно своевременность доставки и сохранность грузов. Рассмотрены методические основы формирования тарифной политики. Рассмотрено формирование стоимости перевозки в линейном и трамповом судоходстве, сформирована стратегия расчета тарифа на перевозку угля морским транспортом в Украину.

**Ключевые слова:** тариф, трамповое судоходство, тарифная политика, уголь, морская перевозка.

#### THE DETERMINATION OF MARINE TRANSPORT TARIFF FOR COAL SHIPPING

**Summary.** The subject of the research is the tariff calculating process for the coal shipping by sea. The tariffs for cargo transportation should guarantee the quality of transport services, namely timeliness of delivery and safety of goods. The methodical approaches for tariff policy determination and calculation of the delivery cost by linear and tramp shipping is considered, and the strategy for calculating the tariff for the transportation of coal by sea to Ukraine is developed.

**Key words:** tariff, tramp shipping, tariff policy, coal, sea transportation.

Шахно А. Ю.

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами  
Криворізького національного університету

Shakhno A. Yu.

PhD (Economics), assoc. prof.,  
Department of economics and enterprise organization and management,  
SIHE "Kryvyi Rih National University"

## ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Анотація.** У статті акцентовано увагу на тому, що в глобальній економіці головним чинником економічного зростання та забезпечення конкурентних переваг стає людина. Обґрунтовано теоретико-методологічні засади та наукові підходи до формування та розвитку людського капіталу. Проаналізовано особливості людського капіталу як специфічної форми капіталу, а також його елементний склад. Визначено, що в умовах створення «економіки знань» особливого значення набувають освіта й навчання, професіоналізм, високий рівень управління людськими ресурсами, нарощування, відтворення та розвиток людського капіталу. Досліджено основні тенденції та закономірності розвитку людського капіталу в умовах глобалізації. Визначено комплекс заходів щодо покращення ефективності формування та розвитку людського капіталу як ключового фактору побудови конкурентоспроможної національної економіки.

**Ключові слова:** людський капітал, глобалізація, держава, закономірності розвитку.

**Вступ та постановка проблеми.** На початку XXI століття відбувається посилення процесів глобалізації, які охоплюють усі сфери суспільного життя. В умовах заострення міжнародної економічної конкуренції держави намагаються укріпити власні позиції та переваги, залучаючи найголовніший стратегічний ресурс розвитку, а саме людський капітал. Інноваційна економіка, в основі якої лежать наукоємні та високотехнологічні виробництва, потребує інтелектуалізації праці. Актуальність цих питань зумовлює підвищений інтерес до творчих здібностей особистості та їх активізації. Зростаюча роль людського капіталу у формуванні «економіки знань» як носія знань, умінь, ідей, інформації, досвіду, інтелектуальних та фізичних можливостей, зумовлює постійний інтерес до проблем формування та розвитку людини.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження розвитку концепції людського капіталу зробили вчені-класики, зокрема Г. Беккер, К. Маркс, Дж. Міль, В. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт, Т. Шульц.

Проблематиці формування людського капіталу та його ефективного розвитку присвятили свої праці такі вітчизняні науковці, як, зокрема, В.П. Антонюк, О.А. Грішнова, Т.В. Давидюк, Г.В. Дугінець, О.В. Захарова, М.О. Змієнко, М.Ю. Коденська, Н.В. Кравченко, О.С. Крамарева, Д.П. Мельничук, М.Л. Осецький, О.П. Подра, О.І. Сахненко, А.М. Стельмашук, С.В. Федоренко, М.І. Хромов, Р.В. Яковенко. Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання визначення закономірностей розвитку людського капіталу в умовах посилення глобальної конкуренції.

**Метою** роботи є дослідження основних тенденцій та закономірностей розвитку людського капіталу в умовах глобалізації; визначення комплексу заходів щодо покращення ефективності формування та розвитку людського капіталу як ключового фактору побудови конкурентоспроможної національної економіки.

**Результати дослідження.** У глобальній економіці головним чинником економічного зростання та забезпечення конкурентних переваг є людина. Розвиток суспільства в постіндустріальний період характеризується високим рівнем інформатизації та застосуванням інновацій,

що висуває високі вимоги до якості людського капіталу як головного джерела формування національного доходу.

Поняття «людський капітал» увійшло в науку в 60-х роках XX століття. Еволюція поглядів представників різних течій і шкіл на виникнення категорії «людський капітал» показує на різноманітність підходів до проблем розвитку людини та визнання її каталізатором розвитку економіки.

Перші дослідження ролі людини як провідного фактору виробництва у створенні національного багатства були здійснені ще представниками класичної школи політичної економії, зокрема В. Петті, А. Смітом, Д. Рікардо. У своїй теорії К. Маркс акцентував увагу на здатності людини до праці та необхідності інвестицій в неї.

Фундатори неокласичної школи (А. Маршалл та інші науковці) визначали, що головним чинником економічного зростання є отримані знання людини в результаті освіти [1, с. 23].

Основоположниками сучасної теорії «людського капіталу» є американські економісти Г. Беккер і Т. Шульц. У своїх дослідженнях Т. Шульц (1961 рік) стверджував, що людський капітал, як і інші види капіталу, потребує інвестицій, що сприятиме зростанню продуктивності праці [2]. Розвиток теорії людського капіталу закладений Г. Беккером, який для формування людського капіталу запропонував застосовувати витрати на освіту, професійну підготовку, інновації, охорону здоров'я, фізичний та духовний розвиток, комп'ютерну підготовку [3].

Слід зауважити, що досі немає єдиної позиції серед науковців щодо трактування категорії «людський капітал». Але, узагальнюючи наукові підходи зарубіжних та вітчизняних науковців до цієї категорії, можемо визначити, що людський капітал – це капітал знань, умінь, професійних навичок, досвіду, отриманих в результаті інвестицій в освіту, охорону здоров'я, розвиток людини.

Науковий інтерес до формування, ефективного використання, відтворення та розвитку людського капіталу передбачає використання певних методологічних підходів, які обумовлені насамперед багатогранністю та складністю цієї категорії.

До основних підходів дослідження розвитку людського капіталу відносяться діалектичний, синергетичний, системний, системно-структурний підходи.

Діалектичний підхід є загальною методологічною основою наукового дослідження тенденцій людського розвитку. Він базується на таких основних положеннях, як врахування закону перетворення простих кількісних змін на комплексні якісні; розгляд боротьби між старими та новими відносинами у сфері людського розвитку з огляду на властиві явищам внутрішні суперечності; розгляд усіх соціальних та економічних аспектів людського розвитку у взаємозумовленості та взаємозв'язку, динаміці й оновленні [4, с. 5].

До методологічних засобів, які досліджують людський капітал, можна віднести синергетичний підхід, який ґрунтується на теорії самоорганізації та передбачає комплексне врахування форм і зв'язків різного рівня між елементами системи, розвиток яких укріплює її ефективність і цілісність, можливість її багатоваріантного розвитку, а також уможливорює виникнення нової якості. У контексті дослідження з точки зору синергетичного підходу до господарського механізму, крім самоорганізації, належить комплекс форм, методів і важелів всебічного розвитку людини, а саме формування її потреб, системи стимулів, узгодження економічних інтересів різних груп та прошарків на макро- і мікрорівнях.

Системний підхід є одним із визначальних методологічних підходів, що використовують в аналізі економічних процесів та явищ. Глибина та комплексність досліджень визначається необхідністю його застосування до аналізу економічних процесів на мікро- та макрорівнях. Система є комплексом підсистем, компонентів, елементів та їхніх властивостей, взаємодія між якими зумовлює появу якісно нової цілісності. Головними об'єктами досліджень виступають різні складові систем [4, с. 6].

Системно-структурний підхід представляє капітал як комплекс елементів і властивостей, взаємодія між якими формує нову цілісність. Цей підхід допомагає досліджувати людину як біосоціальну істоту, що поєднує соціальні, економічні, культурні, психологічні, біологічні елементи. Методологічна основа системно-структурного підходу представлена у новому підході до об'єкта вивчення. Цей підхід не вирішує питання, але є знаряддям її нового, реальнішого формулювання. Система передбачає певну цілісність роду, внаслідок якої частини пов'язуються між собою. Складні явища дещо більші, ніж сума ізольованих властивостей причинних ланцюгів або окремих компонентів, тому їх варто досліджувати не лише через їхні компоненти, але й з урахуванням зв'язків між ними [4, с. 6–7].

Людський капітал як специфічна форма капіталу має особливості:

- невіддільний від його носія – людської особистості;
- характеризує сукупність знань, навичок, здібностей, запас здоров'я і мотивації (самовідтворювальна і репродуктивна категорія);
- утворюється завдяки інвестиціям;
- виступає базовим інноваційним джерелом і ресурсом модернізації економіки;
- використання завжди контролюється самим індивідом, а саме світоглядом, матеріальною зацікавленістю, відповідальністю, загальним рівнем культури;
- формування потребує відтворення засобів від поточного споживання для отримання доходів у майбутньому подібно накопиченню фізичного капіталу;
- тільки за умови самозростання професійних знань людини разом із можливістю творчої праці перетворюється на капітал [5].

Аналізуючи наукові джерела, визначимо такі структурні елементи людського капіталу:

- професійні знання, вміння, інтелект;
- досвід, що напрацьовується в процесі трудової діяльності;
- можливість особи виконувати покладені на неї функції та обов'язки, розвиватись, розширювати свої здібності та опановувати нові сфери діяльності;
- вроджені здібності, тобто індивідуальні властивості людини, які значною мірою визначаються генетикою;
- особисті риси та психологічні особливості, а саме фізична сила, працездатність, імунітет, темперамент, період активної трудової діяльності;
- здоров'я особистості, що визначається її способом життя, якістю харчування, заняттями спортом;
- мобільність, тобто здатність особи збирати, опрацьовувати, відбирати необхідну інформацію та ефективно її використовувати, також на її рівень впливає матеріальний стан людини;
- мотивація, тобто пошук місця роботи з вищим рівнем доходу, кращим психологічним кліматом, що стимулює індивіда до накопичення та досвіду, спонукання до дії, визначає її організованість, активність [5].

В умовах динамічного розвитку креативної та інформаційної економіки перше місце серед чинників виробництва посідає людський капітал. В другій половині ХХ століття традиційні джерела національної могутності поступилися таким чинникам, як, зокрема, розбудова «економіки знань», розвиток інновації, сфера інформаційних технологій, інтеграція на всіх рівнях. Особливого значення набувають освіта і навчання, професіоналізм, високий рівень управління людськими ресурсами, нарощування, відтворення та розвиток людського капіталу. Саме ці чинники є необхідною умовою зростання конкурентних переваг країни в умовах глобалізації.

Людський капітал в умовах становлення «економіки знань» є одним із ключових чинників економічного зростання. Головним критерієм виміру людського капіталу є інвестування в людину, всі види вкладень в неї, що сприяють зростанню продуктивності праці та її інтелектуального рівня, підвищенню якості людського капіталу [6].

На нашу думку, головними тенденціями та закономірностями розвитку людського капіталу в умовах глобалізації виступають такі.

1) Зміщення акцентів з «людини економічної» на «людину соціальну», «людину творчу». Посилюється соціальна орієнтація світової економіки. В сучасному глобалізованому світі соціальна сфера зростає швидше, ніж економічна. В розвинутих країнах питома вага освіти, науки, культури в загальних витратах зростає випереджаючими темпами. Відбувається трансформація соціальних процесів та соціальної структури суспільства. Глобальна соціалізація стає закономірністю і законом нової ери розвитку. В системі національних інтересів держав якістю людської особистості виступає вищою та головною метою розвитку, де пріоритетом виступає творча складова носіїв людського капіталу [7, с. 66–67]. Людина творча створює та впроваджує інновації, а результатом її творчої праці виступає не тільки новий інтелектуальний продукт, але й інтелектуальний розвиток самої особистості.

2) Набуває поширення соціалізація розвитку людини. Актуалізуються процеси соціалізації інвестицій в людину, соціалізації праці, соціалізації розподілу результатів праці. Визначення результативності економічних процесів відбувається із застосуванням показників людського виміру.

3) Формування людського капіталу інноваційної діяльності. З розвитком економіки знань, побудованій на застосуванні інновацій, підвищується роль інноваційної праці. Збільшується попит на конкурентоспроможний людський



капітал, здатний до креативного мислення та генерації нових знань.

4) Зростання ролі освіти й науки як головного фактору розвитку та зміцнення конкурентних позицій держав. В сучасних умовах формується глобальна інфраструктура науки та безперервної освіти протягом усього життя, яка ставить такі задачі:

– актуалізація та гармонізація процесів глобалізації та світового освітнього простору з процесами, які беруть участь у функціонуванні національних освітніх систем;

– створення нового науково-освітнього простору та забезпечення функціонування нових мережних навчальних співтовариств;

– побудова моделей стратегічного прогнозування, програмування та планування на довгострокову перспективу розвитку інфраструктури науки та навчання протягом життя.

5) Гомонізація освіти, тобто прагнення до єдиних стандартів, параметрів, вимог і норм. В глобалізованому світі формуються єдині підходи до якості освіти.

6) Підвищення впливу інформаційних технологій на формування та розвиток людського капіталу. Сучасні глобалізаційні процеси висувають нові вимоги:

– формування нової інформаційної компетентності та інформаційної культури, основою якої є знання та інформація;

– підготовка суспільства до життя в новому інформаційно-комунікаційному просторі [8].

7) Інтеграція держав до глобалізованого світу та підвищення конкурентних переваг національних економік потребує поступового зростання продуктивності суспільної праці та продуктивної зайнятості людського капіталу.

8) В умовах глобальних викликів і загроз відбувається формування моделі нового трудового життя (нової моделі зайнятості на ринку праці), яка характеризується трансформацією та створенням віртуального ринку праці (створення нових професій і робочих місць, які потребують інтелектуальної праці; поширення неформальної зайнятості, гнучких форм неповної зайнятості). У глобальному ринку праці сформувався новий сегмент, а саме інтернаціональний ринок праці, який характеризується масштабним переміщенням людського капіталу з країни в країну. Значне місце посідає сегмент висококваліфікованих спеціалістів як особливий інтелектуальний ресурс розвитку держав. Підвищується в цьому процесі роль транснаціональних корпорацій (ТНК).

9) Нові глобальні трансформації активізують міграційні процеси, а також відбувається їх інтенсифікація. Зростають масштаби відтоку інтелектуального капіталу.

Стратегічними пріоритетами України є інтеграція у світовий економічний простір та розбудова нової моделі інноваційної економіки. Головними умовами реалізації цих стратегічних завдань є ефективне формування та використання людського капіталу. Виникає необхідність

формування таких якісних рис працівників, які формують сучасні продуктивні здібності та перетворюють їх на головну продуктивну силу постіндустріальної економіки, що заснована на «економіці знань» [9].

За Індексом глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) Україна у 2017–2018 роках посіла 81 місце серед 137 країн світу (дані Всесвітнього економічного форуму), покращивши свої позиції порівняно з попереднім роком на чотири пункти (табл. 1) [10; 11].

На жаль, Україна значно поступається за рівнем розвитку людського капіталу розвиненим країнам (табл. 2).

Таблиця 2

**Рейтинг деяких країн за Індексом людського розвитку станом на 2015 рік (доповідь 2016 року)**

Місце в рейтингу	Країна	ЛПР за 2015 рік (доповідь 2016 року)
1	Норвегія	0,949
2	Австралія	0,939
2	Швейцарія	0,939
4	Німеччина	0,926
5	Данія	0,925
5	Сінгапур	0,925
7	Нідерланди	0,924
10	США	0,920
36	Польща	0,855
49	Росія	0,804
52	Білорусь	0,796
84	Вірменія	0,743
84	Україна	0,743
86	Йорданія	0,741
105	Мальдіви	0,701
105	Узбекистан	0,701
188	Центральноафриканська Республіка	0,352

Джерело: складено автором за даними джерела [10]

Значення Індeksu людського розвитку України по роках представлено на рис. 1.

Основні показники розвитку людського капіталу представлені в табл. 3.

Дані табл. 3 свідчать, що за аналізований період суттєво відбулося зниження рівня життя населення – на 28,8%, що є негативною тенденцією і потребує ефективних заходів з боку держави.

Реалізація стратегічного курсу на досягнення в Україні європейських стандартів життя вимагає радикального підвищення якості людського капіталу. Лише в разі вжиття дієвих заходів у цьому напрямі видасться можливим органічне поєднання завдань стимулювання соціально-економічного зростання та послідовного ефективного гуманітарного розвитку.

Таблиця 1

**Індекс глобальної конкурентоспроможності деяких країн світу за 2012–2018 роки**

Позиція країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності	Роки					
	2012–2013 (зі 144 країн)	2013–2014 (зі 148 країн)	2014–2015 (зі 144 країн)	2015–2016 (зі 140 країн)	2016–2017 (зі 138 країн)	2017–2018 (зі 137 країн)
Україна	73	84	76	79	85	81
Грузія	77	72	69	66	59	67
Росія	67	64	53	45	43	38
Туреччина	43	44	45	51	55	53
Польща	41	42	43	41	36	39

Джерело: складено автором на основі джерела [10]

Показники розвитку людського капіталу України за 2007–2016 роки

Роки	Середня очікувана тривалість життя в Україні при народженні, років	Середня тривалість навчання українців, років	ВВП на душу населення, дол.*	Приріст ВВП на душу населення	
				абсолютний, +/-дол.	відносний, %
2007	68,25	14,9	3 068,6	765,6	33,2
2008	68,27	14,9	3 891,0	822,4	26,8
2009	69,29	14,9	2 545,5	-1 345,6	-34,6
2010	70,44	14,9	2 974,0	428,5	16,8
2011	71,02	15,1	3 570,8	596,8	20,1
2012	71,15	15,2	3 856,8	286,1	8
2013	71,37	15,2	4 030,3	173,5	4,5
2014	71,37	15,3	3 014,6	-1 015,7	-25,2
2015	71,38	15,3	2 115,4	-899,2	-29,8
2016	71,68	15,3	2 186,1	70,65	3,3
2016/2007, +/-	3,43	0,4	-882	x	x
2016/2007, %	x	x	-28,8	x	x

\* розрахунки за даними Мінфіну [13]

Джерело: складено автором за даними джерел [12–14]

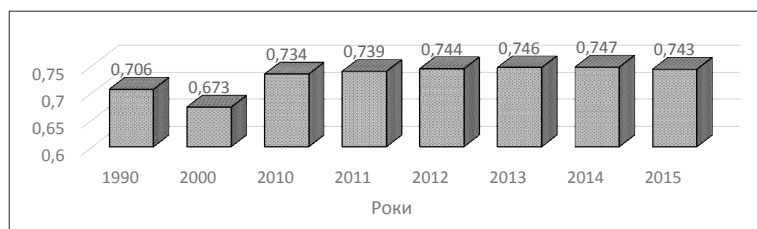


Рис. 1. Індекс людського розвитку України за 1990–2015 роки

Джерело: розроблено автором на основі джерела [12]

**Висновки.** Таким чином, глобалізація економічних та соціальних процесів у світі висуває нові вимоги до працівника, такі як високий рівень освіти, професіоналізм, творчий підхід до праці, вміння застосування інновацій, висока мобільність, комунікабельність. Людський капітал, втілений у досягненнях науки, освіти, професійного досвіду, виступає важливим фактором інноваційного та соціального розвитку країни та збільшує економічні ефекти завдяки реалізації інтелектуальної складової. Визначення й дослідження основних закономірностей розвитку людського капіталу потребує вжиття певних заходів, які сприятимуть підвищенню рівня формування, використання й відтворення людського капіталу:

– розробка та створення нових державних програм щодо ефективного формування та розвитку людського

капіталу в умовах глобалізації, розширення спектру соціальних інвестицій;

– удосконалення чинного законодавства у сфері людського розвитку та підвищення якості життя;

– удосконалення та реалізація сучасної моделі «освіта протягом життя» та підтримка з боку держави розвитку підсистем цієї моделі (онлайн-освіта, неформальна освіта, змішані форми навчання);

– впровадження в Україні нової моделі формування компетенцій сучасного фахівця та підтримка професійної освіти;

– застосування та адаптація світових стандартів якості освіти та професійного навчання, її оцінювання з урахуванням національних особливостей;

– створення сприятливих умов для розвитку ринку праці, підприємництва.

Вжиття запропонованих заходів є можливим лише за умови чітко визначених стратегічних цілей та пріоритетів держави, що створює умови для підвищення якості людського капіталу як головного фактору розвитку та підвищення конкурентоспроможності національної економіки в сучасному глобалізованому світі. Перспективами подальших розвідок у цьому напрямі є дослідження та систематизація пріоритетних чинників впливу на розвиток людського капіталу в умовах глобалізації.

#### Список використаних джерел:

- Кривенко Л.В., Овчаренко С.В. Концептуальні засади розвитку людського капіталу в умовах підвищення конкурентоспроможності країни. Економічний часопис – XXI. 2014. № 1–2 (1) С. 23–26. URL: [http://soskin.info/userfiles/file/2014/1-2\\_2014/1/Kryvenko\\_Ovcharenko.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/2014/1-2_2014/1/Kryvenko_Ovcharenko.pdf).
- Schultz Th.W. Investment in Human Capital. The American Economic Review. 1961. Vol. 51. № 1. P. 1–17.
- Becker I.G. Investment in Human Capital. The Journal of Political Economy. 1962. P. 14–27.
- Ларіна Я.В., Брацлавська О.І. Розвиток людського капіталу в умовах глобалізації: монографія. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 248 с.
- Артеменко Л.Ю. Людський капітал: наукові підходи та стан формування в Україні. Галицький економічний вісник. 2016. Т. 50. № 1. С. 22–31. URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18611/2/GEV\\_2016v50n1\\_Artemenko\\_L-Human\\_capital\\_scientific\\_22-31.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18611/2/GEV_2016v50n1_Artemenko_L-Human_capital_scientific_22-31.pdf).
- Сіденко С.В. Креативний капітал як чинник розвитку нової економіки. Стратегія розвитку України. 2016. № 1. URL: [file:///C:/Users/%D0%90%D0%BB%D1%91%D0%BD%D0%B0/Downloads/sru\\_2016\\_1\\_4%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%D0%90%D0%BB%D1%91%D0%BD%D0%B0/Downloads/sru_2016_1_4%20(1).pdf).
- Білорус О.Г., Лук'яненко Д.Г. та ін. Глобалізація і безпека розвитку: монографія / за ред. О.Г. Білорус. Київ: КНЕУ, 2001. 733 с.
- Манак А.Ф. Технологічні аспекти інноваційного цілеспрямованого розвитку телекомунікаційного науково-освітнього простору. URL: [www.irtc.org.ua/dep105/publ/man13/man13.doc](http://www.irtc.org.ua/dep105/publ/man13/man13.doc).
- Кузьмін О.Є., Шахно А.Ю. Оцінка рівня розвитку людського капіталу України в умовах глобалізації. Економіка та держава. 2018. № 4. С. 7–11.

10. Позиція України в рейтингу країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності, 2017–2018 роки // Економічний дискусійний клуб. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2>.
11. Кузьмін О.С., Шахно А.Ю. Державне регулювання міграційних процесів людського капіталу в умовах глобалізації. Бізнес-Інформ. 2018. № 5.
12. Програма розвитку ООН: доповідь про людський розвиток. 2016. URL: <http://hdr.undp.org/en/2016-report>.
13. Валовий внутрішній продукт // Фінансовий портал Мінфіну. URL: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>.
14. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

### ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Аннотация.** В статье акцентировано внимание на том, что в глобальной экономике главным фактором экономического роста и обеспечения конкурентных преимуществ становится человек. Обоснованы теоретико-методологические основы и научные подходы к формированию и развитию человеческого капитала. Проанализированы особенности человеческого капитала как специфической формы капитала, а также его элементный состав. Определено, что в условиях создания «экономики знаний» особое значение приобретают образование и обучение, профессионализм, высокий уровень управления человеческими ресурсами, наращивание, воспроизводство и развитие человеческого капитала. Исследованы основные тенденции и закономерности развития человеческого капитала в условиях глобализации. Определен комплекс мер по улучшению эффективности формирования и развития человеческого капитала как ключевого фактора построения конкурентоспособной национальной экономики.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, глобализация, государство, закономерности развития.

### REGULARITIES OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT UNDER GLOBALIZATION

**Summary.** The article focuses on the fact that the global economy considers an individual to be the main factor of the economic growth and competitiveness promotion. The article substantiates theoretical and methodological principles and scientific approaches to human capital formation and development and analyses characteristics of human capital as a specific form of capital and its elemental composition. The article determines that education, professional competence, a high level of human resources management; increase, reproduction and development of human capital are gaining greater importance in creating the “knowledge economy”. The article studies main trends and regularities of human capital development under globalization. The article determines a set of measures to enhance efficiency of forming and developing human capital as a key factor of building a competitive national economy.

**Key words:** human capital, globalization, state, development regularities.

УДК 338.512:339.138

**Шевченко А. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент, доцент кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету*

**Путінцева А. А.**

*студентка  
Національного авіаційного університету*

**Shevchenko A. V.**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of Marketing Department  
National Aviation University*

**Putintseva A. A.**

*Student,  
National Aviation University*

### ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

**Анотація.** У статті визначено поняття інформаційного середовища, його основні складові та умови його використання в міжнародній маркетинговій діяльності компанії. Визначено, що інформаційне забезпечення дає змогу оптимізувати побудову маркетингових програм та ухвалення управлінських рішень, реалізувати стратегію активного впливу на формування ринкового попиту і стимулювання збуту, конструювати ринок, а також здійснювати інформаційну атаку на певні ринкові сегменти. Обґрунтовано необхідність створення повноцінної маркетингової інформаційної системи компанії, що є однією з важливих умов забезпечення ефективної реалізації її міжнародної маркетингової діяльності. Описано основні види інформаційних мереж світового характеру, що використовуються в процесі організації міжнародної маркетингової діяльності компанії.

**Ключові слова:** маркетингова діяльність, міжнародний маркетинг, інформаційне середовище, Інтернет, маркетингова інформаційна система.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасна індустрія інформації, інформаційних систем і мереж зв'язку, а також інформаційної техніки має велике значення для розвитку міжнародного маркетингу та вирішення маркетингових завдань, оскільки дає змогу маркетологам проводити широкомасштабні та глибокі маркетингові дослідження, оперувати великою кількістю даних, пов'язаних зі світовим маркетинговим середовищем, ринками, товарами та фірмами зарубіжних країн, зокрема за рахунок підключення до баз даних інших організацій і через об'єднання комунікаційних систем в локальному, національному, регіональному та міжнародному масштабах. Це сприяє здійсненню ефективного збору, накопиченню, обробки, систематизації та аналізу багатопланової за своєю структурою маркетингової інформації, розширює можливості застосування математичних методів, складних, оптимальних економетричних моделей для економічного та ринкового прогнозування та моделювання, створює умови для підвищення ефективності, значного прискорення процесу формування маркетингових програм, ухвалення управлінських рішень, проведення імітаційних тестів в лабораторних умовах, веде до розвитку нового маркетингу (електронного маркетингу тощо).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питання інформаційного середовища міжнародного маркетингу присвячені роботи О.І. Амоші, Ю.Г. Казака, Д.Г. Лук'яненко, І.Л. Литовченко, Ю.В. Макогона, О.М. Мозгового, В.М. Осипової. Ю.М. Пахомова, С.О. Смичка, Т.М. Циганкова, С.О. Якубовського.

**Метою** роботи є визначення сутності, методів та основних методик використання інформаційних систем у сфері міжнародного маркетингу.

**Результати дослідження.** Інформатизація – глобальний процес, обумовлений стрімким розвитком науково-технічного прогресу, переходом до нових поколінь наукоємних технологій, систем техніки та матеріалів, а також нового інформаційного обміну, що викликає кардинальні зміни структури та характеру світового економічного й соціального розвитку [1]. Це основа визначення нової стадії в розвитку суспільства, а саме інформаційного суспільства, в якому в значних масштабах проводиться, накопичується, виробляється та споживається величезна кількість інформації, де постійно розвивається сфера інформаційних послуг.

Інформаційна складова не лише забезпечує орієнтацію в процесах і явищах в навколишньому маркетинговому середовищі, але й дає змогу оптимізувати побудову маркетингових програм і ухвалення управлінських рішень, реалізувати стратегію активного впливу на формування ринкового попиту і стимулювання збуту, сконструювати ринок, а також здійснити інформаційну (не лише збутову) атаку на певні ринкові сегменти. Нові технології інформаційних систем дали основу високоефективним, науково обґрунтованим, комплексним маркетинговим дослідженням, підготували базу для побудови якісних маркетингових програм і розробки оптимальних планів розвитку виробничо-збутової та науково-технічної діяльності компанії.

Використання інформаційної технології, крім економії часу, є джерелом підвищення ефективності роботи компанії та її управління, оскільки:

- дає змогу мати постійний, своєчасний і прямий доступ до поточної інформації про продукцію, споживача, ситуацію на ринку та внутрішній стан і діяльність компанії;

- забезпечує ефективну координацію внутрішньої діяльності через систему передачі звукових сигналів (мови) та електронну пошту;

- організовує ефективну взаємодію із замовниками за рахунок використання більш інформативних і наочних документів, а також швидкодіючих систем передачі повідомлень;

- вивільняє необхідний час на такі високопродуктивні види діяльності, як аналіз, оцінка, інтерпретація, висновки, рекомендації.

Зазвичай подібні операції з інформаційними потоками під силу лише крупним компаніям або спеціалізованим агентствам і вимагають значних фінансових і тимчасових витрат, наявності компетентних професіоналів, а також технологічно розвинутої системи інформаційного забезпечення, перш за все передових засобів зв'язку, комунікацій, новітньої комп'ютерної техніки та софт-забезпечення.

Маркетингова інформаційна система (МІС) – сукупність людей, технічних засобів, обладнання, програмного та методичного забезпечення, об'єднаних в єдине ціле, що дає змогу збирати, аналізувати та обробляти інформацію з метою її подальшого використання під час обґрунтування, прийняття та оцінювання маркетингових рішень. Тому створення повноцінної МІС є одним з важливих умов забезпечення ефективної реалізації міжнародного маркетингу. Оскільки маркетингові рішення є лише складовою частиною всіх управлінських рішень, що приймаються керівництвом компанії, то МІС є лише підсистемою загальної інформаційної системи управління компанією. Для ефективного функціонування МІС слід постійно аналізувати наявну в ній інформацію, збирати з різних джерел нові дані, обробляти їх, а на цій основі можна поповнювати наявні масиви даних. При цьому такими основними джерелами інформації є звітні дані про діяльність компанії, відомості про стан і зміну середовища міжнародного маркетингу, результати маркетингових досліджень.

Компанії, що успішно здійснюють міжнародну діяльність, користуються одночасно різними видами інформаційних мереж. В процесі організації міжнародної маркетингової діяльності всі ці мережі набувають світового характеру, а їх географія поширюється на всі країни світу, де працює ця компанія.

Інтернет, всесвітня інформаційна мережа, розроблений у США спочатку для вирішення військових завдань, а потім почав використовуватися для комерційних цілей, внаслідок чого утворився глобальний віртуальний світ всесвітньої інформації та зв'язку, що об'єднує потоки інформації та банки даних усього світу [2]. «Всесвітнє павутиння» є вищим ступенем розвитку технологій міжнародних інформаційних мереж і нині займає лідируючі позиції у світовому інформаційному середовищі. Інтернет будується на базі гіпертекстового представлення інформації, тобто у вигляді тексту, що містить посилання на інші інформаційні блоки. Така система дає змогу відображати графіки, включати мультимедійні (звукові і відео) вставки. «Всесвітнє павутиння» дає змогу маніпулювати інформацією, що знаходиться в мільйонах комп'ютерів, розкиданих по всьому світі, об'єднаних цією інформаційною мережею. Вона дає змогу отримувати міжнародну маркетингову інформацію, вести електронну торгівлю, здійснювати рекламу та зв'язки з громадськістю, розробляти нові продукти, привертаючи велику кількість користувачів Інтернету.

Екстранет (Extranet) – це вертикальні мережі, що об'єднують компанії-контрагентів (компанії-виробники, фірми оптової торгівлі, компанії-виробники і субпідрядники, постачальники сировини і матеріалів тощо), що входять у міжфірмові об'єднання з вертикальними виробничими та збутовими зв'язками, та комплексні мережі, які мають міжгалузевий характер та створюються спільно



компаніями-контрагентами з різних галузей економіки і забезпечують перш за все обмін інформацією про отримання і виконання замовлень, оплату рахунків, спілкування між відвідувачами мережі в режимі реального часу [6]. Мережі Екстранет забезпечують також зв'язок компанії з її споживачами. Разом з Інтернетом вони мають велике значення для організації електронної торгівлі.

Екстранет дає змогу партнерам компанії отримати доступ до певної частини її внутрішньої мережі. В Екстранеті міститься різна інформація спеціального, а не лише ознайомлювального характеру, яка не відкрита для широкого доступу, тому для підключення до неї потрібні реєстрація та особливий пароль (протокол). Екстранет не лише активізує та підвищує ефективність ділових зв'язків компанії, але й дає змогу отримувати нових партнерів по бізнесу і нових клієнтів, даючи їм можливість користуватися певною частиною своєї інформації. Ця мережа створюється на базі інтернет-протоколів, які ретельно захищені від проникнення ззовні. Під час створення екстранет-мережі компанія може використовувати свою інтрамережу, а також автоматизувати весь ланцюжок руху товару: сировина – готова продукція – збутові організації – споживач, включаючи його замовлення, оплату й доставку. Підключення до мережі можливе лише за умови реєстрації.

Екстранет може бути створена на базі інформаційної мережі цієї фірми (Інтранет) або бути винесеною за її межі, щоб окрема організація створювала її та управляла нею. Останній варіант дає змогу забезпечити стійкіший захист інформації компанії від проникнень ззовні та не відволікати компанію від її основної діяльності.

Інтранет (Intranet) – об'єднання видалених локальних мереж у рамках однієї компанії або однієї групи компаній за допомогою механізму видаленого доступу. Зазвичай це горизонтальні мережі всередині групи компаній, призначені для збору та накопичення статистичної інформації стосовно виробництва й збуту для всіх компаній (членів групи), а також для оброблення інформації за загальною схемою та єдиними критеріями. Вони строго захищені від проникнення ззовні.

Інтрамережі дають змогу використовувати можливості Web для розміщення та поширення інформації в межах компанії або єдиної групи компаній. Інтранет не має підключень ззовні і захищений від проникнення сторонніх осіб та організацій. Захист внутрішніх мереж забезпечується за рахунок так званих протоколів, тобто наборів кодів або сигналів, за допомогою яких комп'ютери встановлюють один з одним зв'язок і передають інформацію. В Інтернеті це TCP/IP, в локальних мережах – мережеві протоколи.

Інтранет дешевше спеціалізованих локальних баз даних і мереж. Близько 30% американських компаній використовують у внутрішньому корпоративному управлінні та міжнародному маркетингу систему Інтранет [7]. Ці мережі надійні та прості в управлінні та експлуатації. За допомогою Інтранета співробітники компаній, що входять до неї, мають можливість спільно використовувати різноманітну інформацію, заходити в дозволені бази даних компанії, бути в курсі основних внутрішньо корпоративних подій, підключитися до будь-якої складової Інтранета й отримати будь-яку закладену в цю мережу інформацію.

Це стосується інформації про товар, його продажі та просування, цінову політику. Окрім того, мережа дає змогу різним підрозділам швидко й ефективно спілкуватися між собою, будучи впевненими в тому, що ця інформація недоступна зовнішнім особам та організаціям. Така інформаційна система дає змогу співробітникам компанії швидко дізнаватися основні тенденції і дані стосовно діяльності компанії, отримувати необхідні документи,

оперативним і гнучким чином реагувати на зміни, що відбуваються, підвищує ступінь самостійності в ухваленні рішень, отже, підвищує продуктивність праці в компанії або групі об'єднаних компаній, зокрема за рахунок заміни паперових аналогів.

Фахівці з маркетингу ведуть бази даних щодо товарів, клієнтів, конкурентів, ринків тощо. Вони організують групи новин та інтерактивні бесіди (чати) з маркетингової тематики, що стосується діяльності підрозділів компанії в масштабах всієї земної кулі. Мережа Інтранет дає змогу підвищувати координованість їх дій під час реалізації міжнародних маркетингових програм і стратегій. Обладнання й обслуговування мережі Інтранет дешевше, ніж обслуговування Інтернету, а обмін даними в них відбувається швидше, ніж в Інтернеті. Зазвичай в рамках внутрішньої мережі в компанії можуть проводитися відео- та телеконференції, дискусійні «клуби» у письмовій формі, коли автори висловлених пропозицій або критичних зауважень можуть бути невідомі. Особливо це важливо під час вивчення думок співробітників філій і дочірніх компаній, що можуть бути розміщені по всьому світі. Якщо раніше існувала значна відмінність принципів побудови і функціонування мереж Інтернет та Інтранет, то сьогодні відбувається згладжування відмінностей, а технології «всесвітнього павутиння» активно проникають в системи внутрішньої фірмової мережі (електронна пошта, групи новин, передача файлів тощо).

Електронна пошта досить зручна у використанні та дешевша, ніж інші засоби передачі інформації. Цей вид зв'язку дає змогу ефективно передавати інформацію в режимі реального часу, до того ж в найрізноманітнішому вигляді та у формі, що дає змогу відправнику й одержувачу не витратити додаткових зусиль і часу на передрук і комп'ютерний набір. За умови оплати підключення до Інтернету користування електронною поштою не вимагає додаткових витрат, що робить цю форму передачі інформації зараз найдешевшою. Сплачується лише підключення до Інтернету, і не потрібно платити за кожне відправлене й отримане повідомлення.

До переваг електронної пошти можна віднести також досить масове охоплення, масштаби якого включають усіх користувачів мережі Інтернет. E-mail дає змогу краще, до того ж безпосередньо вивчати й обслуговувати споживачів компанії, активно розвивати ділові відносини з її партнерами. При цьому техніка і час передачі інформації численним адресатам практично такі ж прості, як і для передачі інформації одному респонденту. Також інформація за допомогою e-mail передається у досить зручній формі, яка забезпечується спеціальною програмою та не вимагає додаткового набору повідомлення. Економія часу перш за все забезпечена тим, що інформація може бути передана в режимі реального часу. Електронна пошта дає змогу відправляти й отримувати повідомлення різного виду, тобто не тільки набрані текстові повідомлення, але й файли з баз даних, текстові файли, фотографії, таблиці, мовні та музичні повідомлення. В цьому разі інформація передається в електронному форматі, що дає змогу відправнику та одержувачу не витратити часу на її додаткову обробку. При цьому практично миттєво можна зробити скільки завгодно копій інформації, а в разі потреби можна доповнити і розіслати її по потрібних адресах тощо, що значно спрощує роботу з матеріалами та документами в компанії. Особливо слід відзначити легкість переадресації та поширення інформації.

Електронна пошта нині є основним видом зв'язку між компаніями та між компаніями і споживачами. У низці країн вже видані законодавчі акти, які підтверджують

право враховувати цифрові підписи в комерційних документах (контрактах, угодах тощо), що пересилаються електронною поштою, як юридично правомірні, вони пріврівнюються до підпису у письмовій формі в реальних умовах. Також важливо, що використання електронної пошти не вимагає обов'язкової присутності адресата для отримання та негайної відповіді, як це, наприклад, відбувається під час телефонного спілкування.

Але існують певні недоліки використання електронної пошти:

- існують складності щодо надійності та достовірності отриманої інформації, наприклад, адреса і/або саме повідомлення можуть бути підробленими; з такою проблемою покликані боротися спеціальні програми шифрування текстів і включення в кінець кожного повідомлення цифрового підпису файлу, що відправляється;

- система передачі електронних повідомлень не може забезпечити їх конфіденційність, а також вони можуть бути навмисно або випадково використані в корисних і неправомірних цілях;

- надмірне зростання кількості отриманих інформаційних повідомлень також створює серйозні труднощі в компанії; зайва інформація, так званий інформаційний шум, ускладнює роботу відповідних підрозділів компанії; в цьому разі рекомендують встановлювати в комп'ютери спеціальні програми-фільтри, що пропускають тільки обумовлену особливими обмеженнями інформацію, сортують її згідно з встановленими критеріями, а також блокуючі програми, які знищують ту інформацію, яку ця компанія отримувати не хоче;

- простота використання електронної пошти послабляє увагу співробітників компанії, і кореспонденція, що відправляється ними, може бути неправильно зрозумілою, що приведе до серйозних помилок в роботі з партнерами;

- незважаючи на переваги, електронна пошта не може і не повинна повністю замінити інші форми спілкування, а особливо особисті контакти в бізнесі.

Зазвичай компанії, що проводять міжнародні маркетингові дослідження за допомогою Інтернету, мають списки джерел необхідної інформації, а також список адрес розсилки матеріалів клієнтам компанії, що особливо важливе для розсилки рекламних оголошень та інших повідомлень. Відповідні комп'ютерні програми дають змогу відстежувати, які сторінки відвідуються більше за інші, як часто на них заходять користувачі Інтернету. Маркетолог веде статистику читацького попиту та вдосконалює форми «подачі себе» в електронному вигляді. Важливу інформацію про споживачів маркетологи-дослідники отримують за допомогою вивчення потоку відвідувачів на сервері компанії та електронної пошти.

Маркетологи-дослідники для збору інформації в мережі Інтернет користуються сайтами спеціалізованих

компаній, що досліджують ринки, фірми та споживачів різних країн, сайтами міжнародних та урядових установ, сайтами компаній-конкурентів і компаній-партнерів, електронними бюро статистичних матеріалів, міжнародних і національних організацій, газетних і журнальних вирізок ("Fortune", "The Economist", "Financial Times", "Tendances de la Conjoncture"), сайтами науково-дослідних інститутів, університетів, бібліотек тощо; в цьому разі допомагають пошукові системи, навіть коли адреса об'єкта, що вивчається, невідома. При цьому важливо виявити їх гіпертекстові зв'язки.

Особливо корисні каталоги інтернет-ресурсів щодо інформації у сфері міжнародного маркетингу, вивчення інтерактивних матеріалів спеціалізованих агентств, що займаються маркетинговими дослідженнями та вивченням компаній і відомих бізнесменів, які випускають спеціальні довідники в паперовому та електронному вигляді. До них перш за все відносяться "Dun & Breadstreet", "Moody's", "Compass", "Who is Who". Вони за певну плату дають можливість користуватися своїми банками даних, які дають змогу орієнтуватися в ситуації щодо пошуку та вибору партнерів по міжнародному бізнесу.

Вивчення ринку в мережі Інтернет здійснюється за допомогою сайтів департаментів статистики відповідних структур держав, наприклад різних міністерств, торговельно-промислових палат, а також міжнародних організацій, передусім ООН (Statistical Yearbook, Monthly Bulletin of Statistics, Commodity Trade Statistics тощо), міжнародних торгових асоціацій, міжнародної торговельно-промислової палати та регіональних організацій.

**Висновки.** Основне завдання розвитку міжнародного інформаційного середовища полягає в інтеграції та сумісності систем, які використовуються компаніями у своїй діяльності. Використання інформаційних технологій підвищить ефективність маркетингових досліджень за різними (будь-якими) видами діяльності.

Необхідно відзначити, що існують організаційні та технічні труднощі під час оплати товарів через мережу, ідентифікації відвідувача сайту, його підпису, правового статусу, тобто постає завдання забезпечення правової сторони контрактів, що оформлюються за допомогою Інтернету, а також їх виконання. Зокрема, це стосується питань оподаткування комерційних операцій в Інтернеті, які поки що залишаються вільними від будь-яких фіскальних зборів.

Також постає питання необхідності підвищення ступеня надійності та конфіденційності мереж компанії, необхідності забезпечення їх надійного захисту від злону. Компанії активно розробляють і вдосконалюють методи шифрування інформації, проте захисту у 100% досягти все ж таки не вдається. Розробляються спеціальні технічні стандарти для гарантування компаніям захищеної доставки відповідної інформації.

#### Список використаних джерел:

1. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / за ред. Ю.Г. Казака, С.О. Смичка, І.Л. Литовченко. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 294 с.
2. Пахомов С.Б. Международный маркетинг. Опыт работы зарубежных фирм: учеб. пособие. Москва, 2003.
3. Наумова О.Е. Підвищення ролі маркетингових інформаційних систем при забезпеченні ефективного управління маркетингом підприємства. Економічний вісник Донбасу. 2013. № 2 (32). С. 129–134.
4. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник. Київ: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.
5. Сучасні інформаційні технології // IT-technolog. URL: <http://it-technolog.com/statti/suchasni-informatsiyni-tehnologiyi>.
6. Информационные технологии: учебник / Ю.Ю. Громов, И.В. Дидрих, О.Г. Иванова, М.А. Ивановский, В.Г. Однолько. Тамбов: изд-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2015. 260 с.
7. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
8. Мельникова О.А. Особливості формування маркетингової інформаційної системи регіону. Економіка та право. 2016. № 3 (45). С. 11–16.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

**Аннотация.** В статье определены понятие информационной среды, ее основные составляющие и условия ее использования в международной маркетинговой деятельности. Определено, что информационное обеспечение позволяет оптимизировать формирование маркетинговых программ и принятие управленческих решений, реализовывать стратегию активного влияния на формирование рыночного спроса и стимулирование сбыта, конструировать рынок, а также осуществлять информационную атаку на определенные рыночные сегменты. Обоснована необходимость создания полноценной маркетинговой информационной системы компании, которая является одним из важных условий обеспечения эффективной реализации ее международной маркетинговой деятельности. Описаны основные виды информационных сетей мирового характера, которые используются в процессе организации международной маркетинговой деятельности компании.

**Ключевые слова:** маркетинговая деятельность, международный маркетинг, информационная среда, Интернет, маркетинговая информационная система.

## INFORMATION ENVIRONMENT OF INTERNATIONAL MARKETING

**Summary.** In the article definitely the concept of the information environment, its main components and the conditions for its use in international marketing activities. It is determined that the information support allows optimizing the formation of marketing programs and making managerial decisions, implementing a strategy of active influence on the formation of market demand and sales promotion, constructing a market, and also carrying out an information attack on certain market segments. The necessity of creating a full-fledged marketing information system of the company, which is one of the important conditions for ensuring effective implementation of its international marketing activities, is grounded. The main types of information networks of a global nature are described and used in the process of organizing the international marketing activities of the company.

**Key words:** marketing activity, international marketing, Internet, information environment, marketing information system.

УДК 331.101.6

**Шевченко В. С.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і адміністрування  
Харківського національного університету міського господарства  
імені О.М. Бекетова*

**Shevchenko V. S.**

*PhD, associate professor  
of the Department of management and Administration  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkov*

## САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ

**Анотація.** У статті розглянуто основи ефективної особистої роботи керівника. Визначено основну мету самоменеджменту. Здійснено аналіз змісту поняття «управлінська праця». Представлено техніку самоменеджменту у вигляді моделі особистих якостей. Розроблено рекомендації з організації та планування особистої роботи.

**Ключові слова:** управлінська праця, управлінські якості, планування особистої праці, самоменеджмент.

**Вступ та постановка проблеми.** Актуальність статті обумовлена тим, що в сучасних умовах немає більш важкої та відповідальної професії в економіці, ніж професія керівника. Специфіка цієї професії полягає в її комплексності, тому що вона вимагає від людини володіння різними навичками. Дослідження показують, що важливим фактором, що перешкоджає сталому розвитку підприємств, є недостатня організованість управлінських кадрів. При цьому ефективний менеджмент і організація праці менеджера є передумовами успішного функціонування підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні основи дослідження змісту управлінської праці та її ролі в розвитку підприємства докладно викладені в роботах закордонних дослідників, зокрема в працях Дж. Аткинсона, В. Врума, Ф. Герцберга, С. Керролла, Д. МакГрегора, Д. Мак-Клелланда, А. Маслоу, Дж. Шоннесі.

Вагомий внесок в розроблення цієї проблеми зробили вітчизняні вчені, а саме І.А. Баткаєв, І.Ф. Беляєв, Е.А. Уткін, В.А. Розанов, М.Б. Курбатов, В.А. Іванніков, Є.П. Ільїн, А.Я. Кібанов, А.Н. Леонт'єв, А.М. Колот, Н.Д. Лук'янченко, Л.С. Виготський. Однак треба зауважити, що в сучасних умовах стрімкої зміни інформаційних потоків успіху може досягти тільки такий керівник, який застосовує сучасні методи та засоби вдосконалення власної управлінської праці.

**Метою** роботи є визначення загальних особливостей управлінської праці та вдосконалення ефективності діяльності керівників.

**Результати дослідження.** Управлінська праця спрямована на організацію та керівництво різними процесами. У трудовій діяльності вищого управлінського керівника і керівника первинної ланки функції керування загалом,



обсяги робіт складають у першого – 6–18%, у другого – 5–15%. Таким чином, управлінська праця в процесі трудової діяльності в кожному конкретному випадку різна та залежить від займаної посади, сфери діяльності працівника, рівня його компетентності, підготовленості, уміння організувати свою працю і працю очолюваних їм колективів [1].

Зміст поняття «управлінський персонал» трактується широко та неоднозначно. Міжнародна організація праці (МОП) розглядає управлінську працю як частину більш широкої категорії працівників, у яку, крім менеджерів, входять інші фахівці-професіонали. Підставою є тісний зв'язок у роботі менеджерів і фахівців.

Здатність концептуально мислити у сфері управління обумовлена чималою мірою характером освіти. Не випадково у США лише 2% вищих керівників фірм є інженерами, інші є юристами, економістами, психологами, менеджерами. У нашій країні картина зворотна: на початку 90-х рр. 85% керівників мали технічну освіту, 13% – економічну, 2% – гуманітарну.

Особисті якості керівника в принципі мало чим повинні відрізнятися від особистих якостей інших працівників, які бажають, щоб їх поважали, тому володіння позитивними особистими якостями також є лише передумовою успішного керівництва.

Однак керівником роблять людину не професійні або особисті, а ділові якості, до яких належать:

- уміння створити організацію, забезпечити її діяльність усім необхідним, ставити і розподіляти серед виконавців задачі, координувати та контролювати їхнє здійснення, спонукати до праці;

- енергійність, домінантність, честолюбство, прагнення до влади, особистої незалежності, лідерства, сміливість, рішучість, напористість, воля, вимогливість, безкомпромісність у відстоюванні своїх прав;

- контактність, комунікабельність, уміння розташувати до себе людей, переконувати в правильності своєї точки зору, повести за собою;

- цілеспрямованість, ініціативність, оперативність у вирішенні проблем, уміння швидко вибрати головне та сконцентруватися;

- відповідальність, здатність керувати собою, своєю поведінкою, робітниками, часом, взаєминами з навколишніми;

- прагнення до перетворень, нововведень, готовність йти на ризик самому і захоплювати за собою підлеглих.

Вимоги до керівників щодо цих якостей не є однаковими на різних рівнях управління. На нижчих, наприклад, більше цінуються рішучість, комунікабельність, деяка агресивність; на вищих на перше місце висувається уміння стратегічно мислити, оцінювати ситуацію, ставити нові цілі, здійснювати перетворення, організувати творчий процес підлеглих [2].

У цих умовах доцільніше орієнтуватися на вимоги посадових інструкцій або паспорта робочого місця менеджера.

Поведінка менеджерів повинна відрізнятися наполегливістю, готовністю до сприйняття і передачі інформації, раціональністю, груповою роботою, старанністю і точністю, чесністю, справедливостю, гумором, прагненням до контактів, готовністю правильно реагувати на обгрунтовані заперечення, а також готовністю до прийняття рішень, самокритичністю, самоконтролем, впевненістю в манері поведінки, тактовністю, повагою до людей, позитивним відношенням до суперництва, орієнтованістю на досягнення поставлених цілей.

Ефективність – це дієвість, результативність зусиль, які виробляють сприятливе враження на оточуючих.

Ефективність будь-якої соціальної системи, включаючи організацію, визначається здатністю забезпечувати кінцевий результат власного функціонування. Ефективність – це оціночне поняття, тісно пов'язане з порівнянням цілей, очікувань і результатів діяльності. Вона також пов'язана з порівнянням витрачених ресурсів та кінцевим результатом.

Оцінка ефективності діяльності має такі дві складові:

- 1) об'єктивна (кількісні та якісні показники роботи, результативності організації та рішень керівництва; наявні технології оптимальної діяльності щодо досягнення конкретної мети, міжнародні та національні стандарти цієї діяльності);

- 2) суб'єктивна (сприйняття управлінським лідером, підлеглими та іншими зацікавленими особами результативності зусиль щодо досягнення цілей і вирішення завдань).

Об'єктивна складова ефективності управлінської діяльності визначається низкою основних факторів, серед яких слід виділити такі.

- 1) Доступність фактичної інформації, що характеризує результативність діяльності. Далеко не всю інформацію про роботу організації можна знайти у відкритих комунікативних каналах. Частину відомостей організація ретельно оберігає від сторонніх, щоби забезпечити комерційну безпеку. Ще одна частина інформації не доходить до потенційного споживача з причин, пов'язаних з організаційними, технологічними та культурними проблемами обміну інформацією.

- 2) Достовірність інформації, на основі якої проводиться оцінювання ефективності діяльності. Деколи організація функціонує в умовах, за яких доступ до достовірної інформації щодо її діяльності, внеску окремих співробітників та впливу зовнішнього середовища обмежений або повністю відсутній. Достовірність інформації також залежить від існування посередників у ланцюгу «джерело інформації – її споживач». Коли між цими двома ланками вклинюються посередники, відбувається природне спотворення первісної інформації. Так, пропущена через посередників оцінка фактів підміняється оцінкою її інтерпретації тим або іншим суб'єктом.

- 3) Особливі умови, за яких здійснюється діяльність. Так, в надзвичайних обставинах, які не залежать від менеджменту, певна діяльність може бути оцінена як ефективна, але це не означає, що ця діяльність буде вважатися ефективною в стандартній ситуації. Під час оцінювання ефективності діяльності організації в надзвичайних обставинах слід з'ясувати, чи не є ці надзвичайні обставини результатом попередньої діяльності керівника або наслідком його бездіяльності. Якщо подібні факти мали місце, то можна оцінити діяльність низки співробітників як ефективну в конкретній ситуації, але діяльність управління й організації – загалом як неефективну [5].

Керівник – менеджер, який здійснює керівництво, спрямовуючи, організуючи та координуючи діяльність підлеглого колективу для досягнення поставлених цілей організації.

Інтегрована модель якостей менеджера розглядається як комплекс таких взаємопов'язаних моделей:

- організаційно-управлінська;
- соціально-психологічна;
- виробнича;
- модель самоменеджменту (вміння керувати самим собою) (рис. 1).

Для використання запропонованої моделі особистісних якостей сучасного менеджера дуже важливо правильно розуміти змісту тих чи інших якостей. Такі визна-



чення понять та професійні характеристики якостей менеджера є істотним елементом моделей сучасного менеджера.

Самоменеджмент – це послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних практичних методів роботи в повсякденній діяльності, щоб оптимально та зі змістом використовувати свій час.

У більшості джерел можна знайти визначення цього терміна як самоврядування, процесу самодіяльності, піднесення особистості.

Ефективне самоврядування об'єктивно пов'язане як з людською природою (біоритми, генетична програма), так і з організацією (речей, людей, ідей, відносин), соціальним управлінням.

Співзвучним із цим є визначення предмета персонального менеджменту: самоменеджмент – це саморозвиток індивіда-менеджера або особиста тектологія (організаційна наука управління самим собою).

Таким чином, самоменеджмент – це цілеспрямоване та послідовне застосування випробуваних наукою і практикою методів і прийомів менеджменту в повсякденній життєдіяльності для того, щоб найкращим чином використовувати свій час та власні здібності, свідомо керувати плином свого життя, вміло долати зовнішні обставини як на роботі, так і в особистому житті.

Основна мета самоменеджменту полягає в тому, щоб найкращим чином використовувати власні можливості, свідомо керувати своїм життям (вміти самовизначатися), легше долати зовнішні обставини як на роботі, так і в особистому житті. Йдеться про те, щоб досягти такого положення, за якого типова, неупорядкована робота та зумовлене зовнішніми обставинами виконання завдань перетворюються на ситуацію доцільних і здійснених завдань [6].

Щоденне вирішення різних завдань і проблем можна представити у вигляді низки різних функцій, які перебувають у певній взаємозалежності і, як правило, здійснюються у визначеній послідовності.

Подібний процес самоменеджменту може бути представлений як так зване коло правил, що наочно демонструє зв'язки між окремими функціями самоменеджменту.

У зовнішньому колі цієї моделі визначені такі п'ять функцій:

- 1) постановка цілі (аналіз і формування особистих цілей);
- 2) планування (розробка планів та альтернативних варіантів своєї діяльності);
- 3) прийняття рішень (прийняття рішень щодо майбутніх справ);
- 4) реалізація й організація (складання розпорядку дня та організація особистого трудового процесу з метою реалізації поставлених завдань);
- 5) контроль (самоконтроль і контроль підсумків (у разі потреби – коректування цілей));

У внутрішньому колі розташована шоста, доповнююча функція, а саме інформація та комунікація. Навколо цієї функції певною мірою «обертаються» інші функції, оскільки комунікації як обмін інформацією необхідні на всіх фазах процесу самоменеджменту.



Рис. 1. Модель якостей менеджера «Вміння керувати самим собою»

Окремі функції не слідують строго одна за одною, як це представлено в цій моделі, а різноманітно переплітаються та є взаємообумовленими.

Систему планування особистої праці керівника можна представити як закриту систему, в якій чітко видно взаємозв'язки між окремими видами планів: довгострокові плани конкретизуються у відповідних середньо – та короткострокових, а також у планах поточного періоду.

Для непередбачених робіт, а також оперативного вирішення поточних питань планується резерв часу у відповідні періоди робочого дня. Під час планування дня слід враховувати правило 60:40, тобто планом має бути охоплено не більше 60% вашого часу, близько 40% має бути залишено як резерв часу для несподіваних справ.

Фактично планування – це те, з чого повинен починати керівник. Це раціональне визначення того, куди він хоче йти, як збирається досягти цього. Поки керівник цього не зробить, він не може бути впевнений у тому, що зусилля зроблені в правильному напрямі.

Існує практика складання робочих графіків дня, тижня, рідше місяця. Вони дисциплінують працю не тільки самого керівника, але й підлеглого йому колективу.

Цільове планування є плануванням, яке спрямоване на досягнення певних раніше відомих цілей. Метою планування в організації роботи менеджера є підвищення ефективності роботи за мінімуму витрат. Загалом весь процес планування можна представити у вигляді такої схеми (рис. 2).

Завчасно складені плани роботи керівника дисциплінують його працю, виключають невжиття важливих заходів. Без плану робочий день керівника заповнюється поточними та «палаючими» справами, не залишається часу на вирішення перспективних питань, підвищення своєї кваліфікації, реалізацію духовних інтересів і відпо-

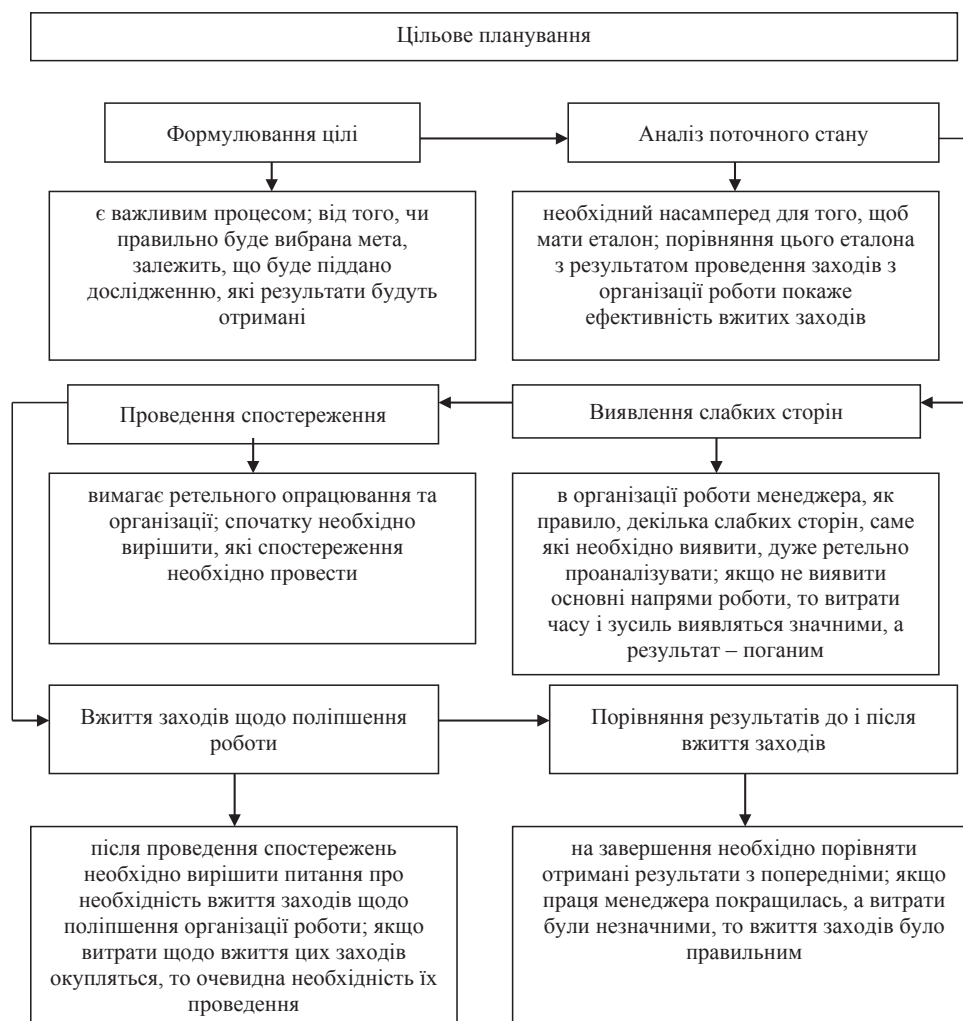


Рис. 2. Цільове планування особистої праці менеджера

чинок. Складання плану особистої роботи вимагає попереднього аналізу стану справ, а це активізує роботу керівника, робить її більш цілеспрямованою.

Чим краще ми розподілимо свій час, тим краще ми зможемо використовувати його у своїх особистих та професійних інтересах. Планування щоденної роботи, складання середньо – та довгострокових планів роботи означають виграв у часі, досягнення успіху та більшу впевненість у собі. Щоби встигати більше в менший час, потрібні лише дві речі, а саме організованість та самодисципліна.

Якщо керівник веде облік та аналізує витрати часу, підготовка особистих планів роботи не зможе викликати ускладнень. Початок роботи впливає з довгострокового плану, тобто з графіка основних справ на кілька років. Тут головним є розписування завдань по термінах. Переважно це будуть терміни початку та завершення певних робіт. Запис в плані-графіку робиться з розбивкою по роках або півріччях.

**Висновки.** Таким чином, визначено, що основна мета самоменеджменту полягає в тому, щоб найкращим чином використовувати власні можливості, свідомо керувати плином свого життя (вміти самовизначатися), легше долати зовнішні обставини як на роботі, так і в особистому житті.

Представлено техніку самоменеджменту, де кожній функції відповідають певні робочі прийоми та досягнутий результат. Розроблено модель вимог до якостей менеджера, здатного управляти самим собою. Виходячи з даної моделі, виділили сім блоків якостей управління власною життєдіяльністю.

Розроблено рекомендації з організації та планування особистої роботи. Визначено, що в діяльності керівників багато індивідуальних особливостей, тому кожен з них повинен скласти для себе відповідне умовам його роботи групування видів робіт за тими чи іншими ознаками. Це необхідно для обліку витрат часу за видами діяльності, аналізу та планування роботи.

#### Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Сардак О.П. Організація праці менеджера: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2007. 407 с.
2. Довгань Л.С. Праця керівника, або практичний менеджмент: навч. посіб. Київ: Ексоб, 2002. 384 с.
3. Лукашевич Н.П. Теорія и практика самоменеджмента: учеб. пособие. 2-е изд., испр. Киев: МАУП, 2002. 360 с.
4. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2004. 280 с.
5. Мучински П. Психология, профессия, карьера. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 539 с. ISBN 5-318-00052-5.
6. Дахно І.І. Ділова кар'єра. навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 528 с. ISBN 978-611-01-0227-8.

## САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА

**Аннотация.** В статье рассмотрены основы эффективной личной работы руководителя. Определена основная цель самоменеджмента. Осуществлен анализ содержания понятия «управленческий труд». Представлена техника самоменеджмента в виде модели личных качеств. Разработаны рекомендации по организации и планированию личной работы.

**Ключевые слова:** управленческий труд, управленческие качества, планирование личной работы, самоменеджмент.

## SELF-MANAGEMENT AS THE BASIS OF THE EFFECTIVENESS OF MANAGERIAL LABOR

**Summary.** In the article the bases of effective personal work of the head are considered. The main goal of self-management is defined. The content of the concept “managerial work” is analyzed. The technique of self-management in the form of a model of personal qualities is presented. Recommendations for organizing and planning personal work have been developed.

**Key words:** managerial work, managerial qualities, planning of personal work, self-management.

УДК 330.322.1:339.9

**Шевчук Я. В.**

*старший внутрішній аудитор  
ПрАТ «Київстар»*

**Shevchuk Ya. V.**

*Senior Internal Auditor  
of PJSC “Kyivstar”*

## ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

**Анотація.** Стаття присвячена аналітичному огляду ринку проектного фінансування у світі. Автором досліджено динаміку глобального ринку проектного фінансування, виявлено її основні тенденції та причини зміни. Розглянуто структуру цього ринку в розрізі галузей, суб'єктів та методів проектного фінансування. Визначено регіональні особливості розвитку ринку проектного фінансування, а також ідентифіковано проекти, які становлять найбільший інтерес для його учасників. На основі зібраних даних зроблено припущення стосовно розвитку глобального ринку проектного фінансування у 2018 р.

**Ключові слова:** проектне фінансування, глобальний ринок, проектні облігації, корпоративні права, пайове фінансування, банківське кредитування, кредити міжнародних фінансово-кредитних установ, суб'єкти ринку.

**Вступ та постановка проблеми.** Проектне фінансування як метод фінансового забезпечення реалізації інвестиційних та інфраструктурних проектів має тривалу історію та займає особливу нішу на світовому фінансовому ринку. В Україні ринок проектного фінансування, на жаль, розвинутий слабо, що пов'язано насамперед з дестабілізацією національної економіки, внутрішньо- та зовнішньополітичними конфліктами, низьким рівнем інвестиційної активності, недостатньою якістю масової фінансової освіти, слабкою інфраструктурою фінансового ринку країни. Однак із посиленням субрегіональних інтеграційних процесів та впливом явища глобалізації на усі сфери суспільного життя постало питання про те, чи справді вітчизняний ринок проектного фінансування перебуває під впливом внутрішніх чинників чи все ж він є віддзеркаленням тих процесів, що останніми роками відбуваються на глобальному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як у зарубіжній, так і у вітчизняній науці відстежується значний інтерес до питань проектного фінансування. Світовий досвід реалізації проектів за схемою проектного фінансування вивчали такі українські дослідники, як, зокрема, Т. Майорова, А. Негода, Я. Ткаченко, О. Лапко, Я. Овсяннікова. Роботи усіх цих вчених об'єднує те, що автори зосередили увагу на вивченні конкретних прикладів застосування проектного фінансування у світовій

практиці, характеристиці його особливостей, можливості імплементації цього досвіду в Україні. Натомість аналітичного огляду світового ринку проектного фінансування здійснено не було, що значно ускладнює процес розуміння його сучасного стану та тенденцій розвитку.

**Метою** роботи є дослідження ринку проектного фінансування на глобальному рівні, аналіз його динаміки та структури в розрізі суб'єктів, напрямів, інструментів та регіонів.

**Результати дослідження.** На жаль, тривалий час не було узагальненої статистики, що характеризувала б світовий ринок проектного фінансування з точки зору його обсягів і структури. Ситуація змінилась у 1996 р., коли видання “Project & Trade Finance” створило власну базу даних про угоди у сфері проектного фінансування в різних регіонах планети. За його даними у 1996 р. укладено 897 угод на фінансування інвестиційних проектів на умовах проектного фінансування на загальну суму 223,9 млрд. дол. США. При цьому середній обсяг фінансування в розрахунку на один проект склав 249,6 млн. дол. [1].

Згідно з даними аналітичного агентства “Thomsom Reuters” за період 2001–2008 рр. обсяг угод проектного фінансування у світі збільшився втричі, склавши на кінець 2008 р. 193,5 млрд. дол. США, що було максимальним значенням з 2001 р. Однак у 2009 р. в результаті гло-

бальної фінансово-економічної кризи обсяг проектного фінансування у світі скоротився порівняно з 2001 р. на 41%, склавши 153 млрд. дол. [2].

З подоланням наслідків кризи у 2011 р. ринок проектного фінансування перейшов у наступну фазу свого розвитку, яка буде об'єктом нашого дослідження. У табл. 1 представлено показники, які характеризують динаміку глобального ринку проектного фінансування та його основних сегментів.

Бачимо, що період зростання на глобальному ринку проектного фінансування тривав до 2014 р. При цьому найбільший приріст за обсягом фінансування він продемонстрував у 2012 р., а саме 99,26%. Це було обумовлено саме виходом країн-лідерів зі стадії економічного спаду та активізацією інвестиційних процесів у різних сферах господарювання, що обумовило зростання попиту на фінансові ресурси. Надалі темп зростання уповільнився, склавши у 2015 р. 7,84% порівняно з показником 2014 р. Після цього на ринку проектного фінансування розпочався період послаблення кон'юнктури, який продовжується сьогодні. Причому темпи падіння обсягів проектного фінансування у світі з року в рік зростають. Якщо у 2015 р. цей показник упав на 5,6% порівняно з попереднім роком, у 2016 р. – вже на 12,73%, а у 2017 р. – на 18,36%. За результатом I кварталу 2018 р. обсяг угод з проектного фінансування зменшився аж на 55,8% порівняно з показником за аналогічний період 2017 р.

Причини цього ми вбачаємо в такому:

– посилення економічної та політичної нестабільності у світі (посилення політичного протистояння між США, Росією, КНДР, загострення сирійського конфлікту, коливання цін на енергоносії, міграційна криза в Європі, пов'язані з цим економічні негаразди тощо);

– відмова від масштабних проектів на користь невеликих проектів та таких, що потребують стабільного рефінансування (якщо у 2014 р. середній розмір угоди склав 381,66 млн дол. США, то у 2016 р. – 379,5 млн дол. США, у 2017 р. – 261,26 млн дол. США, а у 2018 р. – вже 181,4 млн дол. США);

– частковий вихід з ринку великих гравців (наприклад, у 2017 р. таким була російська компанія-гігант

«Ямал», що припинила фінансування проекту, реалізацію якого було розпочато у 2016 р.).

Найбільший спад продемонстрував сектор банківського проектного фінансування, обсяг якого у 2017 р. зменшився на 29,43%. Це, на нашу думку, обумовлене тим, що комерційні банки найбільш чутливі до глобальних виявів фінансової нестабільності і швидко реагують на них відмовою від ризикованих довгострокових операцій.

Негативну динаміку показували у 2016–2017 рр. також сегменти кредитування міжнародними фінансово-кредитними установами та акціонерного (пайового) фінансування. Лише сегмент проектних облігацій продемонстрував значний ріст у 2017 р. (31,59%), що відбулося через пошук альтернативних інструментів проектного фінансування, які б могли, незважаючи на рівень ризику, знайти свого інвестора.

Стосовно розвитку ринку проектного фінансування у 2018 р. можемо зробити припущення, що на ньому збережеться тенденція до зниження. Тим більше, це підтверджують дані за I квартал 2018 р.

Варто зауважити, що дослідженням світового ринку проектного фінансування також займається аналітична агенція “Thomson Reuters”, однак їхні дані стосовно річних обсягів проектного фінансування дещо відрізняються від тих, що пропонує аналітична платформа “IJ Global”. Згідно з річними звітами “Thomson Reuters” у 2015 р. обсяги проектного фінансування у світі склали 277 475,9 млн дол. США, у 2016 р. – 267 416,1 млн дол. США, а у 2017 р. – 229 638, 2 млн дол. США. Показник I кварталу 2018 р. дорівнював 39 823,1 млн дол. США, що на 30,8% менше за рівень попереднього року за аналогічний період. Різниця, що виникла, може бути пояснена методологією дослідження, що використовують ці дві агенції, проте незаперечним є факт, що за оцінкою обох на ринку проектного фінансування спостерігається падіння рівня активності [2].

Цікавими є результати дослідження динаміки структури проектного фінансування залежно від методу фінансування (рис. 1).

У 2011 р., згідно з даними “IJ Global”, банківське проектне фінансування не здійснювалось узагалі, оскільки

Таблиця 1

Динаміка світового ринку проектного фінансування у 2011–2018 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	I квартал 2018 р.
Кредити міжнародних установ та організацій, млн дол. США	68 131,2	56 122,9	56 190,9	59 524,5	37 588,3	30 471,2	24 662,2	3 930,0
Темп приросту, %	–	-17,60	0,12	5,93	-36,85	-18,93	-19,06	-9,34
Банківські кредити, млн дол. США	0	129 430,5	154 503,3	165 114,5	178 760,7	150 570,0	106 256,4	13 247,0
Темп приросту, %	–	–	19,37	6,87	8,26	-15,77	-29,43	-52,09
Проектні облігації, млн дол. США	14 233,7	17 252,5	28 021,7	26 901,2	27 965,2	28 994,7	38 154,0	5 073,2
Темп приросту, %	–	21,21	62,42	-4,00	3,96	3,68	31,59	-30,52
Корпоративні права, млн дол. США	46 855,0	54 683,8	46 177,2	55 694,9	45 713,8	43 085,8	37 587,6	1 150,6
Темп приросту, %	–	16,71	-15,56	20,61	-17,92	-5,75	-12,76	-90,02
Усього	129 219,9	257 489,7	284 893,1	307 235,1	290 028,0	253 121,7	206 660,0	23 400,8
Темп приросту, %	–	99,26	10,64	7,84	-5,60	-12,73	-18,36	-55,8**
Кількість угод	1 048	671	640	805	892	667	791	129
Темп приросту, %	–	-35,97	-4,62	25,78	10,81	-25,22	18,59	-26,3*

\* порівняно з показником за I квартал 2017 р.

Джерело: складено автором за даними джерела [3]





Рис. 1. Структура ринку проектного фінансування за секторами у 2011–2018 рр., %

Джерело: розраховано автором самостійно за даними джерела [3]

після фінансової кризи 2008 р. банківські установи все ще уникали подібних активів. Лідерами тоді були кредити від міжнародних фінансово-кредитних установ та регіональних банків розвитку (53%), велику частку також мало фінансування за рахунок продажу корпоративних прав (36%). Вже у 2016 р. ситуація кардинально змінилась, а лідером ринку стали саме комерційні банки (50%). Відтоді частка кредитів від міжнародних фінансово-кредитних установ почала скорочуватись, склавши 12% у 2016–2017 рр. Коливання питомої ваги корпоративних прав у складі інструментів проектного фінансування на глобальному ринку було відносно стабільним, варіюючись у межах 16–17% в останні 5 років. Частка проектних облігацій до 2017 р. також не демонструвала значної волатильності, проте у 2017 р. досягла 18%, збільшившись на 7 п. п.

Щодо 2018 р., то результати аналізу даних лише 1 кварталу не дають змоги стверджувати, що тенденції стосовно структури ринку проектного фінансування збережуться до кінця року, однак нині ми спостерігаємо значне скорочення частки кредитів від міжнародних фінансово-кредитних установ та регіональних банків розвитку до 5%, а також ріст частки проектних облігацій до 22%.

Далі пропонуємо здійснити аналіз глобального ринку проектного фінансування з огляду на основних гравців ринку, які виступають з боку пропозиції і задіяні безпосередньо у фінансуванні інвестиційних проектів (табл. 2).

Бачимо, що перелік суб'єктів, які працюють на світовому ринку проектного фінансування, досить широкий. Особливої уваги тут заслуговують юридичні фірми та технічні посередники (переважно фінтех-компанії), що є досить незвичним для вітчизняної практики проектного фінансування. Щодо середнього розміру угод, які ці суб'єкти укладають в рамках проектного фінансування, то у 2017 р. лідерами тут були фінансові посередники, насамперед комерційні банки (582,63 млн. дол. США на угоду). Другу позицію фактично розділили спонсорське фінансування та придбання облігацій (430,76 та 434,23 млн. дол. США). Найменшою середня сума угоди за проектним фінансуванням була у міжнародних фінансово-кредитних установ. У перші 6 місяців 2018 р. неочікуваними лідерами за цим показником стали страхові

компанії (511,18 млн. дол. США), а міжнародні інституції та регіональні банки розвитку знову зайняли останню позицію.

Аналізуючи динаміку участі цих суб'єктів на глобальному ринку проектного фінансування, з'ясували, що у 2017 р. їх більшість скоротила свою участь у цій сфері інвестицій, а саме найбільше скорочення обсягів фінансування спостерігалось у технічних (35,86%), а також у фінансових посередників (23,38%) та міжнародних фінансово-кредитних установ (25,4%). Виняток склали лише інвестори в облігації, які наростили свою активність на ринку на 56,2% порівняно з рівнем 2016 р., що цілком узгоджується з попередніми висновками щодо зростання цього сегменту ринку загалом (табл. 3).

На рис. 2 показано, як змінювалась структура ринку проектного фінансування на глобальному рівні в розрізі суб'єктів фінансування. Цікавим є той факт, що вже тривалий час лідерство утримують інвестори-спонсори та юридичні компанії. Так, у 2017 р. частка спонсорів у загальних обсягах проектного фінансування склала 25,44%, а частка юридичних компаній – 25,29%. Серед перших лідерами за сумою укладених угод стали такі корпорації, як “Cheniere Energy” (США, енергетика), “Kinder Morgan” (Канада, енергетика), “Macquarie” (Австралія, промислово-фінансова група), “Arclight Capital Partners” (США, енергетика), “Delta Air Lines” (США, авіаперевезення). У складі юридичних компаній лідерами за обсягами фінансування стали “Clifford Chance” (Великобританія), “Linklaters” (Великобританія), “Norton Rose Fulbright” (Великобританія), “Allen & Overy” (Великобританія), “Milbank Tweed Hadley & McCloy” (США).

Стійкою є тенденція, що найслабші позиції на глобальному ринку проектного фінансування займають міжнародні фінансово-кредитні установи та страхові компанії. Їх питома вага у складі угод у 2017 р. склала 2,87% та 3,41% відповідно. Незначною залишається частка власників проектних облігацій, проте з огляду на описані вище тенденції їх частка у 2017 р. зросла з 2,61% до 4,91%.

Щодо даних за 2018 р., то у першому півріччі ситуація кардинально не змінилась, а суб'єкти проектного фінансування зберегли свої позиції на ринку. Водночас доцільно ознайомитися з даними стосовно того, які най-

Таблиця 2

Обсяги та кількість транзакцій за угодами проектного фінансування у світі за суб'єктами фінансування у 2010–2018 рр.

Суб'єкти фінансування	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Станом на 1 липня 2018 р.
<i>Обсяги наданого фінансування, млн. дол. США</i>									
Організатори синдикуваного кредитування	157 412	169 686	125 181	151 334	157 352	178 311	159 359	130 924	66 147
Інвестори облігацій	14 770	13 967	17 252	27 962	26 971	27 965	30 301	47 331	10 957
Міжнародні фінансово-кредитні установи	34 650	35 818	36 519	45 512	42 693	35 992	37 077	27 661	12 436
Фінансові посередники	201 820	170 928	123 166	168 087	185 566	173 687	184 770	141 578	44 232
Юридичні компанії	280 872	274 764	207 034	260 460	282 242	293 013	258 045	243 682	90 514
Технічні посередники	90 767	86 034	49 937	87 948	81 550	115 363	147 096	94 344	28 714
Страхові компанії	13 410	27 275	25 506	45 435	38 356	55 463	47 910	32 859	11 246
Спонсори проекту	338 010	296 916	256 777	285 601	314 958	318 169	294 247	245 103	76 382
<i>Кількість здійснених транзакцій, шт.</i>									
Організатори синдикуваного кредитування	795	655	533	547	629	725	596	580	212
Інвестори облігацій	45	33	42	55	71	88	76	109	33
Міжнародні фінансово-кредитні установи	151	123	138	135	166	186	141	164	50
Фінансові посередники	335	252	185	195	277	292	217	243	101
Юридичні компанії	690	574	465	456	586	669	551	615	233
Технічні посередники	212	178	104	114	138	215	197	229	62
Страхові компанії	26	46	49	48	63	98	77	88	22
Спонсори проекту	872	705	606	613	761	865	613	569	193

Джерело: розраховано автором за даними джерела [3]

Таблиця 3

Динаміка світового ринку проектного фінансування за суб'єктами фінансування у 2011–2017 рр.

Суб'єкти фінансування	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Організатори синдикуваного кредитування	7,80	-26,23	20,89	3,98	13,32	-10,63	-17,84
Інвестори облігацій	-5,44	23,52	62,08	-3,54	3,69	8,35	56,20
Міжнародні фінансово-кредитні установи	3,37	1,96	24,63	-6,19	-15,70	3,01	-25,40
Фінансові посередники	-15,31	-27,94	36,47	10,40	-6,40	6,38	-23,38
Юридичні компанії	-2,17	-24,65	25,81	8,36	3,82	-11,93	-5,57
Технічні посередники	-5,21	-41,96	76,12	-7,27	41,46	27,51	-35,86
Страхові компанії	103,39	-6,49	78,13	-15,58	44,60	-13,62	-31,42
Спонсори проекту	-12,16	-13,52	11,23	10,28	1,02	-7,52	-16,70

Джерело: розраховано автором за даними джерела [3]

більші угоди були укладені в рамках проектного фінансування у 2018 р. (табл. 4).

Бачимо, що серед топ-10 угод з проектного фінансування жодна країна не повторилась, причому регіонально вони розташовані в різних частинах світу, що свідчить про широкую географію поширення явища проектного фінансування. Також увагу привернуло те, що коло галузей при цьому є нешироким: переважно енергетика (традиційна та альтернативна), видобуток та транспортування енергоносіїв, транспорт. Це зумовлює необхідність більш докладно дослідити регіональні ринки проектного фінансування, а також їх галузеву структуру.

У табл. 5 подано інформацію стосовно обсягів проектного фінансування за регіонами світу.

Якщо поглянути на динаміку регіональних ринків проектного фінансування, то зможемо відзначити, що

вона не збігається з тенденціями на глобальному ринку загалом, що пов'язане з особливостями розвитку національних економік в межах конкретного регіону та їх перебування в різних фазах інвестиційного циклу. Так, найбільш негативну динаміку після стрімкого зростання у 2016 р. продемонстрували у 2017 р. Африка, Центральна Азія та Близький Схід, причому це відбулося головним чином через падіння інвестиційної активності у двох останніх регіонах. Як зазначалось вище, це сталося перш за все через різке зниження активності Росії на ринку угод з проектного фінансування з 19 млрд. дол. США до менше 1 млрд. дол. США.

Водночас Америка та Азійсько-Тихоокеанський регіон, за винятком Австралії, після падіння у 2016 р. повернулись до позитивного тренду. При цьому зростання в Американському регіоні відбулось головним чином завдяки Канаді, де обсяги угод в рамках проектного фінансування

вирости на 54%, а також США. Одним із факторів такого росту був високий рівень активності фінансово-банківського холдингу “Mitsubishi UFJ Financial Group”.

Нарощування обсягів кредитування проектів у таких країнах, як Індія, Індонезія, Філіппіни, Таїланд та Пакистан, обумовили ріст проектного фінансування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Саме індонезійський ринок виглядає багатообіцяючим завдяки значим енергетичним угодам і тому, що державний гігант у сфері електроенер-

гії “Perusahaan Listrik Negara” узяв курс на лібералізацію політики щодо незалежних енергетичних проектів. Така діяльність в Індії більше ніж подвоїлась у 2017 р. до 17,9 млрд. дол. США переважно за рахунок рефінансування цілої низки попередніх угод.

Щодо Європи, то її Західна частина у 2017 р. відзначилась настільки значним падінням рівня активності на ринку проектного фінансування, що, попри позитивну динаміку у Східній частині, призвела до скорочення обся-

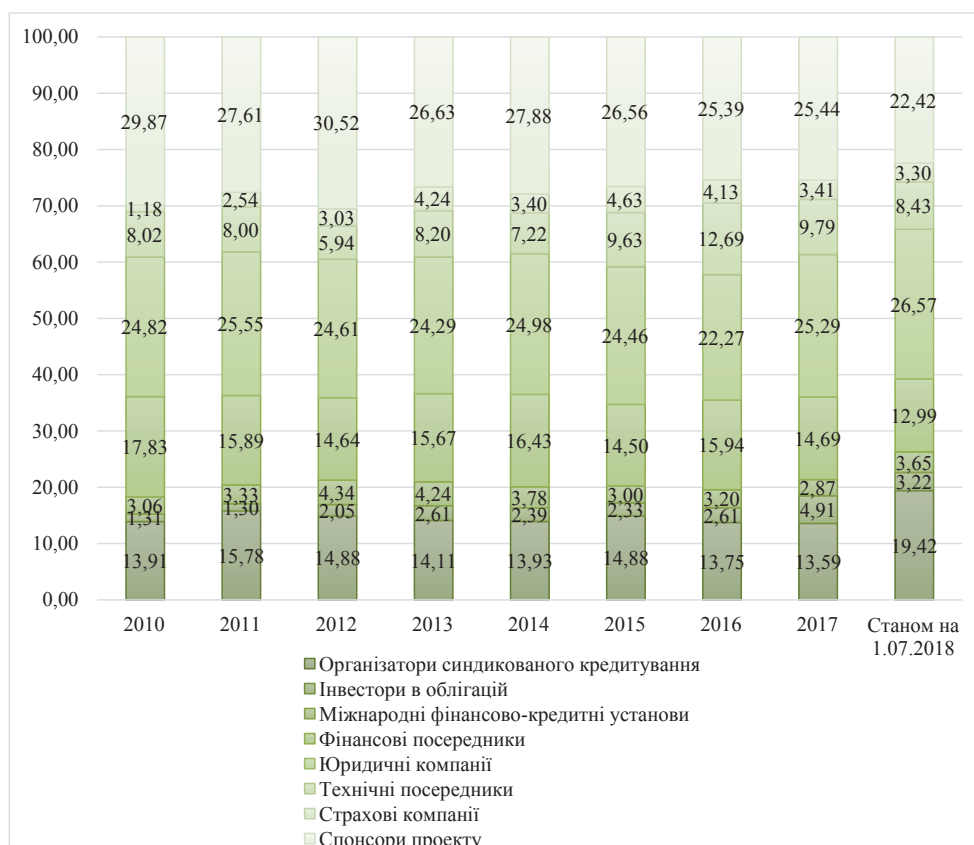


Рис. 2. Структура світового ринку проектного фінансування за суб'єктами фінансування у 2010–2018 рр., %

Джерело: розраховано автором самостійно за даними джерела [3]

Таблиця 4

Топ-10 угод проектного фінансування у світі у I кварталі 2018 р.

Назва проекту	Місцезнаходження проекту	Галузь	Сума угоди, млн. дол. США
Залізничний коридор Накала (912KM)	Малаві, Мозамбік	Транспорт	2 730
Вугільна електростанція (1320MW)	Пакистан	Енергетика	2 000
Офшорне газове родовище Каріш	Ізраїль	Нафта та газ	1 600
Фонд «зелених» облігацій Енель 2018	Італія	Відновлювальна енергетика	1 533
Завод з опріснення води Сіднея 2018	Австралія	Водопостачання	1 288
Придбання терміналу “Stonefell” та 50% доступу до трубопроводу	Канада	Нафта та газ	1 249
Фонд «зелених» Енджі 2018	Франція	Відновлювальна енергетика	1 194
Державно-приватне партнерство Автострада у Північній Мармарі 169km	Туреччина	Транспорт	1 193
Додатковий фонд VOG Palo Verde 2018	США	Нафта та газ	1 000
Державно-приватне партнерство Автобан А10/А24 Нейруппін-Панков (58,8 KM)	Німеччина	Транспорт	810

Джерело: [3]

гів проектного фінансування в Європі загалом на 36%, перш за все через зменшення кількості злиттів та поглинань у цьому регіоні, зокрема у Швеції.

Цікавим є той факт, що за результатами 1 кварталу 2018 р. падінням відзначились традиційно значимі регіональні ринки, тоді як колосальний приріст продемонстрували Південна Америка (275,1%), Південна Африка (59,4%), Східна Європа (413%) та Австралія (226,9%), що відбулося завдяки фінансуванню великих проектів у межах цієї місцевості.

Якщо ж поглянути на регіональну структуру світового ринку проектного фінансування, то зможемо побачити,

що вона більш варіативна, ніж структура ринку проектного фінансування за суб'єктами (рис. 3).

Якщо у 2015 р. лідером виступала Америка (33,1%), а Європа, Азійсько-Тихоокеанський регіон і Японія практично розділили 2 позицію, то у 2016 р. саме перший регіон зайняв першу сходинку (34%), витіснивши Америку на останнє місце (20,8%). У 2017 р. ситуація знову змінилась, коли лідерство захопили Азійсько-Тихоокеанський регіон і Японія (35%), Америка посіла 2 місце (28,1%). Щодо перших 3 місяців 2018 р., то лідер 2017 р. лише укріпив свої позиції, збільшивши свою частку на ринку до 42,3% (передусім, завдяки Австралії). Також

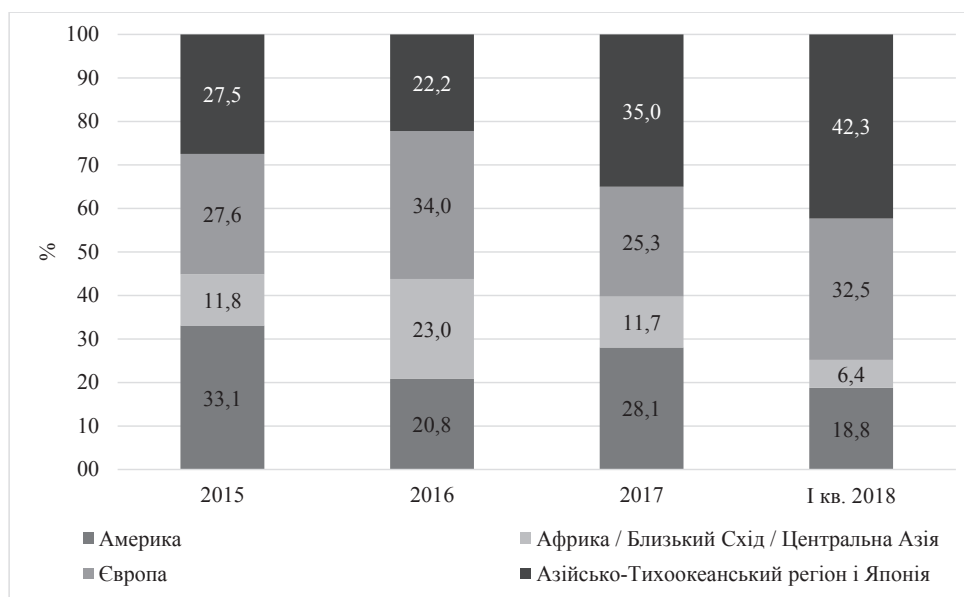


Рис. 3. Структура світового ринку проектного фінансування за регіонами у 2016–2018 рр., %

Джерело: розраховано автором самостійно за даними джерел [4–6]

Таблиця 5

Регіональні ринки проектного фінансування у 2015–2018 рр., млн. дол. США

Регіон	2015 р.	2016 р.	2017 р.	I квартал 2018 р.
<b>Світовий ринок</b>	<b>277 475,9</b>	<b>267 416,1</b>	<b>229 638,2</b>	<b>39 823,1</b>
<i>Америка</i>	<i>91 819,4</i>	<i>55 682,8</i>	<i>64 431,3</i>	<i>7 475,8</i>
Центральна Америка	8 293,4	4 713,3	6 904,5	437,0
Південна Америка	17 049,6	12 557,6	6 453,3	3 124,1
Північна Америка	64 370,9	38 146,8	49 972,1	3 684,2
Карибські острови	2 105,5	265,0	1 101,4	373,5
<i>Європа, Близький Схід та Африка</i>	<i>109 418,6</i>	<i>152 335,7</i>	<i>84 826,3</i>	<i>15 498,4</i>
Африка/Близький Схід/Центральна Азія	32 739,7	61 436,9	26 838,1	2 554,9
Африка на південь від Сахари	10 473,4	10 883,6	11 779,0	678,5
Близький Схід	17 904,3	3 693,6	844,5	–
Центральна Азія	3 559,0	46 519,2	11 705,0	1 876,4
Північна Африка	803,0	340,5	2 509,6	–
<i>Європа</i>	<i>76 679,0</i>	<i>90 898,7</i>	<i>57 988,2</i>	<i>12 943,6</i>
Східна Європа	13 493,1	24 457,2	6 450,4	5 912,8
Західна Європа	63 185,9	66 441,6	51 537,8	7 030,8
<i>Азійсько-Тихоокеанський регіон і Японія</i>	<i>76 237,9</i>	<i>59 397,6</i>	<i>80 380,6</i>	<i>16 848,9</i>
Австралія	27 280,7	27 323,7	25 006,6	8 317,6
Південно-Східна Азія	7 561,7	11 781,2	21 553,0	1 809,6
Північна Азія	21 719,0	1 730,3	3 968,4	196,9
Південна Азія	16 464,2	8 666,2	21 314,7	4 971,6
Японія	3 212,3	9 896,2	8 538,0	1 553,2

Джерело: [4–6]



Галузева структура глобального ринку проектного фінансування у 2015–2018 рр.

Сектори	2015 р.		2016 р.		2017 р.		І квартал 2018 р.	
	Обсяг, млрд. дол. США	Частка, %	Обсяг, млрд. дол. США	Частка, %	Обсяг, млрд. дол. США	Частка, %	Обсяг, млрд. дол. США	Частка, %
Енергетика	106,75	38,5	136 151,7	50,9	122 812,5	53,5	16 263,4	40,8
Нафта та газ	56,13	20,2	45 992,0	17,2	37 665,2	16,4	6 075,0	15,3
Транспорт	62,83	22,6	46 085,3	17,2	42 359,2	18,5	11 616,1	29,2
Нафтохімічна промисловість	13,37	4,8	14 485,2	5,4	2 072,9	0,9	0	0
Рекреаційна сфера та нерухомість	10,41	3,8	8 221,1	3,1	9 051,5	3,9	3 299,8	8,3
Промисловість	12,09	4,4	6 752,5	2,5	7 198,0	3,1	11,5	0
Видобувна промисловість	8,74	3,2	4 213,5	1,6	3 992,8	1,7	275,0	0,7
Водопостачання та водовідведення	6,05	2,2	3 371,1	1,3	1 707,9	0,7	1 956,8	4,9
Телекомунікації	0,79	0,3	1 302,5	0,5	2 408,2	1,1	225,6	0,6
Утилізація відходів	0,31	0,1	851,1	0,3	285,8	0,1	100,0	0,3
Усього	277,48	100,0	267 416,1	100,0	229 638,2	100,0	39 823,1	100,0

Джерело: розраховано автором самостійно за даними джерел [4–6]

зросла питома вага Європи в обсягах проектного фінансування у світі (до 32,5%) завдяки великим проектам в Італії та Туреччині, про які йшлося у табл. 4. Водночас різко скоротилась присутність Африки, Близького Сходу та Центральної Азії на ринку проектного фінансування (до 6,4%).

Насамкінець проведемо дослідження галузевої структури ринку проектного фінансування (табл. 6). Так, у 2015 р. найбільша частка за обсягом угод у рамках проектного фінансування належала енергетичному сектору, який укріпив лідерські позиції в подальшому, досягнувши частки у 53,5% у 2017 р. Значна частка на світовому ринку належить галузі з видобутку та переробки нафти та газу, однак цей показник поступово знижується з року в рік: у 2015 р. він становить 20,2%, у 2016 р. – 17,2%, у 2017 р. – вже 16,4%. Її конкурентом є транспортна галузь, яка також має високу питому вагу у складі обсягів проектного фінансування у світі, однак її коливання не є односторонніми: якщо у 2016 р. відбулося зменшення до 17,2%, то вже у 2017 р. цей показник зріс на 1,3 п. п.

Решта галузей не є значимими на глобальному ринку проектного фінансування, оскільки їх частка не перевищувала 5,2% за усі роки, що були досліджені. Проте варто відзначити різке падіння рівня проектного фінансування в рамках нафтохімічної промисловості з 5,4% до 0,9% у 2017 р. Найменшу питому вагу на ринку проектного фінансування традиційно мала галузь збору та утилізації відходів, яка у 2017 р. склала лише 0,1%.

Щодо даних за 1 квартал 2018 р., то порівняно з 2017 р. відбулися певні зрушення, а саме значно зросла частка транспортної галузі до 29,2%, однак не відібрала лідерство у енергетики (40,8%). Нафтохімічна промисловість взагалі залишилась поза увагою учасників проектного фінансування, відчутно зросли частки рекреаційної сфери та нерухомості (8,3%), водопостачання та водовідведення (4,9%).

**Висновки.** Підсумовуючи викладене вище, можемо зробити висновок, що слабкий розвиток вітчизняного ринку проектного фінансування зумовлений не лише

значимими внутрішніми чинниками, але й загальносвітовою тенденцією до падіння рівня активності на глобальному ринку фінансування інвестиційних та інфраструктурних проектів.

Ріст проектного фінансування в окремих країнах та регіонах зумовлений як специфічними факторами світового рівня, так і внутрішньополітичними, економічними, соціальними, екологічними факторами. Наприклад, глобальні проблеми, що стосуються зміни клімату, зумовили підвищення активності з використання практики проектного фінансування в Європі та Північній Америці в енергетичній галузі. Урядові програми стимулювання економіки, зокрема цілеспрямовані зусилля зі стимулювання інвестицій у поновлювані джерела енергії та інші форми низьковуглецевої енергетики, привели до збільшення проектного фінансування і в Європейському Союзі, який поставив перед собою амбітну мету мати 20% енергії з відновлюваних джерел енергії до 2020 р. [7].

Посилення глобалізаційних процесів, які виявляються у зміцненні міжрегіональних зв'язків, зумовлюють необхідність активізації співпраці країн у сфері розвитку транспортної інфраструктури (насамперед, аеропортів та автошляхів міжнародного значення), постачання енергоносіїв, посилення співпраці в розвитку альтернативної енергетики.

Особливою рисою світового ринку проектного фінансування є те, що тут представлена велика кількість різних методів фінансування (кредитування, емісія проектних облігацій, лізинг, державно-приватне партнерство, придбання корпоративних прав), а також задіяне широке коло суб'єктів, як традиційних для проектного фінансування (комерційні банки, інвестори на фондовому ринку, спонсори проекту, міжнародні фінансово-кредитні установи та організації), так і специфічні, такі як юридичні фірми та технічні посередники. Хоча останніми роками глобальний ринок проектного фінансування демонструє певне послаблення кон'юнктури, він є значно потужнішим, ніж вітчизняний, зокрема завдяки розвиненій інфраструктурі ринку.

**Список використаних джерел:**

1. Катасонов В. Проектное финансирование как новый метод организации в реальном секторе экономики: монография. Москва: [s. n.], 1999. 167 с.
2. Офіційний сайт агентства “Thomson Reuters”. URL: <http://dmi.thomsonreuters.com>.
3. Офіційний сайт “IJGlobal”. URL: <https://ijglobal.com/league-tables>.
4. Global Project Finance Review / Full Year 2016 / Project Finance / Managing Underwriters. URL: [http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q2016\\_Global\\_Project\\_Finance\\_Review.pdf](http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q2016_Global_Project_Finance_Review.pdf).
5. Global Project Finance Review / Full Year 2017 / Project Finance / Managing Underwriters. URL: [http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q2017\\_Global\\_Project\\_Finance\\_Review.pdf](http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q2017_Global_Project_Finance_Review.pdf).
6. Global Project Finance Review / First Quarter 2018 / Project Finance / Managing Underwriters. URL: <http://www.pfie.com/Journals/2018/04/25/e/v/w/PFI-Financial-League-Tables-Q1-2018.pdf>.
7. Кутлукаева А. Порівняльний аналіз поточного стану проектного фінансування на розвинутих ринках (в Росії і за кордоном). Молодий вчений. 2017. № 12. С. 315–319. URL: <https://moluch.ru/archive/146/41028>.

**ГЛОБАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**Аннотация.** Статья посвящена аналитическому обзору рынка проектного финансирования в мире. Автором исследована динамика глобального рынка проектного финансирования, выявлены ее основные тенденции и причины изменения. Рассмотрена структура этого рынка в разрезе отраслей, субъектов и методов проектного финансирования. Определены региональные особенности развития рынка проектного финансирования, а также идентифицированы проекты, которые представляют наибольший интерес для его участников. На основе собранных данных сделано предположение о развитии глобального рынка проектного финансирования в 2018 г.

**Ключевые слова:** проектное финансирование, глобальный рынок, проектные облигации, корпоративные права, долевое финансирование, банковское кредитование, кредиты международных финансово-кредитных учреждений, субъекты рынка.

**GLOBAL SURVEY OF PROJECT FINANCING MARKET DEVELOPMENT**

**Summary.** The article is devoted to analytical review of project financing market in the world. The author researched dynamics of the global project finance market, discovered its main trends and causes of change. The structure of this market was observed in terms of branches, subjects and methods of project financing. The regional peculiarities of development of the project financing market were determined, as well as the projects which are of the greatest interest to its participants were identified. Based on the collected data, assumptions about the development of the global project finance market in 2018 were made.

**Key words:** project financing, global market, project bonds, corporate rights, share financing, bank lending, loans of international financial institutions, market players.

УДК 657

**Шестерняк М. М.**

*кандидат економічних наук,  
викладач кафедри аудиту, ревізії та аналізу  
Тернопільського національного економічного університету*

**Shesternyak M. M.**

*PhD in Economics,  
Lecturer in Department of Auditing, Inspection and Analysis  
Ternopol National Economic University*

**СУЧАСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ВИДИ**

**Анотація.** У статті розглянуто проблемні питання основних видів сучасного економічного аналізу та їх застосування. Виокремлено види сучасного економічного аналізу, які найчастіше застосовують на практиці, а саме економічний аналіз, оперативний аналіз, інвестиційний аналіз, інноваційний аналіз, діагностичний аналіз, аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів, стратегічний аналіз, маркетинговий аналіз, функціонально-вартісний аналіз. Подано обґрунтування щодо застосування кожного з цих видів економічного аналізу та їх характеристику. З'ясовано, що в окремих наукових дослідженнях зустрічаються нові терміни та словосполучення, що характеризують економічний аналіз, мають дискусійний характер теоретичного спрямування та на практиці майже не використовуються. Встановлено, що такими видами є потенціалогічний аналіз, онтологічний аналіз та епістемологічний аналіз.

**Ключові слова:** економічний аналіз, види економічного аналізу, сучасний економічний аналіз, оперативний аналіз, інвестиційний аналіз, інноваційний аналіз, діагностичний аналіз, аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів, стратегічний аналіз, маркетинговий аналіз, функціонально-вартісний аналіз.

**Вступ та постановка проблеми.** Динамічний розвиток сучасної економіки, швидкість науково-технічного прогресу, зростаюча конкуренція, дефіцит джерел фінансування, наявність кризових явищ, перенасичення неперевереної інформації зумовлюють досліджувати проблеми економічного аналізу як однієї з важливих складових економічних наук, що з'ясує достовірність та надійність висновків, допомагає отримати якісну інформацію та зробити правильний вибір стратегії розвитку підприємства. Значення економічного аналізу в процесі управління в умовах нестабільності та відсутності прогнозованості змін вітчизняної економіки суттєво зростає, оскільки економічний аналіз є дієвим засобом доцільності прийняття правильних управлінських рішень для стійкого та ефективного функціонування підприємства. Тому для науковців та практиків сьогодні важливим є дослідження видів саме сучасного економічного аналізу, які вкрай необхідні для функціонування того чи іншого підприємства, щоб не застосовувати на практиці застарілі види, що давно втратили свою актуальність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Складовими загального потенціалу підприємства є виробничі, фінансові та кадрові резерви, що потребують впровадження дієвих важелів для його ефективного управління. Одним з таких ключових важелів виступає саме економічний аналіз, спрямований на вирішення багатьох проблемних питань, досягнення цілей та поставлених завдань.

Економічний аналіз є засобом створення основного ресурсу постіндустріальної економіки – інформації, невід'ємним елементом у діяльності підприємств, адже досліджує їх функціонування, вивчає резерви виробництва, дає оцінку стану аналізованого об'єкта, є базою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі наявної інформації, допомагає визначити напрями підвищення ефективності діяльності та дає змогу спрогнозувати розвиток у майбутньому. На початку свого розвитку та становлення економічний аналіз був пов'язаний тільки з обліком та статистикою, однак з поглибленням економічної роботи на підприємстві виникає необхідність виділення аналізу як окремої системи знань, що вивчає господарські процеси, їх взаємозв'язок, взаємозалежність і взаємозумовленість [1, с. 233].

Вагомий внесок у дослідження теоретичної та методологічної бази економічного аналізу зробили видатні вчені, зокрема М.Д. Білик, Ф.Ф. Бугинець, В.А. Дерій, І.П. Житна, Г.І. Кіндрацька, І.Д. Лазаришина, Б.М. Литвин, Є.В. Мних, Ю.С. Цал-Цалко, М.Г. Чумаченко, С.І. Шкарабан [2–10]. Проте сучасна економіка вимагає уточнення, доповнення та адаптації до нових умов господарювання методик аналізу. Проведені дослідження показують, що з'являються нові види, прийоми та способи аналізу, а це сприяє всебічному вивченню економічних явищ і процесів, що відбуваються у вітчизняній економіці. Перед науковцями та практиками постають нові проблеми економічного аналізу та його теорії. Прикладний аспект сучасного економічного аналізу потребує визначеності окремих теоретико-методологічних питань, до яких належать перегляд і уточнення його видів.

**Метою** роботи є поглиблення теоретичних засад економічного аналізу в сучасних умовах господарювання, що допоможе вивченню, розробці та застосуванню нових видів, прийомів і способів аналізу на практиці.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- 1) дослідження проблемних питань основних видів сучасного економічного аналізу та їх застосування;
- 2) виокремлення видів сучасного економічного аналізу, які найчастіше застосовуються на практиці;

- 3) обґрунтування правомірності застосування основних видів економічного аналізу;

- 4) з'ясування нових термінів та словосполучень, що характеризують економічний аналіз.

**Результати дослідження.** Аналіз процесів та явищ господарської діяльності здійснюють ще на початку виникнення людства. Найперші прийоми аналізу прийшли до нас з Давньої Греції. У XIX ст. аналіз поглиблено та розширено в таких країнах, як Англія, Німеччина та Франція. На початку XX ст. економічний аналіз розпочинає свій розвиток в Україні. На практиці економічний аналіз широко застосовують для комплексного системного вивчення економіки підприємств та пошуку резервів збільшення виробництва продукції. Стрімко розвивається теорія економічного аналізу та вдосконалюються його методики. Так, у практичну діяльність впроваджують способи та прийоми аналізу для пошуку резервів скорочення витрат, зростання продуктивності праці, збільшення обсягу продукції [11, с. 121].

Як відомо, економічний аналіз як наука репрезентує собою систему спеціальних знань, яка пов'язана: а) з дослідженням економічних процесів у їх взаємозв'язку, що складаються під дією об'єктивних економічних законів і суто суб'єктивних факторів; б) з науковим обґрунтуванням бізнес-планів та об'єктивною оцінкою їх виконання; в) з виявленням позитивних і негативних факторів та кількісним вимірюванням їх дії; г) з розкриттям тенденцій і пропорцій господарського розвитку та визначенням невикористаних внутрішньогосподарських резервів; д) з узагальненням передового досвіду та прийняттям оптимальних управлінських рішень. Дослідження економічних процесів розпочинається з одиничного (з окремого факту господарського) явища чи ситуації, які в сукупності є господарським процесом. Доцільно також зауважити, що, аналізуючи одиничне, враховуємо і загальне явище.

Зміни, що відбуваються в сучасних ринкових відносинах, висувають нові вимоги до організації та проведення економічного аналізу. Зокрема, розширюється сфера застосування економічного аналізу, посилюється роль аналізу фінансових позицій суб'єктів господарювання, маркетингового та інноваційно-інвестиційного аналізу. Економічний аналіз стає вагомим інструментом в оптимізації облікової, податкової, інвестиційної, кредитної та маркетингової політики підприємств. Водночас значна кількість підприємств повною мірою не реалізує можливості економічного аналізу для вирішення вищезазначених проблем [11, с. 122].

Важливим чинником для успішного та якісного наукового дослідження є чіткість визначення базових понять. Як стверджує відомий російський учений Ф.Д. Лівшиць, «для будь-якої науки термін – не просто слово, а слово основне. За кожним терміном стоїть наукове поняття більшого або меншого ступеня важливості, з цих понять складаються наукові судження, а сукупність наукових суджень й формує теорію науки. Тому боротьба за чистоту термінів, за їх точність, за їх адекватність поняттям, що їх відображають, – одна з важливіших задач кожного, хто працює у науці» [12, с. 147].

Звернемо увагу на те, що серед науковців немає єдині позиції щодо цього питання. Так, основна різниця в наявних класифікаціях економічного аналізу формується в термінологічній невизначеності сутності понять «вид», «форма» та «напрямок». А це зумовлює розбіжності понятійного апарату економічного аналізу. Відсутність єдності серед вчених щодо виокремлення класифікаційних ознак стримує подальший розвиток методології економічного аналізу.

Основні види сучасного економічного аналізу

Види економічного аналізу	Обґрунтування щодо застосування виду економічного аналізу, його характеристика
Оперативний аналіз	Сучасні комп'ютерні технології, що використовують підприємства для автоматизації системи управління фінансово-господарською діяльністю, створюють необхідні умови для вдосконалення оперативного аналізу. Саме оперативний аналіз дає змогу своєчасно втрутитись у господарські процеси та правильно їх спрямувати, у короткі терміни отримати інформацію про своєчасне виконання договірних зобов'язань, стан розрахунків, виконання виробничої програми тощо. Оперативний аналіз є системою щоденного спостереження та оцінювання відхилень фактичного стану досліджуваного об'єкта від регламентованих показників, визначення причин та можливих наслідків таких відхилень, розроблення механізмів швидкого втручання в господарські процеси для реалізації ефективної діяльності підприємства, набуває особливого значення в умовах нестабільної виробничої, фінансової та комерційної діяльності підприємств. Перевагою оперативного аналізу є його дієвість, тобто можливість управлінського апарату своєчасно втрутитись у господарські процеси та правильно спрямувати їх.
Інвестиційний аналіз	Практика свідчить про те, що за попередні роки збільшилась кількість підприємств, які в результаті ефективного управління своєю діяльністю почали володіти значним капіталом для інвестування в діяльність інших фірм. Сьогодні серед великої кількості видів інвестицій перед підприємством постає питання вибору правильного варіанта інвестиційного рішення. При цьому потрібно врахувати фактори, які мають вплив на прийняття інвестиційного рішення, зокрема вид інвестиції, вартість інвестиційного проекту, обмеженість фінансових ресурсів, доступних для інвестування, ризик, пов'язаний з прийняттям того чи іншого рішення. Особливої актуальності набувають методи аналізу та оцінки ефективності інвестиційних проектів. Як наслідок, перспективним напрямом економічного аналізу стає інвестиційний аналіз. Реалії вітчизняної економіки потребують розроблення власних комплексних методик інвестиційного аналізу та впровадження й адаптації зарубіжного досвіду в цій галузі.
Інноваційний аналіз	Впровадження інновацій є рушійним чинником ефективного розвитку як окремого підприємства, так і економіки країни загалом. Високий рівень економічного розвитку країни залежить від рівня інноваційної діяльності кожного господарюючого суб'єкта. Тому політика держави потребує побудови інноваційної економіки. Облік інновацій, розкриття інформації про них у фінансовій звітності, оцінювання результатів інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, обґрунтування системи показників інноваційної діяльності, розробка комплексних методик її аналізу вимагають нових концептуальних підходів та розвитку ще одного напрямку економічного аналізу, а саме інноваційного аналізу.
Діагностичний аналіз	Однією з найбільш актуальних проблем сучасної ринкової економіки є проблема неплатоспроможності, банкрутства боржника, не спроможного виконувати свої зобов'язання та погасити кредит. Виникає потреба виявлення факторів та причин фінансової неспроможності суб'єкта господарювання, об'єктивної ідентифікації ознак банкрутства за допомогою діагностичного аналізу. Саме діагностичний аналіз спрямований на обґрунтування ефективних заходів щодо фінансового оздоровлення підприємства. Проте методика діагностичного аналізу недосконала та потребує уточнень системи показників, методів та процедур аналізу.
Аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів	В сучасних ринкових відносинах вагоме місце посідає аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів. Головним джерелом інформації є бухгалтерська (фінансова) звітність. Відповідно, виникає потреба розробки методичних положень її аналізу, спрямованого на вдосконалення аналітичних можливостей окремих звітних форм, створення механізмів усунення негативних факторів та вжиття своєчасних заходів щодо його оздоровлення.
Стратегічний аналіз	Світова практика ведення бізнесу свідчить про те, що більшість підприємств, які досягли значних результатів у підприємницькій діяльності, застосовувала систему стратегічного управління. Стратегічний аналіз як складова частина процесу стратегічного управління дає змогу дослідити зовнішнє та внутрішнє середовище, сформувати місію та стратегічні цілі підприємства, які є підґрунтям вибору стратегії, спрямовується на вирішення довгострокових глобальних проблем. При цьому стратегічний аналіз здійснюється на кожному етапі, а саме від формування до реалізації та контролю за реалізацією.
Маркетинговий аналіз	Щоби втриматись на ринку, сучасне підприємство зосереджує усю свою діяльність на продажу товарів, продукції, робіт, наданні якісних послуг, а це зумовлює необхідність розвитку ще одного напрямку аналітичних досліджень, а саме маркетингового аналізу. Маркетинговий аналіз як складова частина економічного аналізу спрямований на вивчення ринків збуту, попиту на продукцію, її конкурентоспроможність, формування цінової політики, тощо.
Функціонально-вартісний аналіз	Практика свідчить про те, що для виявлення резервів економії матеріальних, трудових і грошових ресурсів на виробництво продукції досить часто застосовують найбільш ефективний вид економічного аналізу, а саме функціонально-вартісний аналіз. Його можна розглядати як підсистему комплексного економічного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства. В сучасних економічних умовах актуальним є розширення сфери застосування функціонально-вартісного аналізу. Перспективи подальшого розвитку функціонально-вартісного аналізу полягають у тому, щоби впровадити у його методику економіко-математичні методи та комп'ютерні технології оброблення інформації.

Джерело: складено автором



Як зазначає академік А.Ф. Павленко, «щоб відповідати сучасним вимогам, методика економічного аналізу повинна наближатися до життєвих потреб підприємства, відповідати повсякденним запитам управління, бути надійним економічним інструментом управління підприємством» [13, с. 28]. Водночас академік М.Г. Чумаченко наголошує на тому, що зростання числа об'єктів економічного аналізу, розширення понятійних меж його предмета обумовлюватиме подальше зростання числа його видів, форм і напрямів, тому фахівцям-аналітикам необхідно досягти єдності щодо класифікації видів економічного аналізу [13, с. 26].

А.Д. Шеремет та Р.С. Сайфулін стверджують, що «кожен вид економічного аналізу має самостійну, науково обґрунтовану ціль, специфічні об'єкти та єдиний метод дослідження» [14, с. 20].

Професор С.І. Шкарабан переконаний у тому, що кожен вид економічного аналізу має свій зміст, об'єкти дослідження, джерела інформації та різні строки проведення [15, с. 571].

У сучасний період в окремих наукових дослідженнях зустрічаються нові терміни та словосполучення, що характеризують економічний аналіз, мають дискусійний характер теоретичного спрямування та на практиці майже не використовуються. До таких видів можна віднести:

- потенціалогічний аналіз (дослідження можливого стану будь-якого явища або предмета);
- онтологічний аналіз (рівень аналізу знань, в основі якого лежить визначення предметної галузі в термінах сутностей, відносин між ними, а також дій над сутностями (інакше кажучи, аналіз предметної галузі));
- епістемологічний аналіз (дослідження понятійного, змістовного боку явища).

Проведені нами дослідження свідчать про те, що, незважаючи на чималу кількість видів та класифікацій економічного аналізу, на практиці найчастіше застосовують лише кілька основних видів сучасного економічного аналізу, які охарактеризовані в табл. 1.

Як видно з табл. 1, розглянуті види економічного аналізу, а саме оперативний, інвестиційний, інноваційний, діагностичний, аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів, стратегічний аналіз, маркетинговий аналіз та функціонально-вартісний аналіз, застосовуються на практиці в сучасний період найчастіше, проте дослідження їх характеристики свідчить про те, що вони потребують досконалого вивчення та розроблення власних комплексних методик застосування. Вищезазначені

види економічного аналізу як сучасні напрями розвитку класичного економічного аналізу перебувають на етапі сталого розвитку як у теоретичному, так і в методичному аспектах, а також потребують серйозної уваги з боку як науковців, так і практиків.

Єдність сутності, предмета й методу – це те, що об'єднує усі види економічного аналізу. При цьому кожен його вид має свою сферу використання та специфіку, обумовлену суб'єктом проведення аналізу.

Таким чином, економічний аналіз вивчає господарські процеси, їх взаємозв'язок, взаємозалежність і взаємозумовленість. Причинний або факторний аналіз виходить з того, що кожен фактор, кожна причина отримують відповідну оцінку.

Сучасний стан економічного аналізу можна охарактеризувати як абстрактно-логічний метод пізнання, котрий розширює сфери застосування та змінює свої завдання і функції, щоб адаптуватися до нових умов господарювання. Проведені дослідження показують, що аналітичні дослідження потрібно спрямувати на такі нові сфери:

- 1) поглиблене вивчення потреб ринку;
- 2) ґрунтовне дослідження ефективності інвестицій;
- 3) ретельне вивчення кредитної та конкурентної здатності підприємств усіх форм власності;
- 4) абсолютне дослідження пріоритетних напрямів зовнішньоекономічної діяльності;
- 5) вивчення вимог споживачів щодо якості товарів та надання послуг [1, с. 235].

**Висновки.** Отже, на основі проведених досліджень сучасного економічного аналізу та його основних видів можна зробити такі висновки:

- 1) в сучасний період на практиці найчастіше застосовуються такі види економічного аналізу, як оперативний, інвестиційний, інноваційний, діагностичний, аналіз власного фінансового стану та його ділових партнерів, стратегічний, маркетинговий та функціонально-вартісний;
  - 2) потенціалогічний аналіз, онтологічний аналіз та епістемологічний аналіз є новими видами аналізу, що мають дискусійний характер теоретичного спрямування та на практиці майже не використовуються;
  - 3) дослідження основних видів сучасного економічного аналізу дає підставу детальніше ознайомитися з ними практикам та розширювати сфери їх застосування.
- Перспективи подальших розвідок у цьому напрямі пов'язані з формуванням рекомендацій методичного характеру щодо застосування основних видів сучасного економічного аналізу на практиці.

#### Список використаних джерел:

1. Шестерняк М.М. Економічний аналіз: перспективи розвитку. Економічний і соціальний розвиток України у XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації: збірник тез доповідей XV Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених (м. Тернопіль, ТНЕУ, 29–30 березня 2018 р.). Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2018. С. 233–235.
2. Житна І.П., Тацій І.В., Житний П.Є. Економічний аналіз: навчальний посібник. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. 296 с.
3. Дерій В.А. Проблеми теорії науки, методики й організації навчання і практики економічного аналізу. Бухгалтерський облік і аудит. 2014. № 6. С. 3–12.
4. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія і практика: підручник / за ред. А.Г. Загороднього. Львів: Магнолія Плюс, 2006. 428 с.
5. Литвин Б.М., Стельмах М.В. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. Київ: Хай-Тек Прес, 2008. 336 с.
6. Мних Є.В. Сучасна парадигма економічного аналізу в Україні. Вісн. Львів. комерц. акад. Сер. Економічна. 2004. Вип. 16. С. 76–79.
7. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник. Київ: Знання, 2011. 630 с.
8. Шкарабан С.І., Лазаришин І.Д. Характеристика стану економічного аналізу в Україні. Економічний аналіз: зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту. Тернопіль, 2010. Вип. 5. С. 10–13.
9. Економічний аналіз: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» / за ред. Ф.Ф. Бутинця. Житомир: ПП «Рута», 2003. 680 с.
10. Болної М.А., Бурбачевський В.З., Горбатов М.І. та ін. Економічний аналіз: навчальний посібник / за ред. М.Г. Чумаченка. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2003. 556 с.

11. Шестерняк М.М. Сучасний стан розвитку економічного аналізу. Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 18 квітня 2018 р.: у 2-х т. Т. 1 / ред. кол.: ВНІЕ ТНЕУ. Тернопіль: Крок, 2018. С. 121–123.
12. Лившиц Ф.Д. К вопросу о стандартизации терминов статистической науки. Научные труды по экономике и статистике. 1999. Вып. 73. С. 146–158.
13. Павленко А.Ф., Чумаченко М.Г. Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства»: наук. доповідь. Київ: КНЕУ, 2001. 88 с.
14. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. Москва: ИНФРА-М, 1995. 176 с.
15. Шкарабан С.І. Місце оперативного економічного аналізу в підготовці спеціалістів в сфері економіки. Проблеми формування ринкової економіки: міжвід. наук. зб., заснов. у 1992 р. Спец. вип.: Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства». Київ: КНЕУ, 2002. С. 571–577.

## СОВРЕМЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ВИДЫ

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемные вопросы основных видов современного экономического анализа и их применение. Выделены виды современного экономического анализа, которые чаще всего применяют на практике, а именно экономический анализ, оперативный анализ, инвестиционный анализ, инновационный анализ, диагностический анализ, анализ собственного финансового состояния и его деловых партнеров, стратегический анализ, маркетинговый анализ, функционально-стоимостной анализ. Даны обоснование касательно применения каждого из этих видов экономического анализа и их характеристика. Определено, что в отдельных научных исследованиях встречаются новые понятия и словосочетания, которые характеризуют экономический анализ, имеют дискуссионный характер теоретического направления и на практике почти не используются. Установлено, что такими видами являются потенциалогичный анализ, онтологический анализ и эпистемологичный анализ.

**Ключевые слова:** экономический анализ, виды экономического анализа, современный экономический анализ, оперативный анализ, инвестиционный анализ, инновационный анализ, диагностический анализ, анализ собственного финансового состояния и его деловых партнеров, стратегический анализ, маркетинговый анализ, функционально-стоимостной анализ.

## MODERN ECONOMIC ANALYSIS AND ITS MAIN TYPES

**Summary.** The article deals with the problem issues of the main types of modern economic analysis and their application. The types of modern economic analysis that are most often used in practice, namely economic analysis, operational analysis, investment analysis, innovation analysis, diagnostic analysis, analysis of its own financial state and its business partners, strategic analysis, marketing analysis, functional-cost analysis. The justification for applying each of these types of economic analysis and their characteristics is presented. It is established that in separate scientific researches new terms and phrases, characterizing economic analysis, are discussed in theoretical direction and practically are not used in practice. It has been established that such species are potential analysis, ontological analysis and epistemological analysis.

**Key words:** economic analysis, types of economic analysis, modern economic analysis, operational analysis, investment analysis, innovation analysis, diagnostic analysis, analysis of its own financial state and its business partners, strategic analysis, marketing analysis, functional-cost analysis.

УДК 336.26

**Щур Р. І.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів  
Прикарпатського національного університету  
імені Василя Стефаника*

**Shchur R. I.**

*PhD in Economics, Associate Professor  
Department of Finance  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*

## ФІНАНСИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Анотація.** У статті розглянуто підходи до визначення місцевого самоврядування, на базі чого запропоновано авторське тлумачення цієї дефініції з урахуванням сучасних умов децентралізації. Особливо виділено питання інституційного аналізу будови сучасних територіальних громад. Представлено інституційну структуру територіальної громади як суб'єкта фінансових відносин. Досліджено теоретичні основи формування фінансового потенціалу територіальних громад. Надано авторське визначення фінансового потенціалу територіальної громади.

**Ключові слова:** децентралізація, територіальна громада, інституційне середовище, трансакційні витрати, фінансовий потенціал, компоненти фінансового потенціалу.

**Вступ та постановка проблеми.** Проблематика місцевих фінансів все частіше стає об'єктом наукових досліджень в Україні. Особливо актуалізується вона в контексті децентралізації влади, об'єднання територіальних громад з метою оптимізації їх фінансового забезпечення та створення належного підґрунтя для покращення умов життя кожного громадянина. Територіальна громада як соціально-економічне явище є особливим утворенням з притаманною їй відповідною низкою якісних і кількісних характеристик. Територіальна громада як провідний суб'єкт місцевого самоврядування посідає одне з важливих місць у теоретичних дослідженнях щодо визначення її природи, сутності, ознак та місця й ролі у стратегії розвитку всієї цілісної фінансово-економічної системи країни. Особливої актуальності такі питання набувають в сучасних умовах процесів децентралізації та становлення новітньої системи організації функціонування фінансів місцевого самоврядування в Україні як складної інтегрованої економічної системи з відповідними властивостями розвитку. В умовах одночасних процесів глобалізації та регіоналізації економіки, інтеграційних процесів необхідність виконання завдань щодо підвищення фінансового самозабезпечення, посилення конкурентних переваг постановка проблем формування і використання фінансових ресурсів регіону є сама по собі недостатньою. Крім того, прийняття найважливіших управлінських рішень і побудова фінансового механізму на рівні регіонів не можуть базуватися на простому підрахунку обсягу фінансових ресурсів і не дадуть очікуваних результатів у перспективі. Тому теоретичні та практичні питання особливостей формування фінансів територіальних громад у сучасних умовах децентралізації влади в Україні набувають особливої актуальності та потребують окремих наукових підходів до дослідження, зокрема інституційного аналізу територіальної громади як суб'єкта фінансових відносин, а також формування її фінансового потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблематиці еволюції наукових поглядів на розвиток територіальної громади присвячено праці таких вчених, як Т. Бондарук [1], О. Ботанов [2], Ю. Демків [3], А. Коваленко [4], В. Кравченко [5]. Питання феномена інституалізації влади в Україні загалом та територіальної громади зокрема було об'єктом науково-теоретичного аналізу таких вчених, як, зокрема, О. Матвєєва [6], А. Михненко [7], Л. Лисяк [8], Н. Фоміцька [9], А. Чуприна [10], Д. Норт [11], Г. Шмоллер [12]. Науковою проблемою щодо підходів до дослідження теоретичних основ фінансового потенціалу регіону, територій з точки зору визначення сутності, структури, характеристики окремих складових, аналізу їх ефективності присвячено численні праці таких науковців, як, зокрема, В. Борнос [12], Г. Возняк [13], Є. Волковський [14], О. Дем'янчук [15], О. Єрмошкіна [16], М. Козоріз [17], В. Кунцевич [18], І. Лук'яненко [19], В. Свірський [20], О. Тимошенко [21], О. Хістева [22], С. Шумська [23].

Спираючись на наявні численні наукові напрацювання в царині досліджень фінансів територіальних громад, інституціональних основ їх функціонування як економічної системи загалом, так і відповідних окремих складових, бачимо, що перш за все потребують дослідження підходи до трактування поняття «територіальна громада», а також більш ретельного розгляду потребує аналіз інституційного середовища місцевого самоврядування, взаємозв'язків та взаємовідносин між його окремими інституційними суб'єктами в рамках фінансових відно-

син, та фінансового потенціалу територіальних громад у сучасних умовах децентралізації.

**Метою** роботи є визначення місця та ролі територіальної громади як окремої інституційної одиниці, її фінансових відносин з іншими інститутами, інституціями різних рівнів в рамках макро- та мікроінституційного середовища, що стає основою формування фінансового потенціалу територіальної громади.

**Результати дослідження.** Теоретичні розвідки у будь-якій галузі варто розпочинати зі з'ясування базових понять, аналізу еволюції наукової думки про них. Дослідження наукових концепцій місцевого самоврядування, його розвитку та становлення в Україні дало змогу на основі вагомого доробку у цій сфері провідних зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів [1–5] визначити сутність таких базових дефініцій, як самоврядування, муніципальне та публічне управління, місцеве самоврядування, а також здійснити аналіз етапів їх еволюції у світовій фінансовій думці. Зокрема, нами виділено європейську континентальну, англосаксонську та змішану концепції дослідження проблематики місцевого самоврядування, в рамках яких виокремлено низку теоретичних напрямів, що пояснюють засади становлення та розвитку місцевого самоврядування:

1) теорія вільної общини (громади), за якою місцеве самоврядування є автономною владою територіальної громади;

2) теорія федерації громад, яка проголошує громаду рівною з державою інституцією;

3) господарська теорія, яка пояснює виникнення місцевого самоврядування на основі необхідності ведення місцевого господарства;

4) громадська теорія, сутність якої полягає у висуненні на перший план недержавної природи функціонування місцевого самоврядування;

5) державницька теорія, яка розглядає органи місцевого самоврядування у підпорядкуванні державній владі;

6) теорія муніципального дуалізму, яка визнає незалежність місцевого самоврядування у лише внутрішніх справах місцевої громади та її господарства, а в політичній сфері підпорядковує його державним органам.

На основі проведеного історичного аналізу становлення місцевого самоврядування в Україні дамо власне авторське тлумачення сутності поняття «місцеве самоврядування» у специфічних умовах сьогодення та прийнятності відповідних теоретичних моделей. Отже, під місцевим самоврядуванням у сучасних українських умовах слід розуміти конституційно гарантоване право і забезпечену державою спроможність територіальної громади самостійно здійснювати управління своїми внутрішніми (включно з господарськими) справами, крім політичних.

Здійснено дослідження територіальної громади як інституційного суб'єкта фінансових відносин в рамках новітньої інституціональної теорії.

Грунтуючись на наданих визначеннях базових понять «інститут», «інституція», «інституціоналізація», «інституційне середовище та його структура» [6–12], визначили, що територіальна громада як інституційний суб'єкт фінансових відносин формується, розвивається та функціонує в рамках мікро- та макроінституційного середовища в контексті принципово нової моделі системи місцевого самоврядування загалом та місцевих фінансів зокрема з відповідною упорядкованою системою діяльності суб'єктів фінансових відносин, головним з яких сьогодні виступають територіальна громада та органи місцевого самоврядування, правовий статус яких закріплено в Конституції України, об'єктами є фінансові ресурси, що



мобілізуються, розподіляються та використовуються місцевими органами влади для виконання покладених на них функцій і завдань.

Виявлено такі характерні ознаки територіальної громади як інституційного суб'єкта фінансових відносин: фінансова відокремленість, фінансова персоніфікація, фінансова правосуб'єктність, що включає фінансову правоздатність і дієздатність.

Виокремлено такі види фінансових відносин територіальної громади як інституційного суб'єкта з іншими відповідними фінансово-економічними інститутами в рамках інституційного середовища.

1) В рамках макроінституційного середовища:

– державою, а саме інститутом державного бюджету у вигляді податкових платежів до бюджетів різних рівнів; відрахування до різних фондів державного, регіонального рівнів та фондів територіальної громади; фінансово-економічної підтримки; бюджетного фінансування; отримання/надання субвенцій; отримання/надання міжбюджетних трансфертів; надання економічних пільг; надання публічних благ та послуг;

– банківською системою (надання/отримання комунального кредиту, місцевих позик та їх обслуговування; розміщення коштів на депозитах).

2) В рамках мікроінституційного середовища:

– підприємницьким сектором (обслуговування господарських зв'язків; грошова винагорода працівникам; задоволення потреб ринку; реалізація соціальних та інфраструктурних проєктів; створення умов для розвитку підприємництва; залучення інвестиційного капіталу);

– регіональною фондовою біржою (лістинг облігацій місцевої позики);

– страховими компаніями;

– іншими територіальними громадами (організація на договірних засадах співробітництва з метою забезпечення соціально-економічного, культурного розвитку територій, підвищення якості надання послуг населенню на основі спільних інтересів та цілей, ефективного виконання органами місцевого самоврядування визначених повноважень; здійснення спільних проєктів за рахунок коштів місцевих бюджетів та інших не заборонених законодавством джерел, спрямованих на соціально-економічний, культурний розвиток територій; організація спільного фінансування (утримання) підприємств, установ та організацій комунальної форми власності з метою забезпечення ефективного використання ресурсів територіальних громад);

– членами суспільства (надання якісних та диференційованих послуг своїм жителям);

– задоволення суспільних потреб; розробка програми місцевого розвитку та фінансування інших заходів для всебічного покращення умов проживання жителів громади.

З метою оцінки ефективності сукупності визначених фінансових відносин територіальної громади як інституційного суб'єкта з іншими інститутами різних рівнів досліджено інститут трансакційних витрат, що виникають в процесі реалізації таких відносин. Дослідження сутності та структури цього інституту дало змогу виділити такі види трансакційних витрат в процесі функціонування територіальної громади як інституційного суб'єкта фінансових відносин: витрати складання й укладення контракту; витрати на продовження процесу складання й укладення контракту; витрати на дотримання умов контракту та забезпечення його виконання; інформаційні витрати; витрати масштабу; витрати опортуністичної поведінки;

витрати за напрямом виникнення трансакційних витрат, а саме ринкові, управлінські, політичні; суспільні чи публічні витрати.

Дослідження наукової парадигми фінансового потенціалу територіальних громад [13–24] дало змогу виділити підходи до визначення категорії «фінансовий потенціал», а саме результативний, системний, ресурсний, ресурсно-цільовий, процесно-ресурсний, структурний.

Обґрунтовано, що економічна сутність фінансового потенціалу територіальної громади визначається сукупністю чотирьох аспектів:

– фінансовий потенціал як здатність територіальної громади виробляти ресурсну базу для забезпечення виробничо-економічної діяльності, виконання соціальних завдань і забезпечення стійкості місцевого розвитку;

– фінансовий потенціал як сукупність наявних на території фінансових і грошових ресурсів, необхідних для підтримки стійкості економічної діяльності територіальної громади;

– фінансовий потенціал як результат економічних відносин територіальної громади;

– фінансовий потенціал як резерв, можливий до використання для захисту регіонального розвитку від впливу факторів ризику і невизначеності.

Запропоновано сукупність структурних компонентів щодо оцінювання фінансового потенціалу територіальної громади як цілісної економічної системи, зокрема оцінювання фінансового стану (поточна і прогнозна) територіальної громади; оцінювання вартості окремих складових (суб'єктів і об'єктів) територіальної громади як цілісної системи; оцінювання поточного стану й прогноз розвитку факторів внутрішнього та зовнішнього фінансового середовища; оцінювання якості управління фінансами територіальної громади (поточна і прогнозна); оцінювання фінансово-інвестиційного потенціалу територіальної громади.

**Висновки.** Таким чином, результатом процесів децентралізації як процесу інституційних трансформацій в рамках інституційної матриці є виникнення нового суспільного інституту, а саме інституту розвитку. За результатами дослідження до інститутів розвитку територіальної громади як інституційного суб'єкта фінансових відносин автором віднесено прями міжбюджетні відносини з державним бюджетом; горизонтальне вирівнювання податкової спроможності; державна підтримка у вигляді субвенції на формування інфраструктури згідно з планом соціально-економічного розвитку такої територіальної формації; планування дохідної частини бюджетів об'єднаних територіальних громад та реальних можливостей з її розширення; бюджетні стимули; встановлення власних обов'язкових процедур публічності та прозорості витрачання бюджетних коштів; формування та реалізація бюджетних програм об'єднаних територіальних громад; бюджети розвитку об'єднаних територіальних громад.

Запропоновано таке авторське тлумачення дефініції «фінансовий потенціал територіальної громади»: сукупність власних, залучених, фактично акумульованих та потенційно доступних фінансових ресурсів економічної системи територіальної громади і можливостей відповідної територіальної громади щодо їх ефективного використання з метою забезпечення операційної та інвестиційної діяльності та досягнення загальносистемних цілей в умовах нестабільності факторів зовнішнього середовища, а також взаємодії зазначених складових з метою забезпечення сталого розвитку певної території.



**Список використаних джерел:**

1. Бондарук Т. Місцеве самоврядування та його фінансове забезпечення в Україні. Київ, 2009. 608 с.
2. Батанов О. Територіальна громада – основа місцевого самоврядування. Київ, 2001. 260 с.
3. Коваленко А. Теорія і практика місцевого самоврядування в Україні. Київ, 2002. 464 с.
4. Демків Ю. Місцеві Ради: проблеми місцевого самоврядування і місцевого господарства. Львівська регіональна наук.-практ. конф.: тези доповідей та повідомлень. Львів, 1990. С. 11–13.
5. Кравченко В. Конституційні засади місцевого самоврядування в Україні (основи муніципального права). Київ, 2001. 252 с.
6. Матвєєва О. Інституціоналізація фінансового забезпечення місцевого самоврядування в умовах децентралізації управління. Державне управління. 2012. № 2 (38). С. 10–16.
7. Михненко А. Інституціоналізація суспільного розвитку. Київ, 2011. 292 с.
8. Лисяк Л. Бюджетна політика в системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України. Київ, 2009. 600 с.
9. Фоміцька Н. Інституціоналізація у процесі децентралізації влади. Теорія та практика державного управління. 2016. № 4 (55). С. 1–7.
10. Чуприна А. Інституційне середовище податкової служби: структура та чинники розвитку. Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. 2011. Вип. 2. С. 156–165. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu\\_2011\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu_2011_2_17).
11. North D.C., Thomas R.P. The Rise of the Western World: A New Economic History. Cambridge, 1973. 355 p.
12. Schmoller G. Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre: 2 Bd. Bd. 1. Berlin: Duncker & Humblot, 1923. 235 p.
13. Боронос В. Оцінка ролі фінансового потенціалу регіону в дослідженні стійкості економічного розвитку території. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». 2011. № 2. С. 76–85.
14. Возняк Г. Фінансовий потенціал регіону та проблеми його оцінки. URL: [http://www.gusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Economics/66671.doc.htm](http://www.gusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/66671.doc.htm).
15. Волковський Є. Теоретичні підходи до визначення сутності та складу фінансового потенціалу міста. Фінанси, облік і аудит. 2010. № 15. С. 16–23.
16. Дем'янчук О. Складові фінансового потенціалу адміністративно-територіальної одиниці. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2014. Вип. 25. С. 95–103.
17. Єрмошкіна О. Фінансовий потенціал регіонів в умовах вільного руху капіталу. Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. 2012. № 2 (28). С. 120–127.
18. Козоріз М. Концептуальні засади управління фінансовим потенціалом регіону. Економіст. 2011. № 5. С. 24–27.
19. Кунцевич В. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки. Актуальні проблеми економіки. 2004. № 7. С. 123–130.
20. Лук'яненко І., Височина А. Управління фінансовим потенціалом територіальних громад у контексті реалізації регіональної фінансової політики. Вісник Української академії банківської справи. 2014. № 2 (37). С. 98–101.
21. Свірський В. Проблеми структурування фінансового потенціалу держави. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2009\\_3/136.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2009_3/136.pdf).
22. Тимошенко О. Фінансовий потенціал як основа соціально-економічного розвитку територіальної громади. Вісник Університету банківської справи Національного банку України. 2012. № 1 (13). С. 123–126.
23. Хістева О. Фінансовий потенціал регіону: теорія і практика. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum./Tiru/2012\\_34/Histeva.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Tiru/2012_34/Histeva.pdf).
24. Шумська С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки. Фінанси України. 2007. № 5. С. 55–64.

**ФИНАНСЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИН:  
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены подходы к определению местного самоуправления, на базе чего предложено авторское толкование этой дефиниции с учетом современных условий децентрализации. Отдельно выделены вопросы институционального анализа строения современных территориальных общин. Представлена институциональная структура территориальной общины как субъекта финансовых отношений. Исследованы теоретические основы формирования финансового потенциала территориальных общин. Предоставлено авторское определение финансового потенциала территориальной общины.

**Ключевые слова:** децентрализация, территориально община, институциональная среда, трансакционные издержки, финансовый потенциал, компоненты финансового потенциала.

**FINANCES OF TERRITORIAL COMMUNITIES:  
PECULIARITIES OF FORMATION IN MODERN CONDITIONS**

**Summary.** In the article approaches to the definition of “local self-government” are considered, on the basis of which an author’s interpretation of this definition is suggested taking into account the modern conditions of decentralization. Separately, the issues of institutional analysis of the structure of modern territorial communities are highlighted. The institutional structure of the territorial community as a subject of financial relations is presented. The theoretical bases of formation of financial potential of territorial communities are investigated. The author’s definition of the “financial potential of the territorial community” is provided.

**Key words:** decentralization, territorial community, institutional environment, transaction costs, financial potential, components of financial capacity.

**Юрківський О. Й.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та підприємництва  
Житомирського державного технологічного університету*

**Yurkiv'skyi O. Y.**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor Department of Economics and Entrepreneurship  
Zhytomyr State Technological University*

## ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ІНСТИТУЦІЙНИХ ОСНОВ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

**Анотація.** У статті розглянуто інституційні основи формування ефективної бюджетно-податкової політики на основі формальних та неформальних інститутів, а саме прямих податків та податкової довіри. Прямі податки та соціальні внески мають базуватися на прогресивних ставках для одночасного забезпечення зменшення тіньової економіки, диференціації доходів. Зміна політичної філософії податків має сприяти поступовому їх перетворенню на соціально-економічний мотиватор, формуванню стійких формальних та неформальних відносин в економічній системі.

**Ключові слова:** обов'язковий податковий платіж, податкова довіра, бюджетно-податкова політика, принципи оподаткування, «податок-мотиватор».

**Вступ та постановка проблеми.** Економічні школи ХХ століття розширили методологію дослідження економічних явищ та процесів, а інституціональна теорія додала психологічний, правовий аспект пізнання інституцій формального та неформального характеру, серед яких найбільш неоднозначною, традиційно антимотиваційною для більшості економічних суб'єктів економічного кругообігу виступають податки та інші платежі фіскального характеру.

Податки є історично обумовленою, складною інституцією, в основі якої лежить безумовність сплати, в разі володіння платником конкретним об'єктом оподаткування психологія господарюючих суб'єктів, домогосподарств природно спрямована на супротив, мінімізацію податкових платежів, що обумовлює особливості сучасної структури податкових платежів, їх податкового механізму; системи методів податкового контролю.

Останні 15 років бюджетно-податкова політика базується перш за все на непрямих податках, які формують до 60% податкових надходжень внаслідок історично сформованих переваг, серед яких слід назвати широку базу оподаткування та відносну важкість ухилення, що особливо важливо в період формування довіри до державних інституцій і легкого ухилення від сплати прямих податків прибуткового характеру. Однак негатив від універсальних акцизів теж присутній, і відображається він насамперед у нехтуванні майновим, фінансовим, суспільним станом окремого платника.

Ухилення від сплати прямих податків досягло небезпечного рівня не лише щодо зниження доходної частини бюджетів різних рівнів, але стосовно суверенітету України, що зумовило в період агресії Росії встановлення нового прямого податку, а саме 1,5% військового збору на потреби українського війська від заробітної плати домогосподарств, які працюють в білому секторі економіки, а також паралельне формування волонтерського руху з консолідацією частини доходів тіньового сектору на добровільній основі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Домогосподарства є головними платниками прибуткових прямих податків, водночас підпадають під максимальне оподаткування й непрямими податками, зокрема ПДВ у розмірі

20% на товари майже усіх груп (від першої необхідності до довгострокового користування). Паралельно застосування на рівні держави політики наддешевої робочої сили у розмірі 21 грн. за годину (менше 1 долара за курсом НБУ) не лише знижує базу оподаткування насамперед ПДФО, але й впливає на появу та поглиблення проблем інституційного характеру не лише у сфері оподаткування, але й у забезпеченні зайнятості, формуванні конкурентної робочої сили, залученні інвестицій, що впливає на приділення уваги вирішенню наявних системних проблем науковцями різних економічних шкіл та напрямів, такими як В. Геєць, А. Дрига, В. Дмитрів, М. Петренко, І. Лютий, П. Кругман, А. Крисоватий, І. Педь, В. Предборський, Ю. Сидорович.

**Метою** роботи є визначення політекономічних інституційних основ ефективного застосування прямих податків у налагодженні податкової довіри, максимізації податкових надходжень та перетворенні «податку-тягаря» на «податок-мотиватор».

**Результати дослідження.** Концептуальні підходи до пізнання сутності податків постійно розширюються та узагальнюють декілька аспектів поряд з традиційним фіскальним, а саме правовий, психологічний, суспільний, значимість яких може змінюватися в період різних стадій економічного циклу, проте спільним (особливо в період низької довіри) є перетворення обов'язкових податкових платежів з тягаря та примусового обов'язку на мотиваційний, певною мірою бажаний інструмент регулювання багатьох процесів у взаємодії з державою, за словами В. Предборського, і в забезпеченні економічної безпеки та соборності [1].

Обов'язкові податкові платежі – це інституція, яка одночасно передбачає вирішення цілої низки базових задач інституційного характеру в контексті бюджетно-податкової політики у взаємодії з грошово-кредитною через:

- побудову фіскальних формальних правил та вибір відповідних інструментів;

- формування неформальних інституцій, прийняття умовного договору між державою та суб'єктами макро-економічного кругообігу.

Договірна основа лежить в базисі багатьох аспектів

розвитку виробничих відносин і знайшла відображення в роботах представників інституціоналізму, інших економічних напрямів, які говорили про складність і тривалий період формування якісних неформальних інституцій. Як відзначає нобелівський лауреат Пол Кругман, представник ліберального напрямку, дотримання правил та створення умовних договорів між суб'єктами великого бізнесу потенційно може знизити не лише корупцію, але й тінізацію загалом, ухилення від сплати податків шляхом офшорів [2, с. 27]. З огляду на перспективи розвитку насамперед середнього та малого бізнесу кількість суб'єктів, з якими необхідно домовитися державі, зростає, що ускладнює процес форсування суспільно-економічного договору з державою.

Матеріалізація договірної основи обов'язкових податкових платежів здійснюється через складний механізм довіри та еквівалентності непрямого характеру, тобто через податки в обмін на певне, чітко не визначене благо, адже держава однією рукою забирає, а другою має віддати, про що говорив М. Алексєєнко ще в кінці XIX століття [3, с. 267].

Прямий же характер простежується насамперед у соціальних обов'язкових платежах, які мають цільовий характер, спрямовані на різні, визнані суспільством і державою соціальні блага з чітко окресленою суб'єктністю, отримувачем благ:

- соцстрах, пов'язаний з ПФ;
- соцстрах на випадок безробіття;
- соцстрах при тимчасовій втраті працездатності;
- соцстрах при нещасному випадку на виробництві.

Сучасна теорія та практика оподаткування передбачають використання додатково медичного страхування. Хоча воно знаходиться в Україні лише на стадії формування, запроваджувалися пілотні проекти, наприклад «Лікарняна каса» в Житомирській області. Головна проблема і непопулярність у населення області цього страхового нововведення полягає у відсутності довіри пацієнтів внаслідок вибіркості, неповноти надання задекларованих медичних послуг, тобто нееквівалентного обміну, який викликав швидку втрату учасників каси. Подібна ситуація склалась і щодо внесків до ПФ, адже домогосподарства не довіряють уповноваженим організаціям в еквівалентному обміні, можливому поверненню коштів до застрахованого платника на умовах 25-річного стажу за постійного запровадження окремих мінливих умов.

Усі чотири внески замінені єдиним соціальний внеском, в межах якого накопичуються та перерозподіляються кошти по відповідних фондах. Проте втрачаються їх відкритість та цільовий характер, а сплачені кошти не завжди корелюють з відповідними послугами, що не сприяє розвитку податкової довіри навіть після кардинального зменшення ЄСВ до 22%.

Отже, головна увага в налагодженні відносин та забезпеченні бюджету в період трансформування відносин має приділятися таким інституціям, як прямі податки прибуткового характеру, максимальне врахування особливостей домогосподарств і одночасне формування в секторі «Держава» відповідного державного або суспільного гудвілу. Парадокс національної політики налагодження довіри полягає у використанні насамперед універсального акцизу ПДВ, акцизного збору як головних фіскальних інструментів, які максимально знеособлені та не потребують високого рівня довіри.

Податок на доходи та прибутки поряд з майновими використовується протягом тривалого часу, максимально спрямовуючись на окремого платника. Податок на доходи з фізичних осіб в Україні відноситься до групи загально-

державних, формує значну частку доходів насамперед місцевих бюджетів, охоплює широку групу об'єктів оподаткування, а поряд з ПДВ концептуально змінювався паралельно з відповідними трансформаціями грошово-кредитної політики в декілька етапів:

1) середина 90-х є початком застосування прогресивної шкали оподаткування після введення в дію гривні, запровадження вперше неоподаткованого мінімуму 17 грн., який неоподаткований ПДФО;

2) з 2004 року з багатьох проектів реформування шкали ПДФО вибрано пропорційну ставку на перехідний період 13% за наступним переходом до 15%;

3) з 2010 року відбувалося поступове підвищення ставок до 18% у 2018 році, що майже зрівнялися з податком на прибуток підприємств для юридичних осіб.

Одним з нововведень виступила соціальна податкова пільга, яка з початку запровадження використовувалася половинчасто, а намагання через пільгу врахувати особливості платника податку виглядає вкрай необґрунтовано у 2018 році в сумі 881 грн. в межах граничного доходу в 2 470 грн. та за мінімальної заробітної плати в 3 723 грн. Фіскальні органи продовжують не враховувати витрати домогосподарств, окрім відшкодування за навчання, під час декларування отриманих доходів та понесених витрат за рік.

Проте найбільш важливою помилкою інституційного характеру стала відміна прогресивної шкали, адже від цього кроку максимальну вигоду отримали найбільш заможні верстви населення. Натомість закордонний досвід засвідчує протилежне, а саме максимальне наближення до платника, врахування доходів та витрат не окремих, а усіх груп платників, застосування прогресивних шкал з різною диференціацією ставок. Так, більшість країн Європи має прогресивне оподаткування доходів та прибутків, у США застосовують різні шкали з урахуванням сімейного стану та сім'ї загалом. Тобто в основі прямого оподаткування прибутковими податками лежить врахування стану домогосподарства, еквівалентність обміну, отже, домогосподарство довіряє, відображає максимально відкрито об'єкти оподаткування, сплачує нараховані податки із задекларованого; держава максимально враховує особливості платника, використовує пільги, надає обґрунтований обсяг послуг домогосподарствам.

Диференціація ставок передбачає не лише максимальне врахування характеристик платника, але й виконання соціально-розподільчих задач в час стагнації, загострення освітнього, соціального та економічного розшарування. Тоді в контексті формування податкової довіри зростання диференціації доходів населення є особливо небезпечним, про що теж говорять К. Курбанов, О. Пушкар, використовуючи для порівняння загально визначений порівняльний коефіцієнт Дженні [4, с. 211].

В Україні склалася вже усталена ситуація, за якої співвідношення між грошовими доходами 10% найбільш забезпечених і 10% найбільш бідних груп населення перевищує майже 12 разів, що обумовлюються, зокрема, поступовим закінченням первісного накопичення капіталу. Натомість у більшості країн першої тридцятки світових рейтингів період накопичення капіталів завершився на початку XX століття, а завдяки використанню прогресивного диференційованого оподаткування цей коефіцієнт є значно меншим у Канаді та Японії у 3,7 рази, Німеччині – 6,9 разів, Білорусії – 6,9 разів, у Швеції – лише 2,7 разів [5, с. 80].

Тобто диференціація доходів, майнове розшарування вимагають диференціації домогосподарств та запровадження прогресивних ставок ПДФО з максимальним вра-



хуванням не лише певних медичних протипоказань, але й інших соціально-економічних параметрів сім'ї, індивіда, які засвідчують їх роль в розвитку суспільства та держави (учасник АТО, кількість дітей, соціальна та екологічна робота, додаткове підвищення кваліфікації вчителя, викладача, медика тощо).

Частково диференціація та врахування характеристик платника використовується під час обрахунку прожиткового мінімуму з поділом за три групи, однак цього недостатньо без чіткої обґрунтованої прив'язки окремої групи домогосподарств до елементів правового механізму прямих податків.

Проте часткова деталізація та диференціація відбувається, наприклад, у судовій гілці влади, натомість в освіті, науці та медицині головний об'єкт оподаткування (заробітна плата) диференціюється на загальних підставах, хоча з огляду на суспільну необхідність повинні мати статус неприбутковості вищі посадові оклади та нижчі прями податки.

Як бачимо, інституційна роль прямих податків виходить за межі традиційного сприйняття як тягаря та примусу в сучасному трактуванні обов'язкових податкових платежів. Практика вітчизняного оподаткування, встановлені теоретичні принципи оподаткування, незрозумілість договірної суспільної бази на тлі завершального етапу накопичення капіталів на рівні середнього класу та малою підприємництва характеризуються об'єктивного незрілістю, перебуванням на рівні загальносвітових відносин кінця XIX – початку XX століття під час формування економічно раціонального індивіда. Натомість сучасні суспільні відносини характеризуються відходом від раціональності, за словами Джеффри Ходсона, відбувається відхід від позицій економічної людини [6, с. 93].

Суспільні відносини XXI століття характеризуються динамічністю, різноманітністю та розширенням соціально визнаних суспільством проблем, які намагаються вирішити шляхом інструментів бюджетно-податкової політики на основі створення абсолютно нових концепцій «податків-мотиваторів», які мають обов'язковий характер (рис. 1).

Якщо країни Європи в останні 50 років чітко окреслили модель держави та її функцій, види грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики, то в Україні ці процеси проходять активно після революційних подій

2004 року. У Європі продовжують будувати суспільну модель, що спричиняє трансформацію податкових платежів як умовного договірного інструмента та формування стійкої податкової довіри. Податки на додаткові доходи та майно, однак, не усі сприймають позитивно, що викликає поширення офшорних скандалів серед заможної частини суспільства, їх емігрування в інші країни тощо, однак більшість сприймає з позитивом обґрунтовані зміни.

В Україні одночасно будується як державна модель, так і модель суспільства, зштовхування яких призвело не лише до революційних подій, але й до ситуації, за якої суспільство розглядає тіньову економіку та несплату податків як адекватну, егоїстичну та правильну відповідь державним інституціям на неефективне надання відповідних послуг, корупцію в політиці, неефективне управління державними видатками.

Наявні протиріччя між суспільним, індивідуальним та державним визначають різні цілі, інструменти й принципи функціонування різних підсистем держави. Час та ситуація з бюджетно-податковою політикою загалом відображають усю глибину недооцінки діалектичних економічних законів, правил, інституційного характеру, які не відображаються ні в реальних діях ні в прописаних концептуальних основах функціонування податкової системи, а саме принципах оподаткування, що впливає на дієвість бюджетно-податкової політики загалом.

Після прийняття Податкового кодексу та реформи 2004 року виключений як несуттєвий та другорядний принцип соціальної справедливості, що передбачав застосування саме прогресивного оподаткування до вищих доходів домогосподарств та інших економічних суб'єктів. Змінились не лише методика нарахування ПДФО та елементи правового механізму з дуже обнадійливою ставкою 13% на перехідний період, але й політекономічна філософія прямого оподаткування, безпекова складова, адже кроки були здійснені фактично паралельно подібним кроком переходу до пропорційного оподаткування в 15% з боку Російської Федерації всупереч європейським податковим практикам.

Приховування доходів, інших об'єктів оподаткування, неврахування особливостей платника привели до поступового підвищення ставки податку насамперед на заробітну плату до 18%, що в сукупності з ПДВ у 20% практично на всі групи товарів (і першої необхідності) складає з військовим збором майже 40% доходів домогосподарств, що психологічно не сприяє перетворенню податку з тягаря на мотиватор.

Реальність України – це домінація економічного індивідуального егоїзму та фактичне нехтування, зокрема, проблемами екологічного характеру (вирубка карпатських лісів, бурштинова лихоманка Житомирської та Рівненської областей, що має схожість з історією формування США). Одночасно проглядаються позитивні тенденції у формуванні єдиної суспільної парадигми відносно історії та державності, що викликало події 2014 року та суспільне об'єднання в питанні боротьби з російською агресією, появу волонтерських рухів, громадських організацій, тобто заміну несплачених та необхідних державних податків фактично суспільними податками домогосподарств з подальшим виокремленням військового збору.

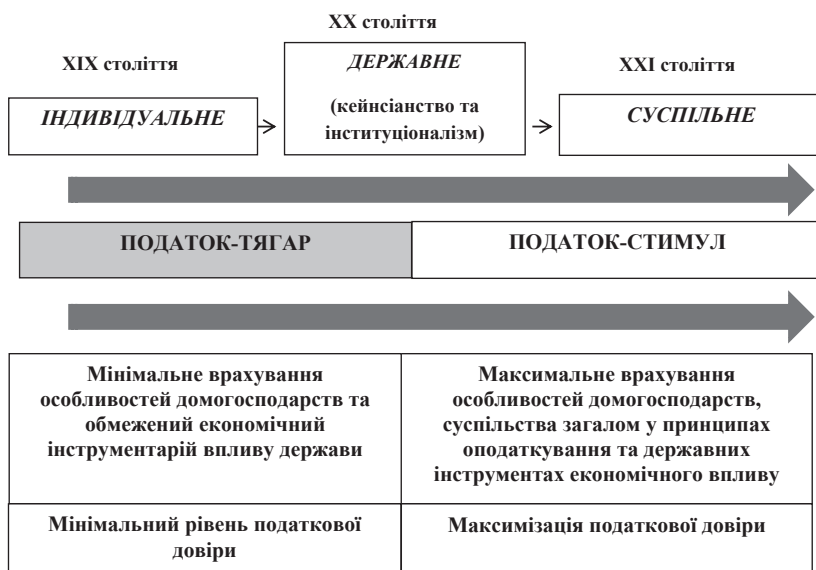


Рис. 1. Етапи формування «податку-стимулу»



**Висновки.** Налагодження податкової довіри як неформальної інституції в період кризи, зменшення диференціації доходів, приховування об'єктів оподаткування, майнового розшарування вимагають зміни політекономічної філософії прямого оподаткування, місця в бюджетно-податковій політиці, незважаючи на значну роль у формуванні податкових надходжень непрямих податків, а саме ПДВ та акцизного збору. Застосування прогресивного оподаткування, диференціація та максимальне врахування характеристик домогосподарств є тривалою базовою європейською практикою у формуванні податку-стимулу. Проте без одночасного формування державного та суспільного гудвілу з боку організацій, які стягують обов'язкові податкові платежі та мають надати еквівалентні послуги домогосподарствам, досягти швидкого успіху неможливо.

сивного оподаткування, диференціація та максимальне врахування характеристик домогосподарств є тривалою базовою європейською практикою у формуванні податку-стимулу. Проте без одночасного формування державного та суспільного гудвілу з боку організацій, які стягують обов'язкові податкові платежі та мають надати еквівалентні послуги домогосподарствам, досягти швидкого успіху неможливо.

#### Список використаних джерел:

1. Предборський В. Детінізація економіки у контексті трансформаційних процесів. Питання теорії та методології: монографія. Київ: Кондор, 2005, 613 с.
2. Кругман П. Куда катится мир. Новое время. 2017. № 38. С. 26–29.
3. Українська економічна думка: хрестоматія / упор., вступ. ст. та бібліогр. С. Злупко. Київ: Знання, 1998. 447 с.
4. Курбанов К., Пушкар О. Диференціація розподілу доходів як фактор впливу на економічний розвиток країни. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2011. № 1 (4). С. 211–217.
5. Волинський Г. Про соціальну диференціацію населення. Економіка України. 2008. № 2. С. 79–84.
6. Ходсон Дж. Экономическая теория и институты. Манифест современной институциональной экономической теории / пер. с англ. Москва: Дело, 2003. 464 с.

### ПРЯМОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В ФОРМИРОВАНИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ОСНОВ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ: ПОЛИТЕКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Аннотация.** В статье рассмотрены институциональные основы формирования эффективной бюджетно-налоговой политики на основе формальных и неформальных институтов, а именно прямых налогов и налогового доверия. Прямые налоги и социальные взносы должны базироваться на прогрессивных ставках для одновременного обеспечения уменьшения теневой экономики, дифференциации доходов. Изменение политэкономической философии налогов должно способствовать постепенному их превращению в социально-экономический мотиватор, формированию устойчивых формальных и неформальных отношений в экономической системе.

**Ключевые слова:** обязательный налоговый платеж, налоговое доверие, бюджетно-налоговая политика, принципы налогообложения, «налог мотиватор».

### DIRECT TAXATION IN FORMATION OF INSTITUTIONAL BASES OF BUDGET AND TAX POLICY: POLYETECONOMIC ASPECTS

**Summary.** The institutional bases of formation of effective fiscal policy on the grounds of formal and informal institutes, namely direct taxes and tax confidence have been researched in the article. Direct taxes and social contributions should be based on progressive rates to ensure the reduction of shadow economy level, income differentiation simultaneously. The change of the political economics tax philosophy should contribute to their gradual transformation into a socioeconomic motivator, the formation of stable formal and informal relations in the economic system.

**Key words:** compulsory tax payment, tax confidence, fiscal policy, tax principles, “tax motivator”.

**Яворская А. Ф.**  
*старший преподаватель кафедры  
«Экономическая теория и предпринимательства  
на морском транспорте»  
Национального университета  
«Одесская национальная морская академия»*

**Yavorskaya A. F.**  
*Senior lecturer of the Department  
of “Economic Theory and Entrepreneurship in Maritime Transport”  
National University “Odessa Maritime Academy”*

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА

**Аннотация.** В условиях неустойчивого развития региональных сегментов мировой экономики возрастают роль и функции морского транспорта в обеспечении эффективности международного разделения труда, поэтому расширяется многообразие механизмов и инструментария управления конкурентным позиционированием флота и достижением текущих приоритетов. Внимание уделяется не только экономическим факторам развития локальных морских транспортных комплексов, но и некоммерческим факторам принятия решений. В статье обращено внимание на дифференциацию чисто предпринимательского подхода к оцениванию общесистемной значимости объекта в будущем и его влияние на изменение базисного положения. Рассмотрены особенности изменения основных параметров и организационных, обеспечивающих эффективную устойчивость предпринимательской деятельности флота и портов в условиях жесткой изменчивости базовых характеристик морской транспортной индустрии.

**Ключевые слова:** морской транспорт, принцип нормализации, организация, эффективность развития, транспортный потенциал.

**Вступление и постановка проблемы.** В основе развития экономического потенциала национальной морской транспортной индустрии должна лежать стратегия ее устойчивого позиционирования во внешнеэкономической деятельности резидентов страны. Среди приоритетов следует выделить критерии эффективности на основе конкурентоспособности и специализации. Особое место занимает принцип нормализации состояния относительно участия страны в международном разделении труда [1], поэтому для каждой подсистемы морского транспорта должна быть сформирована программа адекватного развития с учетом реальных преимуществ инновационной и операторской деятельности предприятий по зонам влияния.

В любом случае основой экономического потенциала подсистем морской транспортной индустрии остаются капитальные активы и их вещественная форма, а именно производственные средства. При этом следует различать этапы экономического роста по его структурным составляющим. Для стран с высоким темпом экономического роста определяется граница устойчивого позиционирования в национальной и глобальной экономике с учетом расширения масштабов деятельности развивающихся стран.

Среди совокупности функций морского транспортного потенциала в условиях глобализации следует выделять функцию управления доходами и собственностью. С этой функцией должна согласовываться функция управления кредиторской задолженностью по критериям международного права. При ее нарушении, как показали результаты ликвидации ЧМП, возможны жесткие кризисные ситуации. Достаточно рассмотреть потерю лайнера Одессы. В первом полугодии 1995 года начался шквал ареста судов по долгам компании. Этот же путь в 2017 году прошла компания “Nanjing Sh”.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Приоритеты экономического роста с позиции уровня жизни граждан любой страны определяют задачи и

способы активизации деятельности национальных предпринимательских структур. Одновременно проходящие процессы глобализации на основе равного доступа к природным ресурсам и инновационным технологиям при ограниченности доступа к инвестиционным ресурсам обуславливают необходимость выбора альтернативных решений с позиции глобального рынка морской торговли.

Фактически пределы выбора формы экономической политики государства, судя по характеру действия отдельных стран в течение 2001–2017 годов, основываются на принципе трех ключевых преимуществ и трех ключевых недостатков [2, с. 123]. В этом отношении в условиях глобализации хозяйственных отношений экономическая независимость отдельных стран тесно связана с тремя направлениями развития:

- эффективная специализация и устойчивость позиционирования в системе международного разделения труда;
- формирование наиболее надежной системы обеспечения энергетических потребностей;
- конкурентный транспортный комплекс, включающий развитую морскую транспортную индустрию.

Но организационно-правовые формы регулирования и администрирование существенно дифференцируют возможности реализации потенциала морского транспорта отдельных государств независимо от формы собственности предпринимательских структур.

Одним из уроков кризиса 2008–2009 годов следует рассматривать более глубокое падение промышленного производства государств, которые не имеют четкой структуризации в международной интеграции. Об этом свидетельствует характер снижения объема выпуска черных металлов по странам и их группам. Так, падение выпуска металлургии в Евросоюзе в 2009 году составило 5,3%, в Северной Америке – 5,5%, в Японии – 1,2%, а в СНГ – 8,1%. Как известно, в структуре последнего основными производителями являются Россия и Украина. Этот же

сегмент національної економіки найбільше тесно пов'язані з іншими інвестиційними галузями.

Україна внаслідок переваг розташування відносно векторів міжнародної торгівлі, незважаючи на обмеження проходу Босфору, володіє значительним транзитним потенціалом для ряду держав Європи, Дальнього Сходу і більшості регіонів Азії. Головною стає конкурентоспроможність виробничого потенціалу торгових портів, транспортного флоту і наземних видів транспорту. Ключовими умовами реалізації транзитного потенціалу є чітка економіко-правова система забезпечення рівноправ'я і комерційної доцільності [3]. Саме це напрямлення в значительній мірі не відповідає сучасним вимогам обслуговування транзитних вантажних потоків і формування цінності міжнародних операторів. Тому вантажні потоки ухиляються на альтернативні напрямлення, в зв'язі з чим обмежується диверсифікація морської транспортної індустрії України.

Слід відзначити повноту аналізу і контролю ситуації в провідних аналітико-консалтинговими структурами [4; 5]. Крім того, в статті звертається увага на особливості підходів вітчизняних і зарубіжних дослідників [6; 7].

В даний час виділяється стратегія інтеграції обслуговування міжнародних вантажних потоків на основі мультимодальних транспортних технологій. Особливо чітко в цьому процесі повинна проявлятися політика розвитку міжнародних транспортних коридорів з урахуванням проекту «Один пояс – один шлях».

О порушенні принципу ринкової доцільності і економіко-правового забезпечення використання транзитного потенціалу свідчить неопределеність використання проекту перекачки нафти по системі Одеса – Броди. З моменту введення в експлуатацію потенціал не використовувався по прямому призначенню через відсутність вантажного потоку внаслідок порушення принципу інтеграції в міжнародному транспортному просторі.

За пропозицією росіян і Казахстану нафта перекачувалась по магістральному трубопроводу до портів Южний і Одеса з метою експортних відправок, розвантаження Новоросійського порту. Однак, згідно оцінок уряду України, через недостатню завантаженість системи робота визнана неефективною, тобто даний проект виявився несвоєчасним як з політичної, так і з економічної точки зору.

**Мета статті.** З реалізацією Росією стратегії диверсифікації економіки і зменшення експорту сировинних ресурсів суттєво змінюється структура транзитного вантажного потоку через порти України, тому необхідно більш ретельно підходити до вибору параметрів розвитку таких портів, як Одеса, з урахуванням високої вартості реконструкції і модернізації через обмеженість акваторії і території [8].

К сожалению, транспортное ведомство Украины, часто возглавляемое не специалистами, а на основе политической солидарности, не занималось фактически развитием морской производственной инфраструктуры. Более того, выгодные контракты отдавались иностранным производственным подразделениям. Достаточно вспомнить передачу контракта на основную часть дноуглубительных работ при создании канала «Дунай – Черное море» немецкой фирме. Контракт на строительство нового моста в Киеве получили турецкие бизнесмены. Еще до потери Крыма перевозчиком на железнодорожной переправе Крым – Кавказ были выбраны российские судовладельцы. Поэтому важнейшей целью статьи является освещение

основных условий развития морского транспорта Украины с учетом положений Ассоциации с Евросоюзом [9].

**Результаты исследования.** В структуре совершенствования управления развитием и использованием транспортного потенциала происходят постоянные изменения, отражающие особенности подхода государственного руководства к характеру отражения, в частности, морской транспортной политики. Так, в 2011 году создана Государственная инспекция по безопасности на морском и речном транспорте. Она выполняет функции центрального органа исполнительной власти, который должен заниматься экспертизой технологий и средств перевозки пассажиров и опасных грузов. Главной становится профилактика аварий на водном транспорте.

В общем виде влияние трансформационных процессов в глобальных экономических отношениях на потребности развития локальных подсистем транспортной системы мира можно установить на основе объективной тенденции формирования рынка морской торговли. В качестве критерия следует рассматривать стремление к максимизации составляющих совокупного результата роста количественных и изменений качественных характеристик транспортных услуг:

$$E_q = \left[ \sum Q_{in} l(p_b - s_{bn}) + \sum q_l (f_q - p_b) + \sum q_l (s_b - s_i) \right] (1 - v), \quad (1)$$

где  $Q_{in}$  – объем внешнеэкономических сделок с использованием морского транспорта;

$p_b$  – средняя цена доставки товаров с экономическим преимуществом по сравнению с альтернативным сегментом;

$s_{bn}$  – себестоимость единицы транспортной работы по базовой технологии доставки;

$q_k$  – дополнительный грузопоток, обеспечение которого основано на повышенном качестве транспортных технологий;

$f_q$  – транспортный тариф, отражающий воспринимаемую ценность перевозки груза относительно альтернативных вариантов;

$p_k$  – региональная цена транспортного обслуживания подсистем с более низким технико-экономическим уровнем флота;

$p_b$  – цена реализации продукции на внутреннем рынке;

$s_b$  – стандартные издержки доставки дополнительного объема товара на данном секторе (регионе) рынка;

$s_i$  – оптимальные издержки доставки продукции с использованием логистических технологий; они обеспечивают формирование внутранспортного и потребительского эффекта;

$N$  – норматив налогового регулирования денежных потоков предприятий морского транспорта.

Как видно из рис. 1, инструментарий и показатели управления эффективностью развития морского транспортного потенциала, с одной стороны, обуславливаются целями и системой управления ресурсными потоками, а с другой стороны, определяют характер принятия решений и воздействия на совокупность возникающих задач и программ их реализации.

Интеграционные (логистические) сообщения, обеспечивающие непрерывность продвижения грузопотоков, представляют собой организационно-экономический инструментарий доставки товаров на основе сбалансированности использования потенциала различных видов транспорта (рис. 1). Это определяет оптимизацию времени и издержек грузовладельцев, поэтому любой дополнительный грузопоток обуславливает адекватное влияние на загрузку национальных транспортных сетей и грузовых терминалов.

При этом следует учитывать, что международные перевозки – это доставка товаров посредством как мини-

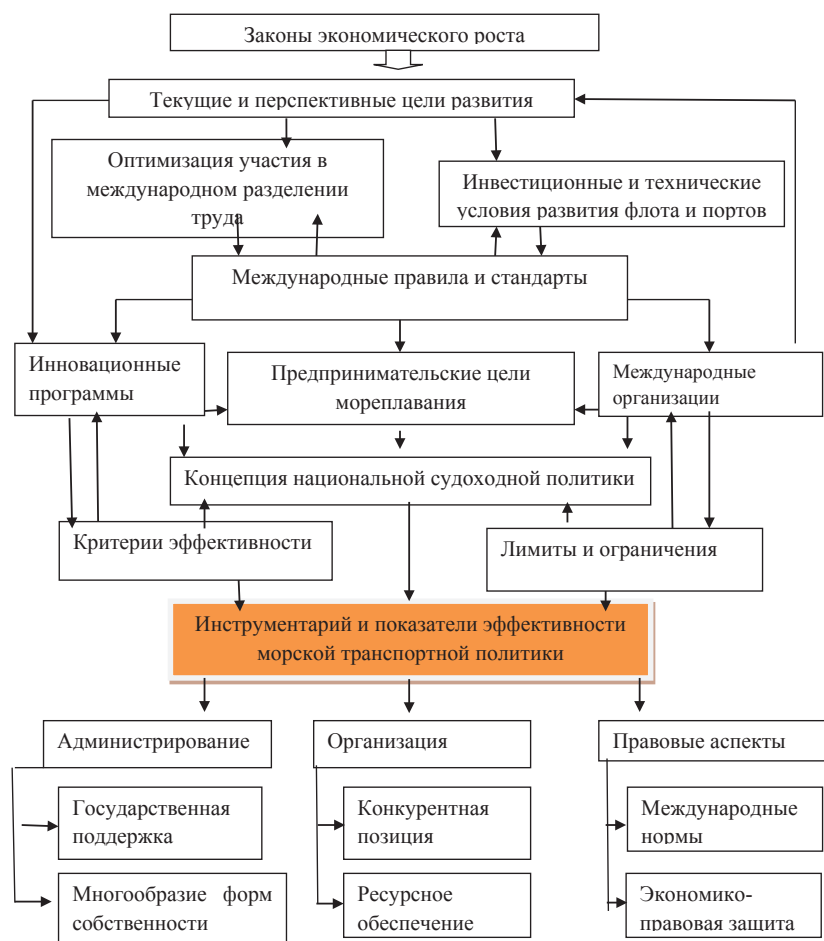


Рис. 1. Содержание и принцип формирования государственной морской транспортной политики

мум двух видов транспорта на основе мультимодального контракта. Это обстоятельство усиливает значение торговых портов как пунктов смены направления грузопотоков и вида транспорта для дальнейшей перевозки. Это условие, к сожалению, ограничено используется в Украине, поэтому теряются транзитные грузопотоки. В то же время, несмотря на определенные политические противоречия, при меньшем потенциале имеют полную загрузку порты Балтии как альтернативная форма украинского транзитного пространства.

Интеграционные процессы на принципах кластеризации производства усиливают роль транспортных издержек и время доставки товаров на рынки в реализации конкурентоспособности оперирования на региональных секторах рынка транспортных услуг. Поэтому участие конкретных приморских районов в транспортном процессе зависит от тарифной политики смежных видов транспорта и перераспределения транзитных грузопотоков.

В условиях перманентности кризисных проявлений главным становится не максимизация прибыли, а покрытие переменных затрат на основе предельных показателей. Нарушение этого принципа при жестком регулировании деятельности государственных предприятий предопределяет возрастание риска потерь. Так, в 2009 году при развертывании кризиса грузооборот государственных портов Украины снизился на 17%. В то же время частные терминалы на треть увеличили объемы грузопереработки. При этом 30% грузопотока составлял транзит СНГ, где, за исключением России, экономическое падение было незначительным. При этом и Новороссийский порт уве-

личил объем грузовых работ на 10%, что является следствием регуляторной политики.

Результативность развития национальной морской транспортной индустрии не только Украины должна раскрывать содержание этих явлений и учитывать специфику взаимосвязи с их затратами, поэтому в механизме управления экономической устойчивостью предприятий морского транспорта необходимо рассматривать параметры оптимальной ресурсоемкости производственного процесса [10].

В качестве внешнего критериального ограничения необходимо определить минимум отрицательного экологического воздействия на прибрежную зону с учетом альтернатив перспективного использования морских акваторий в программах активизации круизного судоходства.

В начальный период становления государственности в Украине была допущена ошибка, которая заключалась в ориентации вновь созданных ведомств фактически на управление коммерческой деятельностью предприятий. Главным следовало бы считать подход, учитывающий реальные рыночные механизмы и отход от принципов предыдущей власти, основанной на регламентировании производственной деятельности. При этом отсутствие знаний и умений новых отраслевых менеджеров заменялось кадровым прессингом в судоходных компаниях и портах.

Специализация отдельных регионов не ограничивается транспортным фактором. Вопрос лишь сводится к эффективности, безопасности и интенсивности развития региона. Вместе с тем возрастают затраты по реализации транспортно-экономических связей, увеличивается вероятность проявления несистемного риска, поэтому усиливается значение оптимальности организации и управления производственными и инвестиционными процессами. С эти связывается и требование к росту человеческого капитала, адекватного инновационным технологиям и величине основного капитала [2].

К принципам формирования и реализации стратегии развития транспортного потенциала относится соблюдение национальных интересов на основе высокого профессионализма работников ведомства и ориентации на закономерности функционирования глобального рынка морской торговли. К сожалению, это требование не выполнялось с момента образования украинского морского транспортного комплекса.

Потребность в развитии конкретного транспортного потенциала основывается на устойчивости и реальности грузопотоков [5]. При этом важна временная синхронизация как спроса (потребность в доставке), так и предложения (наличие провозной или пропускной способности). Танкерный и трубопроводный транспортный потенциал, ориентированный, например, на азербайджанские месторождения нефти, должен учитывать не только нарастание добычи и возникновение альтернативных путей поставки потребителям.

Исторически развитие национального транспортного потенциала основывалось как на предпринимательских



інтересах, так і на системі інституціонального регулювання. В структурі останнього особе місце займають організаційно-правові форми управління соборністю по признакам приналежності основного капітала флота і портів. Под впливом внутрішніх і зовнішніх економічних умов і особого підходу к цілесобразності формування пріоритетів сложились устійчиві форми управління потенціалом національних підсистем морського транспорту. Так, с позиції форми соборності і вида менеджмента в новейшій історії отмечается постійна трансформація форм соборності основних підсистем морського транспорту без учета дифференціації морської транспортної індустрії по критеріям оптимізації адміністрування і свободи конкурентного позиціонування.

Україна, несмотря на активное участие во внешней торговле, имея значительное морское побережье, весьма слабо представлена в глобальной морской индустрии. Среди капитальных ресурсов выделялось недостаточное наличие торгового флота, портов, судостроительной и судоремонтной промышленности, а также предприятий специального назначения.

**Выводы.** Перманентные трансформационные процессы, характерные для глобальных экономических

отношений, определяют необходимость постоянного уточнения особенностей динамики, закономерностей и тенденции развития морской транспортной индустрии. Несмотря на принципы проявления в системе рынка морской торговли общих экономических законов, относительная устойчивость технологических процессов доставки грузов на основе постоянного изменения технико-экономического уровня флота, грузовых терминалов определяет заметные структурные сдвиги в результатах работы морского транспорта.

Поэтому важно учитывать направления изменений в состоянии важнейших сегментов рынка морской торговли с целью последующего учета закономерностей и задач экономического роста транспортной индустрии.

В любой области национальной экономики должно проявляться администрирование как форма реализации стратегии управления устойчивостью в проблемных условиях развития. Особенно важен этот подход в отраслях макроэкономической значимости и высокой капиталоемкости. К таким относятся судостроение и торговое судоходство, поэтому со стороны правительства важно выбрать способы их поддержки с учетом значимости в системе занятости и отсутствия противоречия рыночным принципам формирования долговременных денежных потоков.

#### Список использованных источников:

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004. 1342 с.
2. Глэдстон Д. Инвестирование венчурного капитала / пер. с англ. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 416 с.
3. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика / пер. с англ. О. Пелявского. 18-е изд. Москва: Вильямс, 2007. 1360 с.
4. Review of Maritime Transport, 2017 Report by the UNCTAD secretariat // United Nations New York and Geneva. 114 p.
5. Barry Rogliano Salles: Annual Review. Paris; BRS, 2016. 124 p.
6. Примачев Н., Примачев А. Принципы интеграции в торговом судоходстве: монография. Одесса: Феникс; Москва: Транслит, 2006. 360 с.
7. The Handbook of Maritime Economics and Business (The Grammenos Library) Hardcover / edited by K. Grammeinos. City University class business school. London: Loads of London press, 2002. 930 p.
8. Примачев Н., Примачева Н. Эффективность развития морской транспортной индустрии. Одесса: ИПРиЭЭИ, 2011. 124 с.
9. Соглашение об ассоциации между Украиной и Европейским союзом. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5\\_%D0%BE%D0%B1\\_%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8\\_%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B9\\_%D0%B8\\_%D0%95%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%BC\\_%D1%81%D0%BE%D1%8E%D0%B7%D0%BE%D0%BC#Ратификация\\_соглашения](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BE%D0%B1_%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B9_%D0%B8_%D0%95%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%BC_%D1%81%D0%BE%D1%8E%D0%B7%D0%BE%D0%BC#Ратификация_соглашения).
10. Аткиссон А. Как устойчивое развитие может изменить мир / пер. с англ. Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний. 2015. 455 с.

### ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

**Анотація.** В умовах нестійкого розвитку регіональних сегментів світової економіки зростають роль і функції морського транспорту в забезпеченні ефективності міжнародного поділу праці, тому розширюється різноманіття механізмів та інструментарію управління конкурентним позиціонуванням флоту і досягненням поточних пріоритетів. Увага приділяється не лише економічним факторам розвитку локальних морських транспортних комплексів, але й некомерційним факторам прийняття рішень. У статті звернено увагу на диференціацію суто підприємницького підходу до оцінювання загальносистемної значущості об'єкта в майбутньому і його вплив на зміну базисного положення. Розглянуто особливості зміни основних параметрів та організацій, що забезпечують ефективну стійкість підприємницької діяльності флоту й портів в умовах жорсткої мінливості базових характеристик морської транспортної індустрії.

**Ключові слова:** морський транспорт, принцип нормалізації, організація, ефективність розвитку, транспортний потенціал.

### ORGANIZATIONAL-LEGAL ASPECTS OF MARITIME TRANSPORT DEVELOPMENT

**Summary.** In the conditions of unsustainable development of regional segments of the world economy, the role and functions of maritime transport in ensuring the effectiveness of the international division of labor increases. Therefore, the variety of mechanisms and tools for managing the competitive positioning of the fleet and the achievement of current priorities is expanding. In addition to purely economic factors in the development of local marine transport complexes, attention is being paid to non-commercial decision-making factors. The article draws attention to the differentiation of a purely entrepreneurial approach to the assessment of the system-wide significance of the object in the future and its impact on the change in the basic position. Features of changes in key parameters and organizations ensuring effective stability of entrepreneurial activity of the fleet and ports under the conditions of rigid variability of the basic characteristics of the maritime transport industry are considered.

**Key words:** maritime transport, the principle of normalization, organization, development effectiveness, transport potential.

Ярославський А. О.

аспірант

Вінницького національного аграрного університету

Yaroslavs'kyi A. O.

Graduate student

of Vinnitsa National Agrarian University

## ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

**Анотація.** У статті досліджено сутність поняття «економічна ефективність». Встановлено, що під ефективністю слід розуміти інтегровану економічну категорію, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату. Запропоновано власне бачення економічної ефективності як результату фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання, який покриває усі витрати на її здійснення та містить чистий прибуток, що залишається для розвитку бізнесу. Доведено, що від рівня економічної ефективності залежить вирішення низки соціально-економічних завдань, таких як підвищення рівня життя населення, швидке зростання економіки, вдосконалення умов праці та відпочинку, зниження рівня інфляції. Розглянуто проблеми ефективності під різними кутами зору та оцінювання її для різних цілей і користувачів інформації. Визначено низку факторів, якими визначається економічна ефективність. Охарактеризовано фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства, відповідно до категорій показників. Систематизовано класифікаційні ознаки факторів впливу на економічну ефективність. Доведено, що підвищення економічної ефективності будь-якого суб'єкта господарювання відіграє визначну роль у його діяльності, тому існує потреба постійного контролю та пошуку шляхів її зростання.

**Ключові слова:** ефективність, витрати, управління, фактори, менеджмент, виробництво, контроль, аналіз, мотивація.

**Вступ та постановка проблеми.** Важливим стратегічним завданням на етапі розвитку підприємства будь-якої галузі є досягнення належного рівня його економічної ефективності як основи його конкурентоспроможності на сучасному ринку.

Дієвий вплив на результат здійснюють різноманітні зовнішні та внутрішні фактори, які залежать від виду діяльності підприємства та галузі, у якій воно її проваджує.

В економічній ситуації, що склалася, багато підприємств часто спрямовують свої зусилля на скорочення витрат, не враховуючи ризику погіршення показників діяльності або зниження ефективності. Саме тому, на нашу думку, необхідно застосувати структурний та комплексний підхід, націлений на скорочення витрат і підвищення ефективності, що дасть змогу суб'єктам господарювання мінімізувати такі ризики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання економічної ефективності є об'єктом дослідження багатьох науковців як вітчизняної, так і зарубіжної науки, таких як В.Г. Андрійчук, Е.Дж. Долан, Т.В. Гринько, Г.М. Калетнік, О.М. Калієва, Р. Макміллан, І.А. Маркіна, Д.В. Пасека, Г.Г. Савіна, Н.В. Савенко.

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених дослідженню економічної ефективності підприємства, потребують подальшого вивчення фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства, відповідно до категорій показників.

**Метою** роботи є розкриття сутності економічної ефективності та дослідження впливу факторів на її результативність.

**Результати дослідження.** Процес виробництва в підприємстві здійснюється за належної взаємодії визначальних його чинників, а саме персоналу (робочої сили), засобів та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал підприємства виробляє суспільно корисну продукцію або надає виробничі й побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають

місце затрати живої та уречевленої праці, а з іншого боку, є результати виробництва.

Ефективність – інтегрована економічна категорія, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату. Категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату від його діяльності та кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів. Підвищення ефективності можна досягти шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого результату або за використання такої самої кількості ресурсів чи більшого випуску з відносно меншою кількістю ресурсів для створення більшого результату [1].

Оскільки підприємство є відкритою системою, що функціонує в умовах ринкової економіки, проблему ефективності його діяльності можна розглядати з позицій різних зацікавлених сторін.

Як економічна категорія ефективність має різновиди, зокрема:

- економічна ефективність, що відображає відповідність витрат і результатів діяльності підприємства цілям та інтересам його учасників у грошовій формі;
- соціальна ефективність, що відображає відповідність витрат і соціальних результатів діяльності підприємства цілям і соціальним інтересам суспільства;
- екологічна ефективність, що відображає відповідність витрат і екологічних результатів інтересам держави й суспільства.

Розгляд проблеми ефективності під різними кутами зору й оцінювання її для різних цілей і користувачів інформації зумовлюють багатогранність підходів до визначення ефективності діяльності підприємства.

Питання трактування економічної ефективності на сучасному етапі розвитку відносин як ключової категорії в економічній та організаційній науці і практиці зумовлює необхідність визначення її сутності та змісту (табл. 1).

## Сутність поняття «економічна ефективність»

Автор	Сутність поняття «економічна ефективність»
В.Г. Андрійчук	Відношення між отримуваними результатами виробництва, тобто продукцією і матеріальними послугами, з одного боку, і витратами праці та засобів виробництва, з іншого боку.
Н.В. Савенко	Результат виробничої діяльності, що виражається у вигляді співвідношення між підсумками господарської діяльності та витратами ресурсів.
С.В. Мочерний, С.А. Єрохін, Л.О. Каніщенко	Досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці.
Долан Е.Дж., Д. Ліндсей	Стан речей, за якого неможливо здійснити жодної зміни, яка більш повно задовольняла би бажання однієї людини, не перешкоджаючи задоволенню бажань іншої людини.
Р. Макміллан	Виробництво найкращої або оптимальної комбінації продукції на основі використання найбільш ефективної комбінації ресурсів.
О.В. Шнипко	Комбінація ресурсів, що дає змогу досягти максимального випуску товарів з найменшими витратами.
О.О. Слюсаренко	Найважливіший показник результативності діяльності підприємства, який є зіставленням результатів цієї діяльності з витратами на її здійснення, а також визначається відношенням результатів до витрат.
А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк	Результативність економічної діяльності реалізації економічних програм та вжиття заходів, що характеризуються відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату.

Джерело: систематизовано на основі джерел [1; 2; 4; 7; 9; 11; 13; 14]

Економічна ефективність – це отримання максимально можливих благ від наявних у розпорядженні ресурсів. Проблемою економічної ефективності найчастіше є проблема вибору, що стосується того, що, як і яким чином проводити, як розподіляти ресурси, капітал і прибуток. Від рівня економічної ефективності багато в чому залежить вирішення низки соціально-економічних завдань, таких як підвищення рівня життя населення, швидке зростання економіки, вдосконалення умов праці та відпочинку, зниження рівня інфляції [4].

Поділяючи погляди провідних вчених на визначення економічної ефективності, пропонуємо власне бачення цієї категорії. Економічна ефективність – результат фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання, який покриває усі витрати на її здійснення та містить чистий прибуток, що залишається для розвитку бізнесу.

Відповідно, економічна ефективність підприємства визначається основними факторами:

- 1) запровадження максимально досяжних економічних цілей, орієнтованих на весь потенціал підприємства;
- 2) виявлення змін, необхідних для повного розкриття потенціалу підприємства;
- 3) проведення необхідних змін, досягнення поставлених стратегічних цілей.

Відзначимо, що усі фактори є взаємопов'язаними, адже повинні ставитися саме досяжні цілі. Проте досяжність цілей визначається не власником, не керівником підприємства, а всім колективом.

Об'єктивна оцінка ефективності діяльності підприємства має винятково велике значення, оскільки характеризує успішність менеджменту підприємства, формує його імідж, сприяє доступу на ринки капіталу й обґрунтовує доцільність інвестицій. У цих умовах уміння менеджменту оцінити потенціал підприємства та визначити шляхи його реалізації з максимальною ефективністю є головним завданням.

Підвищення економічної ефективності будь-якого суб'єкта господарювання відіграє визначну роль у його діяльності, тому існує потреба постійного контролю та пошуку шляхів її зростання.

Одними з категорій, які становлять основу будь-якої економіки, є витрати та собівартість продукції. Вирі-

шальне значення для ефективного управління підприємством мають повнота, достовірність і оперативність надходження інформації про витрати, які формують собівартість продукції [6, с. 10].

Під час здійснення контролю ефективності діяльності підприємства необхідно постійно аналізувати показники фінансово-господарської діяльності, визначити місце підприємства на ринку та шукати можливості для його подальшого розвитку з урахуванням усіх факторів впливу.

Фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства, відповідно до категорій показників наведені на рис. 1.

Залежно від спрямованості дії всі фактори можна об'єднати у дві групи, а саме позитивні й негативні. Позитивні – це такі фактори, вплив яких покращує показники діяльності підприємства, а негативні – навпаки.

Залежно від місця виникнення всі фактори можна класифікувати на внутрішні й зовнішні, де внутрішні фактори (внутрішнє середовище) залежать від діяльності самого підприємства, тобто саме підприємство їх породжує.

Отже, слід відзначити, що фактори підвищення ефективності діяльності підприємства можуть бути класифіковані за трьома основними ознаками:

- 1) за основними напрямками розвитку та вдосконалення виробництва, які є комплексами технічних, організаційних та соціально-економічних заходів, на основі яких досягається економія суспільної праці;

- 2) за джерелами підвищення ефективності (зниження трудомісткості, матеріаломісткості, фондомісткості та капіталомісткості виробництва, економії часу, раціонального використання природних ресурсів);

- 3) за сферою застосування фактори поділяють на народногосподарські, міжгалузеві, регіональні, галузеві та внутрішньовиробничі.

Першочергове значення в галузі зростання економічної ефективності виробництва надається раціональному використанню виробничого потенціалу, максимального скороченню різних витрат, режиму економії затрат і ресурсів [7].

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить також від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести:

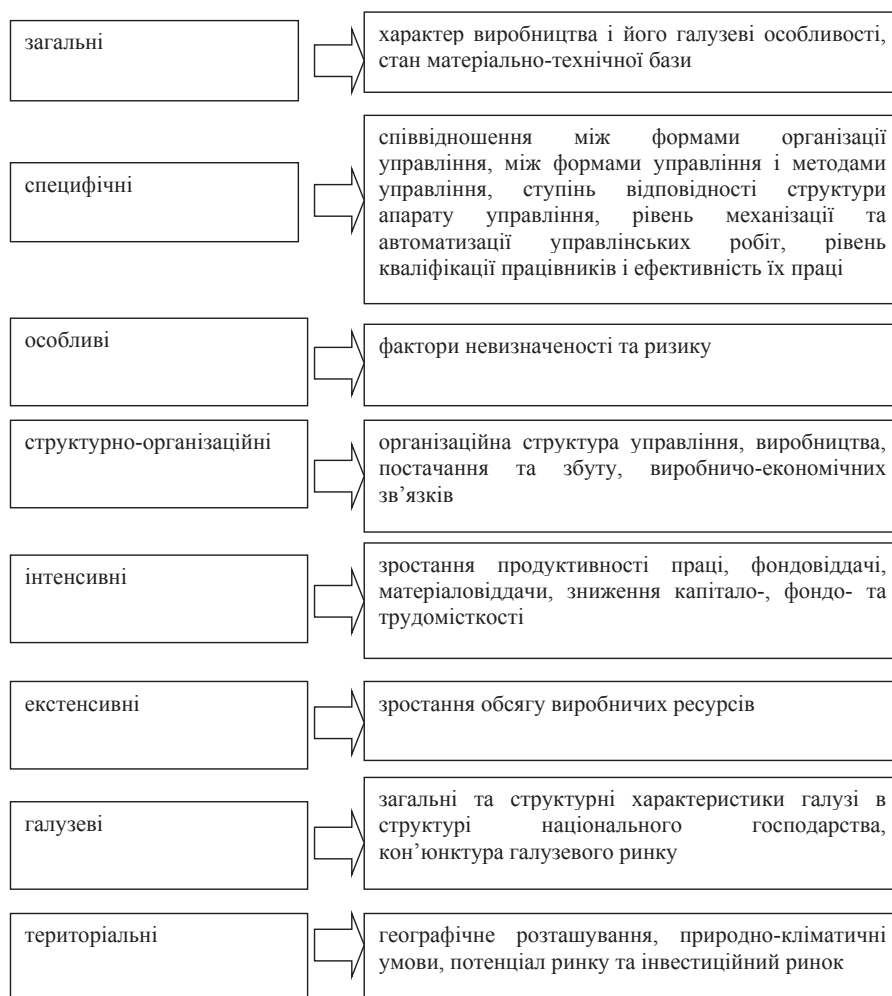


Рис. 1. Фактори впливу на ефективність діяльності підприємства відповідно до категорій показників [10]

– державну та соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи);

– інституційні механізми (дослідні й навчальні центри, інститути, асоціації); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівля);

– структурні зміни в суспільстві та економіці (у сфері технологій, наукових досліджень, складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації) тощо.

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню та мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, вироби), та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розроблення та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [8].

Кількісна оцінка внутрішньовиробничих чинників дається щодо технічного та організаційного вдосконалення виробництва, а саме зниження трудомісткості і зростання продуктивності праці, зменшення матеріаломісткості та економії матеріальних ресурсів, економії від

зниження витрат виробництва і приросту прибутку й рентабельності, приросту виробничих потужностей і випуску продукції, економічного ефекту від вжиття заходів, а також конкретних розмірів капітальних витрат і термінів вжиття заходів.

Найважливішою попередньою умовою створення цілісного та ефективного господарського механізму, адаптації підприємств до умов регульованого ринку є подальша розробка комплексу теоретичних і методичних питань у плануванні та обліку. У зв'язку з цим виникає необхідність конкретизації напрямів дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Проблема визначення ефективності управління підприємством та пошуку шляхів її підвищення є складною. Адже будь-яке підприємство – це відкрита система, що функціонує в межах впливу багатьох факторів. Так, низка факторів створює певні можливості, своєчасне використання яких дасть змогу підвищити ефективність управління підприємством. Деякі фактори, навпаки, створюють загрози існуванню підприємства. Мінімізація таких загроз є першочерговою метою ефективного управління.

Покращити показники економічної ефективності функціонування можна за умови запровадження ефективного менеджменту в усіх підрозділах та на всіх етапах виробничого процесу. Особливу увагу при цьому необхідно приділити питанням мотиваційного механізму залучення працівників підприємств до участі в його управлінні, посилення стимулів до створення і впровадження інноваційних підходів.

**Висновки.** Отже, розглянувши сутність економічної ефективності, встановили, що на її результативність впливає низка позитивних і негативних факторів. Позитивні – це такі фактори, вплив яких покращує показники діяльності підприємства, а негативні – навпаки. До шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства відносять сукупність конкретних заходів як в технічному, організаційному, так і соціально-економічному напрямках діяльності, адже тільки тоді за їх допомогою можна буде досягти поліпшення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства й економії їхніх ресурсів. Підвищення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання залежить не лише від зовнішніх чинників та факторів впливу але й від стратегії розвитку самого підприємства, його ефективної системи менеджменту на усіх рівнях.



**Список використаних джерел:**

1. Андрійчук В.Г. Эффективность деятельности аграрных предприятий: теория, методика, практика, анализ: монография. Київ: КНЕУ, 2005. 292 с.
2. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель / пер. с англ. В.В. Лукашевича и др.; под общ. ред. Б.М. Лисовика, В.В. Лукашевича. Санкт-Петербург, 1992. 496 с.
3. Суліма Н.М., Степасюк Л.М., Величко О.В. Економіка і фінанси підприємства: підручник. Київ: Компринт, 2015. 465 с.
4. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. Київ: Знання, 2007. 1072 с.
5. Калієва О.М., Разумова М.С., Дергунова М.І., Говорова М.С. Поняття економічної ефективності комерційної діяльності. Інноваційна економіка: матеріали Міжнар. науч. конф. (Казань, жовтень 2014 р). Казань: Бук, 2014. С. 99–103.
6. Калетнік Г.М., Старосуд В.І., Амонс С.Е. Організаційно-економічні засади підвищення ефективності виробництва насіння цукрових буряків. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 10. С. 10.
7. Макмиллан Р. Економікс. Москва: ПРИОР, 1998. 384 с.
8. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління. Фінанси України. 2013. № 6. С. 24–32.
9. Мочерний С.В., Срохін С.А., Канищенко Л.О. та ін. Основи економічної теорії. Київ: Знання, 2000.
10. Пасека Д.В., Гринько Т.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: [http://confcontact.com/2014\\_04\\_25\\_ekonomika\\_i\\_menedgment/tom4/48\\_Paseka.htm](http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/48_Paseka.htm).
11. Савенко Н.В. Економічна сутність ефективності виробництва підприємства і аналіз підходів до її визначення. Інноваційна економіка. 2009. № 2. С. 153–162.
12. Савіна Г.Г., Скібіна Т.І. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на рівень ефективності управління підприємством комплексу комунальних послуг. Ефективна економіка. 2016. № 12.
13. Слюсаренко О.О., Огородніков Д.Д., Наконечний В.Л. Словник підприємця. Київ: РВ ПС України НАН України, 1999. 207 с.
14. Шнипко О.В. Нагромадження основного капіталу як фактор конкурентоспроможності економіки. Економіка України. 2005. № 7. С. 23–35.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

**Аннотация.** В статье исследована сущность понятия «экономическая эффективность». Установлено, что под эффективностью следует понимать интегрированную экономическую категорию, которая отражает производственные отношения по экономии совокупных затрат овеществленного и живого труда на получение конечного положительного результата. Предложено авторское видение экономической эффективности как результата финансово-экономической деятельности предприятия, который покрывает все расходы на ее осуществление и содержит чистую прибыль, которая предназначена для развития бизнеса. Доказано, что от уровня экономической зависит решение ряда социально-экономических задач, таких как повышение уровня жизни населения, быстрый рост экономики, совершенствование условий труда и отдыха, снижение уровня инфляции. Рассмотрены проблемы эффективности под разными углами и ее оценивания для различных целей и пользователей информации. Определен ряд факторов, которыми определяется экономическая эффективность. Охарактеризованы факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия, в соответствии с категориями показателей. Систематизированы классификационные признаки факторов влияния на экономическую эффективность. Доказано, что повышение экономической эффективности любого предприятия хозяйствования играет решающую роль в его деятельности, поэтому существует потребность постоянного контроля и поиска путей ее роста.

**Ключевые слова:** эффективность, затраты, управление, факторы, менеджмент, производство, контроль, анализ, мотивация.

**ECONOMIC EFFICIENCY OF THE BUSINESS OF THE ENTERPRISE: THEORETICAL ASPECTS**

**Summary.** The essence of the concept of economic efficiency is investigated. It is established that efficiency should be understood as an integrated economic category, which reflects the production relations in terms of saving the aggregate expenditures of the adjusted and living labor for a final positive result. The actual vision of economic efficiency, as the result of the financial and economic activity of the entity, which covers all expenses for its implementation and contains the net profit remaining for business development, is proposed. It is proved that the solution of a number of socio-economic tasks, such as raising the standard of living of the population, rapid economic growth, improving working conditions and rest, and reducing inflation, depends on the level of economic activity. Problems of efficiency are considered from different angles of view and evaluated for different purposes and users of information. A number of factors are determined which determines economic efficiency. Characterized by factors influencing the efficiency of the enterprise, according to categories of indicators. Classification signs of factors of influence on economic efficiency are systematized. It is proved that increasing the economic efficiency of any business entity plays a prominent role in its activities; therefore, there is a need for constant control and the search for ways of its growth.

**Key words:** efficiency, costs, management, factors, management, production, control, analysis, motivation.

Дарушин О. В.

здобувач

Міжнародного університету бізнесу і права

Darushin O. V.

Degree Seeking Applicant

International University of Business and Law

## РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНО-БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ СИСТЕМИ

**Анотація.** У статті досліджується розвиток інвестиційно-будівельної сфери регіону як фактор соціально-економічного росту територіальної системи. В результаті дослідження встановлено, що просторова концентрація й географічне розташування інвестиційно-будівельних ресурсів прямо впливає на розподіл благ по території країни й регіонів, багато в чому визначає доступність основних благ для населення. Високий рівень концентрації інвестиційно-будівельних ресурсів на обмежених територіях є об'єктивно обумовленим й історично визначеним явищем в умовах України. Втім, висока територіальна концентрація інвестиційно-будівельних ресурсів вимагає координації, й основним аспектом визначення напрямків просторового розвитку ІБС є оцінка стану розміщення будівельного потенціалу й інвестиційної активності у територіальному розрізі. Представлена організаційна схема взаємодії суб'єктів інвестиційно-будівельного проекту дозволяє підвищити рівень узгодженості взаємодії всіх зацікавлених сторін за рахунок покращення кооперації учасників й координації їх дій, зменшити рівень транзакційних витрат за проектом, прискорити процеси розробки й узгодження регіональних інвестиційно-будівельних проектів.

**Ключові слова:** інвестиційно-будівельна сфера, структура будівельного комплексу, просторова концентрація, інвестиційна політика, стратегічні цілі.

**Постановка проблеми.** Чітко налагоджена й ефективно працююча інвестиційно-будівельна сфера є обов'язковою умовою модернізації господарства регіону. ІБС є найважливішою галуззю економіки, а тому її розвиток і модернізація повинні відбуватися як на державному, так і на регіональному рівні. Модернізація РІБС передбачає застосування новітніх технологій, матеріалів, широке запровадження виробничих та управлінських інновацій. Необхідне формування й реалізація дієвої регіональної політики, що дала б поштовх до розвитку інвестиційно-будівельної сфери регіонів.

РІБС реалізує результати діяльності суб'єктів економіки регіону у формі виробничих й невиробничих нагромаджень. Отже, стан РІБС є одним з важливіших індикаторів ефективності регіональної економіки в цілому. Але РІБС і сама є фактором ефективного функціонування відтворювального процесу у регіональній економіці.

**Аналіз останніх досліджень.** Обов'язковою умовою розвитку інвестиційно-будівельної сфери регіону є ефективне управління проектами. Проектом інвестиційно-будівельної сфери регіону – це комплексна, документально оформлена діяльність, що організована й керується за встановленими правилами, спрямована на виконання будівельно-монтажних робіт (будівництво, капітальний ремонт, реконструкція та ін.) й введення в експлуатацію об'єктів інвестування для вирішення соціально-економічних, виробничо-господарських та організаційно-управлінських завдань регіону.

Об'єктом інвестування виступає конкретний об'єкт нерухомості, на будівництво якого спрямовані інвестиції. Тому проект РІБС створюється й реалізується в певному зовнішньому й внутрішньому середовищі, що включає економічні, соціальні, політичні, нормативно-правові та інші фактори.

ІБС є своєрідним утворенням й володіє певними особливостями, які мають значний вплив на організацію й управління інвестиційно-будівельним процесом.

**Формулювання завдання дослідження.** Метою цієї статті є дослідження розвитку інвестиційно-будівельної

сфери регіону як фактор соціально-економічного росту територіальної системи.

**Виклад основного матеріалу.** Інвестиційно-будівельні проекти, що реалізуються у містах, вимагають узгодження із цілями й соціально-економічними інтересами розвитку міст. Необхідно забезпечити оптимальне поєднання окремих інвестиційно-будівельних проектів із сукупністю всіх інвестиційних проектів, пов'язаних із життєдіяльністю міста. Ці проекти повинні відповідати інтересам розвитку міського простору та бути взаємопов'язаними з усіма елементами міської системи. Чим вище значення інвестиційно-будівельного проекту для міста, тим більш широким повинне бути коло осіб, що відповідають за прийняття рішення. Найбільш значущі інвестиційно-будівельні проекти повинні виноситися на громадське обговорення.

Загальні підходи до стратегічного регулювання наведені на рис. 1.

Для узгодження стратегічних цілей необхідна відповідна координаційна модель, яка дозволяла б регулювати зміну умов інвестиційно-будівельного процесу. Базисом цієї моделі має стати принцип врахування й узгодження стратегічних інтересів всіх зацікавлених сторін щодо реалізації конкретного інвестиційно-будівельного проекту. Предметом регулювання виступатимуть умови, які відповідно до встановлених стратегічних цілей можуть сприяти реалізації проекту або перешкоджати їй. Такий підхід дозволяє підвищити інтеграційну взаємодію зацікавлених сторін й запровадити відповідні продуктивні форми державно-приватного партнерства ц інвестиційно-будівельній діяльності

Для цілей управління розвитком РІБС необхідна систематизація учасників інвестиційно-будівельної діяльності й визначення їх ролі у організації інвестиційно-будівельного процесу. Ця необхідність визначається досить широким нормативно-правовим полем інвестиційно-будівельної діяльності з нечітко визначеними умовами й межами участі в ній різних бізнес-суб'єктів, та також склад-

ністю координації їх дій при реалізації проектів й труднощами регулювання їх діяльності з боку органів регіональної і місцевої влади, недержавних організацій, суспільства в цілому.

Склад учасників інвестиційно-будівельного проекту може варіюватися залежно від його масштабів й особливостей організації, а функції учасників проекту можуть поєднуватися, або навпаки – дробитися. Типовий перелік учасників інвестиційно-будівельної діяльності включає:

- інвесторів – юридичні та фізичні особи, які виступають у ролі кредиторів, замовників, покупців тощо;
- дослідницькі установи й проектні організації;
- підприємства-виробники й постачальники матеріальних і технічних ресурсів;

- будівельно-монтажні організації, завданням й функцією яких є перетворення інвестиційних коштів в будівельні об'єкти, на основі поєднання діяльності інвесторів, замовників, проектних організацій, постачальників всіх видів ресурсів;
- інноваційні організації, які генерують науково-технічні нововведення з метою їх впровадження в інвестиційно-будівельний процес;
- ринкові інституції, що забезпечують перетворення інвестицій в основні засоби стадіях виробництва й реалізації;
- суб'єкти транспортно-логістичної інфраструктури, які забезпечують постачання товарів й послуг до суб'єктів інвестиційно-будівельного процесу.

Результуючим критерієм вибору організаційної форми інвестиційно-будівельного проекту є його ефективність, що визначається за показниками рентабельності проекту, частки витрат на організацію й управління у структурі витрат за проектом та ін.).

У багатьох регіонах України сьогодні склалася ситуація коли загальні обсяги капітальних інвестицій зростають, податкові надходження з ІБС скорочуються. Ця ситуація зумовлена слабким контролем з боку органів влади та громадськості діяльності підрядних будівельних організацій з інших регіонів України. Великі будівельні компанії прагнуть отримати замовлення в регіонах для отримання приватних та державних інвестиційних коштів. Таким чином, в окремих регіонах формується ситуація, коли місцеві будівельні організації, маючи нижчий конкурентний потенціал, мають поступитися своїми ринковими позиціями й відігравати допоміжну роль – постачальників матеріально-технічних й трудових ресурсів. Але й це не гарантує регіональним будівельним організаціям повної та своєчасної оплати за виконані роботи. Великі будівельні компанії реалізують у регіонах масштабні проекти, які не завжди враховують інтереси населення регіону. При цьому, значних втрат зазнають не лише малі та середні, а й великі регіональні організації, а отже порушується весь інвестиційно-будівельний процес у регіонах.

Такі дії великих будівельних компаній ведуть й до втрат у сфері зайнятості, зростання соціальної напруженості в регіонах, підвищення рівня безробіття, відтоку кваліфікованих кадрів в інші регіони, втрати кваліфікаційного рівня тощо.

Основними проблемами, що негативних впливають на процес організації й управління реалізацією інвестиційно-будівельних проектів у регіонах слід віднести:

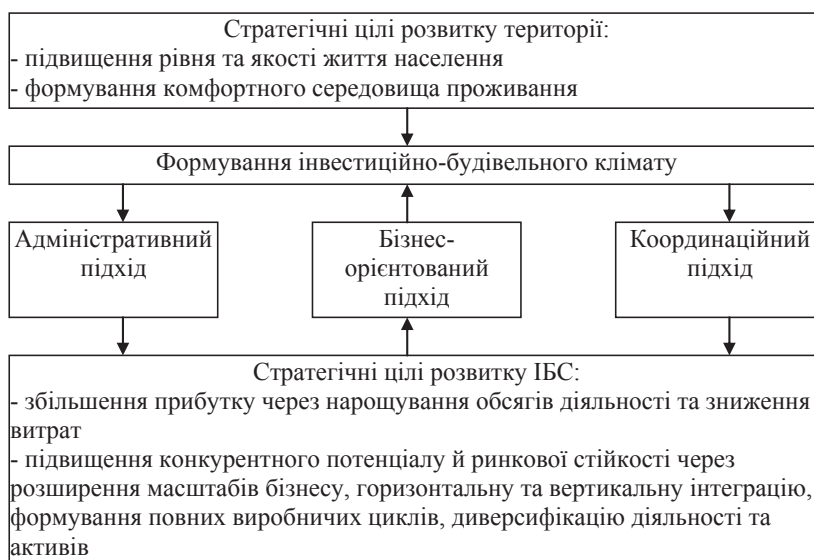


Рис. 1. Загальні підходи до стратегічного регулювання ІБС

1. Неefективне використання інвестиційно-будівельних ресурсів регіону через неefективне управління масштабними проектами, що веде до формування напруження в регіоні через недотримання соціально-економічних інтересів й недосягнення цілей діяльності РІБС.

2. Непрозорість механізмів цільового використання бюджетних коштів, виділених на реалізацію інвестиційно-будівельних проектів, що веде до зловживань у цій сфері. При розробці й реалізації проектів слід враховувати ці ризики, ретельно планувати й контролювати витрати конкретних видів ресурсів з урахуванням стану РІБС. Слід усунути політичний вплив на процеси формування й реалізації регіональних інвестиційно-будівельних проектів.

3. Незадовільний рівень координації процесу реалізації інвестиційно-будівельних проектів, що веде до недотримання календарних графіків їх реалізації. Ця проблема зумовлюється недостатністю висококваліфікованих управлінців, які спроможні забезпечити координацію всього інвестиційного циклу організацій РІБС, що беруть участь у реалізації проектів, здатні ретельно планувати й корегувати етапи реалізації проектів.

4. Неузгодженість дій постачальників й підрядників у процесі реалізації проекту, через те, що інтереси учасників проекту переважають над соціально-економічними інтересами регіону й цілями діяльності РІБС. Тому на рівні управління РІБС необхідно узгоджувати процедури вибору підрядників й постачальників, формувати механізми координації їх роботи.

5. Низький рівень використання в сфері РІБС сучасних технологій менеджменту у проектному управлінні, що спричиняє низьку координованість й роз'єднаність системи взаємовідносин між учасниками інвестиційно-будівельного проекту.

Завдання вирішення перерахованих проблем вимагають формування дієвої зваженої політики у сфері нормативно-правового забезпечення, підтримки розвитку інвестиційно-будівельної діяльності й ІБС України з урахуванням інтересів регіонів.

Для забезпечення сприятливих умов реалізації інвестиційно-будівельних проектів та функціонування РІБС в цілому необхідно:

- враховувати тенденції науково-технічного прогресу, інноваційної діяльності, можливості застосування новіт-

ніх технологій, позитивного іноземного досвіду у проєктній й будівельній діяльності;

- здійснювати моніторинг ефективності інвестиційно-будівельних програм та проєктів за чітко визначеними критеріями й показниками;

- забезпечити виконання містобудівної та іншої проєктно-планувальної документації;

- комплексно вирішувати питання зведення об'єктів житлового, соціального призначення, охорони навколишнього природного середовища;

- забезпечити контроль ефективного використання земельних, матеріальних, трудових, фінансових та інших видів ресурсів;

- встановити жорсткий контроль за дотриманням вимог надійності, експлуатаційної та екологічної безпеки будівельного виробництва;

- залучати незалежних експертів для визначення вартості проєктів, встановлення договірних ціни на будівельно-монтажні роботи, проведення конкурсних процедур, відбору виконавців проєктів;

- встановити обґрунтовані лімітовані договірні ціни для інвестиційно-будівельних проєктів, що фінансуються за рахунок бюджетних коштів.

Однією з найважливіших форм державної підтримки проєктів РІБС є формування системи контролю техніко-економічного рівня проєктних рішень, забезпечення вирішення нагальних питань регіонального розвитку: будівництво промислових, соціальних й інфраструктурних об'єктів; впровадження мало- й безвідхідних будівельно-монтажних технологій; ефективне використання всіх видів ресурсів; дотримання вимог містобудівної документації.

Для підвищення ефективності системи організації й управління інвестиційно-будівельними проєктами у РІБС доцільно запровадити нову організаційну форму – єдину регіональну інвестиційно-будівельну групу, яка зможе взяти на себе організаційно-управлінські функції на всіх стадіях розробки й реалізації проєкту (рис. 2).

Регіональна інвестиційно-будівельна група матиме змогу ефективно організувати інвестиційно-будівельний процес й забезпечити реалізацію пріоритетних проєктів регіонального розвитку. Формування регіональної інвестиційно-будівельної групи дозволить спростити процедури розробки, узгодження, затвердження й реалізації проєктів РІБС.

Для забезпечення сприятливих умов фінансування інвестицій за рахунок власних коштів підприємств й організацій РІБС, та створення сприятливого інвестиційного клімату регіону необхідно використання з боку державних органів таких інструментів фінансового регулювання:

1. Інструменти амортизаційної політики. В умовах інфляції доцільно регулярно (хоча б раз на півроку) здійснювати переоцінку балансової вартості основних засобів, що дозволить організаціям РІБС підвищити показники фінансової стабільності, збільшити обсяг джерел власних ресурсів для інвестування у інвестиційно-будівельні проєкти регіону.

2. Інструменти податкової політики. Доцільно звільнити організації РІБС від сплати податку на прибуток, та оподаткування кредитних ресурсів, що йдуть на фінансування інвестицій. Це дозволить сформувати додаткове джерело залучення внутрішніх ресурсів організацій для інвестування та знизити навантаження на місцеві бюджети. Зниження податку на прибуток можна компенсувати, переклавши його на створювані об'єкти нерухомості, поступово збільшуючи земельний податок й податок на нерухомість, зменшуючи при цьому інші види регіональних й місцевих податків. Перерозподіл бази оподаткування дозволить раціоналізувати функції податків – фіскальну й стимулюючу. Це дозволить додатково стимулювати розвиток високоприбуткових виробництв й забезпечити раціональне використання земельних ресурсів.

Запровадження пропонованих інструментів державного регулювання дозволить розширити можливості підтримки розвитку РІБС й сприятиме вирішенню завдань використання новітніх технологічних рішень, збільшення якості й експлуатаційної надійності будівельних об'єктів, дотримання техніко-економічних показників проєктів у процесі їх реалізації, використання широкого набору інвестиційно-фінансових інструментів, забезпечення екологічних норм й вимог безпеки об'єктів будівництва.

Формування механізму ефективного управління РІБС вимагає вирішення завдань реорганізації системи управління цією сферою. З точки зору реструктуризації системи управління РІБС формування механізму ефективного управління нею вимагає розвитку інвестиційно-будівельного ринку, що, у свою чергу, потребує особливих підходів до регулювання довгострокового залучення капіталу. Отже, розвиток РІБС повинен здійснюватися через механізм ефективного управління інвестиційно-будівельними проєктами.

Основою такого підходу до регулювання є система контрактно-договірних відносин, яка відображає все різноманіття виробничо-господарських і правових відносин між учасниками проєкту.

Важливішим аспектом реалізації проєкту на початкових стадіях є забезпечення його фінансування. Тому, угода

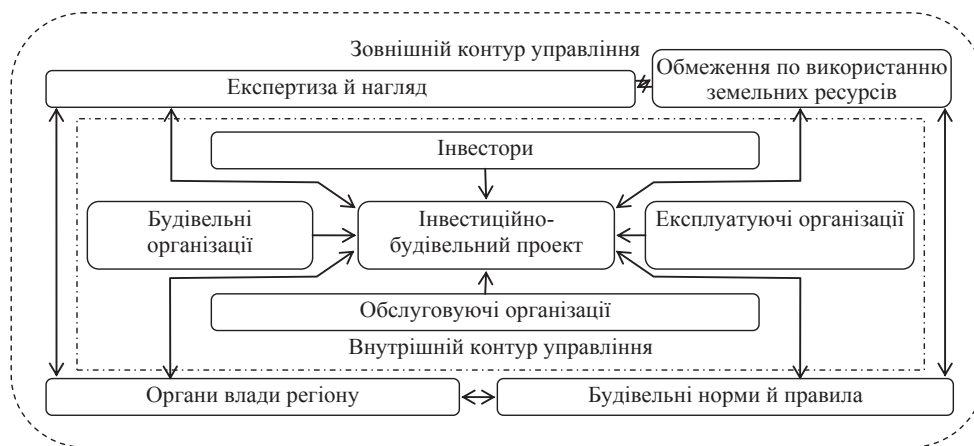


Рис. 2. Структура регіональної інвестиційно-будівельної групи



з інвестором на стартовому етапі має ключове значення. Отже, при формуванні механізму ефективного управління інвестиційно-будівельними проектами та РІБС в цілому механізму укладання договорів/контрактів має приділятися найбільша увага.

При удосконалюванні механізмів укладання договорів/контрактів що стосуються фінансування РІБС необхідно приділяти увагу розробці не тільки організаційних аспектів, але змістовних елементів різних видів договорів/контрактів, тобто аналізувати змістовні аспекти фінансування на будь-якому етапі інвестиційно-будівельного процесу.

У регіональній інвестиційно-будівельній сфері необхідне формування налагодженого механізму встановлення й документарного закріплення відносин всіх її суб'єктів. Цей механізм може бути реалізований на основі використання способу інвестиційних комплексів підрядних робіт, який має стати вихідним у системі контрактно-договірних відносин.

Однією з ключових складових механізму ефективного управління проектами РІБС є регіональне замовлення, спрямоване на комплексний соціально-економічний розвиток територій регіону, формування сприятливих умов проживання населення.

Сьогодні вже існує необхідний базис джерел фінансування будівництва об'єктів: кошти обласного бюджету; кошти місцевих бюджетів; позабюджетні кошти; кошти житлово-будівельних кооперативів.

До важливих питань механізму організації контрактно-договірних відносин у РІБС слід віднести те, що формування регіонального замовлення вимагає розробки комплексу регламентуючих документів.

Важливими аспектами формування механізму ефективного управління РІБС є розробка й реалізація заходів по удосконаленню системи фінансового забезпечення малих й середніх форм господарювання. До таких форм стимулювання малих й середніх форм підприємництва у РІБС слід віднести: фінансові інструменти – селективні субсидії, застосування систем прискореної амортизації, надання пільгових кредитів, податкові преференції; інструменти лізингу; участь держави у інвестуванні малого й середнього бізнесу; формування системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів; використання системи соціальних замовлень потреб органів влади; консалтингове супроводження інвестиційної діяльності малих й середніх підприємств.

Фінансова підтримка малого й середнього бізнесу може бути пов'язана із завданнями розвитку ринкової, соціальної, транспортної, інженерної та інших видів інфраструктури, розвитку інноваційного потенціалу.

Значним недоліком сучасних регіональних стратегічних й програмних документів є невизначеність у механізмах їх реалізації, відсутність дієвих організаційних форм інтеграції регіональних інвестиційно-будівельних проектів у стратегії соціально-економічного розвитку регіону. Також неопрацьовані механізми коректування стратегій й цільових програм у випадку змін факторів зовнішнього й внутрішнього середовища регіону, наприклад, появи нових масштабних проектів. Алгоритм узгодження інвестиційно-будівельного проекту із стратегічними цілями соціально-економічного розвитку регіону представлений на рис. 3.

Пропонований алгоритм складається з п'яти етапів:

- ідентифікація проекту;
- комплексне дослідження проекту;
- узгодження проекту;
- коректування програмно-цільових документів;
- моніторинг і контроль реалізації проекту.

Перший етап розробки концепції інвестиційно-будівельного проекту передбачає аналіз та оцінку масштабу його впливу на соціально-економічну систему регіону.

Другий етап передбачає аналіз концепції інвестиційно-будівельного проекту, оцінку його життєздатності, здійснення його соціального й техніко-економічного обґрунтування.

Третій етап передбачає оцінку відповідності інвестиційно-будівельного проекту цілям й завданням регіональної стратегії соціально-економічного розвитку. За результатами аналізу й оцінки проектних рішень робиться висновок про відповідність концепції інвестиційно-будівельного проекту встановленим параметрам й мінімальній граничній величині його суспільної значимості для регіону, здійснюється оцінка рівня пріоритету проекту.

Четвертий етап передбачає оцінку необхідності внесення коректив у програмно-цільову документацію та можливість й доцільність включення конкретного проекту до регіональної програми фінансування. На цьому етапі формується оновлений перелік регіональних проектів, передбачених до реалізації, а також, за необхідністю, здійснюється коректування стратегічних й програмно-цільових орієнтирів.

П'ятий етап передбачає моніторинг процесу реалізації проекту, зокрема моніторинг фінансових індикаторів, при фінансуванні коштами бюджету.

Наведений алгоритм узгодження проекту із стратегічними цілями соціально-економічного розвитку регіону дозволяє покроково здійснити адаптацію регіональних інвестиційно-будівельних проектів й забезпечити державну підтримку лише тих проектів, які дійсно відповідають стратегічній спрямованості соціально-економічного розвитку регіону.

Принципова організаційна схема взаємодії основних й опосередкованих учасників при узгодженні інвестиційно-будівельного проекту із стратегічними програмами соціально-економічного розвитку регіону включає: інвесторів (девелоперів), організації-підрядників, постачальників ресурсів, наукові й проектні організації, консалтингові фірми, фінансово-кредитні установи, суспільні інститути, референтні групи, реєстраторів, органи регіональної влади, освітні установи, й координуючу ланку – уповноважений орган – Раду РІБС (рис. 4). Інвестор (девелопер) є основною ланкою, яка концентрує фінансово-інвестиційні потоки й несе відповідальність за строки й порядок реалізації проекту, обсяг й якість виконаних робіт.

Рада РІБС є посередником у процесах узгодження й експертизи проектної документації, одержання необхідних дозволів, призначення регіональних пільг й преференцій для учасників проекту, моніторингу й контролю за ходом втілення проекту. Рада РІБС надасть можливість стейкхолдерам проекту захищати свої інтереси, що веде до формування гнучкої систем моніторингу й контролю проекту й підвищення його соціальної ефективності.

**Висновки.** Для узгодження інвестиційно-будівельного проекту із стратегічними програмами соціально-економічного розвитку регіону з визначенням й розподілом фінансово-інвестиційних, організаційно-управлінських і контрольно-наглядових функцій необхідно сформувати систему взаємодії учасників проекту із органами влади. Ключовим елементом цієї системи може бути спеціалізований регіональний орган – Рада РІБС, до складу якої повинні увійти представники основних груп стейкхолдерів. Цьому органу доцільно надати повноваження щодо узгодження, експертизи й моніторингу інвестиційно-будівельних проектів, визначення видів й обсягу пільг і преференцій, які надаватимуться владою регіону.

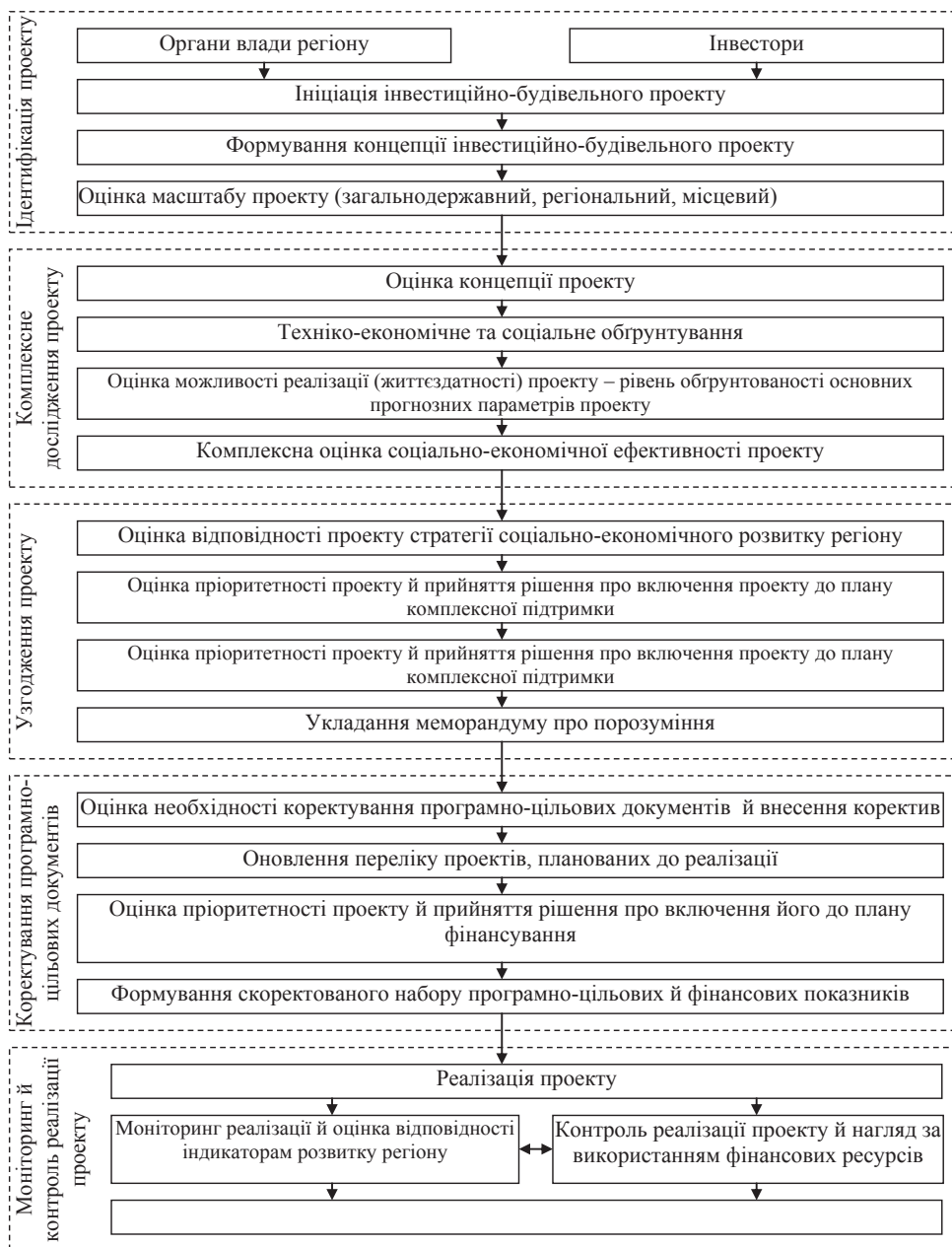


Рис. 3. Алгоритм узгодження інвестиційно-будівельного проекту із стратегічними цілями соціально-економічного розвитку регіону

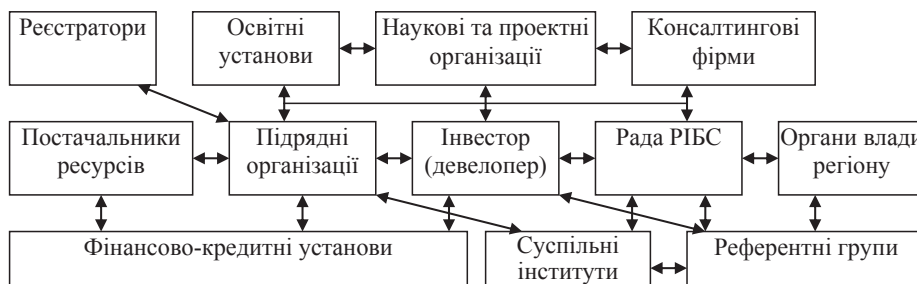


Рис. 4. Організаційна схема взаємодії суб'єктів реалізації регіонального інвестиційно-будівельного проекту

**Список використаних джерел:**

1. Дука А. П. Фінансове забезпечення науково-технічної та інноваційної діяльності / А. П. Дука // Фінанси України. – 2004. – № 11. – С. 40–46.
2. Качур Р. П. Особливості стимулювання інвестиційних процесів у вітчизняній економіці / Р. П. Качур // Формування ринкової економіки в Україні : зб. наук. праць. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2009. – Вип. 19 : Фінансово-економічні проблеми розвитку економіки України. – С. 270–274.
3. Рудь Н. Інноваційна стратегія перспективного розвитку регіону / Н. Рудь, Ю. Магомет // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – № 3. – С. 58–69.
4. Стратегія економічного і соціального розвитку України на 2014–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
5. Шаманська О. І. Алгоритм інвестування розвитку ресурсного потенціалу підприємства / О. І. Шаманська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6 (108). – С. 157–161.
6. Іртищева І. О. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку аграрного виробництва / І. О. Іртищева, І. Д. Бурковський // Економіка АПК. – 2005. – № 12. – С. 71–73.

**РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА  
КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ**

**Аннотация.** В статье исследуется развитие инвестиционно-строительной сферы региона как фактор социально-экономического роста территориальной системы. В результате исследования установлено, что пространственная концентрация и географическое расположение инвестиционно-строительных ресурсов прямо влияет на распределение благ по территории страны и регионов, во многом определяет доступность основных благ для населения. Высокий уровень концентрации инвестиционно-строительных ресурсов на ограниченных территориях объективно обусловленным и исторически определенным явлением в условиях Украины. Впрочем, высокая территориальная концентрация инвестиционно-строительных ресурсов требует координации, и главным критерием определения направлений пространственного развития ИБС является оценка состояния размещения строительного потенциала и инвестиционной активности в территориальном разрезе. Представлена организационная схема взаимодействия субъектов инвестиционно-строительного проекта позволяет повысить уровень согласованности взаимодействия всех заинтересованных сторон за счет улучшения кооперации участников и координации их действий, уменьшить уровень транзакционных издержек по проекту, ускорить процессы разработки и согласования региональных инвестиционно-строительных проектов.

**Ключевые слова:** инвестиционно-строительная сфера, структура строительного комплекса, пространственная концентрация, инвестиционная политика, стратегические цели.

**DEVELOPMENT OF THE INVESTMENT AND CONSTRUCTION SPHERE OF THE REGION  
AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC GROWTH OF THE TERRITORIAL SYSTEM**

**Summary.** The article investigates the development of the investment and construction sphere of the region as a factor of socio-economic growth of the territorial system. As a result of the study, it was found that the spatial concentration and geographical location of investment and construction resources directly affects the distribution of wealth across the country and regions, largely determines the availability of basic goods for the population. The high level of concentration of investment and construction resources in limited territories is objectively determined and historically determined in the conditions of Ukraine. However, the high territorial concentration of investment and construction resources requires coordination, and the main aspect of determining the directions of spatial development of the IS is the assessment of the status of the placement of construction potential and investment activity in the territorial section. The presented organizational chart of the interaction of the subjects of investment and construction project allows to increase the level of coherence of interaction of all interested parties by improving the cooperation of participants and coordinating their actions, reduce the level of transaction costs of the project, accelerate the processes of development and coordination of regional investment and construction projects.

**Key words:** investment-building sphere, structure of the building complex, spatial concentration, investment policy, strategic goals.

*Науковий журнал*

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Серія  
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ  
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

**Випуск 20**

**Частина 3**

*Коректура • авторська*

*Комп'ютерна верстка • Удовиченко В. О.*

*Засновник видання – Факультет міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету*

Заснований у 2014 році. Виходить 6 разів на рік.

Адреса редакції:

88000, Україна, м. Ужгород, вул. Університетська 14, каб. 510

Факультет міжнародних економічних відносин,

Ужгородський національний університет

Телефон редакції: +38 (097) 085 34 95

Електронна пошта редакції: [editor@visnyk-econom.uzhnu.uz.ua](mailto:editor@visnyk-econom.uzhnu.uz.ua)

Сторінка наукового журналу: [www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua)

Формат 64x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 21,39.

Підписано до друку 31.08.2018 р. Замов. № 0918/125. Наклад 100 прим.

Видавець: Видавничий дім «Гельветика»

м. Херсон, вул. Паровозна 46-а

E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.