

THE JAN KOCHANOWSKI UNIVERSITY

II INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE
**THE MODERN ECONOMIC RESEARCH:
THEORY, METHODOLOGY, PRACTICE**

September 27th, 2019

Proceedings of the Conference

**Kielce, Poland
2019**

Organising Committee

Andrzej Pawlik	Professor, dr hab., Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Paweł Dziekański	dr., Professor, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Bogoyavlenska Yuliya	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine.
Rita Bendravičienė	Dr. of Management and Administration, Associate Professor, Dean of Faculty of Economics and Management, Vytautas Magnus University, Lithuania.
Galina Ulian	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova.
Martina Diesener	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Economics and Management Science, Universitat Leipzig, Germany.
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.
Shaposhnykov Kostiantyn	Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine.
Yuliana Dragalin	Ph.D, Dr. of Economics, As. Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova.

II International Scientific Conference The Modern Economic Research: Theory, Methodology, Practice: Conference Proceedings, September 27th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. 156 pages.

Table of Contents

WORLD ECONOMY: NEW CHALLENGES AND INNOVATIVE FORMS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Білик Р. С.

СУЧАСНІ МЕГАТРЕНДИ РОЗВИТКУ
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СФЕРИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ..... 1

Derkach T. V.

UKRAINE'S GOLD RESERVE: DYNAMICS AND INTERNATIONAL COMPARISONS 4

Lutsyshyn Z. O., Vorobiova A. O.

THE UNIQUE DEVELOPMENT OF ISLAMIC FINANCE 7

Омельяненко В. А.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ПРОЦЕСІВ
МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... 10

Скупський Р. М., Завгородній А. В.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВ АГРОСФЕРИ РЕГІОНУ: НОВІТНІ ВИКЛИКИ 13

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY, MODERNIZATION OF NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS

Дерлиця А. Ю.

СУСПІЛЬНЕ БАГАТСТВО ТА ПРОБЛЕМИ
УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ АКТИВАМИ 16

Дишкантюк О. В.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ
СИСТЕМИ ПОСЛУГ «ALL INCLUSIVE» 18

Машканцева С. О.

АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ 21

Nagornyi Ye. I., Gryshchenko O. F.

RESEARCH AND ANALYSIS OF COMMERCIAL FAILURE CAUSES
OF PRODUCT INNOVATIONS 23

Фашевська О. М.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ 26

Шедяков В. Е.

СОБОРНІСТЬ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА ГАРМОНІЧНОГО СОЄДИНЕННЯ
ПАРТНЕРСТВА И КОНКУРЕНЦИИ 29

MODERN BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE

Омельяненко О. М.

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ АСПЕКТІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 32

ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES.

Gliebova N. V.

THE IMPACT OF BUSINESS PLATFORM
ON THE COMPETITION NATURE ON THE UKRAINIAN MEDICAL MARKET 35

Гросул В. А., Чатченко О. Є. ІНТЕРГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	38
Дьяченко Ю. В. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	41
Залунина О. М. ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	43
Копча Ю. Ю. МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	45
Кравцов О. О. «ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ» ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА	48
Кулик В. А., Мілька А. І. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	51
Лагодієнко В. В., Лагодієнко Н. В. РОЛЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ВІДКРИТОСТІ ЕКОНОМІКИ	54
Leonova Y. O., Bondar A. S. MANAGEMENT OF COSTS AS A PART OF MODERNIZATION OF ENTERPRISE MANAGEMENT.....	57
Мігай Н. Б. КОРПОРАТИВНІ ІННОВАЦІЇ В УДОСКОНАЛЕННІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ	59
Nagornyi Ye. I. USE OF MARKETING TESTING PROCEDURE FOR EVALUATION OF MARKET PROSPECTS OF PRODUCT INNOVATIONS	61
Петровська О. М., Даниско Ю. І. ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	63
Сотник А. А. ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КОМПЛЕКСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	67
Турленко Н. В., Алексєйчук О. О. МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ	70
Уніят Л. М. ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ УКЛАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	73
Царук Д. С. РАННІЙ МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	76
Шевчук Ю. І., Васьків О. М. ІТ-РИЗИКИ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З БІЗНЕС-РИЗИКАМИ.....	78
INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL	
Prodius O. I. SOCIAL ADAPTATION OF DISABLED PEOPLE'S IN THE CONTEXT OF INCLUSIVE ECONOMIC DEVELOPMENT.....	83

Швець О. В. БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМИ.....	86
---	----

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE SOCIAL LIFTS

Багорка М. О., Петрик Т. Г. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	89
Селіванова Н. М. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНТРОЛІНГУ.....	92
Фомиченко І. П., Баркова С. А. К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА.....	95
Khmurova V. V., Shul V. V. HR'S PROBLEMS IN BOOSTING GOVERNMENT'S MANAGEMENT PERFORMANCE	98
Чібісова І. В. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ	101

ECONOMICS OF THE USE OF NATURE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Гавришок Б. Б., Сивий М. Я. СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В ТЕРЕБОВЛЯНСЬКОМУ РАЙОНІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ	104
--	-----

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Cisko L. IMPACT OF ECONOMIC FACTORS ON (FUNDAMENTAL) LEGISLATIVE CHANGES IN THE SPHERE OF SOCIAL POLICY	107
--	-----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL FEATURES AND WORLD TRENDS

Derun I. A. PROBLEMS OF QUANTITATIVE METHODS USING IN ASSESSMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL	110
Йолтуховська О. Ю. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ (BSC) В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	113
Лисичко А. М., Мельник І. М. СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	115
Панасюк В. М., Маринович О. О. РЕФІНАНСУВАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЯК ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМИ НЕПЛАТЕЖІВ.....	117
Тітарчук М. І., Широкопояс О. Ю. ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА	120

FINANCE, INSURANCE AND STOCK TRADING: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO

Виговський В. Г.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ..... 123

Жукова О. А., Євась Т. В.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ БАНКУ 125

Корнівська В. О.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА
В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ 128

Рубаха М. В.

ОЦІНЮВАННЯ ЯКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ РОБОТИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ
В СИСТЕМІ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХНЬОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ 130

Ткачук І. Я.

РОЛЬ ПЕРСОНАЛЬНИХ ФІНАНСІВ У ФОРМУВАННІ
ДЖЕРЕЛЬНОЇ БАЗИ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ..... 133

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Ахновська І. О.

ВІДКРИТА ОСВІТА В УМОВАХ ТЕХНОГЛОБАЛІЗМУ 137

Боровик М. В.

УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕННЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ..... 140

Прокопишин-Рашкевич Л. М.

УКРАЇНА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... 142

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION.

Sedikov D. V., Durbalova N. I.

BUSINESS EDUCATION: CHALLENGES
OF TIME AND DEVELOPMENT TRENDS 146

WORLD ECONOMY: NEW CHALLENGES AND INNOVATIVE FORMS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS.

Білик Р. С., к.е.н., доцент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна

СУЧАСНІ МЕГАТРЕНДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СФЕРИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Дослідження сучасних мегатрендів розвитку інноваційно-інвестиційної сфери світової економіки має важливе наукове і практичне значення в контексті розробки механізмів здійснення модернізаційних процесів в національних економіках. Порівняльний аналіз об'єктивних умов виникнення та поширення новітніх наукоємних технологій дозволяє стверджувати, що під їхнім впливом в більшості країн інтенсифікувались інтеграційні процеси в науково-технічній та інноваційно-інвестиційній сферах, торгівлі об'єктами інтелектуальної власності. Потреби ресурсного забезпечення розвитку наукоємних технологій обумовили зміни у міжнародному русі капіталів, інвестиційному забезпеченні зростаючих масштабів науково-технічної та виробничо-технологічної діяльності.

Суттєвих змін починає зазнавати глобальний інвестиційний процес, відбувається його креативізація, що впливає не лише на загострення конкуренції за фінансово-інвестиційні ресурси, але й змінює сам характер конкуренції. Під впливом загострення конкуренції інноваційно-інвестиційна діяльність набуває нових, більш досконалих форм, розпорошується серед функцій менеджменту у великих корпораціях, а згодом набуває глобалізованого характеру. При цьому інноваційно-інвестиційна сфера набуває винятково важливого значення у розвитку конкуренції, а впровадження інформаційних технологій сприяє подоланню кордонів руху фінансових ресурсів різних національних економік. Глобальна конкуренція прискорює формування взаємопов'язаної системи на різних національних ринках, а боротьба за ринки багатьох країн набуває більш жорсткого характеру. Це знаходить свій прояв у збільшенні кількості глобально діючих суб'єктів інноваційно-інвестиційної діяльності, зростанні ролі фінансового капіталу, як найбільш рухливої, мобільної форми капіталу. Він порівняно легко переміщується в інвестиційну сферу, де очікується найбільша віддача від його використання у забезпеченні інноваційних процесів.

Зазначимо, що вкладення у формування науково-технічного і інноваційного потенціалу не гарантують автоматичної віддачі від цих інвестицій. Науково-технічні знання, інноваційна та інвестиційна діяльність здатні продукувати ефекти різного роду (ринкові, економічні, соціальні та ін.) у тому випадку, коли вони використовуються в інтегральній комплексній системі соціальних

інститутів, установ і процесів, які у своїй взаємодії утворюють національну інноваційну систему. Головне призначення цієї системи в умовах глобалізації – бути адекватною сучасним мегатрендам світового розвитку, забезпечувати конкурентоспроможність національної економіки.

Отже, потужність інноваційно-інвестиційної сфери кожної країни знаходиться в прямій залежності від економічної сили національного господарства. Дослідники визначають економічну силу країни, як її здатності впливати економічними засобами на іноземні та національні економічні суб'єкти, формувати мегатренди глобального економічного розвитку задля реалізації національних інтересів та протидіяти зовнішнім шокам з метою збереження рівноваги економіки країни [1, с. 24]. Погоджуючись з таким визначенням економічної сили, слід зауважити, що такі завдання потребують дослідження сучасних мегатрендів розвитку конкуренції у світовій економіці в цілому, й в сфері інноваційно-інвестиційної діяльності зокрема.

Справа полягає в тому, що інноваційно-інвестиційний потенціал, як основа економічної сили країни демонструє її здатність до накопичення нових знань і технологічних можливостей їх використання на власній відтворювальній основі. Але цей потенціал знаходиться під впливом змін у світовій економіці, трансформації обраної власної моделі інноваційного розвитку, тобто є категорією із динамічно змінними параметрами. Крім того, довготривалий ринковий ефект дотепер генерується лише у процесі інтеграції фінансових і інтелектуальних можливостей інноваційного розвитку окремих країн. Завдяки економії масштабу, розширенню місткості ринків інноваційної продукції і технологій посилюється конкурентоспроможність країн-учасниць інтеграційних процесів. Разом з позитивними результатами інтеграції в інноваційно-інвестиційній сфері спостерігаються як у регіональному, так і в глобальному аспектах нерівномірність інноваційної активності країн та фрагментарність ефективного використання інноваційно-інвестиційного потенціалу, конкуренція за умови участі у спільних проектах.

За оцінкою найбільш авторитетних міжнародних консалтингових агентств, в сучасних умовах визначилися основні глобальні мегатренди технологічного світового розвитку в семи галузях економічної діяльності (енергетика, транспорт, військово озброєння, аграрно-промисловий комплекс, медицина, екологія, інформаційно-комунікаційні технології), що дозволяє зробити певні співставлення та прогнози. Зокрема випереджальними темпами в сфері енергетики буде розвиватися «відновлювальна» енергетика, ринок газу, сучасні енергоефективні технології, «сховища енергії» [2, с. 49].

Оцінка готовності до майбутнього виробництва дає можливість виміряти, наскільки добре країни можуть формувати і отримувати вигоду з мінливого характеру виробництва за допомогою прийняття нових технологій. Дві групи індексів (1. Структура виробництва, яка представляє поточний стан виробничих можливостей і 2. Драйвери виробництва, які представляють майбутній стан виробництва) дозволяють виміряти стан країни для вкладання коштів у нові технології з метою удосконалення виробничої бази.

Участь України у світових процесах розвитку нових технологій доволі обмежена, оскільки національна економіка може бути кваліфікована як мала,

відкрита, сировинна, зі спекулятивними суверенними рейтингами. Про це зокрема, свідчить таке:

– частка України у світовому ВВП знизилася до 0,12% (2018 р.), що менше ніж у Анголі, Марокко, Екватору, Судану, питома вага яких у глобальному виробництві дорівнює 0,13-0,14%;

– співвідношення вітчизняного експорту та імпорту до ВВП стійко коливається близько 50,0%;

– на світових ринках Україна конкурує лише у сегменті сільськогосподарської продукції, чорних металів та найпростішої хімії, частка цих виробництв у товарному експорті України сягнула у 2018 р. майже 70%;

– суверенні рейтинги країни є спекулятивними («В-», S&Ps, Fitch, «Саа», Moody's) і ніколи не мали інвестиційного рівня [3].

Окремі автори вважають, що перспективними напрямками розвитку можуть стати наступні галузі: машинобудування, приладобудування, розвиток виробництва оборонно-промислового комплексу; розвиток гірничо-металургійного комплексу на базі ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій; розвиток хімічної та нафтохімічної промисловості; інформаційні технології. Дана позиція вибудована на аналізі реальної структури економіки, її внеску у створення ВВП.

Дійсно, без цих галузей, які забезпечують «ядро саморозвитку» неможливо ввійти до кола країн, що переборюють свою технологічну відсталість від успішних країн з інноваційною економікою, які формують мегатренди світового розвитку. Зокрема, в обсязі продукції промисловості частка машинобудування й обробки в різних країнах коливається в межах 30-50%, у той час як в Україні – лише 12%, а внесок промисловості у ВВП ледь сягає 45%. Результатом занепаду багатьох галузей промисловості, і передусім машинобудування є руйнація виробничо-технологічного потенціалу, а подекуди і його повне знищення. Це суттєво ускладнює процеси досягнення адекватності розвитку національної економіки сучасним мегатрендам конкуренції в інноваційно-інвестиційній сфері. Адже саме ці галузі промисловості в найбільшій мірі здатні втілити нововведення в інноваційні технології і готову продукцію. Але досягнути успішного переходу до інноваційної економіки можливо лише за умов кардинальної інноваційно-технологічної модернізації виробництва, спрямованого на забезпечення того рівня адаптивності, енергоємності та ресурсоємності продукції на внутрішньому і світовому ринках українських товаровиробників, яка б відповідала мегатрендам сучасного стану розвитку світового господарства [4, с. 10].

Література:

1. Чугаєв О.А. Глобальні виміри економічної сили країн: монографія / О.А. Чугаєв. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. – 495 с.
2. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 р.: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. – 80 с.
3. Структурні трансформації у світовій економіці: виклики для України // Аналітична доповідь / В. Сіденко та ін. – К: Заповіт, 2018. – 182 с.
4. Чинники і тренди економічного зростання в Україні: монографія / за ред. М.І. Скрипниченка. – К.: ДУ ІЕП НАНУ, 2018. – 386 с. – URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/302.pdf>

UKRAINE'S GOLD RESERVE: DYNAMICS AND INTERNATIONAL COMPARISONS

Investing in precious metals is a reliable way to hedge against inflation, especially in the face of global economic instability (and especially for Ukraine's high-risk and unpredictable economy), which is why many countries' gold reserves continue to replenish.

Economic uncertainty caused by trading tensions, slow growth and low / negative interest rates affect the management of foreign exchange reserves.

Thus, in January 2019, central banks of different countries purchased a record amount of 715.7 tons of gold, according to the World Gold Council.

At the beginning of 2019 Ukraine had 24.3 tons of gold in the state treasury, with the share of gold in the foreign exchange reserves amounting to 4.8%. If we compare these indicators with similar indicators of developed countries, the USA – the richest country in the world – has 8133,46 tons with a share of gold in gold and foreign exchange reserves of 74.8%. The top five gold reserves in the national reserve also include Germany (3369.7 tons and 70.1%), Italy (2451.84 tons and 66.3%), France (2436 tons and 60.2%), and RF (2113 tons and 18.5%) [1].

At the same time, in absolute gold rating, Ukraine takes 53th position among other countries in the world, having a gold reserve 335 times smaller than the world leader – the USA. By the share of the gold reserve in the total gold and foreign exchange reserves, our country occupies an even lower position – 59, which is less than the corresponding indicator of Venezuela by 16 times, which leads in this rating.

If we compare the chain rates of change in the size of Ukraine's gold reserve with the countries with the highest gold reserves (Fig. 1), we can clearly see the abrupt nature of the change in Ukraine's gold reserve, which testifies to the chaotic, unplanned, unsystematic state policy on the formation of state reserves.

The pace of change in the gold reserves of some post-Soviet countries (Fig. 2) also demonstrates the instability of these countries' «golden politics».

The calculation of the average annual growth rate of gold reserves over the period 2000-2019, using geometric mean values, showed some differences between the chain and base growth rates.

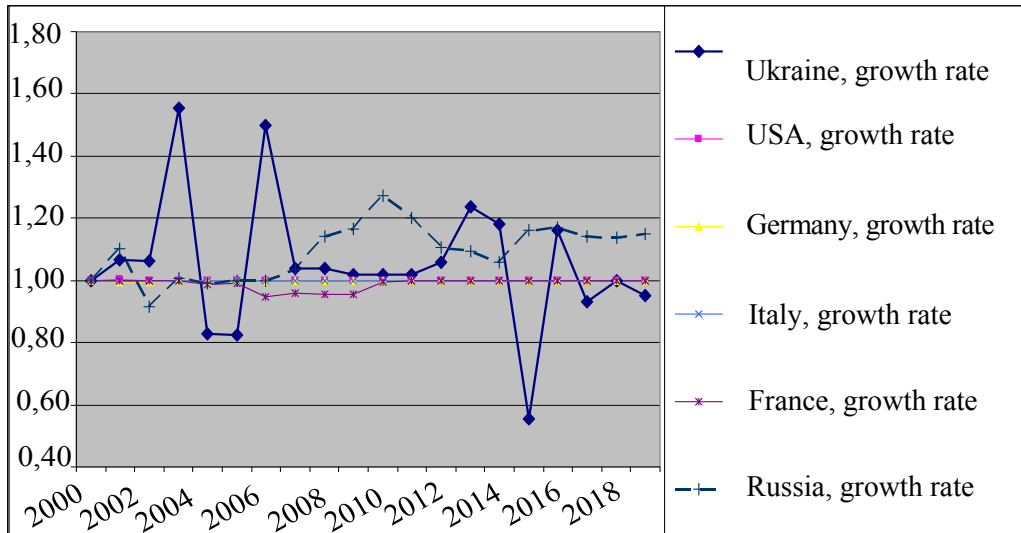


Fig. 1. The rate of change of the gold reserve of the top five gold leaders and Ukraine

Source: by the author based on [2; 3]

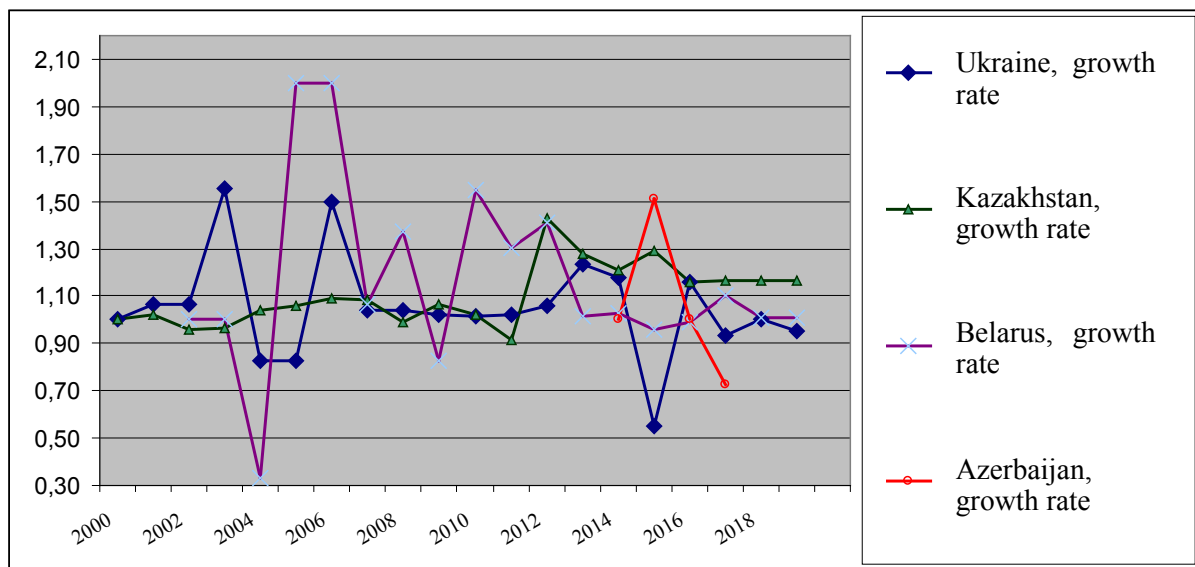


Fig. 2. The pace of change in gold reserves in some post-Soviet countries

Source: by the author based on [2; 3]

Let us compile TOP-10 countries and some post-Soviet states on these two parameters (Table 1).

Both in terms of growth rate and in absolute terms in terms of accumulation of gold reserves in the period 2000-2019. Leaders are the same three: Russia (+ 1728.6 tons), China (+1351.7 tons), India (+240.8 tons), a slight increase in Japan (+1.72 tons) and Italy (+ 0,04 tons). Other countries with TOP-10 reduced their gold reserves during this period: USA (-3.54 tons), Germany (- 98.9 tons), Netherlands (- 299.35 tons), France (-588, 6 tons), Switzerland (- 1379, 34 tons) [1].

Gold is in exceptional demand in such important markets as China, India, Turkey or Iran. There it is used as decoration material or a means of investing by the public.

Table 1

Ratings on the growth rate of gold

Chain Growth Rate		Base Growth Rate	
Russia	1,0889	Russia	1,8148
China	1,0676	China	1,7562
India	1,0261	India	1,2529
Japan	1,0001	Japan	1,0021
USA	1,0000	Italy	1,0000
Italy	1,0000	USA	0,9998
Germany	0,9986	Germany	0,9834
France	0,9892	France	0,8707
Netherlands	0,9803	Netherlands	0,7374
Switzerland	0,9587	Switzerland	0,5155
Kazakhstan	1,0960	Belarus	2,3900
Belarus	1,0939	Ukraine	1,7708
Ukraine	1,0302	Kazakhstan	1,7412
Azerbaijan	1,0241	Azerbaijan	1,0241

Source: by the author based on [2; 3]

Thus, the monthly net purchases of the National Bank of the Republic of China have averaged 11 tons in the last four months. In 2019, China bought 63 tons of gold. China's gold stock in May 2019 is 1916.28 tons, bringing the country to 7th place in the world in precious metal reserves.

Ecuador has bought gold for the first time since 2014, increasing its gold reserves by 10.6 tons. Turkey has also continued its gold accumulation program by buying 40.1 tons, and India, which has started buying gold again in 2018 after a nine-year hiatus, bought 8,4 tons in the first quarter of 2019.

Among the post-Soviet republics (except the Russian Federation), Kazakhstan (+294.37 tons) favorably differs from Ukraine, Belarus, which started to create gold reserves only in 2002, also bypassed Ukraine (+ 46.9 tons). And Azerbaijan, at the beginning and end of the study period, had no gold reserves at all.

Thus, the monthly net purchases of the National Bank of the Republic of China have averaged 11 tons in the last four months. In 2019, China bought 63 tons of gold. China's gold stock in May 2019 is 1916.28 tons, bringing the country to the 7th place in the world in precious metal reserves.

Ecuador has bought gold for the first time since 2014, increasing its gold reserves by 10.6 tons. Turkey has also continued its gold accumulation program by buying 40.1 tons, and India, which has started buying gold again in 2018 after a nine-year hiatus, bought 8,4 tons in the first quarter of 2019.

Among the post-Soviet republics (except the Russian Federation), Kazakhstan (+294.37 tons) favorably differs from Ukraine, Belarus, which started to create gold reserves only in 2002, also bypassed Ukraine (+ 46.9 tons). And Azerbaijan, at the beginning and end of the study period, had no gold reserves at all.

Compared to the United States, developed countries of Europe and the Russian Federation, Ukraine has a very small reserve of gold, although it is the largest European country in terms of volume, with abundant reserves of natural resources contained mainly in the bowels of the Ukrainian Crystal Shield.

Gold as a part of the foreign exchange reserves of the states continues to perform the functions of strategic financial assets, the use of which is associated with extraordinary circumstances both in the economic sphere and outside it. In order to ensure economic stability and real independence of Ukraine, it is necessary to develop a long-term «golden policy» based on national interests, which will allow to integrate internal and foreign policy and diplomacy into a single whole.

References:

1. Derkach T.V. Indicative properties of processes of transformation of gold and currency resources of the countries of the world *Collection of scientific works «Problems of systematic approach in economy»*. 2019. No. 4(72). Pp. 7–14.
2. Gold reserves of the countries of the world. URL: http://gold-silver.com/gold/gold_reserves_of_the_world.html (accessed 01/09/2019).
3. World Gold Council website. URL: <http://www.gold.org/supplyanddemand/gold-demand-trends> (accessed: 08/29/2019).

Lutsyshyn Z. O., Doctor of Economic Sciences, Professor

Vorobiova A. O., Postgraduate Student

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

THE UNIQUE DEVELOPMENT OF ISLAMIC FINANCE

There are many reasons to get involved in Islamic finance. Their stated customs and principles are very close to a truly ethical and moral banking model that has been developed and actually implemented on a large scale.

For the recent 50 years, countries, where Islam is predominantly practiced, have been actively developing their own concept of socially-oriented development. This concept is a fundamentally different approach to the organization of a system of economic life, which in its ethical, legal and economic approaches is significantly different from the principles and values that underlie the economies of industrialized countries. In this approach, based on the system of ethical postulates laid down in the Qur'an, the principles of legal and economic relations have been formulated, which are still applicable today in contemporary Islamic society.

One of the institutes of the economic system of Islam is Islamic banks which do not pay interest to depositors or charge interest to borrowers for religious reasons, but invest in companies and share the companies' profits (losses) with the bank's depositors. This attitude towards the borrowing (banking) interest has prompted Islamic financiers to seek an alternative to the traditional banking system that would not contradict the Qur'an's prohibition on borrowing.

Islamic finance is based on a number of basic rules, including:

- no uncertainty;
- trade in real products and assets;
- honesty, absolute frankness of sellers and real ownership of the items for sale;
- absence of any speculation and gambling;
- prohibition products trade is considered as Haram or Non-Islamic.

Islamic economic structures should not be considered as being brought into the economic sphere of the Arab East. With the expansion of the zone of Arab conquest and the spread of Islam in the Middle Ages much of the territory was involved in the economic activities, many of which were governed by Sharia practice. The economic sphere of the Arab world over the centuries has been differentiated by the essential characteristics of the institutions that made it up. The basic principle of Islamic finance is to provide Sharia compliant banking and financial services.

Sharia is the Divine Law described in the Qur'an (Book of Allah) and the Sunnah (words or deeds) of His Prophet Muhammad. The main authority for the Sharia is the Qur'an, which means «the text of God» and is in fact the basis for governing society with detailed rules covering all aspects of Muslim life, including religious, family, community and trade obligations. He emphasizes justice, honesty, integrity and morality to all, even to non-believers, which is a surprise to some. Next is the Sunnah, which means «the well-known path». It covers the words, actions, and tacit approvals of the Prophet recorded at that time and subsequently, and includes the utterances (hadiths) that He used to make the law and to give moral guidance.

Based on the Qur'an, Islamic Finance offers Shariah-compliant banking services to its clients, but the real meaning and, frankly, the true benefits of this are often lost to Western scholars and financiers. Some of them even tend to dismiss the sector by making it impossible to use its fundamentalist religious doctrine in real life. But such a view is both undeserved and inaccurate. In fact, even a cursory study of Islamic finance and its guidelines will confirm that it is probably the most successful model of ethical banking up till now.

In order to understand how Islamic banks work, it is necessary to uncover two concepts such as mudarabah and musharakah, which are, in essence, one of the ways in which businesses are organized in Islam.

Mudarabah means an agreement between two or more parties in which one party lends capital to the other for the production activity, with the subsequent division of profits in a predetermined proportion (profit sharing model). Although all risks associated with possible losses or bankruptcy are borne by the owner of the capital, he minimally participates in the company's management. In the case of unprofitable activities, the losses of the entrepreneur are expressed only in the time spent on work, however, he may be held liable if it is proved that the losses were due to his incompetence, negligence or deliberate actions. In fact, the venturer is the owner of the business, while the other is its manager.

Musharakah is based on a profit and loss / loss participation model in which two or more parties pool their financial resources. While profits can be shared in any predetermined ratio, losses are distributed according to the share in the authorized capital of the enterprise. Meanwhile, if equal capital has been invested, then participation is based on equal distribution. In addition, each party has the right to participate in the management, but in most cases, a manager is selected to manage the

business. It is easy to see that, by some characteristics, this organizational form is very similar to business associations.

These two mechanisms are considered to be the most appropriate instruments for organizing the work of an Islamic bank. Essentially, Islamic banks are a two-tier mudarabah model in which depositors own the capital for the bank and the bank holds the capital for the borrowers. But since borrowers' needs may be different, the bank uses different financing schemes, including musharakah.

However, the question is what contributed to the active surge in Islamic finance in the second half of the twentieth century?

First, active development of Islamic finance for the past 50 years has been associated with rising oil prices and the steady inflow of oil dollars into the Arab Gulf states. The emergence of Islamic banks has, along with traditional financial institutions, a mechanism for capitalizing on accumulated foreign currency. Recently, the Islamic financial model has increasingly attracted the attention of academia. The growth of Islamic banks based on Sharia law looks contrasting. Despite the fact that the fundamental concepts of Islamic banking go back to 1400 AD, and real modern Islamic financial institutions have emerged only recently.

Secondly, an important factor in the economic development of Islamic countries in the 1970s and 1980s was the sharp rise in the religious consciousness of Islamic society, the so-called «Islamic revival», which manifested itself in public life due to the increase in the number of Islam-oriented governments, organizations, laws social assistance services and educational institutions as well as banks. The first Islamic savings bank, the Mit Ghamr Bank, was started in Egypt in 1963. It served rural areas of the country, using population savings to provide loans through joint participation. At the same time, a similar Islamic bank appeared in Malaysia for Muslims to postpone the Hajj. But Islamic bank began to develop 1975, when the Islamic Development Bank was established in Saudi Arabia and the Islamic Bank of Dubai in the United Arab Emirates.

Third, the demand for Islamic lending services in recent years has determined the process of increasing the number of Muslims in Europe and the United States. This is due both to the increase in the number of Muslim migrants in the population structure of these traditionally Christian regions and to the increase in the number of non-Muslims who adopt Islam.

The need to apply ancient standards in modern banking is a real challenge. However, despite the challenges of development, competition and lack of experience, the Islamic financial system has serious growth prospects. The high level of resourcing, considerable financial potential of the Islamic world, as well as the increased attention of the world community due to the resilience of Islamic banks and insurance companies to change and economic turmoil (in particular crises) in the world, are a sound basis for the implementation of this economic model.

References:

1. Global Islamic Finance Market Growth, Trends and Forecast (2018–2024) // Mordor Intelligence. – 2019. – C. 247.
2. Andrews Mark. Islamic Finance four articles introducing Islamic banking and finance concepts / Mark Andrews // Risk Reward LTD – Resource access mode: <http://www.riskrewardlimited.com/admin/pdf/Islamic%20Finance%20Articles%20by%20MCA.pdf>
3. M. Kabir Hassan. Introduction to Islamic Banking and Finance: Principles and Practice / M. Kabir Hassan, Rasem Kayed, Umar A. Oseni. – Edinburgh: Pearson Education Limited, 2013. – 417 c. – (978-0-2737-3731-5).

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ПРОЦЕСІВ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Синтез синергетичних моделей управління соціально-економічними системами стає особливо актуальним для сфери високих технологій, розвиток якої передбачає поєднання як національного, так і міжнародного компоненту. Тому аналіз високих технологій та їх міжнародного трансферу пропонуємо розглядати як частину більш широкого поля – інтерпретативного аналізу державної політики (interpretive policy analysis) та досліджень науки і техніки й оцінки технологій.

Потенційні переваги високих технологій є значними, проте вони вимагають уваги держави та значних інвестицій, що разом формують умови їх впровадження та розвитку. Якщо держава буде чекати реалізації потенціалу впливу технології на економіку, буде пізно скористатися перспективами і перевагами або належним чином реагувати на можливості. Таким чином, країни можуть підніматись на новий рівень, а також втрачати позиції [1].

Експерти ОЕСД визначають основні тенденції формування умов успішного трансферу технологій [2, с. 37]:

- інновації дедалі більше залежать від взаємодії науки та бізнесу;
- конкурентні ринки й прискорення темпів наукових і технологічних змін змушують використовувати більш інноваційні технології;
- співробітництво між компаніями сьогодні відіграє більш важливу роль та все частіше включає наукоємні послуги;
- малі та середні підприємства, особливо нові технологічні фірми, відіграють більшу роль у розробці і трансфері технологій;
- взаємозалежність інноваційних систем країн зростає в умовах глобалізації.

Останнім часом на перший план виходить підхід, відповідно до якого необхідно не стільки орієнтуватися на абсолютних лідерів, у яких вже вибудований власний ланцюжок створення інновації від фундаментальних досліджень до конкурентоздатних компаній, а більше розвивати власні унікальні компетенції.

Зазначений висновок вже містився у звіті «Global Innovation Index – 2013», що акцентував на умовах розвитку інновацій на місцевому рівні, що залишаються недооціненими в глобальному масштабі, та відзначає появу оригінальних інноваційних екосистем й необхідність відходу від тенденції відтворення вже реалізованих раніше успішних ініціатив.

Розуміння технології як сукупності знань, що можна використати для виробництва товарів і послуг з економічних ресурсів, або наукових методів досягнення практичних цілей господарської діяльності, дає можливість визначити нові критерії аналізу міжнародного трансферу високих технологій. Відповідно до базового науково-методичного підходу, знання – це «потік», а

тому воно не може передаватися в якості об'єкта, бо в процесі формування знання істотну роль відіграє власне процес передачі, бо знання в цьому випадку виступає результатом інтерпретації інформації в певному контексті. Тому при оптимізації складних технологічних систем на основі трансферу варто використати еволюційні моделі з дотриманням принципів діалектики та системного підходу. Відповідно ефективність прийняття країною нових технологій залежить від ряду факторів, зокрема:

– потенціал (технологічний та інноваційний), що дозволяє впроваджувати та використовувати технології;

– структурний потенціал, що передбачає координацію діяльності суб'єктів-учасників (мережева взаємодія);

– мотиваційний потенціал, що передбачає зацікавленість в отриманні нових технологій; інституційного як сукупності формальних та неформальних інститутів, які впливають на процес трансферу.

Для прийняття відповідних рішень потрібна система статистичних показників, що дає змогу не лише оцінити стан міжнародного трансферу технологій, а й додатково проаналізувати динамічні і структурні зрушення в інноваційній системі в цілому, прогнозувати тенденції міжнародного трансферу технологій через використання системи показників. Зазначена система показників включає оцінку наступних аспектів:

- 1) ліцензійна діяльність;
- 2) патентна діяльність;
- 3) інвестиційна діяльність;
- 4) зовнішньоторговельна діяльність;
- 5) міжнародне наукове співробітництво.

Водночас відзначимо, що оцінка міжнародного трансферу високих технологій ускладнена відсутністю єдиної узгодженої методики їх обліку.

Одним з основних джерел, що характеризує трансфер технологій та інноваційну активність держави, є технологічний платіжний баланс, підготовлений OECD у 1990 році, що є першим офіційним документом для оцінки науково-технічної діяльності. За методологією OECD, що використовується у більшості країн світу, визначено чотири типи операцій технологічного платіжного балансу:

1) дохід від технологічних активів під захистом законодавства про промислову власність, які в основному генеруються за рахунок угод, що пов'язані з патентами, винаходами, ноу-хау;

2) дохід від нетехнологічних активів промислової власності (торгові марки та моделі), або знаходяться під дією законодавства про інтелектуальну власність (авторські матеріали та програмне забезпечення);

3) послуги технологічного змісту: технічна допомога, технологічні дослідження та інжинірингові послуги, технічне співробітництво тощо;

4) інтелектуальні, проте не технологічні послуги, тобто управління, маркетинг, фінансовий менеджмент, страхування тощо.

Таким чином, процес міжнародного трансферу технологій можна також представити як сукупність потоків (технологічні, фінансові, кадрові, інформаційні, матеріальні). В ході руху від етапу ідеї нової технології до етапу

реалізації на ринку продукції, що вироблена за цією технологією, зростають розміри та інтенсивність зазначених потоків. Крім цього, в ході трансферу технологій відбуваються заміни виконавців, що орієнтують ці потоки (фундаментальна і прикладна наука, дослідне виробництво та адаптація технології, промислове виробництво). Крім повних змін учасників в життєвому циклі технології відбувається також і поступова зміна виконавців, наприклад, до початкових розробників додаються функціонально нові учасники (міжнародне співробітництво).

Інший аналітичний підхід базується на інституційному підході. За аналогією з принципом екологічної компліментарності в інноваційній системі всі компоненти, що входять до неї, взаємозалежні і функціонально відповідають один одному. Виключення однієї з частин системи призводить до виключення ряду тісно пов'язаних з нею елементів і функціональної зміни системи в цілому. Внесення до системи нового елемента змінює стан пов'язаних елементів і призводить до скорочення чисельності та зникненню менш конкурентоздатних елементів.

Використання зазначеного підходу до аналізу трансферу високих технологій базується на тому, що будь-яка висока технологія являє собою цілісну динамічну систему, що включає:

- 1) засоби, операції та процедури, правила, стандарти та норми технологічної діяльності та управління технологічним процесом й необхідні для цього;
- 2) інформацію та знання;
- 3) енергетичні, сировинні, кадрові та інші ресурси;
- 4) сукупність економічних, соціальних, екологічних та інших результатів (ефектів), що впливають і певним чином змінюють середовище функціонування цієї системи.

Міжнародний трансфер високих технологій характеризується різноманіттям видів технологій й значним числом мотивів і каналів їх переміщення. Тому в результаті постає завдання визначення найбільш ефективних шляхів трансферу технологій, а також їх складових. Одним з факторів, що визначають міжнародний аспект, є значний потенціал практичного використання високих технологій, який в першу чергу проявляється в міжгалузевому трансфері, що являє собою процес впровадження технології у зовсім іншій сфері стосовно тієї галузі, для якої (в якій) була створена дана технологія. Відзначимо, що міжгалузевий трансфер технологій як система ринкових відносин, які виконують ряд взаємозалежних та взаємодоповнюючих функцій, формує мережеву архітектуру, що потенційно дає змогу ефективно розвивати спеціалізацію і стратегічні партнерства на національному та міжнародному рівнях.

Література:

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія. К.: КНЕУ, 2003. 394 с.
2. Чистые технологии добычи и переработки угля: Усиление коммерческих и политических стимулов промышленного внедрения ОЭСР МЭА, 2010. 59 с. URL: www.iea.org/papers/2008/clean_coal_rus.pdf (дата звернення: 22.07.2019).

Скупський Р. М., д.е.н., доцент
Завгородній А. В., к.ф.-м.н., доцент
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
м. Миколаїв, Україна

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОСФЕРИ РЕГІОНУ: НОВІТНІ ВИКЛИКИ

Загальна ситуація, що формується в межах світового ринку, впливає на стан економіки кожної країни, а ступінь цього впливу залежить від рівня розвитку зовнішньоекономічної діяльності, економічної системи в цілому. Перехід до ринкової економіки в Україні зумовив лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності шляхом зняття обмежень на її здійснення для різних суб'єктів господарської діяльності. В умовах посилення процесів глобалізації і регіоналізації зростає науковий інтерес до вивчення особливостей соціально-економічного розвитку прикордонних територій, зокрема до проблем удосконалення зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств є формою господарської діяльності, яка пов'язана з технологією виробництва сільськогосподарської продукції та науково-технічною діяльністю, а також з системою міжнародного маркетингу здійснення експортних та імпорتنих операцій з цією продукцією. Значення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств полягає в можливості одержувати валютну виручку від експорту, підвищувати технічний рівень виробництва, виробляти конкурентоспроможну продукцію [1, с. 552].

Ефективний розвиток зовнішньоекономічної діяльності повинен ґрунтуватися перш за все, на адаптації стратегії підприємств до вимог міжнародного ринку. Враховуючи складне фінансово-економічне положення багатьох вітчизняних аграрних підприємств і високі витрати, потрібні для виходу на зовнішній ринок, особливо важливим стає вибір пріоритетних напрямів, в найбільшій мірі сприяючих досягненню успіху на зовнішньому ринку, пошук оптимальних варіантів вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Ефективний розвиток зовнішньоекономічної діяльності залежить від конкурентоспроможності, прибутковості зовнішньоекономічної діяльності, та зниження собівартості. Особливостями, основними тенденціями і резервами розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств регіону є зокрема: висока залежність приморського і прикордонного регіону від зовнішньої торгівлі, особливо в частині імпорту й експорту продовольчих товарів; висока частка продовольчих товарів у структурі імпорту, що ставить під погрозу продовольчу безпеку регіону і країни; велика кількість неякісних імпорتنих продуктів харчування; важливість експорту продовольства, як чинника розвитку економіки Миколаївської області; недостатньо ефективне використання внутрішніх резервів конкурентоспроможності підприємств переробної сфери аграрного сектору [3, с. 152].

Конкурентні переваги українського аграрного сектору економіки, в основному, визначаються природними і історично сформованими умовами з яких можна виділити: вигідне гео економічне розташування країни, і зокрема, Миколаївської області; численні трудові ресурси з достатньою професійною підготовкою в аграрному виробництві; наявність унікальних розробок в рослинництві та тваринництві; потужний родючий земельний ресурс. Реалізація національних конкурентних переваг сільського господарства на практиці ускладнюються цілою низкою вразливих місць. Так, в аграрній сфері неконкурентоспроможні технології, які не відповідають сучасним стандартам; надзвичайно висока ресурсомісткість та витратність виробництва; величезна зношеність основних фондів; при цьому практично відсутня інформаційна інфраструктура підтримки конкурентоспроможності українського сільськогосподарського експорту та раціоналізація структури імпорту. Провідними, вирішальними, визначаючими успіх у конкурентному середовищі є цілі і структура майбутніх агровиробництв. В гармонізації цілей господарських організацій завжди присутні чотири цілі: науково-технічна (забезпечення інноваційного розвитку); виробнича (задоволення потреб суспільства у продукції певного виду); економічна (максимізація внеску у доход держави); соціальна (задоволення соціальних потреб робітників).

Сільськогосподарські виробництва у зовнішньому ринковому просторі повинні спиратися насамперед на свою політику, систему цінностей, чітко вироблену стратегію з орієнтацією на маркетинг, інтереси власників. Дієздатні виробництва повинні самі знаходити вихід зі складних ситуацій. Сільськогосподарським виробникам необхідно аналізувати ретроспективу і формувати перспективу, оцінюючи послідовність і пріоритетність своїх зусиль з підвищення конкурентоспроможності. На першому етапі аграрним виробництвам головні зусилля слід спрямовувати на виробництво агропродовольчої товарної продукції, придбання сільськогосподарських машин, пристроїв первинної обробки сировини, впровадження сучасних технологій. На другому етапі, в міру обробки технологій і оновлення видів продукції рослинництва і тваринництва акценти слід зміщувати на якість продукції. На третьому етапі у сільськогосподарських підприємств не буде виникати проблема виготовлення продукції необхідного виду і якості. Головну увагу буде приділено інтенсифікації комерційних зусиль, тобто збуту. Четвертий етап – це орієнтація на закордонного споживача, його потреби, його інтереси, його запити. На нашу думку, головна причина незатребуваності вітчизняної сільськогосподарської продукції на закордонних ринках полягає у безініціативності сільськогосподарських виробників та їх поганій орієнтації у зовнішньому ринковому просторі.

Важливим напрямком підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на зовнішньому ринку є пошук резервів ресурсозбереження, об'єктивні стратегічні маневри і їх ефективна реалізація. Основними напрямками ресурсозбереження аграрних підприємств є: формування ресурсів (наявність, склад, обсяг потреби конкретного ресурсу, терміни постачань та ін.); використання ресурсів у виробництві (норми витрат, норми обслуговування, рівень кваліфікації кадрів, рівень втрат та ін.); відновлення

ресурсів (безвідходне виробництво, інноваційні технології відтворення тварин і земельних угідь та ін.); утилізація і списання ресурсів (дотримання умов мінімізації).

У свою чергу основними мотивами застосування інновацій в агросфері повинні стати: – підвищення конкурентоздатності своїх нових продуктів; – підвищення свого іміджу на ринку; – захоплення нових ринків; – збільшення величини грошового потоку; зниження ресурсоемкості продукту тощо [2, с. 394]. Ефективною формою співробітництва аграрних підприємств регіону із зарубіжними інвесторами є створення на кооперативних засадах спільних підприємств (СП), що ґрунтуються на пайовій власності українських та іноземних партнерів, спільному управлінні та еквівалентному розподілі прибутків і ризиків. Ефективна робота підприємств регіонального агропродовольчого комплексу повинна визначатися правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дозволяють щонайкраще реалізувати потенціал цієї сфери.

Основними заходами щодо підтримки експорту продукції агропродовольчого комплексу повинні бути: податкові пільги експортерам; раціональна політика в питаннях повернення ПДВ; пільгові транспортні тарифи; маркетингова підтримка; розширення системи державних гарантій політичних і довгострокових комерційних ризиків; спрощення системи надання експортерам продовольства відшкодування частини процентних ставок по експортних кредитах; довгострокове експортне кредитування; кредитування імпортерів агропродовольчої продукції; повернення імпортного мита на сировину для виробництва експортної продукції; оптимізація обсягів і структури продовольчої допомоги; спрощення митного оформлення; усунення технічних бар'єрів розвитку експорту; надання грантів; інформаційна і консультаційна підтримка експортерів; субсидування науково-дослідних робіт; інформаційна підтримка; підтримка об'єднань експортерів; сприяння в підготовці кадрів в області зовнішньоекономічних зв'язків у сфері агропродовольчого комплексу; використання можливостей міжнародних сільськогосподарських і продовольчих організацій з метою розвитку експорту; створення сільськогосподарських торгових представництв у закордонних країнах тощо.

Література:

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посібник: 2-ге вид., виправ. і допов.; за заг. ред. А.І. Кредісова. – К.: ВІРАР, 2004. – С. 552.
2. Антонюк Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 394.
3. Янковский Н.А. Повышение эффективности внешнеэкономической деятельности крупного производственного комплекса: монографія / Н.А. Янковский. – Д.: АО «Издательство «Донецчина», 2000. – С. 152.

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY, MODERNIZATION OF NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS

Дерлиця А. Ю., к.е.н., докторант
Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна

СУСПІЛЬНЕ БАГАТСТВО ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ АКТИВАМИ

Економіка будь-якої держави складається з двох секторів – приватного (Private Sector) та суспільного (Public Sector). Останній, відповідно до Керівництва зі статистики державних фінансів МВФ від 2014 року, включає у себе сектор суспільного управління (центральні, регіональні та місцеві органи державного управління, фонди соціального страхування) та суспільний сектор економіки (суб'єкти господарювання державної та комунальної форми власності) [1, с. 19].

На перший погляд, суспільний сектор у країнах із розвинутою ринковою економікою не відіграє вирішальну роль за своїми масштабами та впливом на економічні процеси. Однак врахування усіх складових суспільного багатства та повна оцінка даного феномену дозволяє говорити про те, що саме суспільство у вигляді платників податків і громадян держави володіє найбільшою власністю – загальносуспільною. Це стає очевидним при взятті у розрахунок вартості земель, лісів, доріг, ресурсів, які знаходяться у надрах, тобто усього суспільного багатства, яке не обов'язково є оформленим інституційно у вигляді господарюючих структур і може не мати вартісної оцінки на балансах певних суб'єктів.

Історичний погляд на еволюцію державної власності свідчить про хвилеподібну динаміку її значимості. З часів зародження державності, а далі у період середньовіччя і аж до завершення раннього нового часу (XVII ст.), королівський домен, представлений переважно землями, лісами та копальнями, відігравав ключову роль у функціонуванні економіки та утриманні владної вертикалі. Це дозволило науковцям стверджувати, що первинною моделлю формування доходів держави була саме доменіальна, яка передувала системі податкового наповнення скарбниці [2, с. 50]. Лише у кінці XIX – на початку XX століття роль держави в економіці почала знижуватись. Однак уже після Другої світової війни у більшості європейських країн знову започаткувалась тенденція до націоналізації підприємств, яка особливо посилилася у 70-х роках, оскільки вважалось, що націоналізація прискорить економічне зростання та збільшить зайнятість. Результатом стала ситуація, коли у багатьох країнах «частка національного продукту створеного державними підприємствами, перевищувала частку, створену великими приватними фірмами» [3, с. 49]. Новий виток приватизаційних процесів відбувся лише з реформами М. Тетчер та Р. Рейгана, ознаменувавшись відмовою від державного соціалізму практично

по всій Європі на фоні розпаду комуністичного блоку. Внаслідок цього урядами багатьох країн, особливо східноєвропейських, було приватизовано тисячі підприємств. Спроби відродження ідеї державного капіталізму протягом останнього десятиліття не були масштабними та їх намагались реалізувати головним чином на ринках, що розвиваються [3, с. 50].

Як свідчить світовий досвід, погляд на проблему суспільного багатства лише через призму приватизації/націоналізації не дає відповідь на питання про ефективність певної моделі. Звичайно, аспект володіння є важливим, оскільки роздержавлення переважно призводить до позитивного ефекту. Однак це відбувається не завжди. Нерідко приватизаційні трансформації мають наслідком збагачення вузького кола осіб, зумовлюють зниження ефективності функціонування, або навіть ліквідацію суб'єкта у майбутньому. Адже процес приватизації «відкриває спокусливі можливості для швидкого збагачення, тим самим створюючи ризики виникнення кумівського капіталізму, відвертої корупції, контрпродуктивного регулювання та продажу активів за значно зниженими цінами на користь привілейованих кіл із корисними інтересами» [3, с. 31]. Як показує світовий досвід, саме неефективна система управління державними активами перешкоджає якісній приватизації. Тому їй повинен передувати етап оптимізації управління об'єктом. І навпаки, навіть при збереженні активів у державній власності, за умови якісного управління, вдається забезпечити високу економічну ефективність. Прикладом цього є досвід Швеції, де реалізовано модель активного управління державними активами. Таким чином, у питанні ставлення економічної науки до феномену суспільного багатства, ключовим є не аспект володіння, а належного управління. Перенесення акценту із поняття «власність» на поняття «активи» у науковому аналізі звертає увагу на ті ефекти, які можуть бути отримані. Адже ключова риса активів пов'язана із їх здатністю приносити певну корисність, або вигоду, тоді як питання власності більше стосується юридичного аспекту володіння, однак не ставить у центр уваги економічні ефекти, які можуть бути при цьому досягнуті.

Як свідчить вітчизняна практика, існують значні комерційні та некомерційні активи у суспільному секторі, як у державній, так і у комунальній власності, які не лише не приносять дохід, а навпаки вимагають витрачання мільйонів гривень на їх утримання. Реалізація, або передача у приватне управління цих об'єктів може позитивно вплинути на фінансовий стан і ефективність функціонування суб'єкта-власника, дозволить акумулювати додаткові доходи до бюджетів.

Управління активами у сфері державної та комунальної власності передовсім потребує їх обліку та оцінки, що в Україні не реалізовано на належному рівні. Якщо мова іде про бюджетні установи, які часто володіють значним майном, то доходи від здачі в оренду даної власності спрямовуються до спеціального фонду кошторису, включаючись у власні надходження бюджетних установ. При цьому оцінка ефективності формування та аналіз повноти використання можливостей експлуатації майна бюджетних установ в Україні не організований. У випадку ж комерційних підприємств суспільного сектору економіки, єдиної бази обліку таких активів і загальної оцінки ефективності їх використання також не здійснюється. Поза оцінкою ефективності використання знаходяться й інші

важливі суспільні активи: земля, ліси, дороги, мости, національні парки та інші активи які належать державі та квазідержавним організаціям.

Потрібно враховувати, що якість управління суспільними активами діалектично пов'язана із станом політичних інституцій. З одного боку, без прозорих демократичних механізмів неможливо досягнути загальнокорисності при експлуатації державної власності. З іншого боку, відбувається також зворотній вплив державної власності на політичні інституції, стан демократії в країні. Адже корупція, яка може мати місце у цій сфері негативно впливає на демократичний процес і спричиняє корозію демократичних інститутів, оскільки саме завдяки значним обсягам державного сектору з'являються можливості для різноманітних оборудок. Суспільне багатство здатне спотворювати демократію через корупцію, клієнтелізм і лобізм [3, с. 71]. Як свідчить вітчизняний досвід, навколо державних підприємств створюються різноманітні сірі схеми, що базуються на побудові таких відносин із постачальниками, підрядниками та покупцями, які збільшують собівартість і підрізають доходи державних суб'єктів господарювання. У результаті цього останні працюють як правило зі збитками, а причетні до їх діяльності господарські структури завдяки операціям, що передбачають корупційну складову, отримують величезні доходи. Таким чином відбувається перегікання суспільного багатства до приватних рук.

Література:

1. Government Finance Statistics Manual 2014 / International Monetary Fund, 2014. 446 p. URL: <https://www.imf.org/external/Pubs/FT/GFS/Manual/2014/gfsfinal.pdf>
2. Озеров И. Х. Основы финансовой науки: учение об обыкновенных доходах. 5-е изд. М. : Тип. Т-ва И. Д. Сытина, 1917. 544 с.
3. Деттер Д., Фьольстер С. Державне багатство народів. Як управління державними активами може посилити чи підірвати економічне зростання. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2017. 328 с.

Дишкантюк О. В., к.т.н., доцент

*Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ СИСТЕМИ ПОСЛУГ «ALL INCLUSIVE»

В сучасній ринковій економіці важливу роль відіграє сфера гостинності. Розвиток індустрії гостинності в Україні потребує комплексного вирішення проблем ринку послуг та вражень, який почав приближатися до світових стандартів. Україна має потужний курортно-рекреаційний потенціал, ефективне освоєння якого може стати вагомим внеском в розвиток національної економіки. Актуальним напрямом досліджень на наш погляд є комплексний аналіз системи «Все включене» («All Inclusive») в сфері гостинності в аспекті економіки вражень та визначення перспектив застосування даної системи в Україні.

Система «Все включене» є багатогранною концепцією відпочинку, яка полягає в наданні комплексу послуг: транспортні послуги, розміщення, харчування, анімаційні та інші послуги. За даними, приведеними І.Г. Смирновим [1] в Туреччині за цією системою працюють 86% готелів, в Домініканській республіці – 95%, Таїланді та Китаї – 70%, Єгипті – 35%, Тунісі та Кіпрі – 20%. До числа нових країн, що починають застосовувати систему «Все включене», нині додалася Чорногорія, Болгарія, Хорватія, Фінляндія.

Як зазначає у своєму дослідженні З.К. Караджова, філософією системи «Все включено» – є пропозиція якісних послуг від дверей до дверей, найкраща програма для додаткових послуг і додаткових пільг (чарівних моментів часу) з найкращим співвідношенням ціни, сервісу і високої якості основних і додаткових послуг [2]. В центрі системи знаходиться гість – а туроператор, власники готелів та весь обслуговуючий персонал беруть на себе функції господаря у відношенні до гостей. Зусилля гостинних господарів направляються з однієї сторони на всебічне задоволення потреб гостей, з іншої – на забезпечення магічних вражень, що особливо актуально в епоху переходу до економіки вражень. У випадку, коли послуги звичайного обслуговування не відповідають стандарту (по якості та кількості), то враження від них та від гостинності буде низьким. На нашу думку, враження складаються зі звичайного комплексу послуг (першого рівня) та зі специфічного обслуговування (другого рівня)[3]. Гостинність – це враження, які одержують люди від послуг першого та другого рівнів, які поділяються на проміжні та кінцеві, які формують продукт гостинності. Послуги другого або кінцевого рівня справляють на людей яскраві враження від гостинності, тому що за цими послугами люди їдуть на тимчасове або постійне перебування і ці послуги включають комплекс послуг інфраструктурних секторів гостинності. Чим більш довгий логістичний ланцюг одержання кінцевого продукту гостинності, тим більше налічується послуг, які є кінцевими у одних логістичних ланцюгах, стають проміжними у інших [3]. Так, наприклад, коли гість приїздить на відпочинок в готельно-ресторанний комплекс за системою All inclusive, то гостинність цього місця буде визначатись комплексом послуг проміжного рівня, що формують кінцевий продукт гостинності.

Компанії, що працюють в секторі готельно-ресторанного бізнесу і усвідомлюють сучасні тенденції економіки, пропонують гостям не просто товари і послуги, а враження, які викликають у гостей широку гаму емоцій. Як справедливо зазначають Джозеф Б. Пайн та Джеймс Х. Гілмор, усі попередні економічні пропозиції – сировина, товари, послуги – не проникали у внутрішній світ покупця, в той час як враження по своїй суті є особистістними. Вони торкаються людини на емоційному, фізичному і навіть духовному рівнях [4]. Для того, щоб утриматися в вирі конкурентної боротьби, компанії гостинності повинні навчитися створювати для своїх гостей захоплюючі враження. В індустрії гостинності є можливість застосування усіх чотирьох областей вражень – розваги, навчання, відхід від реальності, естетика .

В економіці вражень в конкуренцію включаються національні культури. Як справедливо відзначає академік Ю. Пахомов, в конкурентний вир все більше втягуються не тільки економічні фактори, а й «ціннісні складові поведінки, властивої одній країні, чи цивілізації в цілому». В умовах глобальної

відкритості « визрівають висновки про цінності культури, як про вирішальні фактори міжнародної конкурентоспроможності [5].

Досліджуючи можливості системи «Все включене» З.К. Караджова [2] звертає увагу на те, що країни, які мають «Все включене» залучають близько 170 млн туристів в рік. В Україні допоки що система «Все включене» не знайшла широкого розповсюдження, але на наш погляд є достатні передумови та перспективи її впровадження для певного сегменту готельно-ресторанних комплексів. Особливо це актуально для морських курортів Півдня країни. Адже таким чином можливо розвивати внутрішній туризм, надаючи туристу все те, що він раніше отримував за кордоном, а також залучити іноземних туристів, насамперед з ближнього зарубіжжя. Враховуючи економічну ситуацію в Україні та низькі доходи населення, а відтак і низьку платежеспроможність, впровадження системи «Все включене» з однієї сторони, надасть можливість людям з достатньо низьким рівнем доходів отримати можливість відпочити в достатньо комфортних умовах, з іншої сторони це забезпечує більш високе завантаження готелів, а відповідно зайнятість населення. Саме ця система сприяла швидкому збільшенню числа західних туристів з обмеженими фінансовими можливостями у Туреччині, Болгарії, Єгипті. Свої наміри щодо впровадження цієї системи в Україні задекларувала управляюча компанія Ribas Hotels Group, яка сьогодні має позитивний досвід впровадження «Все включене» в готелі White House на узбережжі Чорного моря, у смт. Коблево (Миколаївська обл.). Генеральний директор управляючої компанії Ribas Hotels Group Артур Лупашко, аналізуючи досвід впровадження такого нововведення підкреслив, що результатом став приріст серед гостей готелю на 30%.

На основі проведених нами досліджень можливо зробити висновок щодо можливості та доцільності впровадження формули «Все включене» в умовах України.

Для того, щоб утриматися в вирі конкурентної боротьби, компанії гостинності повинні:

Навчитися створювати для своїх гостей захоплюючі враження. В індустрії гостинності є можливість застосування усіх чотирьох областей вражень – розваги, навчання, відхід від реальності, естетика .

- провести сегментування гостей, вивчити їх ментальні особливості, потреби, настрої, інтереси і взаємодіяти з ними на емоційному рівні;

- забезпечити оптимальне співвідношення «ціна – враження»;

- прагнути до розширення кількості та різноманіття додаткових послуг без суттєвої зміни ціни базового пакета;

- забезпечити різноманітність харчування, вивчивши кулінарні уподобання цільової аудиторії та забезпечивши низький фудкост за рахунок використання місцевої сировини;

- стимулювати інновації в послугах, технологіях, маркетингу;

- забезпечити професійність та постійне підвищення кваліфікації кадрів;

- впроваджувати системи мотивації персоналу;

- постійно вивчати потреби ринку і тенденції в індустрії гостинності.

Література:

1. Смирнов І. Г. Турецький досвід із застосування системи гостинності «Все включене» в туризмі та можливості його використання в Україні (логістичний аспект) / І. Г. Смирнов // Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія : Географія. – 2011. – Вип. 23. – С. 55-66. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_geogr_2011_23_11
2. Караджова З. К. За или против формулы «Все включено» и ее совершенствовании в Болгарской образовательной сфере // Перспективы Науки и Образования. – 2015. – No 3(15). – С. 170-176.
3. Дишкантюк О.В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності / О.В. Дишкантюк // Економіст. – 2016. – No 7. – С. 25-28.
4. Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа это театр, а каждый бизнес– сцена / Дж. Х. Гилмор, Дж.Б. Пайн. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
5. Пахомов Ю.М. Система цінностей як фактор конкурентоспроможності країн у глобальному світі / Ю.М. Пахомов // Економіка ринкових відносин. – 2008. – No 1(1). – С. 38-45.

Машканцева С. О., к.е.н., доцент

*Національний університет «Одеська морська академія»
м. Одеса, Україна*

АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ

В динамічних умовах сьогодення інноваційний вектор розвитку транспортної галузі є необхідним підґрунтям формування її конкурентних переваг.

Стратегічною метою розвитку транспортної галузі регіону є задоволення потреб інноваційного розвитку економіки і суспільства в конкурентоспроможних транспортних послугах [1; 2]. Стан виробничо-технічної бази і технологічний рівень підприємств перевезень за багатьма параметрами не відповідають зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг. Водночас скорочення обсягів перевезень пов'язане із критичним станом інфраструктури та рухомого складу залізничного транспорту, що заважає доставляти вантажі швидко, вчасно та без втрат.

Слід зазначити, що транспортна система як в цілому по Україні, так і по регіонам, значною мірою не відповідає світовим стандартам, а також вимогам, прийнятим в Європейському Союзі, а її інфраструктура та обладнання суттєво відстають від європейської через відсутність послідовної реалізації загальної стратегії розвитку транспортного сектора та програм для окремих видів транспорту.

На нашу думку, така ситуація спричинена:

– повільними темпами й масштабами розбудови транспортної інфраструктури України порівняно з країнами ЄС, Азії та Сходу, й навіть найближчих сусідів України – Росії та Білорусі;

– техніко-технологічним відставанням транспортної системи, що здорожує процес доставки товару та призводить до переорієнтації транспортних потоків в обхід території України;

– наявністю «вузьких місць» на залізничному транспорті, що перешкоджає налагодженню зв'язку із портовою сферою;

– дефіцитом належного сервісу (інформаційний супровід перевезень, тривалі контрольні процедури під час перетину кордону), низькою швидкістю перевезень, тарифними умовами.

Визначальним фактором, що здатний вивести транспорту галузь регіону із кризи на відповідний техніко-технологічний рівень, є інноваційний розвиток та активне впровадження інноваційних процесів. Процес і термін інноваційного відродження транспортної галузі перебувають залежно від обсягів фінансової підтримки інновацій. Потреба пришвидшеного техніко-технологічного розвитку зумовлює перехід на модель інноваційно-інвестиційного розвитку, у якій розроблення та впровадження інновацій стимульовано достатнім інвестиційним забезпеченням.

Інноваційний розвиток транспорту полягає у створенні умов для економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності національної економіки та якості життя населення через забезпечення доступу до безпечних і сучасних транспортних послуг, перетворення географічних особливостей країни на її конкурентні переваги [3; 4].

До основних причин, що обумовлюють необхідність інноваційного розвитку підприємств транспортної галузі, можна віднести:

- загострення конкуренції та намагання максимізувати прибуток;
- збільшення попиту споживачів на послуги;
- необхідність формування позитивного іміджу та репутації підприємства;

- впровадження у процес надання послуг наукових винаходів та розробок для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Враховуючи складність та важливість інноваційного розвитку в транспортній галузі є об'єктивна необхідність формування системи управління, яка б охоплювала всі етапи інноваційного процесу, сприяла ефективному використанню ресурсів, контролювала всі етапи, здійснювала заходи, пов'язані з мотивацією учасників процесу, їх навчанням тощо. Методика формування системи управління інноваційним процесом передбачає такі етапи:

- визначення цілей, завдань, функцій управління;
- визначення необхідних операцій управління, обсягів і напрямків інформації;

- обґрунтування технологій і технічних засобів для виконання функцій управління;

- визначення обсягів необхідних інвестицій для формування і технічного оснащення системи управління;

- обґрунтування професійного складу конкретного органу управління і його підрозділів.

Отже, напрямами активізації інноваційного розвитку транспортної галузі регіону є:

– розширення співпраці малих інноваційних підприємств, створених на базі закладів освіти або науково-дослідницьких установ з суб'єктами господарської діяльності на транспорті за умов впровадження інноваційних розробок;

– залучення до співробітництва компаній ІТ-індустрії для розробки моделей бізнес-процесів транспортних підприємств, заснованих на їх мережевій взаємодії з підприємствами-партнерами, програмного забезпечення проектного управління оптимізацією процесів реалізації сумісних інноваційних проектів на транспорті, програм створення та надання електронних транспортних послуг та послуг електронної логістики;

– розвиток лізингових відносин безпосередньо між виробниками транспортних засобів та підприємствами транспорту без залучення до процесу купівлі-продажу зайвих посередників;

– стимулювання розвитку внутрішньої інноваційної активності працівників транспортних підприємств.

Запровадження інноваційних підходів до управління підприємствами з урахуванням вимог ринку послуг, галузевих та регіональних особливостей є пріоритетним завданням досягнення ефективності та конкурентоспроможності діяльності транспортної галузі регіону.

Література:

1. Адаменко О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств // Наукові праці Національного у-ту харчових технологій. 2010. № 35. С. 5-10.
2. Климчук А.О. Сучасна парадигма забезпечення конкурентних переваг підприємства // БізнесІнформ. 2014. № 1. С. 221–225.
3. Лагодієнко В.В. Логістика по-японськи: підвищення ефективності діяльності підприємств / В.В. Лагодієнко, О.В. Корнієцький // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – № 275. – С. 207-210.
4. Федулова І. В. Синергетична еволюційна модель інноваційного розвитку підприємства // Наук. пр. Нац. ун-ту харчових технологій. 2010. № 36. С. 114-118.

**Nagorny I. Ye., Candidate of Economic Sciences,
Leading Researcher**

**Gryshchenko O. F., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

*Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko
Sumy, Ukraine*

RESEARCH AND ANALYSIS OF COMMERCIAL FAILURE CAUSES OF PRODUCT INNOVATIONS

The development and commercialization of new and innovative products in the market is an important factor that will determine the stable and successful business activity in the future. However, the start of something new – is a very delicate phase of innovation process, because not all goods can be successful in the market.

Commercial failures constantly occurred in the market, especially for those enterprises that build their activities on an innovative basis. Therefore, determining the main causes of failures in the market of new and innovative products, their analysis, elimination and prevention in the future during innovation activity remain relevant. This forms the purpose of this research.

Despite the considerable number of information that contain the causes of product's commercial failures in the market, the vast majority of them are not relevant to the actual research, because the reasons given in these sources are incomplete, general, and often far-fetched. The article analyzes the results of empirical research to determine the causes of commercial failures in the market for new and innovative products. Expert opinions of famous scientists and researchers from the issues raised were involved in the analysis. A generalization of the obtained results is performed with division of all causes into four groups (marketing, technical, organizational, financial). Subsequently, an in-depth analysis within each group is provided (Table 1).

Table 1

Comparison of causes of failures by sources of information

№	Author / Source of information	Groups of reasons			
		Marketing	Technical	Organizational	Financial
1	D. Hopkins, E. Bailey [1]	4	2	-	1
2	B. Daude [2]	3	2	-	1
3	American experts [3]	5	1	-	-
4	K. Burdey, N. Troyan [5]	5	1	4	1
5	A. Baryshnikov [9]	4	2	2	-
6	R. Osborne [6]	2	-	2	1
7	R. Cooper [10]	3	1	2	1
8	A. Petrunenkov [11]	5	1	-	-
9	BCSII [7]	4	2	2	3
10	M. Ovsyannikova [12]	4	1	-	-
11	P. Kotler [15]	5	1	1	1
12	F. Webster, Jr. [13]	4	2	1	-
13	K. Clancy [8]	7	1	-	-
14	O. Khotyashева [14]	5	-	1	1
15	W. Rudelius [4]	6	1	-	-
16	Y. Nagorny	5	2	1	2
	Total cases	71	20	16	12
	The relative weight	59,7	16,8	13,4	10,1
	Frequency of cases	100	87,5	56,3	56,3

Of the 119 reasons for failure, 71 were attributed to the marketing group (59.7%). 20 reasons (16.8%) were attributed to the technical group, 16 reasons (13.4%) to the organizational group, and 12 (10.1%) to the financial group. Marketing causes of failure were identified in all 16 studies, technical – in 14 (87.5% of cases), organizational and financial – in 9 (56.3% of cases).

The research revealed that the group of marketing causes is the largest, both in quantity and manifestation frequency. This group covers the entire spectrum of

marketing: mistakes in pricing, product, communication and distribution policies, as well as mistakes in the overall marketing strategy, mistakes in assessing consumer needs, market volumes, competition level, etc. Despite the fact that companies use the concept of marketing, the results of the research revealed that 75% of innovations are doomed to market failure precisely because of incorrect assessment of consumer needs and requests. The technical reasons for the failures are related to the low level of technical staff and the low level of technological development of enterprises. Organizational causes of failures arise because of the low level of competence of decision-makers, the low level of organizational culture of the enterprise, as well as the neglect of management to innovate. Lack of own funds for innovative activities and the inability to attract them from outside, these are the main causes of failure related to the group of financial reasons.

Studies have shown that most often market failures occur due to various marketing reasons. The groups of organizational and technical reasons are second in rating and the group of financial reasons is third. However, it has been found that financial reasons should not be neglected, as they are often the starting point for various actions to create and commercialize a product. Preventing these causes in innovative activity is the main condition for the commercial success of the product. The analysis and generalization of failures' causes will make the future development of product innovation more successful in terms of strategic marketing.

References:

1. Hopkins, D. S. (1980). *New Product Winners and Losers. The Conference Board Report*, No. 773.
2. Lambin, J.-J. (2005). *Menedzhment, orientirovanny na rynek* [Market oriented management]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
3. Krasnokutsjka, N. (2003). *Innovacijnyj menedzhment* [Innovation management]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
4. Rudelius, V. (2009). *Marketyng* [Marketing]. Kyiv: NMC «KUMOU». (in Ukrainian)
5. Burdey, K., Troyan, N. (1999). *Vyvedenie novogo produkta na rynek. Etapy i informatsionnaya podderzhka* [Launching a new product on the market. Stages and informational support]. *Advertising ideas*, № 1(26), pp. 7-10.
6. Osborne, R. (2002). Value Chain Survey: New Product Development – Lesser Royals. *The Industry Week*, Apr 01.
7. Babaskin, S. Ya., Zinov, V. G. (2002). *Kommertsializatsiya tekhnologiy: teoriya i praktika* [Technology Commercialization: Theory and Practice]. Moscow: Monolit. (in Russian)
8. Clancy, K. J., Krieg, P. C., Wolf, M. (2007). *Modelirovanie rynka : kak sprognozirovat' uspekhnovogo produkta* [Market simulation: how to predict the success of a new product]. Moscow: Vershina. (in Russian)
9. Baryshnikov, A., Kuz'min, A. (2019). Razrabotka novykh produktov s uchetom trebovaniy marketinga [Development of new products with the requirements of marketing]. Available at: <http://www.inventech.ru/lib/projection/> (accessed: 16.07.2019). (in Russian)
10. Cooper, R. G. (2002). Razrabotka novykh tovarov [Development of new products]. *Marketing* [Marketing]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
11. Petrunenkov, A. A. (2002). *Organizatsiya razrabotki novogo tovara* [Organization development of a new product]. Moscow: Monolit. (in Russian)
12. Ovsyannikova, M. (2004). Proverka na prochnost' dlya... nou-khau [Strength test for ... know-how]. *Realization of scientific potential and knowledge-intensive business*, January–December. Available at: <http://www.sbras.nsc.ru/np/vyp2004/pr02.htm> (accessed: 16.07.2019). (in Russian)

13. Webster, F. (2005). *Osnovy promyshlennogo marketinga* [Basics of industrial marketing]. Moscow: Grebennikov Publishing House. (in Russian)
14. Khotyashева, O. M. (2007). *Innovatsionnyy menedzhment*. [Innovative Management]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
15. Kotler, F., Keller, K. L., Pavlenko, A. F. (2008). *Marketynghovyj menedzhment* [Marketing Management]. Kyiv: Khimdzhest. (in Ukrainian)

Фашевська О. М., к.е.н., с.н.с.

*ДУ «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»
м. Київ, Україна*

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Одним з найважливіших чинників інклюзивного розвитку економіки є надходження необхідних інвестиційних ресурсів у види діяльності та галузі національної економіки, які є ключовими для набуття економічним розвитком якості «інклюзивного». При цьому виникає питання – якими мають бути якісні характеристики таких інвестицій, чи мають вони особливі ознаки як особливе, нове економічне, соціальне і суспільне явище.

Необхідно відмітити, що не лише змістовне наповнення, але й сама назва цього явища на даний час не мають узгодженого різними групами дослідників визначення. Так, в англійській науковій літературі інвестування у досягнення інклюзивного розвитку переважно позначається терміном «*impact investment/investing*» або, рідше, «*inclusive investment/investing*», тобто інвестування у створення, розширення, диверсифікацію, модернізацію підприємств і компаній різних видів економічної діяльності, результатом якого має бути не лише позитивний фінансовий результат (прибуток), а й досягнення позитивного впливу на вирішення актуальних соціальних, екологічних, суспільних проблем певної країни, її регіону або світу в цілому і дотриманням (на суттєво помітному рівні) соціальної справедливості.

За визначенням GIIN (Глобальної мережі імпаکت-інвестування) «... Імпаکت-інвестиції – це інвестиції в компанії, організації та фонди, здійснені з метою отримання позитивного, вимірюваного соціального та екологічного впливу поряд з фінансовою віддачею. Імпакт-інвестиції можуть здійснюватись як на ринках, що розвиваються, так і на розвинених ринках, а цільовий діапазон очікуваного доходу коливається від нижче ринкового рівня до ринкового, залежно від стратегічних цілей інвесторів. Практика імпакт-інвестування визначається наступними чотирма основними характеристиками: 1) інтенціональність (спрямованість на певний об'єкт); 2) очікування доходу від інвестицій; 3) наявність діапазону очікувань щодо доходності інвестицій та класів активів; 4) вимірюваність впливу» [1].

Глобальний ринок імпакт-інвестування демонструє стійку тенденцію до зростання протягом останніх років. Так, у 2012 р. у річному опитуванні GIIN

взяло участь 99 інвесторів, які віднесли себе до категорії «*impact investors*», сумарний обсяг інвестицій яких досяг 8 млрд. дол. з інвестиційними планами на 2013 р. у розмірі 9 млрд. дол. У звіті GIIN за 2017 р. зазначено, що до категорії «*impact investors*» себе відносили вже 209 інвесторів з сумарним обсягом інвестицій 22,1 млрд дол. у 2016 р., вкладених у майже 8 тис. інвестиційних проектів. Загальний обсяг імпаکت-інвестицій, який перебував під їх управлінням становив 114 млрд. дол. [2].

Звіт, оприлюднений у 2018 р. свідчить про подальше зростання як кількості імпаکت-інвесторів (до 225), так й обсягу імпаکت-інвестицій (до 35,5 млрд. дол.) та кількості проектів (до понад 11 тис.). При цьому понад половина опитаних орієнтується на досягнення середньоринкової ставки дохідності інвестицій, тобто розглядає таку діяльність як досить прибуткову. Глобальною мережею імпаکت-інвестування зазначається, що «...зростання ринку імпаکت-інвестицій забезпечує необхідний капітал для вирішення найгостріших глобальних завдань у таких секторах, як стале сільське господарство, відновлювані джерела енергії, мікрофінансування, доступні та зручні базові послуги, такі як житло, охорона здоров'я та освіта» [3].

В Україні як аналог «*impact investing*» вживається переважно термін «*соціальні інвестиції*», хоча зустрічаються й інші форми перекладу: «*інклюзивні інвестиції*», «*імпаکت-інвестиції*», «*соціально відповідальні інвестиції*» [4-6]. Вважаємо, що для позначення інвестицій з певними якісними характеристиками, які можуть стати базисом досягнення інклюзивного розвитку економіки України, найбільш доцільним є використання термінів «*інклюзивні інвестиції/інвестування*».

Які ж особливі якісні характеристики, на нашу думку, притаманні саме інклюзивним інвестиціям?

По-перше, це *особлива мета інклюзивного інвестування* – отримання позитивного соціального, екологічного, управлінського тощо ефектів, які проявляються у підвищенні рівня включення (інклюзії) окремих категорій населення як у процес економічного розвитку та розподіл його результатів, так і в цілому у життєдіяльність суспільства. Цим забезпечується не лише досягнення високих значень основних макроекономічних показників (економічне зростання), а й підвищення якості життя людей (інклюзивне економічне зростання).

По-друге, це *особливі категорії населення*, на які спрямований суспільно важливий ефект інклюзивних інвестицій. Це категорії, для яких існує високий ризик виключення з процесу соціально-економічного розвитку або які можуть стати економічно активними за умови підтримки з боку держави – безробітні з довгим строком перебування без роботи, що втратили професійні навички; робітники професій, які можуть зникнути у найближчі роки (десятиліття); особи, яким залишилося 10 і менше років до пенсії; самозайняті; молодь, яка не має трудового досвіду; особи з особливими потребами; особи, що перебувають у кризових життєвих обставинах або які не мають доступу до сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій та інфраструктури.

По-третє, це *особливі напрями інклюзивного інвестування*, які можуть вагомо впливати на практичне втілення основних структурних елементів моделі

інклюзивного розвитку економіки – розвиток інфраструктури та підприємництва, боротьба з корупцією та збалансований розподіл ренти, розвиток освіти, удосконалення розподілу податків та соціального захисту.

Отже, найбільш важливими *напрямами інклюзивного інвестування*, необхідними для реалізації ключових складових інклюзивного економічного розвитку доцільно визначити наступні:

1. *Інвестування у формування, розвиток та підвищення якості людського капіталу* з метою актуалізації рівня і підвищення якісних характеристик освітніх та кваліфікаційних показників населення, розширення переліку його компетенцій на ринку праці, перекваліфікації та підвищення кваліфікації, розвитку творчих здібностей, активізації у сфері самозайнятості тощо.

2. *Інвестування у розвиток транспортної, енергетичної, комунальної інфраструктури та житлового будівництва*, оскільки ці сектори економічної діяльності забезпечують базові потреби населення у комфортних та гідних умовах проживання.

3. *Інвестування у створення системи підтримки підприємництва*, зокрема орієнтованого на розвиток підприємницьких здібностей молоді, жінок, осіб зрілого віку, осіб з обмеженими можливостями.

4. *Інвестування у розвиток телекомунікаційних та інформаційних технологій* для забезпечення доступу максимально широких верств населення до сучасних засобів зв'язку, комунікацій, інформації, форм зайнятості. В умовах глобальної цифровізації економічних процесів особливо важливим є інвестування у доступ вразливих категорій населення до сучасних форм зайнятості та професій у галузі інформаційних технологій, оскільки традиційні форми зайнятості та професії можуть бути для них «недосяжними» через невідповідність їх професійно-кваліфікаційного рівня, вікові особливості, стан здоров'я.

5. *Інвестування у розвиток доступу населення до фінансових послуг* – як традиційних банківських установ, так і технологій Інтернет-банкінгу, мобільного банкінгу, мобільних платіжних систем, новітніх інструментів фондового ринку, тобто підвищення *фінансової інклюзії*.

6. *Інвестування у розвиток екологічно сприятливих технологій* – низько-вуглецевих, малоресурсних та безвідходних виробництв, у переробку накопичених промислових та твердих побутових відходів, розвиток сучасних джерел енергії, енергозбереження, рекультивацію постраждалих територій.

Література:

1. What You Need to Know about Impact Investing. Global Impact Investing Network (GIIN). URL: <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/>

2. Abhilas, Mudaliar, Schiff, Hannah, Rachel Bass, Hannah Dithric. Annual Impact Investor Survey 2017. URL: https://thegiin.org/assets/GIIN_AnnualImpactInvestorSurvey_2017_Web_Final.pdf

3. Abhilas, Mudaliar, Rachel Bass, Hannah Dithric. 2018. *Annual Impact Investor Survey 2018*. URL: <https://thegiin.org/research/publication/annualsurvey2018>

4. Герасименко Г.В. Соціальні інвестиції: витоки ідеї та теоретичне обґрунтування поняття // ВІСНИК ЖДТУ. – 2012. – № 2(60). – С. 21-24.

5. Мельничук Л.С. Сутність та значення соціальних інвестицій / Л.С. Мельничук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11. – С. 434-437.

6. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності // Теоретичні і прикладні питання економіки. – Вип. 24. – 2010. – С. 212-218.

СОБОРНОСТЬ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА ГАРМОНИЧНОГО СОЕДИНЕНИЯ ПАРТНЁРСТВА И КОНКУРЕНЦИИ

Культивирование продуктивной социально-экономической среды требует поддержания условий как конкуренции / состязательности, так и кооперирования / партнёрства. Противопоставление производства – потребления, времени труда и досуга преодолевается свободой творческого самовоплощения (прежде всего, в труде и управлении). В творчестве не только свобода, но и необходимость – подчинённый элемент развития и реализации человека и общества. Нахождение и поддержание баланса конкуренции / состязательности и кооперирования / партнёрства в меняющихся условиях – характеристика соборности общественной жизни (порой описываемой в понятиях «социально-политической гармонии», «общественной симфонии» и т.п.).

Повышение ценности и человеческой жизни, и возможности творчества ориентирует при «стабильной нестабильности» в глобальном масштабе на защиту и развитие организационно-управленческих комплексов обеспечения общественной жизнедеятельности. Более того, на острие противостояния моделей – предоставление того и другого в каждой из них [1-3].

Формирование и совершенствование таких комплексов опирается не только на достигнутый глобальный характер конкуренции / состязательности и кооперирования / партнёрства, но и на выраженные особенности комплексов обеспечения общественной жизнедеятельности. Соответственно, имеет многоуровневые региональные отличия. Наиболее устойчивые из них интегрируют свои социокультурные и политико-экономические черты в культурно-цивилизационные миры. При этом каждый из них отличается пониманием и самих подходов к совокупности оптимальных условий, и организационно-управленческих путей их обеспечения [4-7].

Разумеется, оптимизация общественной жизнедеятельности нуждается и в поддержке взаимоприемлемых принципов внешнего взаимодействия, и в сохранении своего понимания и устройства: социокультурного и политико-экономического, – основанного на базовых ценностно-смысловых комплексах, сохранение и развитие которых и несёт в себе отличия каждого культурно-цивилизационного мира. Собственно, забота о культивировании базовых ценностно-смысловых комплексов (в т.ч. и в политико-экономическом устройстве) – непреложное условие не только оптимизации структурирования и развития, но и общественной безопасности, входящее в восприятие самоидентичности. Подлинный суверенитет отнюдь не противоречит глобализации, но требует как действенного самоуважения, так и инновационных форм организации и регулирования, а также пресечения попыток внешнего управления. Причём обновление форм и самих базовых ценностно-смысловых комплексов, и их проявлений в механизмах общественного взаимодействия: конкуренции / состязательности и

кооперирования / партнёрства, – предпосылка успешной самозащиты и участия в глобальном обмене. Некоторое время соборность народа в социокультурной и политико-экономической сферах может осуществляться и в стагнирующих, а также ретроградных моделях; но долгосрочную устойчивость приносит концентрация на стратегии развития. Соответственно, главным фактором хозяйственного успеха становится инновационная направленность экономической культуры, восприимчивость к нововведениям, гибкость, мобильность, готовность быстро адаптироваться в переменчивых условиях без утраты стабилизирующей роли базовых ценностно-смысловых комплексов культурно-цивилизационного мира [8-13].

Очевидно, на авансцену исторического противостояния выходит умение не только защитить свои пути условий достижения проявлений повышения ценности и человеческой жизни, и возможности творчества, а также оптимизации их регуляторного обеспечения, но и противостоять попыткам навязывания внешних, удобных иным культурно-цивилизационным мирам, нормативов и подходов. Обостряется требование сохранения суверенности при глобальности контактов, охраны возможности и наращивания потенциала принятия и проведения решений в глубинных интересах своего народа, собственного культурно-цивилизационного мира [14-16].

Литература:

1. Шедяков В.Е. Ценность жизни и возможность творчества как характеристики общественных изменений. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Ст. 1. 2017. Вип. 5(11). С. 11-18. Ст. 2. 2018. Вип. 6(18). С. 34-39.
2. Шедяков В.Е. Создание привлекательных условий жизни и благоприятных для творчества предпосылок – цель и условие долгосрочного эндогенного социально-экономического развития при формировании «умного общества». *The Development of International Competitiveness: State, Region, Enterprise: Proceed. of Intern. Scient. Conf. Lisbon, 2016. Part II*. P. 34-36.
3. Шедяков В.Е. Совершенствование общественных отношений и развитие творческой активности. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 19. С. 136-141.
4. Shedyakov V. Creation and realization of organizational-management strategy during paradigm transformation. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities / ed. by M. Bezpartochnyi. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 3. P. 345-364.*
5. Шедяков В.Е. Активизация социально-экономических ресурсов обеспечения общественного согласия в решении стратегических созидательных задач. *Інституціалізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України / ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя: Гельветика, 2019. С. 242-261.*
6. Шедяков В.Е. Организационно-управленческие ресурсно-методологические возможности обеспечения конкурентоспособности. *Theoretical and practical aspects of the development of modern science: the experience of countries of Europe and prospects for Ukraine / Scient. ed. & project dir.: Anita Jankovska. Part I. Riga: Baltija Publishing, 2018. P. 495–517.*
7. Shedyakov V. Social partnership in the system of organization of the social environment of effective competitiveness management. *Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities / ed. by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. II. P. 222-239.*
8. Wallerstein I. *World-Systems Analysis. An Introduction*. Durham and London: Duke University Press, 2004. 110 p.

9. Gamble A. Crisis Without End? The Unravelling of Western Prosperity. UK: Palgrave Macmillan, 2014. 240 p.
10. Castells M. The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. II. Wiley-Blackwell, 2010. 584 p.
11. Александр Дынкин: Имперские циклы. Поиски национальной идентичности. Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/interview/661058>
12. Шедяков В.Е. Ценностные основания национальных моделей социально-экономического развития. National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce: Baltija Publishing, 2016. Vol. 2. P. 164-190.
13. Шедяков В.Е. Возможности и риски эпохи: научно-исследовательская рефлексия – рефлексивное управление – рефлексивная модернизация. Management of modern socio-economic systems / ed. by J. Žukovskis, K. Shaposhnykov. Kaunas: Baltija Publishing, 2017. Vol. 1. Pp. 201-218.
14. Шедяков В.Е. Геостратегические трансформации как политико-экономическая среда организационных изменений. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 1(69). Ч. 1. С. 16-24.
15. Шедяков В.Е. Стратегические трансформации методологий социального управления в осуществлении общественных интересов культурно-цивилизационного мира. Гілея. 2013. № 76 (№ 9). С. 190-194.
16. Shedyakov V. Economics of development or dying away: the role of social and information technologies. Development of modern science: the experience of European countries and prospects for Ukraine. Riga: Baltija Publishing, 2019. Pp. 289-307.

MODERN BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE

Омельяненко О. М., аспірант

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
м. Суми, Україна*

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ АСПЕКТІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Цифрова трансформація – це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Зі стратегічної токи зору необхідно розуміти, що цифрова трансформація передбачає не тільки встановлення сучасного устаткування або програмного забезпечення, але й фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури і комунікацій. У результаті підвищуються продуктивність і рівень задоволеності клієнтів, а компанія здобуває репутацію прогресивної та сучасної організації.

Цифровізація процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств. У сучасних умовах окремі галузі вибирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати динамічним умовам ринку. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібної торгівлі, державного сектору та інших сфер уже сьогодні змінює життя кожної людини та кожної компанії.

Не поступається зазначеним вище секторам і сфера ресторанного бізнесу, інтеграція цифрових технологій у яку вже формує цілий сегмент – Foodtech. На закордонному ринку можна виділити наступні основні напрямки Foodtech:

- доставка їжі з ресторанів і кафе;
- доставка продуктів харчування;
- можливість попереднього замовлення страв до певного часу / замовлення їжі на виніс;
- наявність великої кількості сервісів з широкою базою ресторанів і можливістю замовлення страв он-лайн.

Цифровізація ресторанного бізнесу відбувається у двох напрямках: спілкування з клієнтом переходить в он-лайн, і через масштабне впровадження автоматизації скорочується кількість персоналу, задіяного в обслуговуванні та управлінні [2].

Згідно з дослідженнями, одним зі стабільних трендів в останні роки залишається ріст популярності програм лояльності. Спеціальні пропозиції та маркетингові акції тепер є практично у всіх ресторанів, а клієнти перед відвідуванням закладу як мінімум переглядають сайт закладу, пабліки в соціальних мережах та читають відгуки. Крім того, в умовах зростаючої конкуренції на зміну класичним бонусним програмам приходять більш просунуті акції, програми з елементами гейміфікації.

Програми лояльності масово переходять у цифровий формат. Замість пластикових карт з'являються мобільні додатки, які поєднують у собі бонусну систему, можливість бронювання столиків, інформаційну систему, спеціальні пропозиції, персональні рекомендації, щоденники харчування та інструменти зворотного зв'язку.

Експерти міжнародного IT-проекту попереднього замовлення в ресторанах і кафе Foodle, виділили топ-5 проблем, які гальмують сферу громадського харчування [1]:

1. Низькі темпи розвитку ринку Foodtech і цифровізації ресторанного середовища;
2. Погіршення якості харчування поза домом через економію часу;
3. Відсутність ефективних аналітичних платформ, що надають широкий зріз даних поведінкової аналітики гостей, що дозволяють поліпшувати якість взаємодії;
4. Необхідність економії часу та збільшення швидкості обслуговування гостей у закладах громадського харчування;
5. Необхідність швидкого та зручного поділу рахунку між декількома гостями при спільному відвідуванні ресторану.

На відміну від закордонного ресторанного ринку, де цифровізація ринку наразі досягла високого рівня (частка проникнення он-лайн сервісу в сегменті харчування в США складає 3%, у Великобританії 7%), Foodtech в Україні тільки починає впроваджуватися – частка он-лайн сервісів становить не більше 1%. Згідно з аналітикою ресторанний бізнес показує певен ріст, а також активно розвивається сфера електронної комерції.

Ці фактори говорять про необхідність активного впровадження та розвитку Foodtech, тому що найближчим часом ринок громадського харчування чекають зміни.

З точки зору практичних аспектів впровадження Foodtech основне завдання, яке буде стояти перед ресторанним бізнесом, буде пов'язано з максимальним полегшенням замовлення та впровадженням інновацій, щоб зробити замовлення можливим в один-два кліки.

Для вирішення цього завдання необхідною є аналіз ринку та запитів цільової аудиторії. Поточні тренди розвитку ринку електронної комерції та онлайн-замовлень диктують необхідність використання розширеної аналітики про цільову аудиторію та клієнтів. Як правило, ресторани не мають у своєму розпорядженні такої статистики про свою аудиторію та відповідно не мають гнучких і зручних інструментів для проактивного управління асортиментом та каналами просування, а відтак й обсягами продажів, стимулювання збуту та збільшення доходів.

Для надання якісної послуги необхідно мати максимально повну інформацію про цільового споживача і максимально персоналізувати дані про нього. Це дасть можливість ефективно використовувати рекламні канали та регулювати робочі процеси в потрібному напрямку.

В цих умовах впровадження системи (елементів системи) Big Data дозволяє одержувати розширену аналітику по користувачах у будь-якій сфері, що відкриває широкі можливості для власників бізнесу. Можливість персоналізації, поліпшення якості послуг, зміни й розширення асортименту дозволяють значно поліпшити

якість послуги або сервісу. З розвитком електронної комерції й ринку Foodtech розширена аналітика буде все більш необхідною в бізнесі.

Експерти Gartner вважають, що успіх цифровізації залежить не стільки від сучасних технологій, скільки від наявності вибудованих виробничих процесів і систем. Навички, ініціативи й моделі ведення бізнесу в 15 раз важливіші для досягнення успіху в цифровізації, ніж розрізнено впроваджені технології [4].

Система бізнес-аналітики сприяє зниженню витрат через їх оптимізацію. Іншими словами, автоматизація аналітики дозволяє найбільш ефективно управляти підприємством. Можна акумулювати всі дані на одній платформі та ухвалювати рішення виходячи з реальної ситуації в режимі реального часу.

З цієї точки зору основним завданням системи управління рестораном є управління інформаційними потоками, і системи бізнес-аналітики дозволяють зберігати та здійснювати обробку великих обсягів даних.

Беззбитковість інвестицій у систему управління бізнес-процесами виникає з початком системного аналізу бізнес-процесів підприємства з метою їх стратегічного поліпшення. Тому розробка моделі аналітичних індикаторів бізнес-процесів є одним з найбільш важливих і складних завдань розвитку бізнес-аналітики. На думку автора дослідження [3], рівні декомпозиції мають наступне призначення в бізнес-аналітики:

- стратегічний рівень «Діяльність» є абстрактною моделлю планування вектора цілі та визначення пріоритетів розвитку бізнес-системи;

- тактичний рівень «Процеси» (бізнес-функції) призначений для забезпечення балансу системи на основі функціональних бюджетів у процесі розвитку, а також для своєчасної реакції на критичні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства й адаптації до них;

- рівень «Операції» передбачає фактичне управління на основі стратегічної цільової функції і тактичних бюджетних обмежень, вимірюються та поліпшуються параметри конкретних дій.

Таким чином, попередня аналітика бізнес-процесів при впровадженні цифрових технологій в ресторанному бізнесі крім потенційних зручностей для клієнтів відкриває безліч нових можливостей власне для бізнесу. Серед них можемо відзначити оптимізацію роботи кухні та можливість планування завантаження, ріст виручки за рахунок охоплення нової аудиторії. В цих умовах послуги та платформи спеціалізованої бізнес-аналітики дозволить вивести на новий прогресивний рівень роботу з клієнтами, а також здійснювати ефективне управління маркетингом.

Література:

1. Зайцев Д. Глобальная цифровизация ресторанной сферы. 2018. URL: <https://vc.ru/food/51756-top-5-problem-kotorye-tormozyat-sferu-obshchestvennogo-pitaniya-v-rossii> (дата звернення: 22.09.2019).
2. Как автоматизация процессов меняет сферу общественного питания. 2018. URL: <https://rb.ru/longread/new-restaurant/> (дата звернення: 22.09.2019).
3. Могилко Д. Аналитика бизнес-процессов. 2018. URL: https://www.businessstudio.ru/articles/article/analitika_biznes_protsesov/ (дата звернення: 22.09.2019).
4. Мосто М. Цифровые двойники открывают новые возможности для приборостроения и электронной промышленности. 2019. URL: <https://controlengrussia.com/innovatsii/novye-vozmozhnosti/> (дата звернення: 22.09.2019).

ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES

Gliebova N. V., Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor

National University of Pharmacy

Kharkiv, Ukraine

THE IMPACT OF BUSINESS PLATFORM ON THE COMPETITION NATURE ON THE UKRAINIAN MEDICAL MARKET

For the present, the use of an electronic health care system is becoming more relevant. First and foremost, it is the application of information technologies to improve the efficiency of health care and access to health care. It should benefit health care providers, professionals and final users by improving the quality of service [1]. The introduction of an electronic health care aligns medical care delivery processes, has a positive impact on the quality and cost of medical care, including the reducing of a number of surveys and their duplications.

EHealth engages patients, medical care providers and institutions through information and communication technologies. The implementation of the principles of e-medicine is set by the European Union Program «European Health Strategy 2020» and the strategy of the information community development in Ukraine.

Multifaceted business platforms are being introduced in medicine, which is an integral part of the eHealth system, as well as enhances the quality, efficiency, accessibility and convenience of medical services by means of modern digital technologies. Business platforms on the markets of medical products and services are characterized by the complexity of infrastructure, as they perform not only economic (maximizing profits, reducing costs, achieving market leadership, meeting final user needs, etc.), but also industry-specific social, demographic and political goals.

The use of business platforms changes the competitive relationships significantly, which is related to the dynamism and constant development of innovations on the markets of medical goods and services. Competition research is the basis for improving antitrust legislation and establishing an effective mechanism for state regulation of markets.

The problems of multilateral markets and business platforms are widely covered in foreign literature, and a considerable number of scientific publications are devoted to it [2-8]. Works of such scientists as P. Vasilakopulu, M. Grizo, T. Jensen, D. Walsh. K. Moran, R. Bayes, A. Salnikov, V. Vishnevsky played an important role in the study of platforms on the medical market.

The development of information technology and the introduction of multilateral business platforms in all spheres also changes market relations, contribute to the development of all types of economic activities, including medical ones.

In 2001, the editor of «Journal of Medical Internet Research», G. Eysenbach, first tried to define the term «electronic health care»: «an emerging field in the intersection of medical informatics, public health and business» [4].

The World Health Organization (WHO) in the field of eHealth understands the provision of medical assistance to patients, the training and education of health professionals, the identification of diseases and the monitoring of public health trends through ICT advancements [9]. In 2005, WHO adopted a resolution on the development of an eHealth system that includes a wide range of health services and information technologies. Remote consultations with a specialist (telemedicine and mobile medicine), electronic prescriptions, electronic «case histories», doctor's choice, entry to a doctor using the site, etc. – components of eHealth [9]. Developed countries in the world are introducing eHealth, adapting the general principles set by WHO to the specificities of national health care.

There are two ways of building the eHealth system – American and European. The US model envisages the development of the medical care market based on the principles of free competition of business platforms, where the state performs regulatory functions. There are several medical platforms on the market that compete for consumers using a wide variety of non-price competition methods. Countries using the US model are the USA and Israel.

In countries where healthcare is guaranteed by the state, the development of eHealth is based on the European model, which involves the creation of a nationwide platform that meets the needs of consumers and stimulates the development of the market. This model was chosen in Denmark, Sweden, Norway, Estonia, Russia.

If business platforms are implemented according to the American model, there is competition for patients, investors, government grants, manufacturers of medical products, research programs, etc. According to the European model, the platform is nationwide and implemented centrally by public authorities, which formulate and define its main goals and components. Competition on medical markets, where the platform is a state monopoly, arises between platform developers, manufacturers of medical products, research institutes, etc.

The main features of competition on the market of medical products and services are:

- operation of platforms under conditions of state monopoly and competition;
- change of the boundaries on the markets of medical products and services through the emergence of relationships between participants who have not previously interacted;
- blur of the boundaries between the classic division of markets by creating networking between the different parties involved on the platform;
- attraction of new participants through innovation;
- increased competition between platform developers and institutions;
- competitive pricing on the markets of medical products and services;
- the use of new methods of unfair competition;
- competition transformed from technological and economic into social and cultural interaction [6; 8].

The doc.ua pilot platform has been successfully operated on the Ukrainian healthcare market, developed through private sector investment to engage consumers and gain a niche on the market. However, this platform provides rather a limited

range of services (physician search and appointment) and only partially meets the needs of consumers in the context of the Fourth Industrial Revolution. Global medical trends in Ukraine bring new challenges on creating the eHealth system through the introduction of a business platform with a wide range of services to meet the needs of all market participants.

Within the framework of the nationwide medical reform in Ukraine, the government initiated the creation of a single state medical eHealth business platform. This platform is a complex of systems, that perform several key functions at the same time: creation of the electronic register for medical institutions, pharmacies, doctors, workers (Medical Service Providers, MSP), the Master Patient Index (MPI), the register of declarations, i.e. contracts between the patient, the medical institution and the doctor for the provision of services; automatic performance of the registration of medical institutions, pharmacies, doctors, declarations and patients (REST API); automatic performance for creation of the billing capital report (financing) and future administration of the platform by the National Health Service. The eHealth platform is currently in a test mode, which makes it impossible to fully assess the impact on competition.

Creating a business platform is an important step in the development of medicine in Ukraine. The eHealth platform is state-owned, that is a monopoly of the state on the healthcare market, and even though the creation of counterparts through private investment is not prohibited, however, as the experience of foreign countries shows, private platforms will not be able to compete with state ones, because they are unable to attract enough participants.

References:

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 25 kvitnia 2018 r. # 411 «Deiaki pytannia elektronnoi systemy okhorony zdorovia» (Iz zminamy, vnesenymy zghidno z Postanovoio KM # 526 vid 19.06.2019). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-2018-%D0%BF>
2. Evans PC, Gawer A. The Rise of the Platform Enterprise A Global Survey. New York: Center for Global Enterprise. 2016. URL: http://www.thecge.net/wp-content/uploads/2016/01/PDF-WEBPlatform-Survey_01_12.pdf
3. Gawer A. Bridging differing perspectives on technological platforms: toward an integrative framework. *Research Policy*. 2014. № 43(7). Pp. 1239-1249.
4. Parker G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P. Platform Revolution. How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. N.Y.: W.W. Norton & Company. Inc. 2016.
5. Deng M., Nalin M., Petkovic M., Baroni I., Marco A. Towards trustworthy health platform cloud. *Proceedings of IEEE 4th International Conference on Cloud Computing*. 2017. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32873-2_12
6. Ihnatiuk A., Honcharuk I. Rozvytok bahatostoronnykh biznes-platform v umovakh 4-yi promyslovoi revoliutsii. *Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky: mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia*. 2017. no. 17, pp. 34-37.
7. Vassilakopoulou P, Grisot T, Blegind J. Building National eHealth Platforms: the Challenge of Inclusiveness. *Association for Information Systems. AIS Electronic Library (AISeL)*. 2017. URL: <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1081&context=icis2017>
8. Kovalenko A. Problematyka yssledovanyi mnohostoronnykh platform. *Sovremennaia konkurentsya*. 2016, vol. 10, no. 3(57), pp. 64-90.
9. Elektronnoe zdavookhranenie. URL: http://apps^normffins/bitstream/10665/20601/1/WHA58_28-ru.pdf?ua=1&ua=1

Гросул В. А., д.е.н., професор
Чатченко О. Є., к.е.н., доцент
Харківський державний університет харчування та торгівлі
м. Харків, Україна

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

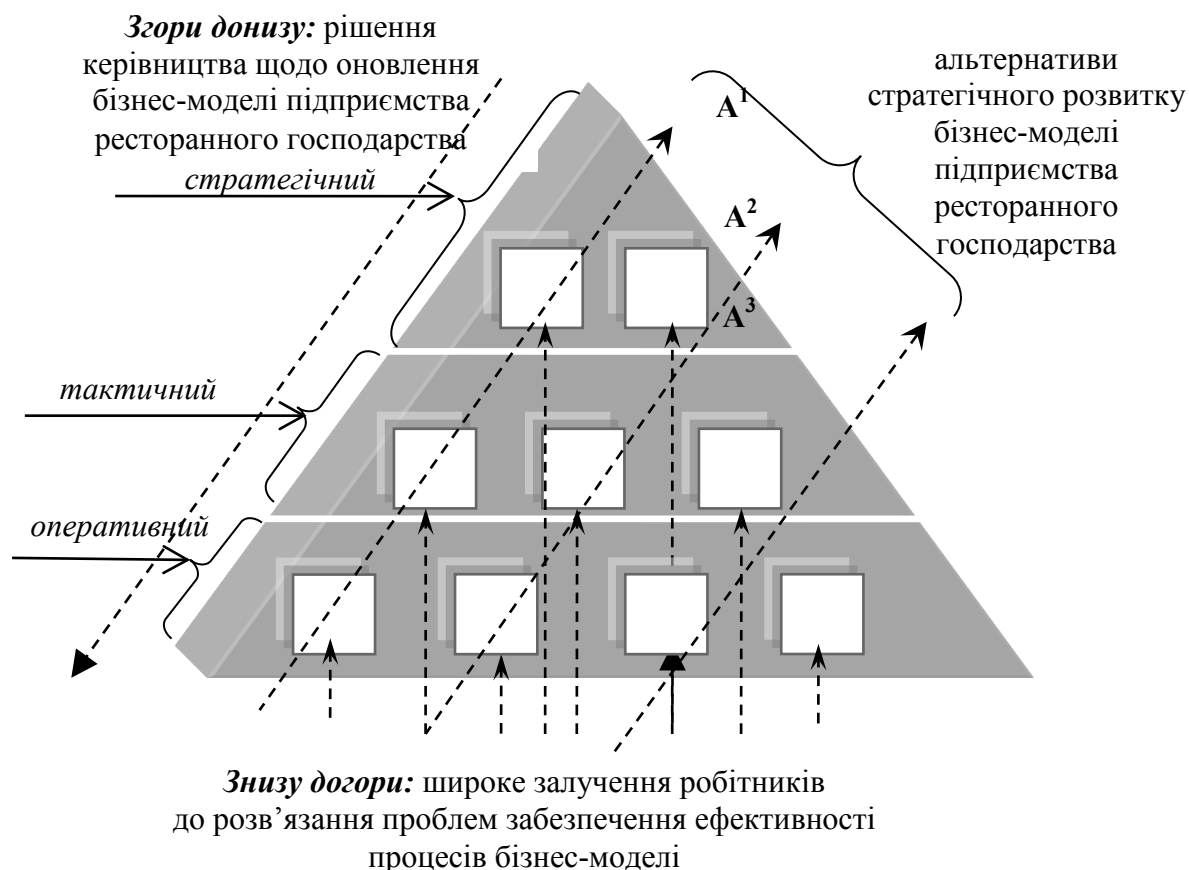
Інтеграційні процеси, стрімкий розвиток та ускладнення відносин диверсифікації в економіці України обумовлюють необхідність здійснення парадигмальних зрушень в осмисленні шляхів і механізмів ефективної життєдіяльності вітчизняних підприємств ресторанного господарства, розробки нових ресторанних концепцій та пошуку новітніх інструментів стратегічного управління. Підприємство ресторанного господарства здатне досягти успіху в конкурентній боротьбі тільки при наявності чітко обґрунтованої стратегії розвитку та стійкої бізнес-моделі. В даному контексті бізнес-модель є свого роду макетом ресторанного бізнесу, а стратегія – являє собою конкретний документ по досягненню його стратегічних цілей. При цьому для досягнення поставлених цілей стратегія повинна супроводжуватися надійною системою управління та ефективною організаційною структурою, найважливішими елементами якої є бізнес-процеси і механізми управління ними.

Діяльність підприємства ресторанного господарства (ресторану, кафе, бару, їдальні, кав'ярні, тощо) пов'язана з необхідністю накопичення та обробки значної кількості різного роду інформації (економічної, технічної, юридичної, технологічної, тощо). Саме інформація зв'язує та об'єднує всі елементи бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. Для вирішення завдань розвитку бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства одним з найбільш важливих і необхідних завдань є вміння аналізувати і використовувати цю інформацію на різних рівнях управління: стратегічному, тактичному та оперативному.

Приймаючи до уваги необхідність забезпечення збалансованого управління бізнес-моделлю на різних рівнях управління, вважаємо за доцільне з метою забезпечення ефективності управління бізнес-моделлю підприємства ресторанного господарства у процесі здійснення якісних трансформаційних змін вважаємо за доцільне застосовувати інтегрований підхід, який полягає у визначенні напрямів управлінських зусиль у процесі трансформації запропоновувати інтегрований підхід. Інтегрований підхід до управління бізнес-моделлю підприємства ресторанного господарства дозволяє об'єднати окремі ініціативи в цілісну програму з міцними внутрішніми зв'язками. Відсутність або неповноцінність хоча б однієї з осей прирікає на невдачу бізнес-модель підприємства ресторанного господарства.

Інтегрований підхід дозволяє сформуванню цілісну систему взаємопов'язаних процесів різних рівнів управління бізнес-моделлю підприємства. Процес оновлення (або трансформації) бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства представлений у тривимірному просторі (рис. 1), в якому позначено напрями окремих контурів прийняття стратегічних рішень. Рух

«згори донизу» відображає встановлення керівництвом підприємства ресторанного господарства загальної спрямованості руху траєкторії систематичного оновлення бізнес-моделі з метою концентрації зусиль на забезпеченні намічених цільових орієнтирів. Для оновлення бізнес-моделі відповідно наміченої траєкторії розвитку необхідно здійснити активацію руху «знизу – догори», що передбачає залучення широкого кола співробітників до пошуку нових підходів до забезпечення реалізації встановлених стратегічних завдань та реалізації управлінських рішень.



Умовні позначення:

- A^1 . Активація властивостей бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства;
 A^2 . Реорганізація або реінжиніринг ключових бізнес-процесів виробництво, реалізація та організація споживання кулінарної продукції та послуг);
 A^3 . Трансформація бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства.

Рис. 1. Інтегрований підхід до стратегічного розвитку бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства

Джерело: адаптовано авторами за [2]

Своєю чергою, забезпечення досягнення принципіальних завдань розвитку підприємства, можливо на основі подолання функціональних бар'єрів в виконанні завдань та встановлення нових взаємозв'язків між підрозділами. Це можливо на основі впровадження процесного підходу до управління, відповідно до якого результативність стратегічного управління бізнес-моделлю

підприємства ресторанного господарства забезпечується на основі якісного управління ключовими процесами.

Приймаючи до уваги, що «...самі бізнес-процеси, функції, організаційна структура, тощо) теж можуть бути об'єктами управління вже в рамках системи управління регламентацією діяльності, продуктивним є застосування циклу PDCA як до управління регламентацією діяльності, так і до управління ресурсами процесів при заданих регламентах» [3].

Так, для забезпечення заданої результативності та ефективності бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства за всіма трьома напрямками доцільно використовувати інструмент стратегічного аналізу PDCA (Plan-Do-Check-Act), відомий також як цикл Шухгарта-Дьомінга [1]. Відповідно методології застосування даного інструменту на практиці, суб'єкт в ході управління формуванням бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства планує (Plan) завдання і розподіляє стратегічні ресурси для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю і організовує (Do) рух підприємства за наміченою траєкторією стратегічного розвитку (здійснює виконання сформованих планів). Хід реалізації оновлених процесів перевіряється суб'єктом (Check) за інформацією, яка надходить з контрольних точок об'єкта. Суб'єкт веде регулювання (оперативне управління процесами оновлення бізнес-моделі) ходу виконання плану, на основі управління (активного втручання) в хід виконання (Act) цільових орієнтирів, змінюючи при цьому запланований розподіл ресурсів, плани, терміни і вимоги до результатів діяльності об'єкта відповідно із зміни ситуації.

Слід зазначити, що підґрунтям для розробки й прийняття управлінських рішень відносно напрямків оновлення діючої бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства виступають результати всебічного попереднього аналізу її структурних елементів та ключових процесів.

Таким чином, стратегічне управління бізнес-моделлю підприємства ресторанного господарства передбачає визначення серії необхідних трансформаційних якісних змін, що вимагає визначення напрямів управлінських зусиль у процесі оновлення (або трансформації) діючої бізнес-моделі. У контексті цього, дієвим є інтегрований підхід до стратегічного розвитку бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства, застосування якого дозволяє об'єднати окремі ініціативи з розвитку бізнес-моделі підприємства в цілісну програму дій. Стратегічний розвиток бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства повинен здійснюватися відповідно стандартів менеджменту якості. В якості найбільш оптимального та продуктивного методу як до управління регламентацією діяльності, так і до управління ресурсами процесів при заданих регламентах визначено застосування циклу PDCA.

Література:

1. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М.: Альпина Паблишер, 2011. 424 с.
2. Дихтер С., Гэньон К., Ашок А. Как руководить процессом преобразований. Вестник McKinsey: теория и практика управления. 2002. № 1. URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/change/how_manage.shtml

3. Кондратьев В.В. Проектируем корпоративную архитектуру.
URL: <http://www.rumvi.com/products/ebook/>

4. Фролова Л.В., Кравченко Е.С. Формирование бизнес-модели предприятия. К.: Центр учебной литературы, 2012. 384 с.

Дьяченко Ю. В., к.е.н., старший викладач
Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Необхідність розробки конкурентної стратегії зумовлена обмеженістю ресурсів, які можуть бути спрямовані підприємством на забезпечення своєї стійкості в зовнішньому середовищі, що постійно змінюється. Конкурентна стратегія повинна забезпечити збереження та посилення конкурентної позиції підприємства. Отже, дії, які плануються, з одного боку, будуть спрямовані на попередження та відбиття дій конкурентів, що здатні погіршити конкурентну позицію підприємства, а з іншого боку, на створення таких умов, у яких можливості впливу конкурентів на досягнення підприємством своїх цілей будуть зведені до мінімуму. Але також потрібно враховувати обмеження, які можуть виникати при формуванні стратегії. В якості обмежень виступають протидії з боку конкурентів [1].

Аналіз літературних джерел показав, що не існує єдиного підходу до визначення поняття «конкурентна стратегія». На нашу думку, конкурентна стратегія м'ясопереробних підприємств – це «комплекс дій вищого керівництва та інструментів, що націлені на розширення або захист існуючої частки ринку підприємства, підвищення його прибутковості в довгостроковій перспективі шляхом забезпечення стійкості позицій у зовнішньому середовищі завдяки ефективному використанню внутрішніх ресурсів, залученню нових клієнтів, постійному моніторингу та реагуванню на зміни в макро– та мікрооточенні оперативніше за конкурентів» [2].

Конкурентна стратегія носить системний характер і включає в себе дві підсистеми: інтервальну – складається з опису шляхів досягнення бажаного результату по відношенню до конкурентів з точки зору внутрішніх змін; екстервальну – спрямовану назовні, складається з елементів визначення конкурентних цілей та описує способи взаємодії з конкурентами. Аналіз літературних джерел показав, що в залежності від конкретних умов зовнішнього середовища і стратегічних установок підприємства, підсистеми конкурентної стратегії будуть включати різні комплекси стратегічних дій. Для інтервальної підсистеми характерні такі дії: – зайняття вузького ринкового сегменту, вільного від конкуренції (ринкової ніші); – виведення на ринок принципово нового товару чи послуги; – встановлення на товар більш привабливої ціни; – виведення на ринок товару, що надає додаткові вигоди. Склад екстервальної підсистеми

конкурентної стратегії зумовлений стратегічним визначенням цілей підприємства і в залежності від цілей, що переслідуються по відношенню до конкурентів, виділяють такі типові групи: механічна монополізація; інтегруюча консолідація; «озброєний нейтралітет»; кооперативна солідарність; компромісна співпраця. Завданням підприємства, що конструює власну конкурентну стратегію, є правильний вибір складу підсистем конкурентної стратегії та знаходження їх оптимального поєднання [3].

Для формування стратегії підприємства доцільно використовувати метод SPACE-аналізу, який передбачає оцінку фінансового становища та конкурентоспроможності підприємства, привабливості галузі і стабільності середовища, після чого визначається вектор. Нами був проведений SPACE-аналіз м'ясопереробних підприємств ПАТ «Кременчукм'ясо», ПрАТ «Український бекон» та ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» (рис.1).

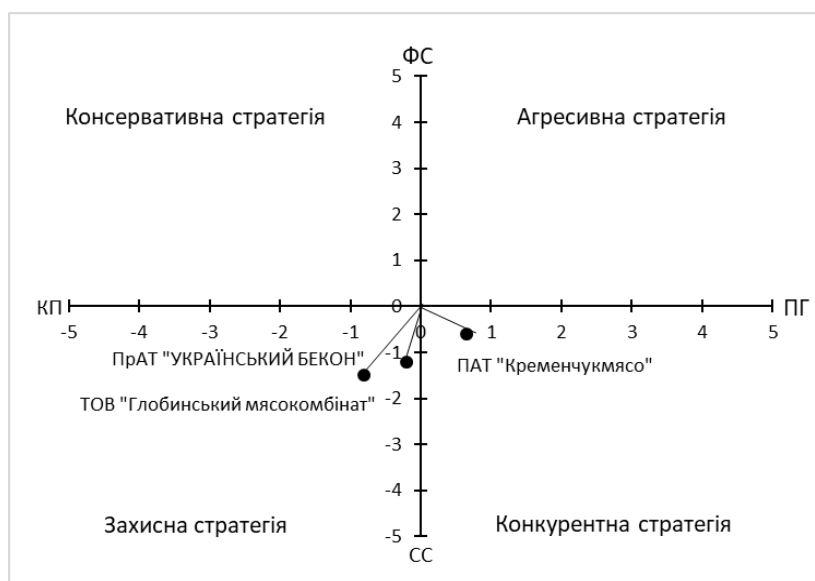


Рис. 1. Побудова вектора рекомендованої стратегії методом SPACE-аналізу

Джерело: розроблено автором

З рис. 1 видно, що рекомендованою стратегією для ПАТ «Кременчукм'ясо» є конкурентна стратегія, а для ПрАТ «Український бекон» та ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» – захисна стратегія.

Ведення конкурентної стратегії передбачає підвищення конкурентоспроможності підприємства задля збільшення ринкової частки. На ПАТ «Кременчукм'ясо» необхідно здійснювати захист наявних конкурентних позицій в умовах високої конкуренції на ринку та проводити заходи з їх покращення; стабілізувати фінансове становище та продуктивніше використовувати потенціал; організувати власну сировинну базу; фінансувати ті напрямки діяльності, що забезпечують стабільний прибуток. Найбільш ефективними варіантами реалізації конкурентної стратегії для ПАТ «Кременчукм'ясо» є концентрична диверсифікація і створення спільного підприємства.

Стосовно захисної стратегії для ПрАТ «Український бекон» та ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» – вона полягає в протидії загрозам зовнішнього середовища за рахунок високої конкурентоспроможності підприємства. Для цього рекомендується впровадити стратегію концентричної, конгломеративної або горизонтальної диверсифікації. Але необхідно вирішити проблему браку фінансових коштів для реалізації даних стратегій.

Література:

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Гардарики, 2011. 296 с.
2. Дьяченко Ю.В. Управління конкурентною стратегією м'ясопереробних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04: захист 02.11.2018 / наук. кер. І.О. Седікова. Одеса: ФОП Попова Н.М., 2018. 24 с.
3. Буркинский Б.В., Агеева И.Н., Бельтюков Е.А. Формирование конкурентоспособности в контексте регионального развития: монография. Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2009. 334 с.

Залунина О. М., к.т.н., доцент
*Кременчугский национальный университет
имени Михаила Остроградского
г. Кременчуг, Полтавская область, Украина*

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современное производство в Украине и строительная отрасль находятся в состоянии кризиса по ряду причин. Политическая и экономическая сферы влияния оказывают давление на организации независимо от заданных направлений развития. Перед предприятиями, в том числе и строительными, стоит сложный вопрос оценки состояния своего предприятия, выявление и устранение слабых сторон, анализ выполнения производственных функций и возможности их защиты. На современном этапе невозможно представить деятельность предприятия без риска, так как успех зависит не только от правильно определенной и обоснованной стратегии, но и от правильного формирования производственного задания. Если рассматривать функционирование предприятия по изготовлению строительных материалов, то для реализации стратегического плана, обязательным является четкий расчет показателей, позволяющих оптимизировать работу.

В связи с неустойчивой экономической ситуацией в стране, стоимость строительных материалов постоянно колеблется, что требует от застройщика осуществлять постоянный контроль цен, и в итоге он не может заключить контракт с подрядной организацией на несколько лет.

В связи с этим положением, актуальным становится оптимальный выбор масштабов производства строительных материалов.

Формирование направлений развития строительства в регионах и этапы их реализации зависят от выбора стратегии и системной детализации

существующих проблем. При этом, ключевую роль играют целевые показатели, позволяющие оценить уровень кризиса и с определенной степенью обоснованности влиять на принимаемые решения [1; 2].

Строительство, как сложная система, которая включает в себя производственные процессы, инновации, бизнес – взаимодействие, вызывает заинтересованность зарубежных ученых [3], разрабатывающих этапы и последовательность принимаемых решений.

Для разработки научно обоснованных принципов управления строительством, необходима тесная увязка деятельности всех участков строительного процесса [4].

Одной из главных задач менеджера любого производственного предприятия является выявление и использование резервов производства.

Для принятия результативного решения, менеджеру необходимо провести анализ возможных решений по конструктивно-технологическим особенностям, по условиям производства и эксплуатации оборудования. Целью такого анализа должно быть выявление резервов для минимизации рисков и обеспечения производительности, т. е. внедрение интегрированных систем менеджмента.

В докладе [5] по результатам ежегодного исследования группы Всемирного банка, одним из базовых индикаторов развития территории, является получение разрешений на строительство. За последние годы наблюдается резкий спад общего показателя, отражающего «легкость» ведения бизнеса [6], а значит и результат деятельности предприятий. На этапе принятия решения, необходимо знать – существует оптимальное решение, либо оно отсутствует. С одной стороны, необходима максимальная экономия затрат в период кризиса, с другой стороны, необходимо максимально обеспечить загрузку техники, занятой в производстве. Т. е. существуют условия ограничения. Автором предложено адаптировать использование симплекс метода в деятельности предприятий по производству строительной продукции.

Для совершенствования экономической системы в строительном секторе необходим научно обоснованный подход. В условиях макроэкономической нестабильности высока степень неопределенности внешней среды. Это провоцирует резкие изменения в строительном секторе. Традиционные управленческие решения не всегда дают положительный результат.

Предложенный автором метод позволит на этапе планирования работы предприятий по изготовлению строительных материалов учитывать конкретные условия ситуации, т. е. ограничения. Симплекс-метод имеет несколько алгоритмов, но автором использован основной. Преимущества данного подхода заключаются в последовательном улучшении исходного варианта до получения оптимального решения поставленной задачи. Основным моментом при этом является выбор критерия оптимальности. С учетом неоднозначной политической ситуации в Украине, планирование деятельности предприятий по изготовлению строительных материалов остается зависимым от внешней среды и подвержено влиянию факторов риска.

Литература:

1. Загородній А. Г. «Джерела інформації економічного аналізу в будівництві». – К.: ІСДО, 1994. – 72 с.
2. Загородній А. Г. Вознюк Г. Л. «Словник-довідник з підприємництва та економіки будівництва». – Львів: Вид-во Держ. ун-ту «Львівська політехніка», 1994. – 296 с.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000 – 864 с.
4. Harris, F., McCaffer, R., Edum-Fotwe, F. (2013). *Modern Construction Management. Ed. 7.* Wiley-Blackwell, 572.
5. Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises (2013, October 25). *Doing Business.* The World Bank, 278. doi:10.1596/978-0-8213-9984-2
6. Ben-David, I., Graham, J. R., Harvey, C. R. (2013, August 13). Managerial Miscalibration. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 128, № 4, 1547–1584. doi:10.1093/qje/qjt023

Копча Ю. Ю., аспірант

*Національний авіаційний університет
м. Київ, Україна*

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Непередбачуваність господарсько-економічної діяльності, а також відсутність вчасної реакції на вплив зовнішніх і внутрішніх загроз може привести до небажаних наслідків у ритмічності функціонування або, навіть, до банкрутства підприємства. Наявність небезпечності здійснення всіх видів діяльності обумовлює необхідність аналізу чинників впливу на кожну з них і стратегічні напрями діяльності, що створить передумови для розвитку та зміцнення потенціалу економічної безпеки. Здійснення обґрунтування вибраних чинників впливу доцільно проводити при розробці і імплементації стратегії підприємства, оскільки формування конкурентної стратегії є необхідною умовою досягнення достатньої прибутковості підприємства для забезпечення сталого прогресивного його розвитку в майбутньому; інноваційно-спрямоване інвестування визначається насамперед наявністю необхідних внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування інновацій, можливістю їх швидкої мобілізації, зацікавленістю інвестора в підтримці інноваційного розвитку та стабілізації конкурентного стану підприємств [3, с. 61-62]. Ця обставина вимагає від суб'єктів управління підприємствами побудови методичного підходу до оцінки потенціалу економічної безпеки.

Метою оцінювання потенціалу економічної безпеки підприємства є наявність накопичених ресурсів, можливість вибору і реалізації стратегії підприємства, що дозволяє забезпечити безперервну діяльність та зміцнити його позиції на ринку. Оцінювання рівня потенціалу економічної безпеки підприємства дозволить: – спрогнозувати кон'юнктуру ринку і динаміку зовнішнього середовища; – визначити критичний рівень ресурсів для функціонування підприємства; – адекватно оцінити можливість змін і готовність підприємства до стабільного функціонування та розвитку; – проаналізувати і спрогнозувати

тенденції розвитку підприємства, виявити його сильні і слабкі сторони; – підготувати рекомендації щодо формування стратегії підприємства та механізмів її реалізації.

Формування стратегії підприємства ґрунтується з урахуванням сильних та слабких сторін, загроз та можливостей, які у цілому стають підставою для обґрунтування конкурентних позицій за вибраними напрямками бізнесу. На нашу думку, резервом для підприємства є приховані або не виявлені ресурси, технологічні вдосконалення, способи організації праці, актуалізація їх компетенцій робітників, створення та підтримання іміджу [1, с. 7].

Визначення рівня потенціалу економічної безпеки підприємства пропонується проводити за його обґрунтованими складовими, які впливають та обумовлюють його динаміку. Основою запропонованого методичного підходу є алгоритм, який представляє послідовність проведення оцінки потенціалу економічної безпеки підприємства та його змістовне наповнення (рис. 1).

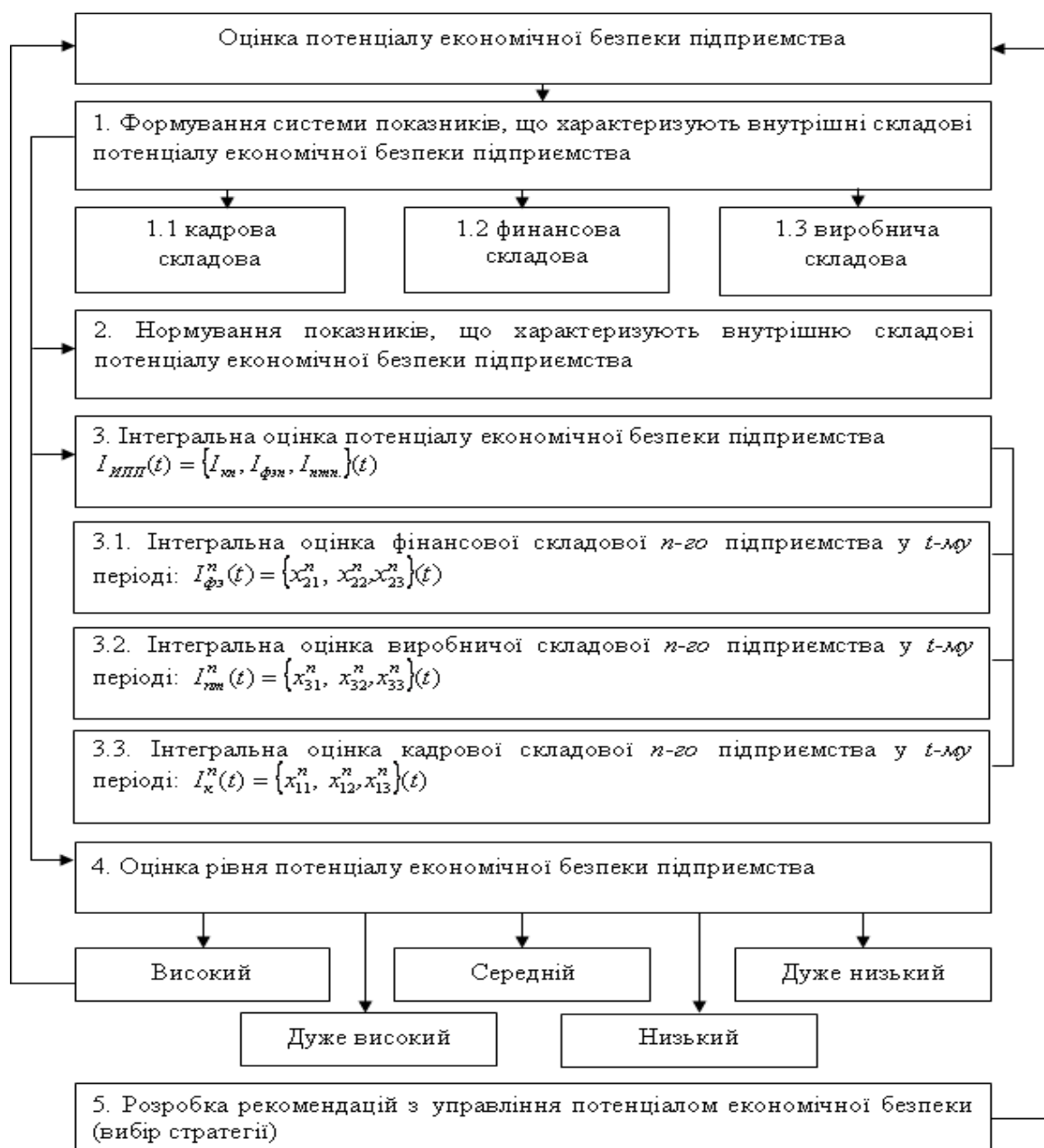


Рис. 1. Алгоритм оцінки потенціалу економічної безпеки підприємства

На початковому етапі проводиться формування системи показників, що характеризують внутрішні складові потенціалу економічної безпеки підприємства. Формування системи показників, що характеризують внутрішні складові потенціалу економічної безпеки підприємства включає наступні складові: фінансову, кадрову та виробничу. Кожен з представлених складових включає в себе певні показники діяльності підприємства, що характеризують його економічний потенціал. На основі експертної оцінки проведено відбір найбільш значущих показників складових потенціалу економічної безпеки підприємства.

На другому етапі проводиться нормування показників, що характеризують внутрішню складові потенціалу економічної безпеки підприємства.

Третій етап включає ідентифікацію змінних моделі регресії, які передбачає вибір результативного і факторних ознак. Послідовність проведення регресійного аналізу, адаптованого до оцінювання складових та потенціалу економічної безпеки наведено на рис. 2.



Рис. 2. Послідовність та етапи проведення регресійного аналізу складових та потенціалу економічної безпеки підприємства

Далі проводиться оцінка рівня потенціалу економічної безпеки підприємства та розробляються рекомендації з управління потенціалом економічної безпеки, а саме, здійснюється вибір стратегії та можливого підходу до адаптації до зовнішнього середовища.

Розроблений для конкретного підприємства підхід до адаптації забезпечить керівний склад достовірними результатами аналізу з урахуванням факторів впливу, характерних саме для нього, і стане основою для розробки ефективної стратегії розвитку. Він має передбачати: постійний моніторинг тенденцій змін та оперативне прийняття управлінських рішень щодо зіставлення рівня сприятливості зовнішнього середовища з потенціалом підприємства та його потенціалу економічної безпеки; застосовування швидких, дієвих, простих, прозорих і зрозумілих для працівників управлінських засобів для забезпечення адаптаційних змін; розподіл показників на загальні (використовуються для експрес-оцінки підприємств із різних галузей) та спеціальні (приватні) для поглибленого аналізу з урахуванням специфіки конкретного підприємства; формування власних резервів для забезпечення необхідними ресурсами процеси адаптаційних змін. [2, с. 180].

Послідовне виконання кожного з цих етапів дає можливість визначити інтегральний показник потенціалу економічної безпеки підприємства, його ідентифікувати та розробити заходи щодо його підвищення.

Література:

1. Ареф'єва, О. В. Особливості формування економічного потенціалу підприємств із позицій економічної безпеки [Текст] / О. В. Ареф'єва, С. Г. Мізюк, М. Д. Ращепкін // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М.М. Палінчак. – Ужгород : Гельветика, 2018. – Вип. 22. – № Ч. 1. – С. 5–9.
2. Лепейко Т. І. Удосконалення інструментів адаптації підприємств до впливу конкурентного середовища / Т. І. Лепейко, К. В. Кривобок // Бізнес Інформ. – 2016. – № 12. – С. 176-181.
3. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування [текст монографії]. Харків: УПА, 2015. – 291 с.

Кравцов О. О., к.е.н., доцент

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

«ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ» ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Існує велика кількість методик і аналітичних інструментів, за допомогою яких можна ідентифікувати загрози економічній безпеці підприємства. Однією з найпоширеніших є методика SWOT-аналізу, що ефективно використовується в стратегічному управлінні. Інша поширена методика запропонована

Е. Голдраттом в його теорії обмежень (Theory Of Constraints) і полягає в побудові аналітичного «дерева поточної реальності» [1].

В більшості методик ідентифікація загрози економічній безпеці відбувається декларативно, тобто певні зміни в зовнішньому або внутрішньому середовищі підприємства визначаються як загроза, тому що при їх відтворенні в майбутньому вплив на підприємство, як очікується, буде негативним. При такому підході завжди існує ризик логічних помилок через порушення причинно-наслідкового зв'язку, коли загрозою будуть визнані наслідки дії факторів, що привели до небажаного стану. Наприклад, зниження обсягу збуту продукції підприємства на окремому ринку може декларуватися як загроза економічній безпеці, тобто причина зниження її рівня в майбутньому, а може розглядатися як наслідок недосконалої маркетингової політики в минулому. Можливі порушення причинно-наслідкового зв'язку детально проаналізовані Голдраттом на прикладі «дерева поточної реальності» [1, с. 101-102]. Згідно з його рекомендаціями, необхідно завжди відшукувати «істинні причини» будь-яких небажаних явищ. Для більш глибокого розуміння суті загрози економічній безпеці підприємства доцільно дослідити її генезис, який приведе до «істинних причин». Для цього можна скористатися інструментарієм теорії прийняття рішень і шаблоном «життєвого циклу».

З точки зору теорії прийняття рішень поняття «загроза» і «проблема» синонімічні. Проблема – це щось, що порушує природний хід речей, який спостерігався в минулому. Вона може виникнути в сьогоденні або очікуватися в майбутньому. Проблема завжди пов'язана з певними умовами, які узагальнено називають ситуацією. Сукупність проблеми і ситуації утворює проблемну ситуацію, що проявляється в таких основних формах:

- функціонування об'єкта управління в даний момент не забезпечує досягнення поставлених цілей в запланованому для цього порядку;
- функціонування об'єкта управління в майбутньому не забезпечить досягнення поставлених цілей у передбачений спосіб;
- цілі управління застаріли, і їх необхідно змінити.

Виявлення та опис проблемної ситуації, а також пов'язаних з нею загроз економічній безпеці підприємства здійснюється в ході ситуаційного аналізу, що дає вихідну інформацію для постановки задачі прийняття рішення. Для систематизації цієї інформації може бути використаний шаблон «життєвого циклу». Його суть полягає в тому, що генезис об'єкта реальності, вираженого абстрактним поняттям, наприклад, «проблема» або «загроза», порівнюється з життям в природі. Існування будь-якого реального об'єкта, явища або процесу має певні терміни в часі, тобто проживає своє «життя». Протягом цього «життя» його характеристики змінюються, він переходить в різні стани. Період існування об'єкта реальності можна умовно розбити на фази: від виникнення до зникнення або перетворення в інший об'єкт. Ці фази часто асоціюють з живою природою, елементи якої народжуються, розвиваються, досягають зрілості, потім «старіють» і вмирають. Порівняння «фази існування» абстрактного поняття з етапами життя в природі вельми умовно. Однак, воно дозволяє виявити закономірності в генезисі об'єкта реальності за аналогією з живими істотами і може бути корисним як ідея або шаблон для аналізу. Згідно з

А.Б. Петровським, проблемна ситуація в своєму життєвому циклі проходить п'ять стадій: виникнення, розвиток, зрілість, загасання і вирішення [2, с. 12-14].

По аналогії з проблемами загрози теж мають «життєвий цикл». Виникнення загрози відбувається у формі виклику. Виклик – це один або декілька фактів, що сприймаються як такі, що можуть негативно вплинути на стан економічної безпеки суб'єкта господарювання. Наприклад, зниження обсягу продажу продукції підприємства за певний період на окремому ринку можна вважати викликом, тому що це може свідчити про недостатню конкурентоздатність. Виклики проявляються хаотично або систематично. В першому випадку вони з'являються і зникають раптово, тобто між зникненням і появою нового виклику не просліджується причинно-наслідковий зв'язок. Хаотичні виклики є одиничними явищами, які не можна прогнозувати. Звичайна реакція суб'єкта управління на хаотичні виклики – це посилення уваги до сфери, в якій вони мали місце.

Якщо причинно-наслідковий зв'язок між викликами існує, то їх прояв вже стає систематичним. В цьому випадку загроза переходить на наступну стадію свого життєвого циклу, стадію розвитку, перетворюючись у ризик. На відміну від виклику усвідомлення ризику суб'єктом управління відбувається на основі низки спостережень. Якщо суб'єкт управління інтуїтивно відчуває системність у викликах, на основі цього він може оцінити суб'єктивну ймовірність наступного прояву. Тобто ризик вже можна прогнозувати експертними методами, хоча він ще не може вважатися об'єктивно зумовленим фактом. Вплив ризику на стан економічної безпеки суб'єкта господарювання на етапі розвитку також ще не достатньо зрозумілий, оскільки ситуація змінюється, а масштаби цих змін чітко не окреслені. Для суб'єкта управління ризик виступає предметом детального вивчення з метою ідентифікувати його як проблему або спростувати.

На стадії зрілості загроза вже постає як об'єктивно зумовлений факт. О.І. Кузнецова трактує поняття «загроза» як певний момент у розвитку небезпеки, її максимальний ступінь. Якщо ризики мають різну ступінь ймовірності настання, діють по відношенню до великої кількості об'єктів, виходять з багатьох джерел, то загроза спрямована на окремий об'єкт, має високий рівень ймовірності того, що вона настане, і виходить з певного джерела [3, с. 67]. Таким чином, загроза – це чітко окреслена і доведена проблема, яка вимагає прийняття управлінських рішень.

Стадії життєвого циклу загрози ілюструє наступний приклад. Вихід з ладу окремої одиниці обладнання – це виклик економічній безпеці виробничого підприємства. Коли аварійні простої виникають часто і вимагають тривалих термінів на ліквідацію, то вони вже несуть ризик невиконання плану виробництва продукції. Зниження обсягу виробництва становить загрозу для договірних зобов'язань, що спричиняє прямі економічні збитки.

Після досягнення стадії зрілості загроза або ліквідується внаслідок прийняття відповідних рішень суб'єктом управління, або реалізується і загасає за відсутності ефективних дій по її ліквідації, або перетворюється на іншу загрозу. В будь-якому випадку існування загрози закінчується із зміною об'єктивної ситуації, яка її спричинила.

Таким чином, загроза економічній безпеці суб'єкта господарювання виникає, розвивається і досягає зрілості відповідно до стадій життєвого циклу пов'язаної з нею проблемної ситуації. Фазовий перехід між стадіями відбувається залежно від кількості і системності прояву негативних факторів, що сприймаються суб'єктом управління як небезпечні. В стадії зрілості наявна інформація щодо загрози дозволяє вважати її об'єктивно зумовленим фактом. Ідентифікація поточної стадії, на якій перебуває загроза, необхідна суб'єкту управління, щоб приймати відповідні рішення і здійснювати дії для запобігання негативному впливу на стан економічної безпеки.

Література:

1. Детмер У. Теория ограниченный Голдратта. Системный подход к непрерывному совершенствованию. Москва : Издательство «Анн Проджект», 2007. 415 с.
2. Петровский А.Б. Теория принятия решений : учебник для студ. высш. учеб. заведений. Москва : Издательский центр «Академия», 2009. 400 с.
3. Кузнецова Е. И. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов. Москва : Издательство «Юрайт», 2018. 294 с.

Кулик В. А., д.е.н., доцент

Мілька А. І., к.е.н., доцент

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Модель управління ефективністю необхідно розуміти як сукупність фінансово-правових і організаційно-економічних механізмів, прийомів прогнозування, планування, регулювання та контролю за діяльністю підприємства та його результатами з метою забезпечення прийняттого рівня рентабельності його діяльності у довгостроковій перспективі, а також досягнення інших цілей, визначених його стратегією.

Важливими складовими моделі управління ефективністю підприємства є управління його доходами і витратами. Управління доходами підприємства повинно бути спрямоване на одержання такої суми, яка б забезпечила покриття постійних витрат організацій, відшкодування змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, сплати непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного збору, мита) і одержання прибутку. Виконання цих завдань пов'язане зі встановленням економічно обґрунтованих цін на продукцію, що реалізується; раціональністю умов комерційних угод, що пов'язано з вибором постачальника, умов транспортування; скороченням ланковості руху товарів, оскільки від кількості посередників залежить розмір доходу кожного учасника товарного руху.

Надзвичайно важливим елементом управління ефективністю підприємства, окремим його блоком, є управління витратами, бо саме витрати визначають конкурентний попит на ринку, сприяють здійсненню ефективної цінової політики, забезпечують високу віддачу від технічного обладнання, матеріальних і трудових ресурсів, забезпечують розробку та прийняття оптимальних управлінських рішень на поточну і довгострокову перспективу. У цьому контексті ефективним вважається таке управління, яке забезпечує [1]:

- належний облік і звітність;
- реальну класифікацію витрат і можливість їх належного аналізу;
- віднесення витрат на відповідні підрозділи, служби, функції, окремих осіб, тобто встановлення міри відповідальності за їх виникненням;
- прогнозування і планування витрат, складання кошторису витрат на майбутній період з урахуванням інших показників і особливостей діяльності.

Управління витратами є однією із важливих підсистем загальної системи управління підприємств та організацій. Ця підсистема тісно пов'язана з такими підсистемами управління, як обсяг виробництва і реалізація продукції, запаси, виручка (доходи), прибуток.

Система управління витратами підприємств – це система економічних засобів і методів цілеспрямованого впливу на інтереси галузі, підприємства, працівника з метою оптимального їх узгодження з інтересами споживачів і всього суспільства з дотримання відповідних суспільно необхідних пропорцій у формуванні витрат [2].

Її елементами є: мета системи; об'єкт і суб'єкт управління, на які впливають попит і пропозиція на ринку, і які визначають суспільно необхідні витрати; група елементів, що формують прямий інформаційний зв'язок із об'єктом управління; контрольовані та неконтрольовані фактори, що впливають на основні елементи системи.

Функції системи управління витратами підприємств визначаються завданнями, які на неї покладаються [2]:

- організація інформаційного забезпечення відповідно до змісту, складу та структури витрат і цільових орієнтирів;
- оцінка можливостей формування витрат у поточному та планованому періоді діяльності відповідно до умов функціонування підприємства;
- повний аналіз витрат у динаміці та за поточний період;
- прогнозування розміру та рівня витрат, застосовуючи можливі методи залежно від різних обсягів виробництва та цільової суми прибутку;
- планування діапазону допустимих меж рівня витрат, тобто їх максимального та мінімального значення;
- забезпечення своєчасного доведення планованого рівня витрат до виконавчих підрозділів, центрів відповідальності, окремих осіб;
- контроль і оперативне управління витратами з врахуванням змін умов функціонування організацій і зміни кон'юнктури товарного ринку;
- удосконалення обліку витрат і пошук резервів подальшого їх зниження.

З огляду на це, процес управління витратами підприємств є досить складний, оскільки потрібно враховувати різноспрямовані інтереси держави, регіону, галузі, підприємства, контрагентів, споживачів тощо.

Основне завдання створення системи управління витратами підприємств полягає в тому, щоб поєднати ці інтереси та створити саморегулюючий механізм їх формування і зміни.

Авторське бачення алгоритму ефективного управління витратами підприємств представлено на рис. 1.

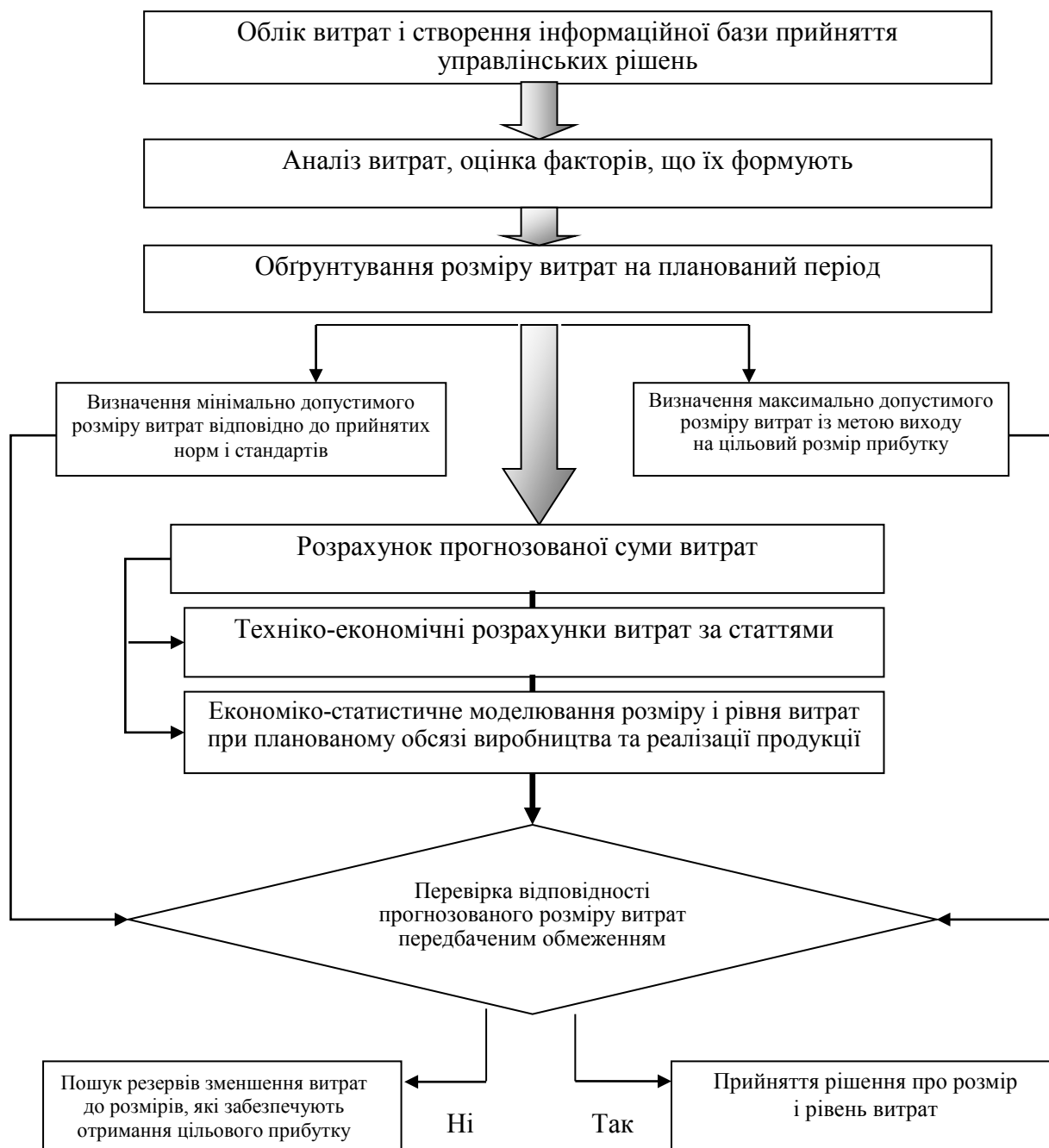


Рис. 1. Алгоритм ефективного управління витратами підприємств

Джерело: розроблено авторами

Якість управління витратами підприємств характеризується показником їх керованості, тобто можливості оперативно та динамічно впливати на розміри витрат відповідно до змін системи економічних методів і засобів.

Отже, щоб управління витратами підприємств було ефективним необхідно підприємств зменшувати і уникали недоцільних, не результативних витрат, тобто тих, які не сприяють збільшенню обсягів виробництва та реалізації продукції, отриманню цільового розміру прибутку.

Література:

1. Мілька А. І. Модель управління прибутком підприємств і організації споживчої кооперації України / А. І. Мілька // Економіка, фінанси, право. – 2013. – № 6. – С. 23–27.
2. Іванюта П. В. Управління ресурсами і витратами : навч. посіб. / П. В. Іванюта, О. П. Лугівська ; за ред. д. е. н., проф. Іванюти С. М. – Київ : Центр навч. л-ри, 2009. – 320 с.

Лагодієнко В. В., д.е.н., професор

*Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна*

Лагодієнко Н. В., к.е.н., доцент

*Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна*

РОЛЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ВІДКРИТОСТІ ЕКОНОМІКИ

Розвиток сільських територій та використання їх ресурсного потенціалу, майбутнє селянських домогосподарств, як і їх участь у суспільному виробництві – популярний напрямок у наукових дослідженнях не тільки українських вчених, але й за кордоном. Однак, попри глибоке наукове опрацювання досліджуваної тематики, проблема формування науково-обґрунтованого сценарію сталого розвитку вітчизняного сільськогосподарського виробництва, у якому, на нашу думку, чільне місце повинне зайняти положення про багатокладність, – далека від вирішення.

Роль селянських домогосподарств у економіці сільського господарства України можна оцінити за допомогою порівняльного аналізу структури виробництва відповідних видів продукції за категоріями виробників. Дослідження показують, що майже 40% рослинницької та понад 50% тваринницької продукції України виробляють сільські домогосподарства. Не зважаючи на скорочення, досі третина усієї молокосировини, яка надходить на підприємства, що займаються його переробкою, – це продукція, отримана в селянських домогосподарствах. У рослинницьких галузях має місце критична залежність від виробництва селянськими домогосподарствами таких видів продукції, як картопля, овочі, плоди та ягоди.

Зважаючи на представлені дані, ми погоджуємося з думкою про те, що наразі існує тісний зв'язок між виробництвом продукції сільського господарства

селянськими домогосподарствами та продовольчою безпекою країни. Малі та середні сільськогосподарські товаровиробники зорієнтовані на внутрішній ринок. Особливо це стосується селянських домогосподарств. Головною причиною їх орієнтації на внутрішній ринок є невеликі обсяги виробництва товарної продукції, що робить не вигідним її переміщення на великі відстані через надмірні трансакційні витрати. Навіть об'єднаним у збутовий кооператив, селянським домогосподарствам, які локалізовані на даній території (село), дуже проблематично сформулювати експортну партію продукції.

З точки зору забезпечення стабільності національного продовольчого ринку, найважливішою ланкою економіки селянських домогосподарств є виробництво тваринницької продукції. В аналізованому періоді 2008-2018 рр. частка селянських домогосподарств, що утримують будь-який вид сільськогосподарських тварин, скоротилася на 5,4 в. п. Це негативний чинник, який у майбутньому може призвести до збільшення дефіциту молочної та м'ясної продукції на внутрішньому ринку. Не меншою проблемою є екстенсивний тип виробництва – частка селянських домогосподарств, які утримують більше 4 голів корів та свиней не перевищує 0,4 та 1,8% відповідно. Екстенсивній економіці селянських домогосподарств притаманна низька продуктивність праці та надмірні витрати живої й уречевленої праці.

Дослідження показали, що критична маса сільськогосподарських підприємств, яка була відносно успішною в командно-адміністративній економіці, стала збитковою в ринковій економіці. А отже і господарські підходи, що забезпечували успіх у старій ресурсозатратній моделі, уже не спрацьовували у новій ресурсощадній моделі економіки сільського господарства. Доказом на користь наших аргументів є факти, які свідчать про рівень застосування прогресивних підходів у економіці сучасних українських селянських домогосподарств. Як бачимо лише 60% селянських домогосподарств використовують мінеральні добрива. Разом із недостатнім рівнем застосування органічних добрив, сівозміни та районуваних сортів сільськогосподарських рослин – це призводить до виснаження ґрунтів, втрати родючості і зниження продуктивності праці. Значно гірша ситуація в тваринницькому секторі селянських домогосподарств (лише третина селянських домогосподарств використовує племінних плідників та штучне запліднення тварин, незначна частка селянських домогосподарств проводить ветеринарні перевірки та санітарну обробку тваринницьких приміщень тощо)

Отже, на продовольчому ринку України сформувалася безвихідна ситуація – виробництво тваринницької продукції селянськими домогосподарствами відбувається із порушенням санітарно-гігієнічних вимог, проте заборона реалізації такої продукції спричинить погіршення матеріального становища значної частини сільських жителів та колапс відповідних сегментів продовольчого ринку. Впродовж останніх семи років сформувалася тенденція збільшення виробництва тваринницької продукції сільськогосподарськими підприємствами та скорочення її господарствами населення.

Головними перешкодами розвитку економіки тваринництва селянських домогосподарств є:

- 1) депопуляція та старіння жителів сільських населених пунктів;

- 2) незадовільний рівень матеріально-технічного забезпечення виробництва та заготівлі тваринницької продукції малими організаційними формами;
- 3) низький рівень виробничої культури селянських домогосподарств;
- 4) низький рівень координації збутових зусиль селянських домогосподарств.

Зважаючи на світову тенденцію, депопуляція сільських територій України є закономірним процесом. Однак, зважаючи на роль селянських домогосподарств у постачанні продовольчих ресурсів на внутрішній ринок, задача українського суспільства – забезпечити порівняно вищу частку сільського населення нашої країни. Для цього, передусім, необхідно створити належні умови життя – забезпечити відновлення та розвиток соціальної інфраструктури сільських населених пунктів.

Таким чином, виробництво тваринницької продукції в селянських домогосподарствах відбувається, переважно, в екстенсивний спосіб – частка селянських домогосподарств, які утримують більше 4 голів корів та свиней не перевищує 0,4 та 1,8% відповідно. Екстенсивній економіці селянських домогосподарств притаманна низька продуктивність праці та надмірні витрати живої й уречевленої праці.

Для уповільнення темпів депопуляції та старіння сільського населення і підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва селянських домогосподарств необхідно:

- забезпечити відновлення та розвиток соціальної інфраструктури сільських населених пунктів;
- стимулювати виробництво та реалізацію через систему агролізингу малогабаритного доїльного та холодильного обладнання для селянських домогосподарств;
- стимулювати селянський кооперативний рух у частині організації кооперативних забійних цехів;
- розгорнути просвітницьку компанію серед селян за допомогою виїзних навчальних курсів університетів та коледжів для сільських жителів на базі сільських територіальних об'єднаних громад.

Література:

1. Мудрак Р. П., Нижник І. О. Розвиток сільських територій та продовольча безпека держави. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2019, частина 2: Економічні науки, випуск 94. С. 131-140. doi: 10.31395/2415-8240-2019-94-2-131-140
2. Мудрак Р. П., Лагодієнко В. В. Агроінфляція та індекс споживчих цін на продовольчі товари: порівняльний аналіз «Україна – ЄС». *Економіка України*. 2018, 1. С. 28-39.
3. Лагодієнко В.В. (2019). Продовольча безпека Причорноморського регіону: стан, тенденції, перспективи. *Economic and Food Security of Ukraine*, 6(3-4), 16-25. <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282>

**Leonova Y. O., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**

**Bondar A. S., Candidate of Sciences in Physical Education and Sport,
Associate Professor**

*Kharkiv Physical Culture State Academy
Kharkiv, Ukraine*

MANAGEMENT OF COSTS AS A PART OF MODERNIZATION OF ENTERPRISE MANAGEMENT

In today's economic environment, all areas of domestic enterprise management require modernization and optimization. This is why enterprise managers and analytics managers are looking for alternative ways to maintain their product's competitiveness at the expense of quality and price. The last factor is the most dependent on the amount of expenses incurred by the company, so the relevance of the chosen topic is an understanding of the essence of the cost management process, its features and practical application.

The problem of introduction, optimization and modernization of the business system of showcase management in enterprises was addressed by the following scientific research: E.V. Krikauski, S.F. Golov, I.E. Davidovich, V.M. Kurganov, O.O. Machulka, A.M. Turilo, L.V. Napadovska, Y.B. Kravchuk and others. Enterprises of different industries have their own specific features, so it is impossible to develop an effective, unified algorithm for managing costs at enterprises.

The purpose of this work is to investigate the economic nature of the cost management process and to identify the actual problems of managing them as part of the modernization of enterprise management.

Starting with the study of the economic nature of the cost management process, we note that by its structure, the cost management system is divided into two components – organizational and functional [1; 2]. Organizational serves as a kind of guide between the units of the enterprise to obtain information from each unit and monitor their level. This component includes the following subsystems: finding and identifying factors for resource savings and rationing of resource costs. Functional aspect, in turn, is a source of primary information on the nature and composition of costs and includes the following functions: cost planning by type, cost accounting and analysis, promotion of resource savings and cost reduction. The above subsystems are managed by the respective structural units – authorized persons, groups, departments [3].

The main directions of calculations in the implementation of cost management are: planning, controlling the level of costs incurred and analyzing the results. Planning is a process of calculating indicators, taking into account the characteristics of the activity of the enterprise, its operating capacity and indicators of previous years. By their very nature, targets are divided into current and long-term ones, with the latter not being entirely accurate, as they are designed for the long term and do not take into account a number of factors that can change the cost. In the implementation of cost management, the main focus is on current indicators – they are more specific and on the basis of them the analysis of the obtained indicators [4].

The control function is to observe, identify, measure and record the fact of the consumption of resources in the course of economic activity of the enterprise. Based on the obtained data, an analysis of the performance of the planned tasks is carried out, which serves as a major lever in making management decisions. Equally important is an understanding of the principles underlying the cost management process [5; 6]:

- systematic;
- unity of methods used at different levels of cost management;
- cost management should be carried out at each of the product creation levels;
- cost control;
- modernizing production and finding ways to reduce direct costs;
- establishing a steady flow of information to quickly get results on the status and amount of costs incurred.

By following these principles, the company can achieve the most effective results of operations. The purpose of cost management is to: reduce or optimize costs per unit of output; increase of profitability of economic processes or activities; minimizing cost-to-income ratio; maximizing the value created at the enterprise; optimization of cost structure; minimizing the risk level of economic activity.

For domestic industrial enterprises the main problems of cost management can be recognized [4; 7]:

- lack of assurance of accuracy and relevance of cost planning;
- untimely receipt of information on actual costs and prompt response of managers;
- the division of areas of responsibility between the managers of the centers of responsibility and the managers providing information on deviations arising in the management of expenses;
- wrong choice of indicators and their analytical section;
- lack of linkage between the budgeting and management accounting systems;
- lack of tight linkage of plans with the budgeting system;
- unproductive costs.

Thus, having examined the economic structure of cost management, the question arises of the optimization or modernization of this system at domestic enterprises. Managers in all business units need to understand the importance of controlling the level of cost, including controlling its value without adversely affecting the final product. At the moment, domestic enterprises have a rather high chance of remaining competitive in the European market. Further research is subject to foreign experience in the effective implementation of cost management in enterprises.

References:

1. Vaselevs'kyj M., Bilyk I., Dejneka O., Krykavs'kyj Je. (ed.) ta Kubiv I. (ed.) (2008). *Ekonomika loghistrychnykh system* [Logistics Systems Economics]. Ljviv: Nacional'nyj Universytet «Ljvivs'jka politekhnika».
2. Davydovych I. Je. (2004). *Upravlinnja vytratamy* [Cost management]. Ternopilj: Ekonomichna dumka.
3. Krykavs'kyj Je. V. (2006). *Loghistyka. Osnovy teoriji* [Logistics. Theory basics]. Ljviv: NU «Ljvivs'jka politekhnika», «Intelekt-Zakhid».

4. Kurganov V. M. (2012). *Transport i sklad v tsepi postavok tovarov* [Transport and warehouse in the supply chain of goods]. Moscow: Knizhnyy mir.
5. Machulka O. (2008). *Oblik ta analiz vytrat: upravlinsjkyj aspekt* [Accounting and cost analysis: management aspect]. *Bukhghaltersjkyj oblik i audyt*, no. 10, pp. 30–34.
6. Turylo A. M., Kravchuk Ju. B., Turylo A. A. (2006). *Upravlinnja vytratamy pidpryjemstva* [Enterprise cost management]. Kyjiv: Centr navchaljnoji literatury.
7. Kolosov A. M. (ed.), Kovalenko O. V., Kucherenko S. K. (2015). *Ekonomichne upravlinnja pidpryjemstvom* [Economic enterprise management]. Starobiljsk: LNU.

Мігай Н. Б., к.е.н., доцент
*Первомайська філія
Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова
м. Первомайськ, Миколаївська область, Україна*

КОРПОРАТИВНІ ІННОВАЦІЇ В УДОСКОНАЛЕННІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Підвищення ролі корпоративних інновацій в оптимізації бізнес-процесів та забезпечення економічного розвитку підприємств стало останніми роками найбільш значущим фактором конкурентоспроможності. Сьогодні підприємства все частіше намагаються впровадити концепцію інновацій у своє «повсякденне життя», так як без інновацій неможливо утримувати конкурентні позиції та вдосконалювати бізнес-стратегії.

При оцінці проблем інноваційного розвитку в Україні науковці зосереджують свою увагу переважно на факторах серед яких нестабільний розвиток ринкових відносин, трансферних механізмів малого та середнього бізнесу, а також послаблення інтеграції у ланцюгу «фундаментальна наука – прикладні дослідження – промисловість». При цьому наголошується на збільшенні фінансування науки, забезпеченні дієвості інструментів реалізації прийнятої законодавчої бази в сфері науки та інновацій і створенні сприятливих умов для малого та середнього бізнесу.

Сучасний стан розвитку вітчизняної економіки характеризується низькою інноваційною активністю. Так, відповідно до даних щодо індексу інноваційного розвитку представлених агентством Bloomberg у 2018 році Україна перебувала на 53 місці серед 60 досліджуваних держав, потрапила до трійки аутсайдерів за технологічними можливостями – 58 місце та посідає 54 місце за рівнем витрат на дослідження та розробки у валовому внутрішньому продукті [1].

Світовий досвід свідчить, що технологічні знання накопичуються та реалізуються у вигляді інновацій переважно великими корпораціями. Роль корпоративних інновацій у бізнес-середовищі є значною. Так, згідно результатів опитування, проведеного ще у 2015 році консалтинговою компанією Deloitte, 66% всіх респондентів визнали, що інновації мають критичне значення для зростання [2]. Використання інновацій дозволяє

підвищити не тільки ефективність окремих складових корпоративної структури, а й всієї системи управління бізнес-процесами.

Закордонні вчені Б. Нагджі та Д. Тафф виявили, що великі фірми здійснюють фінансування корпоративних інновацій розподіляючи витрати таким чином:

- впровадження інновацій в «основний» бізнес, щоб «оптимізувати поточну продукцію для основних споживачів» (70% від загальної суми витрат);

- впровадження інновацій в «суміжний» бізнес, щоб розширити «існуючий бізнес в новий для компанії бізнес» (20%);

- «трансформаційні» інновації, щоб здійснити відкриття та винайти щось для ринків, яких ще не існує» (10%).

Структура витрат залежить від галузі, розмірів та можливостей підприємства. В корпоративних інноваціях важлива стратегія управління ризиками при інвестування в інноваційну спроможність: вкладати більшу частину грошей там, де імовірність прибутку є найвищою [3].

Крім того, сучасні тенденції світової фінансової нестабільності обумовили обмеження фундаментальних розробок в більшості корпоративних структур та визначення пріоритетів щодо проведення прикладних досліджень, адже їх результати в сучасних умовах дуже швидко, перетворюються на прибутки.

Управління бізнес-процесами – це сукупність методів і засобів впливу суб'єктів управління підприємства шляхом планування, організації, мотивації та контролю на розробку продуктів, маркетинг і збут, постачання, виробництво, сервіс, доставку, забезпечення з метою задоволення вимог клієнтів та підвищення ефективності господарювання підприємства [4]. Управління бізнес-процесами є складним процесом реалізації і вироблення суб'єктом управління управлінських рішень щодо забезпечення високого рівня ефективності бізнес-процесів, що відображається в результатах діяльності підприємства та задоволеності споживачів.

Методики удосконалення управління бізнес-процесами поділяють на дві групи залежно від термінів виконання та ступеня змін, що вносяться до бізнес-процесу.

Довгострокові методики: перепроєктування бізнес-процесів; спрощення; бенчмаркінг; реінжиніринг.

Короткострокові методики: метод швидкого аналізу; ідеалізація; статистичне управління процесами; аналіз робочих осередків; метод структуризації функцій якості.

Топ-менеджмент корпорацій все частіше застосовує інтегровану стратегію процесу впровадження корпоративних інновацій в управлінні бізнес-процесами, яка проявляється у встановленні тісного взаємозв'язку між дослідженнями, виробництвом та комерціалізацією продукції. Тобто саме корпоративні інновації здатні забезпечити зосередження фінансових ресурсів у провідних інноваційних центрах розвитку. Інновації сьогодні є потенційними точками зростання, так як надають можливість знайти цікаві технології чи рішення та швидко вбудувати їх у бізнес-процеси. Одним із популярних і таких, що швидко набирає обертів є розвиток власних бізнес-акселераторів. По суті це програми для підприємців-початківців, під час яких їх навчають та консультують експерти в різних сферах, забезпечують ресурсами для розвитку інноваційних продуктів та рішень, надають можливість створювати прототипи, тестувати, допомагають у просуванні. Ідея

таких корпоративних інновацій в тому, що стартапери доводять прототип до ідеального стану, а компанія отримує готовий продукт. Отже, потенціал створення нових продуктів зосереджений у великих компаніях і реалізувати його можна завдяки системним інноваціям.

В Україні за останні п'ять років питома вага корпоративного сектору в середньому становила 58,5%, проте, не спостерігається технологічного проривного зростання ВВП, яке відбувається останніми роками за рахунок зростання чисельності й економічної активності середніх і малих підприємств [5].

Для українських підприємств в сучасних умовах відсутні стимули до впровадження корпоративних інновацій в управлінні бізнес-процесами. Тому нагальною необхідністю є подолання бар'єрів і формування заходів оснований на міжнародних стандартах управління із врахуванням вітчизняної специфіки. Серед таких заходів можуть бути: розробка стратегій розвитку оснований та концепціях інноваційної конкуренції; реалізація інноваційних стратегій оснований на налагодженні тісного взаємозв'язку між дослідженнями, виробництвом та комерціалізацією інноваційних продуктів; забезпечення інноваційної моделі розвитку підприємств в довгостроковій перспективі із формуванням конкурентних переваг.

Література:

1. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.rada.gov.ua/laws/show/en/526-2019-p>
2. Наввипередки з часом: навіщо стійким компаніям потрібні інновації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20202259-navviperedki-z-chasom-navishcho-stijkim-kompaniyam-potribni-innovaciyi>
3. Bansi Nagji, Geoff Tuf. Managing your innovation portfolio // Innovation // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hbr.org/2012/05/managing-your-innovation-portfolio>
4. Пономаренко В.С. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія / В.С. Пономаренко, С.В. Мінухін, С.В. Знахур. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2013. – 244 с.
5. Таранич О.В. Корпоративний сектор: тенденції розвитку в Україні / О.В. Таранич, А.В. Таранич // Економіка і організація управління. – № 4(32). – 2018. – С. 153-162.

**Nagorny I. Ye., Candidate of Economic Sciences,
Leading Researcher**

*Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko
Sumy, Ukraine*

USE OF MARKETING TESTING PROCEDURE FOR EVALUATION OF MARKET PROSPECTS OF PRODUCT INNOVATIONS

Innovative activity is the basis of successful and long-term functioning of the enterprise in the market. The direction of innovation development for industrial enterprises in times of economic crisis is especially relevant when the production and promotion of innovative products in the market are one of the most important factors for ensuring the market success of both individual enterprises and the economy of

Ukraine as a whole. However, innovative activity is accompanied by low efficiency and a significant risk of non-adoption of innovative products by the market [1; 2]. Failures in innovative activity are attributed to the low productivity of the work on the stages of the innovation cycle, primarily due to the lack of fully conducting marketing research and market tests. The mechanism of market testing is practiced in the developed countries of the world as it solves the urgent problem of enhancing of innovative activity and efficiency of innovation activity of enterprises. Therefore, this mechanism is also relevant in the practice of domestic industrial enterprises.

Today, the issues of marketing testing and its basic provisions are explored in the works of many scientists. Foreign scientists have formulated their theories based on the analysis and synthesis of the experience of successful world companies (mainly American and European) [3]. The results of their research are presented in the form of methods, models, algorithms that are built in the conditions of doing business in economically developed and innovatively active countries of the world, which, unfortunately, does not apply to Ukraine. With regard to domestic scientists, their works are mostly devoted to the formation of only theoretical foundations of the marketing testing [4]. Therefore, the development of own tools and techniques for improving the market adequacy of ideas, concepts, research models of innovative products in the stages of the innovation cycle (stages of creation and commercialization) is of scientific and practical interest. The purpose of the study is to identify the basic organizational and economic prerequisites that determine the need to introduce the procedure of marketing testing in the practical activity of domestic innovatively active industrial enterprises.

The article presents the basic organizational and economic prerequisites that determine the necessity of introducing the marketing testing procedure into the practical activity of domestic innovative active industrial enterprises. Such prerequisites are [1-8]: the low innovative activity of the industrial sector; low efficiency of innovative activity; high economic risk in the stages of the innovation cycle of product development; low market adequacy of ideas, concepts, prototypes of innovative products; high probability of commercial failure of innovative products in the market; mismatch of the developed innovative products to the needs and demands of consumers; the absence of full-fledged market tests and so on. Implementation of the marketing testing procedure is essential and timely, as it will strengthen the market position of the innovator enterprises, reduce the risk of failure, avoid wasted time and money, since the failed innovative projects can be timely adjusted or rejected, and focus on projects with high chances of success.

The analysis of the effectiveness of innovative activity of domestic industrial enterprises in the direction of creating innovative products and the generic reasons that hinder it, led to the conclusion that there is an urgent need to introduce a marketing testing procedure to assess the market prospects of product innovations. The obtained results develop the theory of marketing of innovations in terms of formation of methods, models, tools of carrying out of procedure of marketing testing for estimation of market prospects of product innovations. Introduction of marketing testing procedure into practical activity of domestic industrial enterprises will allow making future development of product innovations more successful from the point of view of strategic marketing.

References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Naukova ta innovatsijna diial'nist' v Ukraini* [Scientific and innovative activity in Ukraine]. Kyiv : SSSU. (in Ukrainian)
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017). Dopovid' «Obstezhennia innovatsijnoi diial'nosti v ekonomitsi Ukrainy» za period 2014-2016 roky [Report «Survey of Innovation Activity in the Economy of Ukraine» for the period 2014-2016]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.zip (accessed: 03.08.2019). (in Ukrainian)
3. Cooper R. (2002). Razrabotka novykh tovarov [Development of new products]. *Marketing* [Marketing]. St. Petersburg: Peter. (in Russian)
4. Pererva P., Mekhovych S., Pohorielov M. (2008). *Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsijnoi diial'nosti* [Economics and organization of innovation activities]. Kharkiv : NTU «KhPI». (in Ukrainian)
5. Griffin A. (1997). PDMA Research on New Product Development Practices: Updating Trends and Benchmarking Best Practices. *Journal of product innovation management*, 14, pp. 429-458.
6. Page A. (1993). Assessing New Product Development Practices and Performance: Establishing Crucial Norms. *Journal of Product Innovation Management*, 10(4), pp. 273–290.
7. Dligach A. (2009). Proektnoe upravlenie v marketinge [Project Management in Marketing]. *New marketing*, 5, pp. 41-44. (in Russian)
8. Castellion G., Markham S. (2013). Perspective: New Product Failure Rates: Influence of Argumentum ad Populum and Self-Interest. *Journal of Product Innovation Management*. Volume 30, Issue 5, pp. 976-979.

Петровська О. М., к.політ.н., доцент

Даниско Ю. І., магістр

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна*

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Сьогодні ринкової економіки визначило рушійним фактором оцінку не тільки підприємства, а саме оцінку відповідних бізнес-процесів, як фактору реалізації потенціалу підприємства. Одним з найважливіших ресурсів, від яких залежить ефективність роботи підприємства, є персонал. Управління персоналом також може будуватися на принципах процесуального підходу, що означає розгляд усієї діяльності системи управління персоналом як мережі взаємодіючих процесів, які протікають усередині організаційної структури підприємства, що саме і реалізує ціль її існування. Управління персоналом відіграє важливу роль і займає особливий статус у загальній системі бізнес-процесів компанії, оскільки успішність діяльності компанії значною мірою визначається тим, наскільки бізнес-процеси підприємства спрямовані на досягнення його стратегічних і тактичних цілей, і наскільки саме ці процеси є ефективними.

Бізнес-процес – система безперервних, взаємопов'язаних, відповідним чином упорядкованих і керованих дій (процедур, операцій, виконуваних функцій), яка, в свою чергу, є елементом механізму формування доданої вартості (споживчої цінності) через перетворення організаційних ресурсів, зосереджених на

досягненні однієї комплексної цілі, спрямованих на забезпечення продуктивності та ефективності організації в цілому і забезпеченні донесення доданої вартості (споживчої цінності) до цільового ринку через бізнес-модель підприємства [1, с. 47].

Отже оптимізація бізнес-процесів управління персоналом полягає у діяльності по досягненню максимальної ефективності роботи, пов'язаної з підбором, навчанням, розвитком, кадровим адмініструванням персоналу. Модель бізнес-процесу «Управління персоналом» представлена на рис. 1.

Схема ідентифікації бізнес-процесу управління персоналом базується на таких положеннях:

- власник кадрового процесу визначається як керівник відповідного підрозділу на підприємстві (начальник відділу кадрів, керівник служби управління персоналом);

- входом у процес є вимоги інших бізнес-процесів підприємства (технологічний процес виробництва, збуту продукції, процеси, які обслуговують основне виробництво, науково-дослідний процес тощо), загальна вимога при цьому – забезпечення господарських процесів кадрами в потрібній кількості із достатніми компетенціями для якісного виконання своїх обов'язків;

- виходом із процесу можна вважати повністю реалізований трудовий потенціал, відповідний до вимог підприємства;

- розробка регламенту кадрового процесу припускає приведення у відповідність певним умовам організаційного, організаційно-методичного, організаційно-розпорядчого, нормативного, техніко-економічного забезпечення, а також формування нормативно-довідкових матеріалів, що встановлюють норми, правила, методи управління персоналом [2, с. 37].

До кожного бізнес-процесу управління персоналом необхідні відповідні документи (табл. 1).

Оцінити ефективність бізнес-процесу управління персоналом можна за наступними показниками (табл. 2).

Таким чином, процесно-орієнтований підхід в управлінні персоналом – це управлінський інструментарій, який не тільки знижує непродуктивні витрати, але й підвищує якість продукції, дозволяє мати повну інформацію про поточний процес бізнесу й ухвалювати своєчасні й стратегічно вірні рішення. У результаті процесного підходу до розвитку персоналу організації поліпшуються наступні показники співробітників: рівень кваліфікації; ділові якості; працездатність; якість виконуваної роботи; стиль і методи роботи; участь в інноваційній діяльності; дисциплінованість; психологічна сумісність із колективом; управління підлеглими.

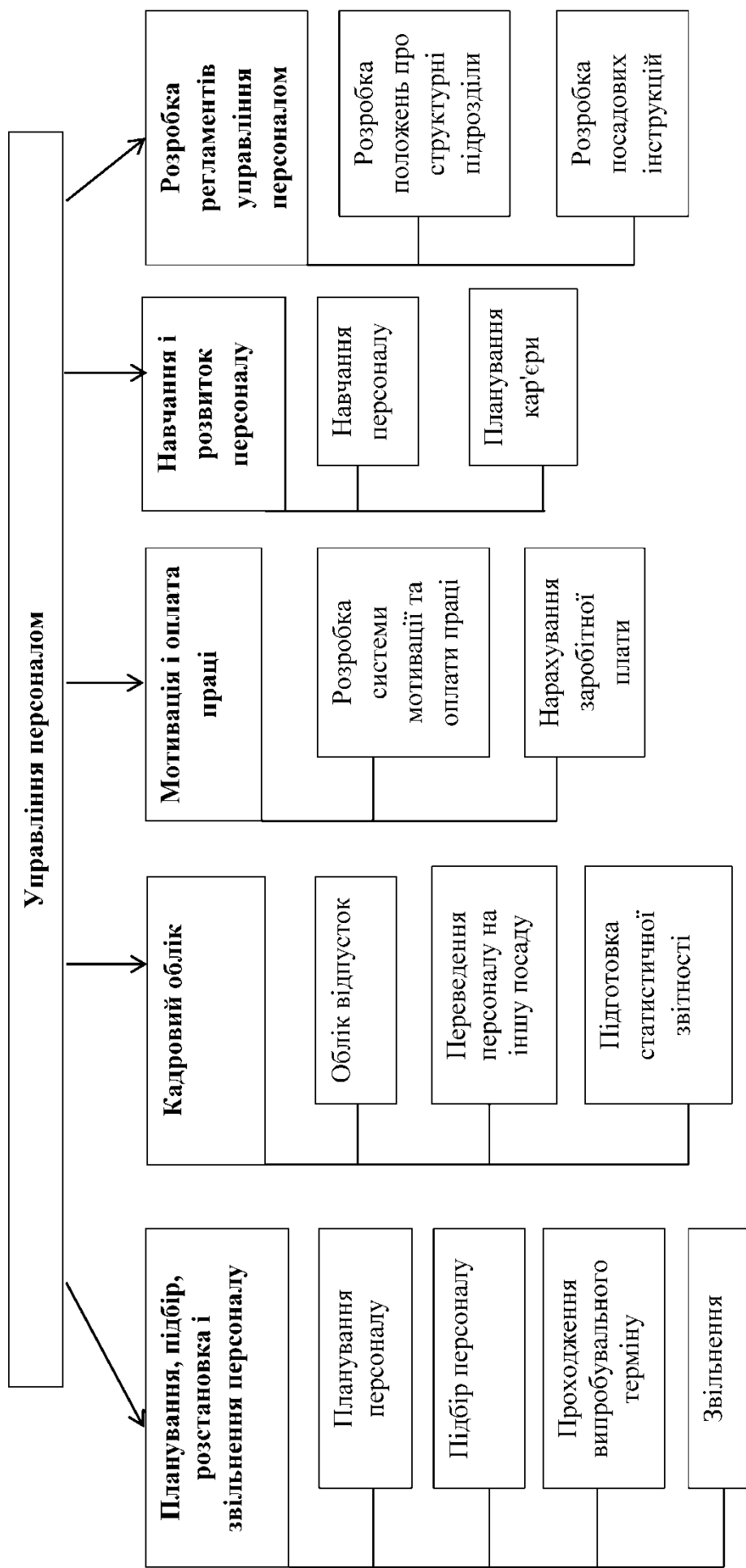


Рис. 1. Модель бізнес-процесу «Управління персоналом»

Джерело: власні доробки авторів [2]

Супутні документи бізнес-процесу управління персоналом

Бізнес-процес	Супутні документи
Планування потреби в персоналі	Кадрова політика, кадрова стратегія, організаційна структура, штатна структура
Підбір персоналу	Заявка на підбір персоналу, вимоги до вакансії, профіль посади, посадова інструкція, job offer
Проходження випробувального терміну	Програма адаптації та введення в посаду нового співробітника, програма атестації в період випробувального терміну, висновок про проходження випробувального терміну, індивідуальний план розвитку
Навчання персоналу	Програма оцінки потреби в навчанні, заявка на навчання персоналу, звіт співробітника за підсумками навчання
Оцінка і атестація персоналу	Програма оцінки персоналу, положення про оцінку персоналу, модель компетенцій, включаючи індикатори компетенцій, профіль посади, індивідуальний план розвитку. Положення про атестацію, наказ про атестацію, графік проведення атестації
Розвиток кар'єри	Індивідуальний план розвитку, шаблон аналізу потреби в навчанні, шаблон програми індивідуального розвитку.
Підготовка кадрового резерву	Положення про кадровий резерв, програма навчання і підготовки кадрового резерву, модель компетенцій.
Розробка і / або коригування системи оплати праці	Положення про оплату праці та преміювання працівників.
Впровадження програм нематеріальної мотивації	Положення про соціальні пільги, кодекс корпоративної поведінки, книга персоналу.
Бізнес-процеси кадрового адміністрування	Зразки документів з кадрового обліку (уніфіковані форми).

Джерело: власна розробка авторів

Показники оцінки бізнес-процесу управління персоналом

Види показників	Визначення показників
1. Показники продукту	Плинність кадрів – співвідношення чисельності чи кількості працівників, звільнених за прогули та інші порушення трудової дисципліни, за станом здоров'я і за власним бажанням до середньоспискової чисельності працівників.
	Оцінка кваліфікації персоналу за результатами атестації (якщо для атестації персоналу використовується цифрова оцінка)
2. Показники ефективності процесу:	Ефективність прийому на роботу – відношення числа співробітників, звільнених за результатами випробного терміну, до загального числа прийнятих на роботу
	Ефективність навчання та атестації можна оцінити по кількості або вартості невідповідностей, які виникли через некомпетентність персоналу
	Питомі витрати на навчання й атестацію персоналу
	Якість прийнятих рішень – кількість (відсоток) відмінених, скасованих або опротестованих у судовому порядку кадрових наказів

Джерело: складено авторами за матеріалами [3]

Література:

1. Нетепчук В.В. Управління бізнес-процесами: Навч. посібник / В.В. Нетепчук. – Рівне: НУВГП, 2016. – 158 с.
2. Назарова Н.К. Побудова кадрового бізнес-процесу в моделі реінжинірингу персоналу підприємства / Н.К. Назарова // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2013. – № 1(26). – С. 36–39.
3. Чернобай Л.І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна сутність / Л. І. Чернобай, О. І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С. 125-131.

Сотник А. А., к.е.н.

*Державний університет «Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна*

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КОМПЛЕКСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Переважна більшість науковців стверджує, що за ринкової економіки ефективне стратегічне управління підприємством передбачає забезпечення стійкості функціонування, досягнення стратегічних цілей, системне вирішення поточних завдань, визначення та уникнення негативного впливу факторів зовнішнього середовища і виявлення можливостей пристосування організації до нових умов господарювання. Тому, одним із головних завдань сучасного менеджменту є подальше вдосконалення принципів та організаційно-методичних підходів забезпечення подальшого розвитку підприємства, які визначають його успіх серед конкурентів [1, с. 24].

Забезпечити підприємству ефективну діяльність, яка характеризується вчасним реагуванням на зміни зовнішнього середовища, попередження стратегічних розривів, забезпечення досягнення прибуткового рівня діяльності, можливо завдяки проведенню діагностики, прогнозування та контролю за процесом реалізації обраної стратегії діяльності суб'єкта господарювання. У сучасних дослідженнях теорії стратегічного управління приділяється особлива увага питанням доцільності застосування та встановлення взаємозв'язку між функціями управління підприємством. Варто зазначити, що незважаючи на значну кількість публікацій присвячених проблематиці діагностування, вибору методів прогнозування подальшої діяльності підприємства і контролю за ефективністю реалізації обраної стратегії, науково-прикладні дослідження даного напрямку є актуальними.

Прогнозування є обов'язковим етапом формування стратегії підприємства, метою реалізації якої є прогнозування майбутнього стану та адаптації організації до ринкової кон'юнктури. Формування стратегії підприємства передбачає діагностику існуючого його стану, встановлення відхилень досягнутого рівня діяльності від запланованого, формування способів усунення виявлених стратегічних розривів та передбачення подальших перспектив

розвитку. Перелічені завдання вирішує система стратегічної діагностики, яка є комплексним процесом дослідження діяльності підприємства, передбачає формування прогнозу подальшої діяльності та проведення періодичного контролю за його виконанням.

Успішний результат здійснення будь-якої діяльності, залежить від того, наскільки ретельно обґрунтований процес її організації та реалізації. Під організацією комплексного дослідження підприємства слід розуміти ряд заходів системного діагностування сфер підприємницької діяльності, яка передбачає поєднання у часі та просторі процесу використання технічних засобів, інформаційного і методичного забезпечення, а також виконавців такої роботи з метою отримання аналітичної інформації [2, с. 22].

Сучасні методики стратегічного аналізу наголошують на першочерговості дослідження зовнішнього середовища діяльності підприємства. Для цього доцільно використовувати аналіз показників розвитку галузі та застосовувати відомі методи стратегічного аналізу. Також, для комплексного дослідження є потреба у врахуванні факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Вказані критерії варто охарактеризувати рядом показників за допомогою багатофакторних методів стратегічного аналізу найвідомішими з яких є: SWOT – аналіз, складання профілю середовища, модель п'яти сил М. Портера, Матриця БКГ, матриця Мак-Кінсі, матриця SPASE-аналізу, Гар-аналіз, комплексний показник конкурентного статусу І. Ансоффа [3; 4; 5]. Застосування зазначених методів дає змогу описати зовнішнє середовище функціонування підприємства, оцінити його позицію на ринку, проаналізувати фактори внутрішнього середовища у взаємозв'язку із зовнішнім, визначити оптимальну стратегію подальшого розвитку. Щодо інформаційної бази дослідження внутрішнього середовища, її формує обліково-звітна, нормативно-планова, довідково-правова, технічна, технологічна та інша звітність [6]. Варто зазначити, що в межах комплексних досліджень інформаційне забезпечення має бути сумісним [3, с. 290-293; 8; 9].

Діагностування внутрішнього середовища підприємства передбачає використання кількісних показників. Система показників має формуватися на основі системного підходу і оцінювати об'єкт дослідження в розрізі його складових елементів. При обранні одиничних показників слід керуватися принципом інформативності щодо визначення результатів досягнення цілей розвитку підприємства. Серед переліку обраних показників варто визначити індикатори, які найкраще описують формування і розвиток об'єкта дослідження. В результаті дослідження можливо побудувати моделі множинної регресії залежності рівня ефективності підприємницької діяльності від встановлених індикаторів розвитку об'єкта дослідження.

Застосування економіко-математичного моделювання уможливить реалізацію комплексного прогнозування рівня розвитку діяльності підприємства. Також складові побудованих моделей множинної регресії можуть бути контрольними точками для здійснення періодичної перевірки реалізації стратегії діяльності організації.

Процес впровадження і реалізації комплексного дослідження в системі стратегічного управління підприємством має здійснювати фахівець з економічною

освітою, який володіє спеціальними знаннями в сфері проведення діагностування зовнішнього і внутрішнього середовища суб'єкта господарювання, визначати взаємозв'язки між елементами досліджуваних економічних систем, формувати альтернативні варіанти подальшого розвитку організації.

Таким чином, метою проведення комплексного дослідження в межах стратегічного управління підприємством, є забезпечення ефективності використання потенціалу організації. Основним інструментарієм зазначеного процесу є методи стратегічного аналізу, які базуються на інформації про зовнішнє середовище та про результативність поточної діяльності підприємства. Інформаційна база комплексного дослідження повинна формуватися з урахуванням наступних вимог: одноразове введення вхідної інформації та багаторазове її використання; об'єктивність, точність, достовірність, узгодженість, уніфікація, контроль як вхідної, так і вихідної інформації [6; 7]. Очікуваними результатами реалізації комплексного дослідження є: якісний і кількісний опис рівня розвитку досліджуваного підприємства; розроблені заходи ліквідації стратегічних розривів та підвищення ефективності діяльності; визначені індикатори для періодичного контролю досягнення цільових параметрів розвитку суб'єкта господарювання.

Література:

1. Зборовська О. М. Економічний механізм управління розвитком промислового підприємства / О. М. Зборовська // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 2. – С. 24-27. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2010_2_7
2. Вигівська І. М. Аналіз ресурсного потенціалу корпорацій: організаційні аспекти / І. М. Вигівська, В. О. Іваненко, Л. Я. Шевченко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2013. № 1(25). С. 53–70.
3. Корнійчук А. А. Організаційно-методичне забезпечення процесу стратегічної діагностики виробничого потенціалу підприємства / А. А. Корнійчук, Г. М. Тарасюк // Управління підприємствами в умовах трансформації економіки: кол. моногр. / за заг. ред. д.е.н., проф. Тарасюк Г. М. Житомир: ЖДТУ, 2015. С. 282–292.
4. Корнійчук А. А. Стратегічна діагностика виробничого потенціалу хлібопекарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Корнійчук Ангеліна Анатоліївна. – К., 2018. 23 с.
5. Райковська І. Т. Організація і методика економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання в конкурентному середовищі : наукова доповідь за дис. ... канд. екон. наук, спец: 08.00.09. Житомир: ЖДТУ, 2008. 44 с.
6. Pielmeier J., Braunreuther S., Reinhart G. Modeling Approach for Situational Event-handling within Production Planning and Control Based on Complex Event Processing Procedia / J. Pielmeier., S. Braunreuther, G. Reinhart // CIRP 63, 2017. pp. 271-276. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publica.fraunhofer.de/dokumente/N-502726.html>
7. Krumeich J., Werth D., Loos P., Schimmelpfennig J., Jacobi, S. Advanced planning and control of manufacturing processes in steel industry through big data analytics: Case study and architecture proposal Proceedings / J. Krumeich, D. Werth, P. Loos, J. Schimmelpfennig, S. Jacobi // IEEE International Conference on Big Data, IEEE Big Data, 2014, 7004408, pp. 16-24. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.computer.org/csdl/proceedings-article/big-data/2014/07004408/12OmNyKJiqo>
8. Frank D. Hodge. Investors' Perceptions of Earnings Quality, Auditor Independence, and the Usefulness of Audited Financial Information / Frank D. Hodge // Accounting Horizons, 2003, 17 (s-1).

January Supplement, pp. 37-48. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.researchgate.net/publication/247874534>

9. Kitindi E.G., Magembe B.A.S. and Sethibe A. Lending Decision Making and Financial Information: The Usefulness of Corporate Annual Reports to Lenders in Botswana / E.G. Kitindi , B.A.S. Magembe and A. Sethibe // The International Journal of Applied Economics and Finance, 2007, vol. 1(2), pp. 55-66. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scialert.net/fulltextmobile/?doi=ijaef.2007.55.66>

Турленко Н. В., к.е.н., докторант

*Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна*

Алексейчук О. О., здобувач

*Міжнародний університет бізнесу і права
м. Херсон, Україна*

МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

Питання інвестування аграрної сфери не можна розглядати поза та державним регулюванням інвестиційної діяльності, яке є визначальним для розвитку сучасної економіки. В умовах економічної кризи ці питання набувають особливої актуальності.

Об'єктивна необхідність державного регулювання аграрної сфери України зумовлена різноманітністю природно-кліматичних умов, які потребують страхування діяльності аграрних товаровиробників; нестійкістю цін та доходів у сільськогосподарському виробництві; їхньою залежністю як від природних факторів, так і від кон'юнктури ринку; непривабливістю інвестування сільського господарства в силу повільного обороту капіталу та відтворювального процесу; сезонністю виробництва; великим виробничим ризиком; особливостями формування соціальної інфраструктури села тощо [1].

На інвестиційний процес в аграрній сфері впливає низка чинників. На одні товаровиробник може безпосередньо впливати, а інші обумовлені зовнішніми обставинами та умовами і не залежать від товаровиробника. Так до чинників, залежних від товаровиробника, відносяться врожайність сільськогосподарських культур і продуктивність худоби; вибір об'єкту першочергового інвестування; спеціалізація і концентрація виробництва; технологія виробництва продукції; характер інвестицій та вибір джерела фінансування інвестицій; рівень продуктивності праці і собівартість продукції. На дані чинники виробник може впливати впродовж виробничого процесу і планувати інвестиції на перспективу [2].

Серед чинників, які не залежать від товаровиробника можна виділити наступні: ціни на сільськогосподарську продукцію і продукцію промислового виробництва; заміна кон'юнктури цін на світовому ринку названої продукції; відсоткова ставка за користування кредитом; інфляційні процеси; сезонність виробництва сільськогосподарської продукції тощо.

За макроекономічне сприяння інвестиційної діяльності відповідає система органів державної влади, у розпорядженні якої є важелі прямої дії у вигляді централізованих державних капітальних вкладень в об'єкти загальнодержавного значення, розвиток державного сектора економіки, так і непрямі засоби регулювання інвестиційного середовища за рахунок грошово-кредитної, бюджетної (фінансування окремих загальнодержавних програм стратегічного характеру, дотації, субсидії тощо), антимонопольної та амортизаційної політики [3].

Як основну причину кризи сільськогосподарського виробництва багато економістів називають, перш за все, ослаблення ролі державного регулювання і підтримки агропромислового комплексу. Загалом у розвинених країнах, навпаки, посилюється значення державної підтримки агропромислового комплексу. Витрати на реалізацію аграрної політики у вигляді прямої і непрямой підтримки постійно зростають, як це стверджує практика країн-ЄС.

На нашу думку, державне регулювання в аграрній сфері не повинно носити характер постійних фінансових ін'єкцій, починаючи із надання програмних інвестиційних ресурсів і закінчуючи забезпеченням поточної виробничої діяльності. З метою стимулювання інвестиційної активності на державному рівні необхідно перейти від повного бюджетного фінансування інвестиційних проектів і програм до переважно пайової участі в їх реалізації; здійснювати лише пріоритетне фінансування розробок та інноваційних технологій; застосовувати адресний метод інвестиційних вкладень і пільгового кредитування окремих підприємств, які можуть забезпечити їх окупність і прибутковість. До формування інвестиційної політики в аграрному секторі слід підходити комплексно і системно, про що свідчить на певному етапі досвід країн із перехідною економікою (Польщі, Словенії та ін.), які приділяють значну увагу інвестиційному процесу.

Незаперечним є той факт, що лізингові механізми в аграрній сфері повинні розвиватися. Вони допоможуть вийти із складної економічної ситуації, коли промисловість не готова надати аграрному сектору сучасну надійну техніку за прийнятними цінами, без якої техніки неможливо виробляти дешеву і якісну продукцію.

Одним з напрямів активізації інвестиційної діяльності у сільському господарстві розвинутих країн є стимулюючий механізм оподаткування, який включає податки на прибуток (чистий дохід) корпорацій; нерухомість, зокрема землю; капітал, що інвестується, або приріст основного капіталу; додану вартість; соціальне страхування найманої робочої сили та акцизи. Не дивлячись на такий широкий перелік, сумарно ці податки складають від 2,5 до 6% всіх фермерських витрат, із яких близько половини припадає на два податки: з прибутку і на нерухомість [4, с. 61].

Великого значення набуває проведення антимонопольної політики, яке доцільне не тільки у галузях, які є природними монополіями, а також відносно галузевих і локальних монополістів, що постачають продукцію для сільськогосподарських підприємств і тих, що купують у них [5, с. 106]. На нашу думку, в умовах України антимонопольна політика повинна запобігати подальшій монополізації в суміжних з аграрним виробництвом галузях. У цій ситуації доцільні тактичні заходи з реального обмеження прибутковості підприємств-монополістів (зокрема, сировинного і заготівельного характеру)

через встановлення ними справедливих максимальних відпускних і мінімальних закупівельних цін. Тут, звичайно, слід розробити критерії віднесення посередницьких і переробних підприємств до категорії монополістів, а також розрахувати обґрунтоване співвідношення між закупівельними і відпускними цінами у кожному окремому випадку [4, с. 112].

В основу державного регулювання інвестиційної діяльності в агропромисловому комплексі України мають бути покладені принципи активно-пасивного державного регулювання, вираженого в основному у державній фінансовій підтримці підприємств сільського господарства і машинобудування для аграрної сфери, ціновій, антимонопольній, амортизаційній політиці, розвитку інфраструктури аграрного ринку, становленні іпотечних відносин тощо [6]. Загальну основу та практичну успішність наслідків державного регулювання залучення інвестицій в аграрну сферу спроможний забезпечити сприятливий інвестиційний клімат.

З метою формування сприятливого інвестиційного клімату в аграрній сфері необхідно забезпечити досягнення стабільної економічної і політичної ситуації; розробку науково-обґрунтованої стратегії ринкового реформування; наявність відповідної законодавчої бази. Забезпечити слід реальну пріоритетність розвитку сільського господарства та агропромислового виробництва; дієве функціонування інфраструктури аграрного ринку; подолання інфляційних процесів та корумпованості і тінізації економічної сфери. Важливими кроками в цьому напрямку буде стримування росту зовнішнього державного боргу і проведення реструктуризації виплат з його обслуговування; встановлення чітких механізмів регулювання міжнародної інвестиційної співпраці; посилити активність регіональної політики; створити сучасне інформаційно-методичне забезпечення здійснення інвестиційної діяльності.

Література:

1. Лагодієнко Н. В. Дослідження регіональних особливостей розвитку інвестиційних процесів в агропромисловому виробництві. Бізнес-навігатор. – 2011. – № 1. – С. 95-99.
2. Задихіна О.Є. Основні засади інвестиційної діяльності підприємств АПК: дис. кандидата екон. наук : 08.00.04 / Задихіна Олена Євгенівна. – Х., 2010. – 194 с.
3. Ланченко Є.О. Формування і реалізація інвестиційної політики в аграрному секторі економіки України / Є.О. Ланченко // Агроінком. – 2005. – № 11-12. – С. 59–64.
4. Плеханов Д.О. Наукове забезпечення державного управління агропромисловим виробництвом в Україні: дис. доктора екон. наук : 25.00.02 / Плеханов Дмитро Олександрович. – К., 2010. – 475 с.
5. Левченко Н.М. Принципи державного регулювання інвестиційного розвитку АПК в умовах інтеграції до Європейського простору / Н.М. Левченко // Агросвіт. – 2009. – № 11. – С. 36-42.
6. Ковальов В.В. Державне регулювання інвестиційної діяльності в умовах ринкового розвитку аграрної сфери: дис. ... кандидата екон. наук : 08.01.01 / Ковальов Віталій Валерійович. – Дніпропетровський держ. аграрний ун-т. – Д., 2005. – 232 с.

ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ УКЛАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Історичний процес розвитку економік, як свідчить література [1; 2; 3; 4; 6; 7; 8] базується на інноваційній практиці, є сегментом інноваційного процесу виробництва і споживання благ, основою поліпшення економічних і соціальних умов проживання людей. Саме інноваційні процеси на основі використання капіталовкладень у новітні, ресурсозберігаючі технології стали основним чинником прискореного розвитку та конкурентоспроможності національних економік, у тому числі АПК в передових країнах: США; ЄС; Канади; Китаю; Японії та ін.

Зазначимо, що низький рівень функціонування національної економіки, зокрема агропромислового бізнесу та об'єктивна необхідність підвищення їх економічної та соціальної ефективності обумовлюють актуальність та вибір теми дослідження.

Поняття і сутність інновацій, стимулювання інноваційної діяльності, їх вплив на результати виробництва і реалізації продукції, як свідчить література [1; 2; 3; 4; 6], першими вивчали англійські економісти: Р. Кантільон (1680–1784); А. Сміт (1723–1790); Д. Рікардо (1772–1823).

Вагомий внесок в інноваційну теорію вніс український економіст М. Туган-Барановський, який розглянув проблему кризових явищ в економіці, питання інноватики, пов'язані з інноваційними процесами у світовій економіці, з діловими циклами та вирішальним впливом науково-технічного прогресу на процеси відтворення й нерівномірність розвитку економіки. На основі аналізу промислової кризи в Англії (1894 р.), він довів, що циклічність, яка притаманна економічному розвитку, визначається обмеженістю позичкового капіталу й особливостями його інвестування в капітальні товари [7].

Австрійський економіст Й. Шумпетер вперше ввів поняття «нововведення» (інновації), трактуючи його як зміни з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації у промисловості. Він довів, що інновація як економічна категорія є виробничою функцією, що зумовлює «кількісні зміни продукту з урахуванням змін в усій сукупності діючих на нього факторів. Учений вважав, що інноваційна діяльність є основною функціональною характеристикою підприємництва. На його думку, підприємець – ключова постать прогресу виробничих сил, яка здійснює реорганізацію економічного життя [9].

Вище наведене тлумачення свідчить, що новаторство і новизна є невід'ємними характеристиками підприємництва. Нововведення дозволяють підприємцю виробляти якіснішу продукцію і отримувати більший дохід за рахунок вищої ціни і більшої кількості реалізованої продукції.

Значний внесок у розвиток інноваційної діяльності у підприємствах агропромислового бізнесу здійснили сучасні українські економісти: Л.Л. Антонюк [1]; О.І. Дацій [2]; І. В. Кривов'язюк [3]; П.Т. Саблук [3; 6] та ін. Вони вважають, що інноваційні процеси в економіці можуть бути інтенсивними лише за умови активної участі капіталу, який формує активне мотиваційне поле. Інновації як фундаментальна складова прогресу потребують активного інвестиційного процесу, а він у свою чергу – сприятливого інституціонального середовища. Лише за рахунок інновацій, як свідчить практика, людство спроможне задовольняти всезростаючі потреби і все більшу питому вагу у цьому мають займати інтелектуальні інновації, саме людський капітал став системоутворюючим відносно ефективності соціально-економічних процесів. Економічні можливості людства залежать від рівня інноваційної спрямованості розвитку як національних економік, так і агропромислового бізнесу країн світу.

Опрацювання літературних джерел [1; 2; 3; 4; 6; 8] засвідчує, що інновація – це закінчений результат творчої праці винахідника, який матеріалізований у вигляді нового (або удосконаленого) продукту, процесу, послуги або системи управління, що базуються на отриманих нових знаннях, винаходах, які запропоновані на ринку, але поки що не знайшли масового практичного застосування у споживачів.

Інновація є рушієм соціально-економічного прогресу, виступає втіленням новітніх підходів у розвитку галузей національної економіки, забезпечуючи економію ресурсів, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності виробленої продукції.

Інновації в будь-якій галузі АПК продукують щось нове, пов'язане з якісними змінами в економічному процесі, спрямоване на динамічний шлях ефективного розвитку галузі, підприємства, агропромислового бізнесу загалом. Результатом впровадження інновацій, як свідчить практика, має стати забезпечення економічного (зменшення виробничих витрат) та соціального ефектів (поліпшення стандартів життя людей).

Важливе значення у розвитку інноваційної економіки АПК здійснюють технологічні уклади (ТУ). За твердженням ученого І.В. Кривов'язюка: «Технологічний уклад – це взаємопов'язана та взаємозумовлена стійка економічна система, що має якісне наповнення яке відображає досягнення країни у інноваційно-технологічному розвитку, котре забезпечує її конкурентну перевагу над іншими країнами у виробництві певних видів продукції чітко визначених галузей впродовж тривалого періоду часу (від 5-10 до 15-50 років), забезпечуючи формування високоефективної технологічної структури економіки» [4, с. 101].

Кожний ТУ відрізняється розвитком певної сукупності базисних наукомістких галузей і технологій, а також характеристиками організації виробництва, що утворюють організаційно-економічні цілісності відповідного періоду і відображається відповідними показниками новітніх досягнень НТП.

У світовій практиці виділено 7 основних технологічних укладів. В розвинутих країнах (США, Німеччина, Англія, Японія, Китай та ін.) переважають технології 5-го ТУ (1970–2010 рр.) і формуються технології 6-го (2010–2040 рр.) [4, с. 105-106].

На жаль, промисловість України, поки що характеризується переважно технологіями 3-го і 4-го укладів, їхня частка у промисловому виробництві займає біля 96%, а частка промислової продукції 5-го і 6-го ТУ – близько 4% (табл. 1). Наведені показники засвідчують, про нагальну потребу активізувати створення належних умов для розвитку високотехнологічних машинобудівних галузей вітчизняної економіки, у тому числі для переробної промисловості та аграрного сектору АПК, що мають відповідати вимогам і стандартам 5-го і 6-го ТУ.

Таблиця 1

Частка технологічних укладів у економіці ряду країн в 2016 р.

Країна	Частка технологічних укладів, %			
	III	IV	V	VI
США	–	20	60	5
Росія	30	50	10	–
Україна	57,9	38	4	0,1

Джерело: [4, с. 107]

Таким чином, інновації є рушієм соціально-економічного прогресу, виступають втіленням новітніх підходів у розвитку галузей національної економіки, у тому числі агропромислового бізнесу, забезпечуючи економію ресурсів, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності виробленої продукції. Фактичний стан національної економіки, у тому числі агропромислового бізнесу слід розцінювати як технологічно відсталий, що обумовлює необхідність активізації структурних зрушень економіки галузей в напрямі підвищення до рівня 5-го і 6-го технологічних укладів.

Література:

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. – К.: КНЕУ, 2004. – 394 с.
2. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.
3. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / [Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г., Курило Л.І. та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.
4. Кривов'язюк І.В. Інноваційна економіка: навчальний посібник / І.В. Кривов'язюк. – Київ: Кондор-Видавництво, 2016. – 384 с.
5. Ricardo, David (1830). *Principles of Political economy and Taxation*, Penguin Books, 1971. London.
6. Саблук П. Т. Стратегічні напрями аграрних реформ – перехід на інноваційну модель розвитку // Економіка АПК. – 2002. – № 12. – С. 9.
7. Туган-Барановский М. И. *Промышленные кризисы* / Репр. издание 1900. – К. : Наук, думка, 1996.
8. Цихан Т.В. О концепции технологических укладов и приоритетах инновационного развития Украины [Электронный ресурс] / Т.В. Цихан // Центр политических технологий.– Режим доступа: <http://www.politcom.ru>
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследования предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры) : пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

РАННІЙ МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Стан економіки будь-якої країни безпосередньо залежить від сприятливих умов для розвитку підприємництва та рівня ефективності діяльності вітчизняних підприємств. Частка кризових підприємств в економіці держави свідчить про негативний вплив зовнішнього і внутрішнього середовища на їхню діяльність. У свою чергу механізм впливу макроекономічних показників на суб'єктів підприємницької діяльності прослідковується у тому, що відчуваючи недоліки державного регулювання, зростання процентних ставок, інфляційні процеси, тиск з боку конкурентів, ріст цін на матеріали та ресурси, підприємства починають акумулювати усе більше позикових коштів, які разом зі недостатнім власним фінансовим капіталом спрямовуються на підтримання життєдіяльності у кризовий період. В управлінні підприємствами, що перебувають у стані кризи є багато особливостей у порівнянні з управлінням за сприятливих умов. Кризові підприємства є більш вразливими, а тому їх менеджмент повинен діяти з використанням інструментів антикризового управління.

Щоб запобігти появі симптомів, що свідчать про низьку платоспроможність підприємства, його керівникам слід застосовувати методи раннього попередження кризи. Одним із методів антикризового управління є фінансовий моніторинг, який забезпечує виявлення та визначення ступеню впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на підприємство. На відмінну від фінансової діагностики, яка є нетривалою у часі процедурою та виявляє поверхневі ознаки кризи, фінансовий моніторинг дозволяє глибше проникнути у проблемну зону підприємства на основі постійного спостереження за негативними відхиленнями та зрозуміти їх приховані першопричини. Проте ці функції управління тісно пов'язані, адже вони є логічним продовженням одна одної. Спочатку фінансовий моніторинг розпізнає небезпечні тенденції, а у випадку їх впливу на підсистеми підприємства застосовуються методи фінансової діагностики [4, с. 36].

Система фінансового моніторингу повинна функціонувати на підприємстві «за замовчуванням», тобто незалежно від потенційної можливості виникнення кризових тенденцій, та має безперервно відстежувати поточну операційну діяльність підприємства. У свою чергу спостереження за «слабкими сигналами», або ранній моніторинг фінансової кризи необхідно проводити комплексно, досліджуючи різноманітні взаємопов'язані ознаки фінансової неплатоспроможності. До таких ознак відносяться: неможливість підприємства задовольняти вимоги своїх кредиторів у необхідному обсязі; погіршення ліквідності підприємства, що проявляється у нездатності підприємства здійснювати необхідні платежі за планом ліквідності; переважання суми зобов'язань над вартістю активів підприємства, що спричинене збитками

операційної діяльності; незадовільні вартісно-орієнтовані показники на фоні зменшення ринкової та доданої вартості підприємства [1, с. 163].

З огляду на те, що не можливо виокремити єдиний параметр, який буде свідчити про появу ранніх сигналів кризи на підприємстві, варто розглядати зазначені ознаки системно в умовах невизначеності та недостатньої повноти інформації. Зазначені ознаки можуть таким чином слугувати сигналами, що зводяться до спільного показника, який виступає загальним вираженням впливу негативних факторів, що впливають на фінансовий стан підприємства. Також повний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства для цілей раннього моніторингу фінансової кризи у такому разі може виявитися недоцільним, зважаючи на те, що певні досліджувані параметри не завжди корелюють із результативними показниками фінансового стану підприємства. З іншого боку, ефект від проведення такого дослідження у вигляді інформаційного поля даних для антикризового управління має бути виправданим, тобто перевищувати витрати на його реалізацію [2, с. 85].

Під час проведення фінансового моніторингу слід у першу чергу звертати увагу на значення та динаміку фінансових показників, що можуть одразу оповістити про сигнали кризи. Такими показниками є наступні: коефіцієнт покриття, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом, коефіцієнт оборотності (оборотних активів та позикового капіталу), коефіцієнти рентабельності (власного капіталу, активів, продажу) за різними видами прибутку. Відхилення даних показників однозначно свідчить про наявність кризових явищ, які можуть перерости у кризовий стан підприємства. Проте інколи ці показники, попри своє значення у межах норми та позитивну динаміку, можуть не показувати повноту фінансового стану підприємства та приховані небезпеки. Ранніми сигналами у такому випадку можуть слугувати значення вартісно-орієнтованих показників.

Використання у фінансовому моніторингу вартісно-орієнтованих показників має доповнювати комплекс фінансових показників. Абсолютні значення вартості підприємства, що характеризують ринкову вартість на момент проведення оцінки, додану вартість за певний період, та відносні вартісні показники, які визначаються на основі власного капіталу та грошових потоків, слугують ранніми сигналами кризи як критерії можливої втрати підприємством своєї вартості у результаті погіршення фінансово-господарської діяльності. Показники, що розраховані на основі підходу до вартісно-орієнтованого управління (VBM), здебільшого є прогностичними значеннями, тому, у разі їх використання, суб'єкти фінансового моніторингу повинні бути забезпечені інформацією, що стосується фінансових даних за минулі роки та наступні періоди.

Найчастіше у вартісно-орієнтованому моніторингу застосовуються показники економічної доданої вартості (EVA), доданої вартості грошового потоку (CVA), ринкової вартості підприємства (MVA), значення економічного прибутку (різниця між загальним доходом та загальними витратами) та прибутку до вирахування податків, процентів та амортизації. Вони розглядаються у динаміці, а також суб'єкти фінансового моніторингу повинні слідкувати за їх від'ємними значеннями, що свідчать про наявність проблем

фінансового характеру. Поряд з абсолютними використовуються також і відносні вартісні показники, які є коефіцієнтами рентабельності інвестицій на основі потоку грошових коштів (CFROI), доходності залученого капіталу (ROCE), рентабельності інвестованого капіталу (ROIC). Часто EVA застосовується разом із ROCE для визначення спроможності підприємства збільшувати свою вартість та задовольняти очікування інвесторів [3, с. 85].

Таким чином, комплексний фінансовий моніторинг ранніх сигналів кризи можливий не лише рахунок застосування традиційних фінансових показників, які можуть показувати стійкий фінансовий стан та достатню платоспроможність на фоні появи кризових явищ. Проте, системно використовуючи ці показники із вартісно-орієнтованими, можливо виявити чинники, що зумовили прояви кризи, за допомогою факторного аналізу та шляхом розподілу фінансового показника на окремі параметри. Оцінка цих параметрів дозволяє виявити розмір впливу кожного із них на ймовірність виникнення кризи підприємстві.

Література:

1. Дубинська О. С. Методичне забезпечення моніторингу «ранніх сигналів» кризи на основі порівняння динаміки показників / О.С. Дубинська // ЕВД. – 2016. – № 3. – С. 163–170.
2. Іванова Н. Ю. Концептуальний підхід до проведення антикризового моніторингу підприємства / Н. Ю. Іванова, Н. М. Соколова // Наукові записки НаУКМА. – 2005. – Т. 44 : Економічні науки. – С. 85-88.
3. Терещенко О. О. Вартісно-орієнтований контролінг – інноваційний ресурс управління корпоративними фінансами / О. О. Терещенко, Д. Г. Савчук // Фінанси України. – 2011. – № 12. – С. 77-88.
4. Харківський Д. Ф. Роль та значення моніторингу в антикризовому управлінні підприємством / Д. Ф. Харківський, А. П. Тарасевич // Економіка харчової промисловості. – 2012. – № 4. – С. 35-38.

Шевчук Ю. І., студент

Васьків О. М., старший викладач

*Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

ІТ-РИЗИКИ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З БІЗНЕС-РИЗИКАМИ

У сьогоденні ІТ-технології відіграють важливу, інколи вирішальну роль у всіх сферах діяльності, зокрема і у бізнесі і тому потрібно приділяти увагу не тільки бізнес-ризикам, а також ІТ-ризикам, як їх невід'ємній частині. Беззаперечним є той факт, що застосування сучасних ІТ потенційно створює передумови ризику витоку, розкрадання, втрати інформації і, як наслідок, економічного, екологічного, соціального та інших видів шкоди [1].

Розглядаючи і вивчаючи бізнес-процеси, структуру бізнес-ризиків можна подати наступним чином (рис. 1).

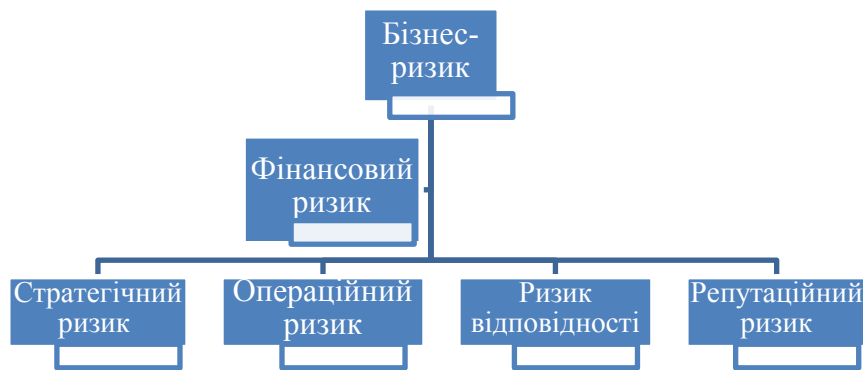


Рис. 1. Види бізнес-ризиків

Джерело: розроблено авторами за [9]

Важливо зауважити, що недостатня передбачуваність сфери ІТ є основним джерелом ризику ІТ-організацій. ІТ-ризик – це загроза для бізнес-даних, критичних систем та бізнес-процесів, які часто виникають через некоректне управління процесами та подіями і охоплюють цілий ряд важливих для бізнесу напрямків, зображені на рис. 2.

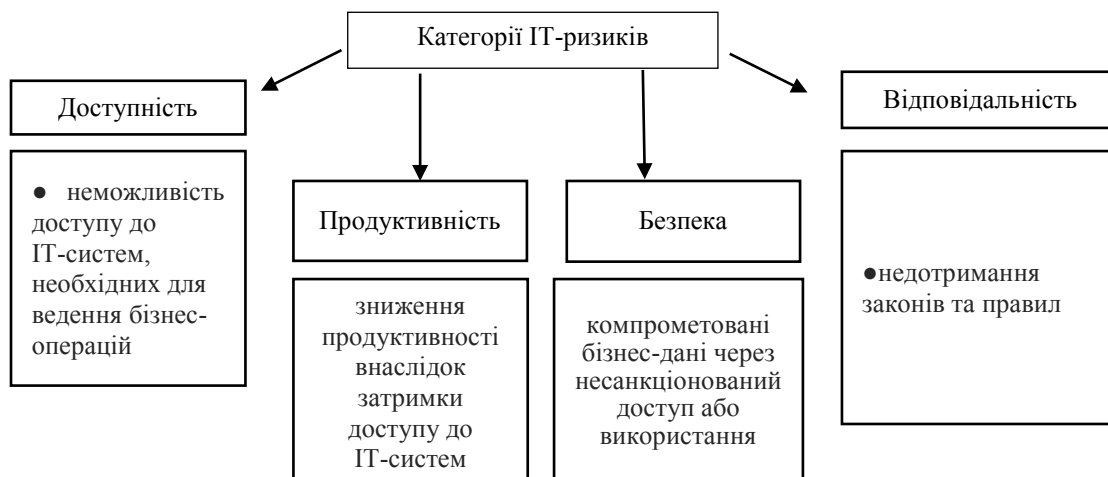


Рис. 2. Категорії ІТ-ризиків, які застосовуються для бізнесу

Джерело: розроблено авторами за [2]

Потенційний вплив ІТ-ризиків у бізнесі подано на рис. 3.

ІТ-ризики необхідно управляти так само, як і традиційними бізнес-ризики. Управління ІТ-ризики при функціонуванні бізнес-процесів породжує багато запитань, відповіді на які забезпечують розвиток і підвищення ефективності функціонування бізнесу (рис. 4).

Сучасний підхід до управління ІТ-ризики дає можливість науковцям обирати одну із існуючих методик управління ІТ-ризики в бізнес-проектах. Одними з найпоширеніших у світі методик управління ІТ-ризики є CRAMM, COBIT for Risk, FRAP, OCTAVE і Microsoft [5; 6].

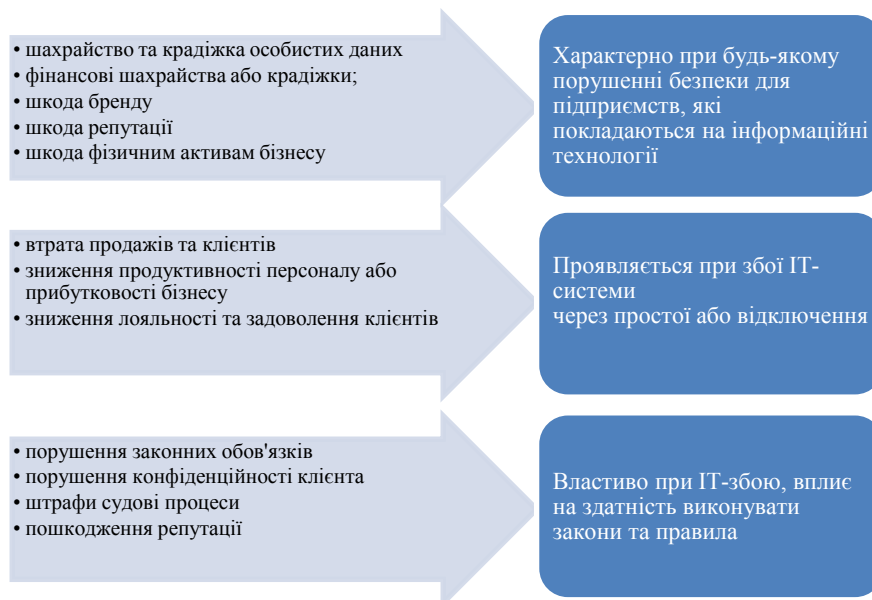


Рис. 3. Вплив ІТ-ризиків на бізнес-процеси

Джерело: розроблено авторами за [2; 3]

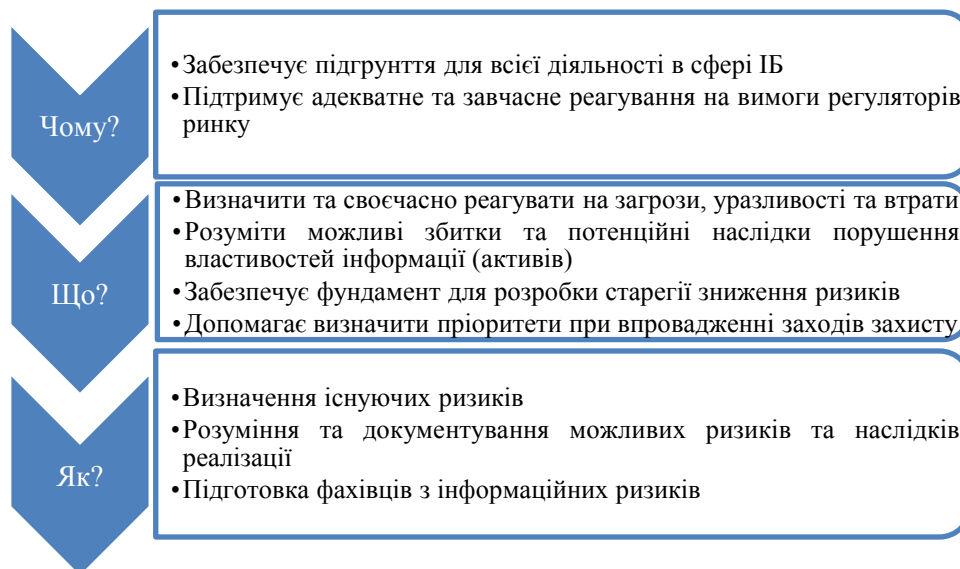


Рис. 4. Управління ризиками ІТ

Джерело: розроблено авторами за [4]

Методика CRAMM (CСТА Risk Analysis and Management Method) базується на стандартах управління інформаційної безпеки та описує підхід до якісної оцінки ризиків. Оцінка ризику проводиться на основі аналізу цінності ІТ-активу для бізнесу, вразливостей, погроз і ймовірності їх реалізації [6-8]. Метод CRAMM містить зрозумілий формалізований опис методології, що мінімізує можливість виникнення помилок при реалізації процесів аналізу та управління ризиками. Наявність засобів автоматизації аналізу ризиків забезпечує мінімізацію трудовитрат і часу, який є виділений на виконання заходів з аналізу та управління ризиками.

За наявності чітких переваг методу CRAMM існують і його недоліки, а саме, висока складність і трудомісткість збору вихідних даних, а також великі

витрати ресурсів та часу на реалізацію процесів аналізу та управління ІТ-ризиками.

Що стосується методики COBIT, то тут розглядаються ризики інформаційної безпеки стосовно ризиків основної діяльності організації, описуються підходи до реалізації функції управління ризиками інформаційної безпеки в організації та до процесів якісного аналізу ризиків інформаційної безпеки та управління ними [5].

З точки зору практичного застосування можна виділити такі переваги методології COBIT: зв'язок із загальною бібліотекою COBIT і можливість використовувати підходи та «ІТ-контролі» (заходів щодо зниження ризиків) з суміжних областей; багаторазово апробований метод, за яким накопичені значний досвід і професійні компетенції, і результати якого визнаються міжнародними інститутами; наявність зрозумілого формалізованого опису методології дозволяє звести до мінімуму помилки при реалізації процесів аналізу та управління ризиками.

При цьому методології COBIT притаманні такі недоліки і обмеження: висока складність і трудомісткість збору вихідних даних вимагає залучення значних ресурсів або всередині організації, або ззовні; залученість великої кількості зацікавлених осіб вимагає значних витрат на організацію спільної роботи, виділення часу залучених осіб на комунікації всередині проектної команди і узгодження результатів з усіма зацікавленими особами.

У разі якщо потрібно виконати тільки разову оцінку рівня ІТ-ризиків в компанії будь-якого розміру, доцільно застосовувати методологію COBIT. Для управління ІТ-ризиками на базі періодичних оцінок на технічному рівні найкраще підходить CRAMM.

Таким чином, розглянувши ІТ-ризики в бізнес-процесах, можемо стверджувати, що ІТ-ризики є основним джерелом бізнес-ризиків, оскільки основні процеси підприємства виконуються за допомогою інформаційних технологій. Управління ІТ-ризиками повинно ґрунтуватися на основі особливостей підприємства, що допоможе повністю мінімізувати ризики та забезпечити максимальну інформаційну безпеку.

Література:

1. Булычева О. С. Информационные технологии: асоциальные факторы риска / [Електронний ресурс] / О. С. Булычева, О. В. Сютюренко. Режим доступу: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2012/disk/007.pdf>
2. The Board and IT Risk. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Risk/gx-ccg-information-technology-risk-in-fs.pdf>
3. Песоцкая Е. Ю. Необходимость управления рисками в области информационных технологий / Е. Ю. Песоцкая // Современные проблемы науки и образования. Электронный научный журнал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.science-education.ru/article/view?id=821>
4. Сучасні підходи до оцінки ризиків інформаційних технологій. Управління ризиками ІТ // Active Audit Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ppt-online.org/172211>
5. Методики управления рисками информационной безопасности и их оценки (часть 1). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://safe-surf.ru/specialists/article/5193/587932/>

6. Методологии управления ИТ-рисками [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.osp.ru/os/2006/08/3584582/>
7. Управление ИТ-рисками [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itexpert.ru/rus/newslines/articles/detail.php?ID=8936>
8. Алексеев А. Управление рисками. Метод CRAMM / А. Алексеев // [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.itexpert.ru/rus/ITEMS/ITEMS_CRAMM.pdf
9. Business Risk. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessjargons.com/businessrisk.html?fbclid=IwAR0BhV81y0fe0V0JIEekCXgq0XjJK5ekWrycGn96R-zT-azxE7S82PeQVXY>

INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

**Prodius O. I., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*Odessa National Polytechnic University
Odessa, Ukraine*

SOCIAL ADAPTATION OF DISABLED PEOPLE'S IN THE CONTEXT OF INCLUSIVE ECONOMIC DEVELOPMENT

Ukraine's integration into the global economic space requires the implementation of an effective model of inclusive economic development, which involves not only the adaptation of economic, fiscal and monetary policy to the tendencies of the information-oriented industrial society, but also the dominance of such important factors as high technologies, knowledge intensity of production, human capital.

In the context of radical transformation of Ukraine's social economic system, particular attention should be paid to the continuance and development of the nation's labour potential as well as targeted actions to improve its quality. Unfortunately, within the period of past two decades, Ukraine has rapidly lost some of this potential, which is due to the natural consequences of aggravating the demographic situation and the population's ageing, mass migration (often – latent in the form of «emolument») of employees in various qualifications – from workers to highly skilled professionals, including in the field of science and technology. In addition, the loss of the labour potential part is associated with an increase in population's disability. Unfortunately, for our country, the problem of disabling the economically active population is updated every year (especially given the events associated with military actions in the ATO zone). The amount of disabled people over the past 15 years has increased by 8,7%. Nowadays 2,7 million people (or 6,1% of Ukraine's total population) have a disability. For comparison – at the beginning of the 1990's the people's number with disabilities in the country was less than 3% of the population (about 1,5 million people). Particular attention is needed by disabled people of working age, for whom the problems of rehabilitation, social protection are closely linked with the need to ensure their full socialization and effective employment [1; 2].

According to UN statistics, every tenth inhabitant of the planet has the physical and mental development, and WHO counts the number of people with disabilities about 15% of the population and focuses on the dynamics of their growth. So, according to the Declaration on the rights of persons with disabilities (UN, 1975) «disabled person» is a person who is not able to provide fully or partly the needs of normal personal or social life due to deficiencies in the innate or acquired, his or her physical or mental abilities. Citizens with disabilities are among all segments of the population of any society.

International experience shows that the leading component of social work with this category of people is employment according to individual capacities and needs. The formation of relationships available to persons with disabilities with micro-and macro-environment, the development of their mental and physical capabilities must be achieved by the extension of their professional training and qualification. Therefore, one of the main tasks of the state is the creation of favorable conditions for physical, psychological, social and spiritual development of persons with disabilities, ensuring their legal and social protection.

New employment opportunities for people with disabilities are emerging through changes in working conditions, the development of information and communication technologies and the use of the Internet. With a computer and network access, people with disabilities can work from home, contacting the employer in various ways. One of the ways to increase the number of jobs for people with special needs is to create a virtual office that will facilitate the decentralization of business operations, create working groups only for the period of a specific task, reduce staff, reduce the value of real estate, perform work in any convenient for the specialist time. With the help of the necessary software, for example, a lawyer, while at home, has access to information retrieval systems and his company archive, the analyst journalist can view electronic publications on a particular topic, the operator can enter information in the database, etc. In addition, the introduction of virtual offices is economically profitable, as it reduces the cost of production depreciation, rent, business trips, long-distance negotiations. Work efficiency is also increased as employees do not spend time commuting from office to office. Remote consulting of company divisions, coordination of marketing campaigns, legal, auditing and accounting consultations becomes possible.

It should be highlighted that inclusive economic and human development are closely interconnected. Thus, the basis of inclusive economic development are innovation and a person's creative abilities: to create, develop, accumulate and use new knowledge in different spheres of activity. Human capital as a resource of the enhancing knowledge, abilities, skills and acquirements accumulated by a person, which increases in the process of its use in various spheres of social life, is an innovation development resource, that is, the resource of creation, introduction, use and growth of intellectual products of innovations as a factor of various changes in society in general and in its various spheres – industrial, social, cultural, etc., and at different levels: enterprise, industry, region, country, world economy. Development of persons with disabilities as the carriers of innovative human capital is the goal of social and economic development as exactly the person is the creator, producer and end user of innovative products and services.

The issue of «inclusive» innovations aimed at improving the well-being of low-income and marginalized groups, in particular, from the viewpoint of their access to the basic public services (education, infrastructure, health care), is becoming more relevant. Inclusive innovation activity is aimed primarily at facilitating access to basic goods and services and the expansion of economic rights and opportunities by virtue of creation, obtaining, adaptation, mastering and disseminating knowledge directly oriented to meet the needs of the population's marginalized segments, which include disabled individuals [3-5].

The state must to devise an innovative policy to enable disabled people to participate in the inclusive innovation activity, either as innovators or as users of innovations. It should be noted that the private sector is also able to help improve disabled people's living conditions, mainly in three ways: by creating work places and improving productivity, by meeting some of their needs as part of corporate social responsibility initiatives and by developing affordable goods and services that meet low-income consumers' needs.

It is rational to intensify disabled people's involvement in active work on the new municipal project initiatives development and the discussion of municipal and sustainable social development plans. Experience exchange with youth leaders from different corners in Ukraine and leading experts from near and far abroad and, thus, facilitate the formation of disabled people's Ukrainian network in the field of municipal planning with strong international contacts and links. It is necessary to improve the legal framework, state regulatory policy for establishment of conditions in creation affordable quality education, to promote disabled youth's creative and intellectual development; ensure employment and business development.

In the Western society, the development and implementation of inclusive innovations is not only a state's task, but also of entrepreneurs and non-governmental organizations. The development and implementation of inclusive innovation policy can help to achieve more equitable, sustainable and inclusive development. To include social goals into the strategy of innovation policy, it is necessary to study the disabled people's characteristics, the way they live and what they need to improve their existence; it is necessary to develop goals and strategies on how to encourage and implement the inclusive innovation activity.

Taking into account the afore-named, the inclusive development concept implies that each economic entity is important, unique, valuable to society and has the capacity to meet its needs. The inclusive growth of the economy is a multifactorial and multilevel process which basis is the economy of maximum employment and interaction of all subjects in the context of the society's human development. Efforts consolidation of the scientific, governmental, society's business circles in the complex solution of methodological, strategic and tactical problems of the national innovation system formation is able to improve the innovative model of the country's development, to ensure an increase in the rates of economic growth, to accelerate and facilitate the processes of Ukraine's European integration in the context of inclusive innovation activity.

References:

1. Perehudova T. V. Social inclusion as an element of social policy: European lessons for Ukraine / T.V. Perehudova // International Humanitarian University Herald. – 2016. – Issue 19. – P. 98–102.
2. Savelyev Yu. The Contradictions of the concepts of social exclusion and inclusion: the impact of socio-political discourse on sociological theory / Yu. Savelyev // Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. – 2012. – Vol. 3. – P. 33–41.
3. Ukraine: Towards Social Inclusion: A National Human Development Report [E. Libanova, Yu. Levenets, O. Makarova and others]. – Kyiv : Independent issue of the UN Development Programme in Ukraine, 2011. – 124 c.

4. Fedulova L. I. Inclusive innovation in the socio-economic development / L. I. Fedulova // Economics: time realities. – 2016. – № 3(25). – P. 56–65.

5. Davymuka S. A., Fedulova L. I. Creative economy sector: experience and development directions: monograph / S. A. Davymuka, L. I. Fedulova; State institution «Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy of NAS of Ukraine». – Lviv, 2017. – 528 p.

Швець О. В., докторант
Міжнародний університет бізнесу і права
м. Херсон, Україна

БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМИ

Дисбаланс між попитом та пропозицією, що нині панує на ринку праці України, суттєво загострює проблему зайнятості в цілому, та серед молоді зокрема. Оскільки саме молоде покоління в процесі пошуку роботи стикається з такими, притаманними зазвичай лише цій віковій групі, перепонами як: відсутність досвіду, соціальна незрілість, незахищеність та відсутність навиків професійної адаптації, невідповідність першого робочого місця рівню та якості отриманої освіти, високі вимоги роботодавців до професійних компетентностей молоді та невідповідність їх запитів реальним професійним обов'язкам тощо. Все це істотно посилює напруження на ринку праці серед молодіжного сегменту, який, з одного боку, є відкритим, мобільним, активним, цілеспрямованим, прогресивним ресурсом, що швидко вчиться та легко адаптується до мінливих змін, однак, з іншого, відсутність практичних навичок та професійного досвіду, нівелюють його конкурентоспроможність на ринку.

Молодь є одним з найважливіших стратегічних ресурсів держави, що визначає орієнтири в економічній, політичній, соціальній сферах майбутнього країни, визначає масштаби та темпи науково-технічного прогресу як окремої держави, також впливає і на розвиток людства в цілому. Саме тому досить актуальною соціально-економічною проблемою є проблема молодіжного безробіття, невирішеність якої може призвести до соціальної напруженості в суспільстві, зміни ціннісних орієнтацій у бік поширення тіньової зайнятості та зростання рівня криміналу, збільшення зовнішньої трудової міграції та зниження рівня життя населення [1].

Під безробіттям молоді слід розуміти соціально-економічне явище, що передбачає неможливість працездатних громадян у віці від 15 до 30 років реалізувати своє право на працю через низку чинників, серед яких слід виділити загальнодержавні (економічна криза в державі; несприятливий демографічний фактор; невідповідність державного замовлення потребам реального сектору економіки; відсутність передумов для створення нових робочих місць та перспектив розвитку галузей народного господарства; формальний та декларативний характер наявних загальнодержавних та регіональних програм зайнятості; недостатній рівень взаємодії між ринком робочої сили та ринком

освітніх послуг; та специфічні (низький рівень та якість підготовки молодих фахівців; відсутність підтримки та слабка соціальна адаптація молоді до ринкового середовища; високі кваліфікаційні вимоги роботодавців до потенційних недосвідчених працівників; небажання як роботодавців, так і молоді підвищувати рівень своєї компетентності або проходити перекваліфікацію; низький рівень заробітної плати молодих фахівців; гендерні проблеми (небажання працевлаштовувати молодих жінок через потенційність декретної відпустки чи відпустки за доглядом за дитиною та чоловіків – у зв'язку з обов'язком нести службу у Збройних силах країни)) тощо.

Однією з головних перешкод на шляху працевлаштування молоді стоїть проблема невідповідності отриманих у стінах навчальних закладів знань, вмінь та навичок запитам роботодавців. Освітній ринок суттєво відстає від вимог народного господарства, а слабка практична підготовка сучасного випускника викликає незадоволеність роботодавців та перекладає на їх плечі необхідність трудової адаптації або, навіть, перекваліфікації молодого фахівця. Амбіційність та цілеспрямованість, мобільність, ініціативність та креативність, орієнтація на кар'єрний розвиток, готовність молоді працювати понаднормово, приваблюють роботодавців, однак більшість з них згодні долучати до виробничого процесу (брати на практику) молодь лише за умови її належної підготовки: наявності базових знань з професійної сфери діяльності, інформаційних технологій, відповідного рівня особистісної та організаційної культури [2]. Все це наштовхує на єдиний висновок – навчальний процес має бути орієнтований на запити ринку праці та постійно коригуватися відповідно до мінливих вимог зовнішнього середовища [3-5].

Безумовно, подолати проблему молодіжного безробіття остаточно не можливо, однак на державному рівні мають бути створені відповідні умови для зниження рівня безробіття серед молодіжного сегменту, серед яких: 1) на законодавчому рівні передбачити створення та підтримку атмосфери соціальної стабільності та захищеності молоді за допомогою фінансування відповідних державних програм та заходів, спрямованих на підвищення рівня молодіжної зайнятості; 2) підвищувати в суспільстві престижність затребуваних професій, у тому числі задіювати матеріальні важелі; 3) розробити та впровадити механізми мотивації роботодавців щодо сприяння працевлаштуванню молодих спеціалістів (наприклад, система пільгового оподаткування чи певних заохочень; квотування чисельності молодих фахівців на підприємствах та фінансова підтримка роботодавцям на етапі апробації та адаптації молоді); 4) зорієнтувати навчальний процес у стінах навчальних закладів на збільшення практичної підготовки молоді та розвиток затребуваних професійних компетентностей; впровадити ефективну систему розподілу молоді на практику та стажування під час та після закінчення навчання; 5) формувати державне замовлення, враховуючи тенденції у розвитку ринку праці шляхом впровадження ефективного механізму стратегічного прогнозування та планування потреби реального сектору економіки у відповідних фахівцях; 6) забезпечити проведення постійного моніторингу за потребами роботодавців та налагодити зв'язок між ринками освітніх послуг і праці; 7) сприяти впровадженню в межах кожного центру зайнятості надання послуг з

професійного консультування, профорієнтації та психологічної підтримки молоді щодо питань працевлаштування; 8) використовувати зарубіжний досвід подолання молодіжного безробіття під час розробки власної державної молодіжної політики зайнятості та ратифікацію відповідних міжнародних угод про співробітництво тощо.

Слід взяти до уваги, що Міжнародна організація праці визначає 3 необхідних напрями сприяння зайнятості молоді з боку урядів, роботодавців і профспілок.

1. Розширення можливостей для працевлаштування молоді за допомогою заходів щодо зміцнення зв'язків між системою освіти та ринком праці, включаючи профорієнтацію, вдосконалення інформації про кар'єрні можливості та широкий доступ до неї, підтримку під час пошуку роботи та забезпечення гарантій зайнятості молоді.

2. Заохочення молоді до підприємництва.

3. Сприяння захисту трудових прав молодих людей з гарантуванням їм рівних прав у сфері праці, закріпленням їх у колективних договорах і забезпеченням належного соціального захисту [6].

Професійне навчання також є потужним інструментом для підвищення рівня зайнятості та кваліфікації молоді, а також сприяння ефективному переходу від освіти до зайнятості. Тут, на наш погляд, слід звернутися до досвіду Німеччини, Австрії та Швейцарії, де добре поставлено навчання робітничим професіям і рівень безробіття серед молоді є найнижчим в Європі. Для забезпечення зменшення дисбалансу між попитом та пропозицією робочої сили, запобігання довготривалому безробіттю серед молоді доцільно розробити методику формування системи прогнозування перспективного розвитку галузей економіки і попиту на робочу силу за конкретними професіями з урахуванням регіональної специфіки. Ринок освітніх послуг необхідно наближати до реальних потреб економіки.

Література:

1. Стратегія розвитку державної молодіжної політики до 2020 року Державної служби молоді та спорту України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sms.lugansk.ua/node/21389>

2. Дімітрієва С.Д., Зінов'єв Ф.В. Конкурентоспроможність випускників ВНЗ та їх затребуваність на ринку праці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2012_2_2/18-2-10.pdf

3. Іваницька С.Б., Мороховец І.О. Проблема безробіття молоді України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4325>

4. Семенова Д.А. Основні напрямки подолання безробіття серед молоді в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/19-1439895855.pdf>

5. Яценко Н.М., Яковенко Я.Ю. Причини безробіття молоді в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1\(78\)/143](http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1(78)/143)

6. Глобальні тенденції зайнятості 2013: відновлення після другого падіння робочих місць : доп. – Женева : МОП, 2013.

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE SOCIAL LIFTS

Багорка М. О., д.е.н., доцент

Петрик Т. Г., магістр

*Дніпровський державний аграрно-економічний університет
м. Дніпро, Україна*

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ситуація, в якій сьогодні функціонують виробники промислових підприємств України вкрай складна. Подолання економічної кризи є можливим за умови проведення кардинальної перебудови системи управління промисловими підприємствами і формування нової, адаптивної до різких коливань ринку, результативної системи управління на основі маркетингового забезпечення.

Маркетингове забезпечення промислового підприємства набуває особливої ваги в жорстких умовах конкурентної боротьби. В таких умовах правильно спланована та організована маркетингова діяльність дозволить оптимізувати та чітко спланувати заходи на досягнення місії підприємства на ринку та здійснення ефективної, стабільної та прибуткової роботи.

А.А. Шиманський застерігає про те, що ситуація, в якій сьогодні функціонують виробники промислових підприємств розвинутих країн, вкрай складна. Так, ринки перенасичені товарами, їх частки чітко розподілені між виробниками, в результаті чого споживач отримав можливість диктувати власні вимоги. Враховуючи дані умови, варто відзначити, що конкурентна боротьба ускладнює можливість вести підприємницьку діяльність і продовжувати займати лідируючі позиції на ринку [1, с. 168].

Маркетингове управління на промисловому підприємстві є процесом аналізу ситуацій, планування та реалізацію планів підприємства, що прагне будувати свою діяльність на ринку на принципах взаємовигідного співробітництва для всіх учасників, забезпечуючи високу споживчу цінність своїх товарів та максимального задоволення кінцевих споживачів і реалізується за допомогою комплексу інструментів маркетингу, які і становлять основу маркетингового забезпечення [2, с. 207].

Варто відмітити, що використання маркетингового інструментарію при функціонуванні промислового підприємства допоможе уникнути багатьох проблем, від яких залежить кінцева ефективність діяльності, а саме: завдяки маркетингу можна суттєво скоротити термін реалізації продукції, вчасно вивести її на ринок і, відповідно, пришвидшити отримання прибутку.

Для формування складових маркетингового забезпечення потрібно вживати оперативних маркетингових заходів, які передбачають конкретизацію маркетингової стратегії стосовно маркетинг-міксу, а також охоплюють:

- складання письмового плану маркетингу, що передбачає деталізацію маркетингових заходів та визначає конкретні види діяльності щодо її реалізації;
- підготовку кошторису, пов'язаного з впровадженням продукту, що інтегрує процес маркетингу в рамках загального бюджету підприємства;
- контроль ефективності маркетингового забезпечення діяльності підприємства (контроль щорічних планів, прибутковості, ефективності).

В основу побудови системи управління маркетинговим забезпеченням промислового підприємства повинна бути покладена маркетингова концепція розвитку, що враховує, з одного боку, мінімізацію витрат підприємства, а з іншого – його становище на ринку і стан зовнішнього середовища [3, с. 228].

Пропонуємо наступну складові системи управління маркетингової діяльності промислового підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Система маркетингового управління промислового підприємства

Основними складовими даної системи управління виступають:

- аналіз – діагностика зовнішнього і внутрішнього середовища, дослідження ринку, його кон'юнктури, дослідження характеристик і поведінки суб'єктів цільових ринків підприємства;
- планування – формування маркетингової стратегії, формування планів маркетингу на основі досліджень, розроблення маркетингових програм;
- організування – реалізація встановлених планів, формування організаційної структури маркетингу на підприємстві, розроблення конкретних завдань, визначення повноважень і відповідальності за реалізацію маркетингових заходів;
- мотивування – розроблення та реалізація матеріальних та моральних стимулів для персоналу, підтримання корпоративного духу підприємства;
- маркетинговий контроль – контроль за дослідженням ринку, виконанням маркетингових програм, виправлення виявлених похибок, аудит маркетингу.

В той же час важливо зазначити, що система управління маркетинговою діяльністю у більшості промислових підприємств України не відповідає вимогам сучасних ринків і для успішної їх діяльності маркетингова філософія ведення бізнесу (управління маркетинговою діяльністю) має забезпечити наявність та функціонування наступних складових:

- 1) стратегічне бачення (сутність діяльності підприємства та фокусування енергії усіх його підрозділів на досягненні більш високих показників, ніж у конкурентів);
- 2) ринкова орієнтація (на першому місці серед усіх цінностей і переконань завжди знаходиться споживач);
- 3) формування та вибору найкращої маркетингової стратегії з урахуванням усіх проблем, з якими стикається промислове підприємство.

Треба також враховувати, що управління, діяльність і структура промислового підприємства, на основі маркетингового забезпечення, залежить від таких факторів як: величина підприємства, об'єм продукції, географія ринків збуту тощо.

Таким чином, система маркетингового управління на промисловому підприємстві може бути реалізована за допомогою маркетингового забезпечення, а динаміка розвитку промислового підприємства в цілому прямо пропорційна залежить від рівня його маркетингового забезпечення. В умовах жорсткої ринкової конкуренції маркетингове забезпечення на промисловому підприємстві стає необхідним, адже без нього підприємство не зможе нормально функціонувати і використовувати свої ресурси так продуктивно та вигідно.

Література:

1. Шиманська А.А. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства: економічний та філософський підходи / А.А. Шиманська // Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. – 2015. – № 3(19). – С. 166–171.
2. Кобець Д.Л. Формування системи маркетингового управління промисловими підприємствами. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2014. – Вип. 7(2). – С. 206–208.
3. Морохова В.О. Теоретичні аспекти маркетингового забезпечення промислового підприємства / В.О. Морохова, В.Л. Барзаковська // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – Випуск 8(30). – Луцьк, 2011. – С. 227-237.

КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНТРОЛІНГУ

Для вирішення покладених на контролінг завдань і функцій він застосовує певний набір аналітичних інструментів, кожен з яких застосовний для конкретної сфери та завдання контролінгу.

Оскільки на кожній ланці управлінського процесу контролінг виконує різні функції, то його завдання можна стисло охарактеризувати у такий спосіб:

– планувальні завдання: розробка в процесі планування і дотримання у процесі контролінгу єдиних принципів та методології; визначення цілей підприємства та функціональних напрямків його діяльності; визначення шляхів їх реалізації; розробка програм досягнення результатів;

– організаційні завдання контролінгу: побудова або реорганізація системи управління, визначення взаємозв'язків її складових; регламентування посад та розмежування сфер впливу;

– мотиваційні завдання контролінгу: забезпечення обліково-аналітичною інформацією управлінських рішень щодо застосування мотивуючих програм (спонукання персоналу виконувати поставлені завдання та дії);

– контрольні, аналітичні і регульовальні завдання контролінгу: контролювання процесів та розроблення пропозицій задля їх регулювання, аналізування відхилень від плану [1].

Інструментарій контролінгу простіше згрупувати відповідно предмету діяльності та до рівнів управління, де він застосовується. Тоді вибір методів контролінгу здійснюватиметься одночасно у двох ракурсах:

– за видами предмета діяльності (контролінг процесу інноваційного розвитку, виробництва, фінансової діяльності тощо);

– за часом здійснення контролінгу (операційний, стратегічний).

Ми згодні з А. Фаїзовим [2] та аналогічно поділяємо всі інструменти контролінгу, необхідні для ефективного управління розвитком підприємства, на дві групи, відповідно до рівнів управління, на яких вони застосовуються: стратегічні і тактичні (операційні). Зокрема, інструментарій фінансового контролінгу розподіляється у [2] таким чином: операційний контролінг (розрахунок прямих витрат, короткострокових результатів, аналіз вузьких місць і бюджетів) та стратегічний контролінг (техніка сценаріїв, аналіз можливостей, конкуренції, портфелів, капітальних інвестицій).

Також частково згодні з класифікацією інструментарію, запропонованою у [3] для оперативного контролінгу, яка виділяє: а) технологію отримання управлінської інформації та прийняття рішень (бюджетування, моделювання, регулювання, ціноутворення) та б) аналітичні фінансово-економічні розрахунки, орієнтовані на прийняття управлінських рішень (метод «директ-костинг» (сум покриття), аналіз точки беззбитковості, формування основних підконтрольних показників, аналіз результатів за відхиленнями, аналіз системи

«витрати – обсяг – прибуток»). Доцільним є узагальнення інструментів за їх сутністю та формою, проте їх перелік недостатній.

Є інший підхід до класифікації інструментів контролінгу, запропонований І.Б. Гусевою [4; 5], що уявляє собою комплексну класифікацію за кількома ознаками одночасно: зв'язок із видами менеджменту; зв'язок із функціями управління; рівні ієрархії об'єктів контролінгу; горизонт планування; масштаби діяльності господарюючих суб'єктів; зв'язок з об'єктами контролінгу (напрямами застосування); рівень комплексності; рівень управління (таблиця 1).

Таблиця 1

Альтернативна класифікація інструментів контролінгу

Менеджмент		Контролінг		Типові інструменти контролінгу
Види	Цілі	Види	Цілі	
Стратегічний менеджмент	Стратегічне управління	Стратегічний контролінг	Стратегічне управління витратами, доходами, проектами, видами діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: аналіз якості, лінійне програмування, мережеве планування, аналіз інвестицій, фінансовий аналіз і т.д. – стратегічні: аналіз ризиків, «таргет – костинг», аналіз життєвого циклу, аналіз потенціалу, моделювання, BSC, EVA, GAP-аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, економетричні методи, розробка сценаріїв і т.д.
Інноваційний менеджмент	Продукція певної ціни та якості	Контролінг інновацій	Спостереження процесу реалізації проекту	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: ФВА, аналіз якості, аналіз інвестицій (статистичні методи), фінансовий аналіз (ретроспективний, поточний тощо); – стратегічні: «таргет-костинг», аналіз життєвого циклу, потенціалу, ризиків, конкурентоздатності, ефективності інвестицій (динамічне моделювання, розробка сценаріїв), перспективний фінансовий аналіз, портфельний аналіз, GAP-аналіз, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, EVA, економетричні методи, розробка сценаріїв;
Інвестиційний менеджмент	Управління інвестиціями	Контролінг інвестицій	Оптимізація рівня витрат, продаж, прибутку, інвестицій	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: бюджетування, ФВА, аналіз інвестицій, аналіз якості, лінійне програмування, мережеве планування, фінансовий аналіз, CF-аналіз і т. д.; – стратегічні: аналіз інвестицій, аналіз конкуренції, аналіз потенціалу, портфельний аналіз, GAP-аналіз, SWOT-аналіз, фінансовий аналіз, економетричні методи, аналіз ризиків, розробка сценаріїв і т. д.;
Менеджмент якості	Управління якістю продукції	Контролінг якості	Управління витратами, що впливають на якість продукції	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: факторний аналіз відхилень, аналіз якості, ФВА, фінансовий аналіз і т. д.; – стратегічні: фінансовий аналіз, аналіз потенціалу, аналіз конкуренції і т. д.;

Менеджмент		Контролінг		Типові інструменти контролінгу
Види	Цілі	Види	Цілі	
Виробничий менеджмент	Управління процесом виробництва	Контролінг виробництва	Управління витратами на виробництво	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: бюджетування, «кайзен-костинг», факторний аналіз відхилень, CVP – аналіз, ФВА, ABC-аналіз, XYZ-аналіз, EOQ-model, аналіз вузьких місць, аналіз якості, лінійне програмування, мережеве планування, фінансовий аналіз, ЛТ і т. д.; – стратегічні: аналіз життєвого циклу, ланцюг створення вартості, економетричні методи, фінансовий аналіз і методи калькулювання продукції (ті що мають стратегічне спрямування);
Процесний менеджмент	Управління бізнес-процесами	Контролінг бізнес-процесів	Управління бізнес-процесам	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: бюджетування, ABC-метод (процесний), факторний аналіз відхилень, CVP – аналіз, ФВА, ABC-аналіз, XYZ-аналіз, EOQ-model, лінійне програмування, мережеве планування, аналіз вузьких місць, аналіз якості, фінансовий аналіз, реінжиніринг бізнес-процесів, ЛТ і т. д.; – стратегічні: аналіз життєвого циклу, моделювання, економетричні методи, EVA, реінжиніринг, фінансовий аналіз і т.д.;
Ризик-менеджмент	Конкурентні переваги продукції	Контролінг ризиків	Управління витратами і у порівнянні із конкурентами	<ul style="list-style-type: none"> – оперативні: фінансовий аналіз, лінійне програмування, аналіз ефективності інвестицій, аналіз якості, і т.д. – стратегічні: аналіз ризиків, «таргет-костинг», аналіз потенціалу, аналіз життєвого циклу, портфельний аналіз, аналіз інвестицій, аналіз конкуренції, GAP-аналіз, SWOT– аналіз, PEST-аналіз, економетричні методи, розробка сценаріїв.

Джерело: складено автором на основі [4; 5; 6]

Інструментальне забезпечення контролінгу має властивість до розширення і поповнення, підтримуючи постійний процес удосконалення системи управління розвитком підприємства.

Таким чином, різноманітний інструментарій контролінгу є застосовним до процесу розвитку інноваційно-активного промислового підприємства та дає змогу комплексно його оцінювати за всіма напрямками: інноваційний процес в цілому, інноваційна діяльність, інноваційні проекти та інноваційні витрати.

Водночас, системні розробки щодо методичного забезпечення проведення контролінгу зазначених об'єктів на інноваційно-активних промислових підприємствах та використання вищезгаданого інструментарію недосконалі, що актуалізує його розроблення та використання.

Література:

1. Селіванова Н.М. Управління розвитком інноваційно-активного промислового підприємства на засадах контролінгу: нові реалії та завдання: [моногр.] / Н.М. Селіванова, С.В. Філіппова. – Одеса: вид-во «ВМВ», 2014. – 181 с.
2. Фаїзов А.В. Функціональна здатність системи контролінгу / А.В. Фаїзов // Агроінком. – 2013. – № 10-12. – С. 47-49.
3. Маркіна І.А. Контролінг для менеджерів : [навч. посіб.] / І.А. Маркіна, О.М. Таран-Лала, М.В. Гунченко. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 304 с.

4. Гусева І.Б. Інструментальна база контролінгу / І.Б. Гусева // Контролінг. – 2007. – № 4 ч. 1, (24). – С. 20-29.
5. Гусева І.Б. Інструментальна база контролінгу / І.Б. Гусева // Контролінг. – 2008. – № 1 ч. 2, (25). – С. 16-25.
6. Фолльмут Х. Інструменти контролінгу от А до Я / Хильмар Й. Фолльмут; [Пер. с нем.]. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 288 с.

Фомиченко И. П., к.э.н., доцент

Баркова С. А., соискатель

*Донбасская государственная машиностроительная академия
г. Краматорск, Донецкая область, Украина*

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

При условии осуществления региональной реформы в Украине регионы получают большую самостоятельность, возможность проведения соответствующей социально-экономической политики, ответственность за принятие и осуществление управленческих решений (которые основываются на специфике отдельной территории), выявление ее приоритетных направлений, а так же эффективного соглашения интересов на макро- (государство), мезо- (регион) и микроуровнях (отдельные субъекты хозяйствования). Поэтому целесообразно рассматривать этапы формирования и развития регионального маркетинга в сочетании рыночных и государственных механизмов регулирования.

Актуальность рассматриваемой проблемы состоит в том, что современные условия развития региональной экономики характеризуются усилением конкуренции в использовании природных, финансовых и трудовых ресурсов, что обуславливает необходимость использования потенциала территории и социально-экономическое развитие региона.

Цель статьи предложить определение регионального маркетинга как теории и практики принятия управленческих решений относительно формирования рыночно-продуктовой стратегии региона на основе исследования факторов маркетинговой среды с целью реализации экономических интересов территории и ее потребителей. Так же не мало важной целью статьи является рассмотрение сущности системы регионального маркетинга и основ ее функционирования, доказательство необходимости введения регионального маркетинга в контексте региональной политики на данном этапе осуществления реформ.

Вопрос развития регионов и маркетинга отражается в работах прежде всего зарубежных ученых: В. Абрамова, И. Арженивского[1], А. Гапоненко[2], В. Захарова, А. Куренковой, А. Лаврова[6], С. Мельникова, А. Панкрухина, Е. Попова, Г. Почепцова, Р. Фатхутдинова, А. Дайан, Ф. Котлера и других. Проблема формирования маркетинговой стратегии развития регионов в условиях усиления интеграционных процессов не однократно отражались в

научных работах украинских ученых – экономистов: О. Мельничука, Л. Балабановой, Ю. Шарова, О. Крайника и других.

При современных условиях государство пока не имеет достаточного количества ресурсов для обеспечения высокого качества жизни населения, независимо от региона, поэтому значительные ожидания полагают на региональные и местные органы власти, в частности на их качество работы, создание рабочих мест, способность привлечения потенциальных потребителей.

Анализируя сущность и методы реализации экономических реформ, отечественные ученые пришли к выводу о том, что курс на социально-ориентированную рыночную трансформацию экономики будет иметь шанс на успех тогда, когда к его осуществлению будет активно привлечены регионы [3]. Региональное социально-экономическое развитие отражает процессы, происходящие в каждом территориальном образовании, а так же неблагоприятия в их экономическом развитии, которые могут иметь значительное влияние на экономическое положение страны в целом. Поэтому показатели регионального развития являются индикаторами устойчивости и социально-экономической стабильности в обществе [4]. Такой подход является логичным результатом анализа хода экономических реформ, который свидетельствует, что не может быть унифицированного подхода к управлению экономическими процессами в таком территориально-диверсифицированном государстве, как Украина, а сама глубина вмешательства центральной власти в региональные процессы должна иметь свои разумные границы [5].

Развитие страны может сдерживать неоднородность регионов, а именно: разница в их хозяйственном развитии, существующий уровень сотрудничества между ними, система ценностей населения. Именно поэтому государство должно иметь четкую стратегию регионального развития страны в целом, которое будет находить свое отражение в эффективной региональной политике.

Маркетинг региона в соответствии с современными подходами можно определить как способ установления, создания, поддержку таких отношений с разными субъектами рынка, которые бы обеспечили выгодные позиции региона по отношению к ресурсам и целевых рынков, а так же позволить достичь удовлетворения целей участников отношений. Таким образом, маркетинг региона направлен на выявление потребностей контрагентов региона, согласование этих интересов с его интересами и достижение на этой основе конкурентного успеха и социально-экономических целей [6].

Любая система может быть рассмотрена как элемент системы более высокого порядка. Так, региональный маркетинг является элементом системы макромаркетинга. В тоже время элементы системы могут выступать в качестве системы более низкого порядка.

Функционирование системы регионального маркетинга направлено на формирование механизма, позволяющего эффективно использовать ресурсы региона (природные, трудовые, финансовые). По мнению М. Окландера [7] для территориальных субъектов хозяйствования система регионального маркетинга реализуется в создании благоприятных условий формирования долгосрочных конкурентных преимуществ, для населения – повышение качества жизни, для

государственных региональных органов власти – увеличение поступлений в бюджет.

Механизм регионального маркетинга способствует обеспечению социально-экономического развития региона в соответствии с определенными приоритетами; повышению привлекательности региона как места жительства, как места отдыха и места хозяйствования, формированию определенного уровня известности региона; использованию существующих и разработке новых преимуществ региона.

Основной задачей регионального маркетинга является создание новых и укрепление существующих преимуществ для привлечения в регион экономических агентов, способных повысить благополучие жителей региона.

Реализация внутреннего маркетинга, направленного на создание корпоративной культуры региона, системы ценностей и самоидентификации территории, ее населения и субъектов хозяйствования, развитие социального капитала региона [1].

Существующие государственные механизмы управления регионом еще не полностью отвечают задачам и целям. Управление социально-экономическим развитием региона требует новых подходов и методов, учитывая его особенности. При современных условиях региональный маркетинг является тем инструментом, который дает возможность обеспечить стойкую взаимосвязь между регионами Украины. Будучи составляющей части региональной экономической политики, региональный маркетинг отличается от традиционного своей направленностью на решение проблем региона и его территориальных образований. Он включает разработку и реализацию концепции комплексного развития экономики и социальной сферы территории, направленную на решение ее социально-экономических проблем.

Исследования состояния регионального маркетинга свидетельствуют о том, что чем глубже осуществляется изучение и оценка собственных нужд, платежеспособного спроса, состояния рынка в регионе, тем позитивнее и эффективнее будет влияние на оптимизацию структуры производства и объема потребления. Обеспечение занятости населения региона, создание новых рабочих мест, контроль за уровнем безработицы, формирование системы социальной защиты содействует перераспределению работников в приоритетные отрасли хозяйств региона, создание дополнительных рабочих мест.

Литература:

1. Арженовський І. В. Маркетинг регіонів / І. В. Арженовський // Економіка та держава. – 2011. – № 3. – С. 124 – 127.
2. Гапоненко А. Л. Управління економічним розвитком на регіональному рівні / А. Л. Гапоненко // Економіка України. – 2012. – № 3. – С. 43-52.
3. Долішній М. І., Беленський П. Ю. Регіональна політика: методологія, методи, практика. – Львів: ІРДНАН України, 2001. – 719 с.
4. Долішній М. І. Актуальні проблеми регіональної політики в Україні // Регіональна економіка. – 2009. – № 3. – С. 11–18.
5. Данилишин Б. Проблеми и приоритеты регионального развития Украины // Экономика Украины. – 2005. – № 12. – С. 89–90.
6. Лавров А. М. Реформування економіки: регіональні аспекти / А. М. Лавров, В. С. Сурнін // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 45–51.

7. Мазур А. Г. Методологические аспекты становления и развития региональной экономики // Экономика Украины. – 2000. – № 4. – С. 43–48.
8. Окландер М. О государственном маркетинговом регулировании // Экономика Украины. – 2003. – № 4. – С. 80-81.
9. Пакрухін А. П. Маркетинг територій: [навч. посіб. для студ. навч. закл.] / А. П. Пакрухін. – К. : Знання, КОО, 2003. – 203 с.
10. Трансформація структури господарства України : регіональний аспект / За ред. Г. В. Балабанова, В.П. Нагірної, О.М. Нижник. – К. : Міленіум, 2003. – 404 с.

**Khmurowa V. V., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Shul V. V., Student**
*Kyiv National University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine*

HR'S PROBLEMS IN BOOSTING GOVERNMENT'S MANAGEMENT PERFORMANCE

The history of managerial thought has its roots that go back centuries and millennia. Scientists find statements on management problems both on Egyptian papyri and on clay tablets from the Tigris and Euphrates mountains. However, it is not possible to combine them with management, as these were mainly recommendations for public administration.

Management – is an activity that, in accordance with the goals and objectives of the business, develops plans, determines not only what and when to do, but also how and who will carry out what they have planned, formulate work procedures at all stages of management and exercise control.

Government HR management is a state policy in the field of public service, the main purpose of which is the improvement of personnel policy, the creation of a capable state apparatus capable of effectively carrying all tasks and functions out.

Today, the key task for the state is to significantly upgrade the institution of the civil service, to enhance the prestige of the civil service, to prevent unprofessionalism and incompetence in the formation of human resources.

In the traditional government work environment, the HR or personnel office has had a limited role, focused narrowly on administering and enforcing civil-service rules and programs. HR specialists often side with employees and frustrate managers. They are often seen as an impediment to change [1].

Efforts to formulate effective state personnel policy have been made throughout Ukraine's independence period, but they have not yet produced the desired result. One of the last attempts was to develop a draft State Strategy for Personnel Policy of Ukraine, which could be considered as a program document of the country in the future [2].

By implementing the main directions of the draft National Human Resources Policy Strategy, a number of key issues were resolved, namely:

- improvement of the legal and regulatory framework for human resources management in all spheres of public life;
- strategic direction of training of personnel in accordance with public needs;
- improvement of work of departments for personnel management of state bodies, enterprises, institutions and organizations;
- application of the results of scientific research in the development and implementation of the state personnel policy [3].

The draft strategy defines the socio-political and socio-economic prerequisites for strengthening the role of the state in regulating the state personnel policy, its principles, goals, functions, specific components, subjects and mechanisms [4]. Attention is paid to value orientations and social partnership and dialogue in the issues of formation and implementation of the state personnel policy, peculiarities of provision of the state administration personnel .

However, there remain a number of unresolved issues regarding the status, social and material security of civil servants that impede the development of the civil service as a competitive structure in the labor market.

These problems include: a lack of a unified system of planning, evaluation and promotion of civil servants; imperfect system of selection, appointment, promotion and rotation; low social security of civil servants and ineffective remuneration system; imperfect system of training, retraining and advanced training of personnel [5]. The lack of accountability continues to receive a high degree of attention because it is universally perceived as a problem in government, and with good reason. The government simply does not hold its employees accountable in the same manner that its private sector counterparts do.

There are many reasons for this, but the real one is that government does not hold employees accountable is that managers simply lack the will and/or the skill to do so. Too many government managers would prefer to simply move an employee rather than *deal* with him.

The thinking is: «Why devote so much of my time trying to deal with a problem employee when I can simply push him off to someone else?» (This, in and of itself, is an issue that a skilled HR professional could effectively address.) For those who have tried going down this path, far too many have seen their efforts go up in smoke when a deciding official felt it was best to settle the case (e.g., with a reduced action, moving or even promoting the employee) [6].

Having the skill means having an experienced, trusted HR adviser who can guide managers through every step of the process and teach them how to get things done, rather than state why something can't be done. It means having a resource that will help counter moves made by employees and/or their representatives, rather than caving in at the first pushback.

Having skilled human resource officials available to help managers develop the will and the skill, would go a long way toward rebuilding the reputation of HR in the government [7].

So, nowadays, in Ukraine, state personnel policy is seen as a means of fighting for power, not as one of the resources of social development. When one's corporate or ideological approaches prevail in personnel policy, the problem of developing a personnel policy concept is very acute.

The main factors in the development of a new effective state personnel policy include the following: holding back the development and functioning of the personnel system; weakness of state regulation of personnel processes; the political nature of staffing; the problem of personnel distortions in state and local self-government bodies related to systemic corruption; inconsistency of personnel policy with the requirements of transformation processes.

The principles of construction and implementation of this state personnel policy should be: focus on meeting human needs; the priority of national interests; professionalism and competence; optimal combination of authority, responsibility and remuneration; political neutrality; openness to the public; taking into account the peculiarities of the regions; administrative management culture and ethics [8]. It is important to create conditions under which both the state and each employee will be interested in increasing professionalism and improving the efficiency of managerial work.

The focus should be on the search, enrichment and rational use of civil servants' capabilities, on the retention and qualitative strengthening of staff, on the optimal alignment of the needs of public authorities and the personal interests of civil servants.

References:

1. Susan M. What Is Personnel Management? [Electronic resource] / M. Susan // The Balance Careers. – 2019. – Available from: <https://www.thebalancecareers.com/personnel-management-1917581>
2. Denysenko, M. P. and Budiakova, O. Yu. (2018). Modern enterprise management strategies // *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, vol. 5(10), pp. 175-181.
3. Denysenko, M. P. and Budiakova, O. Yu. (2018). Personnel policy as the basis for the formation of an innovative strategy of personnel management of enterprises // *Vcheni zapysky Universytetu "KROK" (ekonomichni nauky)*, vol. 4(52).
4. Kachanakova A. Practical application of selected theoretical knowledge in human resources management / A. Kachanakova, H. Urbancova // *Економічний часопис-XXI*. – 2015. – № 1-2(1).
5. Neykova R.M. Competitive dimensions of human resources [Electronic resource] / R.M. Neykova, O.V. Prokopenko, V.O. Shcherbachenko // *Economic Processes Management*. – 2015. – № 1. – Available from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EPM_2015_1_5
6. Grinnell J. HR and acquisitions: what role should HR be playing? [Electronic resource] / James Grinnell // *HRZONE*. – 2018. – Available from: <https://www.hrzone.com/lead/strategy/hr-and-acquisitions-what-role-should-hr-be-playing>
7. Human Capital Trends 2019 [Electronic resource] // Deloitte. – 2019. – Available from: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/public-sector/articles/human-capital-trends-government-perspective.html>.
8. State Government Leaders Face Big Challenges in the Public-Sector Workforce [Electronic resource] // *accenture*. – 2019. – Available from: <https://newsroom.accenture.com/news/state-government-leaders-face-big-challenges-in-the-public-sector-workforce-according-to-report-from-nasca-accenture-and-neogov.htm>

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Стратегія розвитку підприємства являє собою комплекс його довгострокових дій, реалізація яких спрямована на досягнення поставлених стратегічних цілей.

Стратегічні зміни на підприємстві – це зміни, що стосуються всіх аспектів діяльності підприємства, які викликані розвитком ринку або зміною цільових орієнтирів підприємства, що втілюється у зміни його стратегії розвитку та стратегічного плану [1; 2].

Маркетингова стратегія – це формування та реалізація цілей та задач підприємства-виробника та експортера по кожному окремому ринку (сегменту ринка) та по кожному товару на певний період часу для здійснення виробничо-комерційної діяльності у повній відповідності до ринкової ситуації та можливостей підприємства.

Маркетингова стратегія розробляється на основі дослідження та прогнозування кон'юнктури товарного ринку, вивчення товарів, покупців, конкурентів та представляє собою раціональну логічну побудову, керуючись якою організація розраховує вирішити свої маркетингові задачі [5].

Вивченню маркетингової стратегії необхідно приділяти особливу увагу під час аналізу маркетингової діяльності.

Незалежно від того, чи йде мова про одне підприємство або цілу галузь, необхідно розрізняти аналіз загальної стратегії, яку проводить підприємство, і аналіз власне маркетингової стратегії, маючи на увазі під останнім визначенням все, що пов'язане із проблемами торгової марки, збуту і продажу продукції.

Аналіз виробничої стратегії

Більшість підприємств реалізує значну частину своєї продукції; однак види цієї продукції часто взаємопов'язані, тому що використовуються аналогічним чином та призначені для одних і тих же клієнтів або продаються в одних і тих же центрах збуту. Така продукція представляє собою «гаму продукції». Вивчення асортименту продукції припускає аналіз всієї «гами продукції» і її складових.

1. Вивчення асортименту продукції підприємства

Аналіз асортименту продукції підприємства складається, в основному, у встановленні параметрів: розповсюдженні, однорідності, ступеню застарілості. Вивчення асортименту продукції спрямоване на складання списку продукції, яка призначена підприємством до реалізації. Вивчення асортименту продукції проводиться з метою уточнення середнього числа видів продукції. Розширення асортименту є для підприємства засобом залучення клієнтури з різними смаками та потребами і розвивається в різних напрямках. Вивчення взаємозв'язку всіх видів продукції дозволяє виявити синергетичний ефект, коли різні продукти даного асортименту або різні набори продукції мають високу ступінь однорідності. Нарешті, вивчення ступеню застарілості продукції даного асортименту дає логічний зв'язок із поняттям життєвого циклу продукту, а

також дає можливість провести порівняння з продуктом, який пропонує конкурент.

2. Аналіз товару

Аналіз товару є засадничим елементом в розумінні положення підприємства на ринку. Безперечно, що в деяких випадках список продукції буде таким, що вичерпний аналіз буде неможливим і для загального аналізу необхідно обмежитися тільки деякими видами продукту. Мета такого аналізу – вивчення типів продукції, її якості, характеристик, супроводжуючих її послуг і ступеню відмінності від аналогічних продуктів (і послуг) конкурентів, новизни продукції, ціни.

Аналіз типів продукції. Прийнято відрізнити виробництво предметів широкого попиту від виробництва продукції для промисловості. Серед товарів широкого попиту виділяють, перш за все, продукцію щоденного попиту, «обдумані» та специфічні покупки. Промислові товари класифікують за вихідними матеріалами (сировина) та їх складових. Супутні компоненти (фурнітура та послуги) корисно диференціювати, як і товари широкого попиту, на базову (основну) і спеціалізовану продукцію.

Аналіз якості товару. Мається на увазі не технічна якість продукції, яка може відповідати високим стандартам, а з точки зору маркетингової стратегії, оскільки комерційна якість продукції залежить від її здатності виконувати свої функції, тобто задовольняти споживача. Вимірювання якості передбачає перерахування можливих функцій продукту та визначення можливого кола клієнтів. У поняття можливих функцій входять тривалість експлуатації, простота у використанні та догляді, стійкість до пошкоджень тощо. Важливий показник – це дотримання строків постачання. Саме цей чинник показує, що комерційну якість не можна плутати з просто технічними даними продукції.

Вивчення характеристик продукції. В основному виробники визначають стандартну продукцію, яка може бути укомплектована на вибір клієнта по тому чи іншому числу елементів.

Вивчення послуг, які вважаються супутніми даних видів продукції. Можна відмітити, що все частіше конкуренція здійснюється на рівні послуг, які є супутніми продукції, що продається. Наприклад, служби виробника можуть пропонувати доставку та установку продукції, підбір робочих груп за замовленням, доступ до лабораторій, клубів користувачів, навчання персоналу, подовжені гарантії, зручність умов оплати; зручність умов складування тощо.

Вивчення новизни товару. Так як оновлення продукції здійснюється все швидше, цим і пояснюється, на думку багатьох експертів, неможливість використання такого поняття, як «крива життя продукції». Тому корисно з'ясувати поняття «новизни продукції».

Вивчення цін продукції. В диференціації товару по відношенню до товару конкурентів, ціни все одно залишаються основним елементом, оскільки жодна диференціація не може витримати порівняння навіть із незначним зниженням рівня цін. Аналіз цін товару на монополізованому ринку може здійснюватися тільки в порівнянні з цінами конкурентів, тобто з товарами, які мають подібні характеристики якості. Якщо продукція конкурентів не ідентична, то необхідно порівняти ціни на товари з урахуванням корисності, яку ці товари

представляють для споживачів. Враження, яке справляють ціни на покупців, також необхідно приймати в розрахунок (психологічні ціни). Всі перелічені позиції іноді важко врахувати, тому у певних випадках необхідно користуватися рекомендаціями, викладеними в спеціалізованій науковій літературі. Таким чином, перелічені складові аналізу товару можуть допомогти у визначенні співвідношення з конкуруючими товарами та у визначенні стратегії підприємства.

3. Аналіз маркетингової стратегії

Крім визначення гами товарів, маркетингова стратегія вимагає вибору стратегії маркування, збуту та реклами, які можуть відігравати вирішальну роль у реалізації продукції підприємства.

Аналіз політики маркування. Дискусійним є питання про вибір між маркою виробника і маркою дистриб'ютора. Якщо виробник вирішує поставити власну марку на свою продукцію, то необхідно оцінити, в якій мірі така політика полегшує ідентифікацію продукції з виробником та приваблює постійних клієнтів. Крім того, необхідно оцінити політику маркування дистриб'ютора. І навпаки, якщо дистриб'ютор ставить свою марку, то необхідно оцінити економічні наслідки і можливість додаткових прибутків в результаті цієї дії.

Аналіз дистриб'юторської політики. Аналіз ефективності і вартості каналів збуту, обраних підприємством, заслуговує особливої уваги, тому що мова йде про один із ключових факторів успішної діяльності підприємства. Реклама розглядається таким же чином, але потребує окремого поглибленого аналізу з використанням спеціальної літератури.

Література:

1. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту. Навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-е вид. Львів: «ІНТЕЛЕКТ», 2003. – 352 с.
2. Могилевська О. Ю. Специфіка стратегічного управління промисловим підприємством / О. Ю. Могилевська // Економіка та держава. – 2007. – № 2. – С. 30-32.
3. Морохова В.О. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб./ В.О. Морохова, І.Ф. Лорві. – Луцьк: Бізнес, 2010. – 384 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебн. / Р. А. Фатхутдинов – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / Шершньова З.Є., Оборська С.В. [навчальний посібник]. – К. : КНЕУ, 1999 – 384 с.

ECONOMICS OF THE USE OF NATURE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Гавришок Б. Б., к.геогр.н., викладач

Сивий М. Я., д.геогр.н., професор

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка

м. Тернопіль, Україна

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В ТЕРЕБОВЛЯНСЬКОМУ РАЙОНІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Масштабне аграрне освоєння територій, окрім позитивних наслідків, призводить до деградації ґрунтового покриву. З кожним роком проблема деградації земельних ресурсів в Україні стає все актуальнішою. Вирішення зазначених проблем потребує поглибленого вивчення структури земельних ресурсів на рівні адміністративних районів, опрацювання рекомендацій стосовно її оптимізації.

Станом на 2017 р. із загальної площі 113003 га земель Тербовлянського району на землі сільськогосподарського призначення припадає 95432,97 га (85%). Землі лісового фонду – 9534,42 га (8%), забудовані землі – 5160,18 га (5%). Інші категорії земель займають порівняно незначні площі (1% і менше) [3].

Населення Тербовлянського району в достатній мірі забезпечене сільськогосподарськими угіддями (від 0,4 до 5,6 га на одну особу, залежно від сільської ради). У Тербовлянському районі чітко спостерігається диференціація забезпеченості сільськогосподарськими угіддями: найбільші площі с/г угідь на одну особу припадають в західній частині району, в сільських радах, розташованих в долині річки Стрипи, і крайній північно-східній частині району (зокрема в таких сільських радах, як Соколівська, Багатківська, Соснівська та ін.). Найменша забезпеченість населення с/г угіддями в межах сільських рад, розташованих в центральній і південній частині району, особливо в сільських радах, що оточують районний центр – м. Тербовлю. Це зумовлено значною кількістю населення, зосередженого навколо найбільшого міста в районі.

Найбільші площі сільськогосподарських земель в межах району характерні для таких сільських рад – Ілавченської (3489,19 га), Могильницької (3207,88 га), Дарахівської (3896,74 га), Хмелівської (3599,99 га), Кобиловолоцької (3126,69 га) та м. Тербовля (3461 га). В цих сільських радах площі сільськогосподарських земель займають понад 90% усього земельного фонду. Проте, найбільша частка сільськогосподарських угідь (95–97%) характерна для Гвардійської, Гайворонківської, Бенівської, Ілавчецької, Романівської і Маловодівської сільських рад, що пояснюється невеликою площею адміністративних утворень та значною їх сільськогосподарською освоєністю.

Найменша сільськогосподарська освоєність земель характерна для Буданівської, Долинської, Кровинківської сільських радах, Дружбівської селищної ради та м. Теремовля. Найбільші частки сільськогосподарських угідь характерні для межиріччя Стрипи та Серету і північно-східної частини району. Найменші – для сільських рад, розташованих в долині р. Серет.

У структурі сільськогосподарських угідь Теремовлянського району найбільшу частку займають орні землі (85%). На другому місці за поширенням знаходяться сіножаті й пасовища. Найбільша частка орних земель характерна для Сороцької, Могильницької, Дворічанської, Маловодівської, Багатківської, Мшанецької, Романівської сільських рад; найменша частка – для Підгайчицької, Надрічнлянської, Соснівської, Дружбівської, Плебанівської. Частка пасовищ у структурі сільськогосподарських угідь є меншою і становить 11%. Сільські ради з високою розораністю мають частку пасовищ до 8%. В сільських радах, де низька розораність, на пасовища припадає більша частка в структурі сільськогосподарських угідь. Цей показник коливається від 3,83% (м. Теремовля) до 24,4% (Лошнівська сільська рада).

Отже, на території Теремовлянського району у всіх сільських радах домінуючим видом сільськогосподарських угідь є орні землі та пасовища. Сіножаті, сади і багаторічні насадження займають невеликі площі.

Сільськогосподарська освоєність і розораність території є одними із головних факторів, що дестабілізують екологічну ситуацію в районі. Надмірне розорювання земель, в тому числі і схилових, призвело до порушення екологічно збалансованого співвідношення площ у структурі земельного фонду, що негативно позначилося на стійкості ландшафтів. Найбільш загрозливі явища спостерігаються в ґрунтовому покриві.

Найбільші площі еродованої ріллі характерні для Соснівської, Могильницької, Буданівської, Мшанецької і Золотниківської сільських рад. Переважно ґрунти тут слабоеродовані та середньоеродовані. Найбільші площі сильноеродованих земель знаходяться в Ласковецькій, Мшанецькій, Котузівській сільських радах, а найменші – характерні для центральної та центрально-східної частини району (Соколівська, Дарахівська, Довгенська, Плебанівська сільські ради та м. Теремовля). Загалом яскраво виражено поширення еродованої ріллі в південній частині району та в долині річки Стрипи.

Більшість видів сільськогосподарської продукції в районі виробляюся індивідуальними селянськими господарствами. Основною галуззю є рослинництво, яке дає 84% товарної продукції. За даними головного управління статистики у Тернопільській області найбільші площі сільськогосподарських земель займають озима пшениця, ярий ячмінь, кукурудза, соя. У відсотковому відношенні озима пшениця складає 34%, соя та кукурудза по 17%. Ці три культури є провідними у районі.

Господарствами району у 2017 р. було зібрано 3433,4 тонн овочів. Природні умови району сприяють розиткові овочівництва, але посівні площі цих культур ще невеликі. Овочівництво досі ще нерентабельне, хоча при правильному його веденні і обробітку може приносити значні прибутки. Головними овочевими культурами в районі є капуста, морква, столовий буряк.

Тваринництво є другою за значенням галуззю сільськогосподарського землекористування в районі. Воно дає 16% товарної продукції. Для його розвитку в районі є сприятливі умови: польове кормовиробництво та наявність пасовищ. Найважливішими галузями тваринництва є скотарство, свинарство, розвивається також вівчарство.

Сільськогосподарську продукцію виробляють 112 підприємств. Найбільші сільськогосподарські підприємства: «Іванівське» (с. Іванівка), СВАТ «Мшанецьке буряко-насінове господарство» (с. Мшанець), ТЗОВ «Ласковецький Бровар» (с. Ласківці), «Прогрес» (с. Ладичин), «Колос» (с. Вел. Говилів), ПАП «Крок» (с. Вербівці), ТЗОВ «Зоря-АГРО» (с. Плебанівка), фермерські господарства «Нива» (м. Теремовля), «Яворина» (с. Дарахів), «ІГРОВІС-2005» (с. Багатківці). Високий рівень агротехніки та вмiла організація праці забезпечують стабільні врожаї у господарствах «Сущинське», «Лошнівське», «Острiвецьке».

Протягом останніх 20 років, відбувся розпад колективних господарств і, зокрема, занепад тваринницьких ферм, а також стрімке зменшення поголів'я ВРХ в Теремовлянському районі. Це вплинуло на структуру посівних площ: знизилась потреба у кормах для ВРХ, а отже й площі посівів кормових трав; змінилися підходи до сівозмін. Практично всі орні землі стали приватною власністю і, як правило, перебувають, в оренді у агрохолдингів або місцевих фермерів. Динаміка виробництва зернових і технічних культур у Теремовлянському районі протягом 2000-2014 рр. характеризується різкими коливаннями виробництва цукрових буряків і суттєвим зростання ролі зернових культур, таких як пшениця, кукурудза та ячмінь. Виробництво овочів залишається стабільно низьким.

З метою оптимізації структури та використання земельного фонду Теремовлянського району вважаємо доцільними наступні заходи: розвиток тваринництва з метою підвищення частки кормових культур у структурі посівних площ та зниження розораності, консервація малопродуктивних схилових земель чи передача їх лісгоспам. Доцільним є заліснення перелогів у селах по долинах Стрипи та Серету. Сільськогосподарське виробництво на цих землях малоефективне.

Література:

1. Сивий М. Я. Ресурсний потенціал Теремовлянщини: монографія / М. Я. Сивий, Б. Б. Гавришок, В. М. Кітура. – Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. – 232 с.
2. Гулик С. В. З історії освоєння лучних степів Західного Поділля / С. В. Гулик // Наук. записки Тернопільського державного педагогічного університету. Серія: географія. – № 1(7). – Тернопіль, 2001. – С. 9–12.
3. Звіт про наявність земель та розподіл їх по землекористувачах, власниках землі та угіддях Теремовлянського району (станом на 01.01.2017). – Теремовля, 2018. – 16 с.
4. Звіт про посівні площі сільськогосподарських культур Буданівської сільської ради (станом на 01.01.2013). – Буданів, 2014. – 2 с.
5. Кіпчач Ф. Землі України: категорії, право власності, стан використання, охорона: навч. посібник / Ф. Кіпчач. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 240 с.
6. Сухий П. О. Агропродовольчий комплекс Західноукраїнського регіону [Текст]: монографія / Петро Олексійович Сухий. – Чернівці: Рута, 2008. – 400 с.

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Cisko L., JUDr., PhD., Trainee Lawyer
SITÁR & SALOKA, Attorneys at Law
Košice, Slovak Republic

IMPACT OF ECONOMIC FACTORS ON (FUNDAMENTAL) LEGISLATIVE CHANGES IN THE SPHERE OF SOCIAL POLICY

In this article we want to approximate the latest (fundamental) legislative changes, concerning the social rights of citizens in the Slovak Republic with a special emphasis on pension assurance. The system of pension assurance is one of the tools, through which the state implements its social policy and can also effectively influence the behavior of individuals [1, p. 1]. Inspirational impulses in the law-making of the European Union institutions also deserve our attention [2].

In the context of increasing life expectancy and demographic changes, Member States of the European Union should find appropriate mechanisms to ensure the sustainability of pension systems [3] by providing equal opportunities for women and men to acquire pension rights, including through supplementary schemes that guarantee them adequate income [4]. At the supranational level, measures are being asserted in the framework of (future) pension system reforms that *extended working life*, such as increasing the real retirement age. Thereby they should be included in the framework of active aging strategies [5].

In the Slovak Republic were realized fundamentally legislative changes, that particular result was an amendment to the Constitution of the Slovak Republic [6]. The aim of the constitutional act is to reach that changes in the approach to securing citizens' old age do not gradually reduce their rights to adequate material assurance in old age and reduce the sustainability of the pension assurance system as a whole. On this basis, changes were made to anchor the essential pillars of pension assurance in the Constitution of the Slovak Republic. Taking into account the already *constitutionally enshrined right* to adequate material assurance in old age, the approved constitutional act reflects the need for constitutional *expression of the retirement age limit*, and therefore the age, at which the state guarantees material assurance at an adequate level [1, p. 1].

Under the Article 39 (2) of the first sentence of the Constitution of the Slovak Republic as amended, adequate material assurance in old age is carried out through a continuously financed pension system and an old-age pension saving system. By incorporating the legislative material within the old-age pension savings into the fundamental act of the state, which is in principle the most important legal norm in terms of legal force, was occurred in its essence to stabilized and (certain) irrevocability; to guarantee with regard to future policy objectives within the framework of social policy.

In accordance with Article 39 (2) *in fine* of the Constitution of the Slovak Republic as amended, the state supports voluntary pension savings. On this basis, another of the synchronously existing pension assurance pillars is also constitutionally enshrined. However the difference is that, it is a voluntary system. This has created the space for general and continuous support for voluntary savings of citizens with the definite aim of providing them additionally assurance at retirement age. The volume of state support, and therefore the concept and scope of providing state support will be determined by a special act. This is to ensure that no measures will be taken in the future that would lead to the loss of support for voluntary pension savings. At the same, there will be provided sufficient space for a broader definition and legislative amendment on a personal pension product in specific acts [7, p. 2] in the context of the (new) European Union Regulation on a pan-European Personal Pension Product (PEPP) [8].

By legislative amendments within the constitutional act was set the maximum age limit for retirement. Pursuant to Article 39 (3) of the first sentence of the Constitution of the Slovak Republic as amended, the age necessary for entitlement to adequate material assurance in old age shall not exceed 64 years.

The legislator in consideration of the current system of annual automatic adjustment of retirement age derived from the so-called intermediate life expectancy and trends in areas that have an impact on life expectancy, were based on the assumption that retirement age will increasing in the coming years. It also points out that decreasing labor productivity caused by age relativizes legitimacy work performance in older age. Last but not least, even with regard to the already constitutionally enshrined right to adequate material assurance in old age, the adopted constitutional act reflects the need for a constitutional expression of a guaranteed age limit for its use [7, p. 3].

Article 39 (3) *in fine* of the Constitution of the Slovak Republic as amended, is based on the assumption that a woman has the right to a reasonable reduction of the maximum age necessary for entitlement to adequate material assurance in old age: by six months if she bring up one child, twelve months if she bring up two children, eighteen months if she bring up three or more children.

By lowering the maximum limit for entitlement to adequate material assurance for persons in old age, who have bring up children's, is expressed constitutional support for the upbringing of children, as a fundamental prerequisite for positive demographic development, and therefore also for the assumption itself sustainability of the pension system [7, p. 3].

Based on the above-mentioned (fundamental) legislative changes in the Slovak Republic, it can be clearly observed that the Member States of the European Union are as it were «forced» to find optimal solutions, corresponding with the unfavorable (?) demographic situation, what is actively (directly) reflected in national economic processes. Maybe reasonably polemize, whether the legislator's procedure in connection with the amendment of the Constitution of the Slovak Republic (as the basic – central – act of state) was desirable. In particular, economic issues come to the foreground.

European Union within its social policy reflects the need for its Member States redesigned (to innovate) its social assurance systems. Based on its internal

mechanisms, it can be particularly helpful with identifying problems that arise and with support of new progressive approaches. These should be based on an examination of the impact of social (demographic) and economic factors, including aspects of (quality) law-making [9, p. 3]. The itself analysis of the phenomenons and processes at supranational level can therefore *pro futuro* represent a significant support for targeted creation of legislation, which will be used as effectively as possible in the application practice in terms of the extent of findings gained. Some suggestions presented in this article are to be understood only in terms of academic opinions and *de lege ferenda* proposals.

References:

1. Explanatory report – General section to the proposal by the group of Members of Parliament of the National Council of the Slovak Republic for the issuance of the Constitutional Act, which amending and complementing the Constitution of the Slovak Republic No. 460/1992 Coll. as amended.

2. Exempli gratia: Article 48, article 151 and following of the Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. Official Journal of the European Union. 26.10.2012. C 326/47.

3. Thereto more: Employment and Social Developments in Europe. Sustainable growth for all: choices for the future of Social Europe. Annual Review 2019. European Commission. Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. Directorate A. European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019, 332 pp., ISBN 978-92-76-08608-6.

4. To this see also: Council Directive 79/7/EEC of 19 December 1978 on the progressive implementation of the principle of equal treatment for men and women in matters of social security. In Brussels, 19. December 1978.

5. Council Direction (EU) 2018/1215 of 16 July 2018 on guidelines for the employment policies of the Member States. In Brussels, 16. July 2018.

6. Constitutional Act No. 99/2019 Coll., which amending and supplementing the Constitution of the Slovak Republic No. 460/1992 Coll. as amended. This Constitutional Act was approved on 28. March 2019 and entered into force on 1. July 2019.

7. Explanatory report – Special section to the proposal by the group of Members of Parliament of the National Council of the Slovak Republic for the issuance of the Constitutional Act, which amending and complementing the Constitution of the Slovak Republic No. 460/1992 Coll. as amended.

8. Regulation (EU) 2019/1238 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on a pan-European Personal Pension Product (PEPP). Text with EEA relevance. In Brussels, 20. June 2019.

9. Social policy innovation. Meeting the social needs of citizens. European Commission. Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015, 12 pp., ISBN 978-92-79-43306-1.

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL FEATURES AND WORLD TRENDS

Derun I. A., Candidate of Economic Sciences
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine

PROBLEMS OF QUANTITATIVE METHODS USING IN ASSESSMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL

Success of the most companies depends on the efficiency of the use of intellectual capital (IC) and its components in conditions of total globalization, the emergence of information as a new technological factor and the coming new technological revolution based on the spread of artificial intelligence. This necessitates the accurate IC assessment. Despite the emergence of non-financial reporting financial statements remain the most popular source of data for stakeholders' decision-making, as its advantages are greater information reliability, comparability and standardization. However, not all IC components are reflected in company's balance sheet because they do not meet the criteria for recognizing assets. In this situation, there is a need for quantitative IC measurement for management purposes.

Such distinctive features of IC as the insensitive nature, the ability to bring in extra profits and the recognition of IC elements in intangible assets of the company is related to the economic phenomenon of goodwill. Those circumstances cause the use of Market Capitalization Methods (MCMs) in practice. The most popular MCMs are MV/BV and Tobin's Q. These ratios are simple for calculation and accurately reflect the difference between the company's market value and the book value. However, MV/BV is unable to capture all nuances of the IC multifaceted nature. Instead, Tobin's Q discloses the content of the gap between the market value and the replacement value of company's assets. This indicator allows using the statement of financial position for not only equity, as required by MV/BV, but also for liabilities. Therefore, in the process of interpreting the results of applying Tobin's Q for IC measurement there are additional grounds for making reasonable assumptions about the importance of balancing its own and borrowed financial sources to maximize the economic impact of using its specific resources that are not recognized in the company's balance sheet. However, MCMs have a very significant restriction because those methods can be used only for companies listed on stock exchanges [1]. In addition, IC valuation based on MCMs may be significantly affected by irrational expectations of market participants that periodically affect to the market value [2].

There are quite popular IC measurement methods based on return on assets benchmarking (ROA). This group of methods provides for a variable comparison of the profitability of an individual company with the industry average indicators. The excess of the company's profitability is interpreted as a result provided by the company's IC. The most common ROA methods are economic value added (EVA),

calculated intangible value (CIV), value added intellectual coefficient (VAIC), knowledge capital earning (KCE), etc.

One of the popular ROA methods of IC assessment is VAIC, which is developed by A. Pulic [3]. According to the VAIC IC effectiveness is based on the added value assessment, which is created by physical capital, financial capital and IC [4]. According to this methodology, value added consists of operating profit, staff costs and amortization of long-term assets. The total amount of resources invested in the company influence directly on value added. That is why the total efficiency of employed capital, human capital (HC) and structural capital (SC) determine the company's ability to succeed, including its IC efficiency of the company. According to A. Pulic, value added is the value of the company's IC. Instead, staff costs should be treated as investments in HC. Therefore, A. Pulic defines structural capital as the difference between value added and staff costs. Human capital efficiency (HCE) for the VAIC's purposes should be calculated as value added divide to investment in human capital. Structural capital efficiency (SCE) is defined as the ratio of structural capital to value added. Therefore, IC efficiency (ICE) is determined by the sum of HCE and SCE. The measure of ICE is important, but only an intermediate step in this methodology, as VAIC also depends on employed capital efficiency (CEE), which is by dividing value added by employed capital. Thus, VAIC is equal to the sum of ICE and CEE.

VAIC has numerous discussion points, including:

- equating HC solely to staff costs is incorrect, as investment in personnel should also include recruiting, training and retraining, personnel certification, business trips, etc.;

- defining SC by this method as the difference between value added and HC makes it equivalent to EBIT (earnings before interest and taxes);

- SCE formula is inverted to HCE and CEE formula. However, the approach to economic interpretation of all performance indicators is identical, which is contrary to logic;

- VAIC as a result is determined by adding HCE, SCE and CEE. However, there is no reason to emphasize IC efficiency in this way, because these IC elements determine efficiency as a parameter that measures productivity [5].

One of the debatable methods of IIC assessment is CIV, which is based on the notion that investments in physical capital can only provide average ROA. In this case, ROA of any company that exceeds the average ROA of industry, caused by IC elements [6]. However, this method has significant disadvantages:

- in CIV calculations use average values, which reduces the accuracy of the valuation. Also it eliminates the ability to identify current trends;

- dependence of CIV from ROA, which for some companies may be overstated and for others – too low;

- difficult calculation of the industry average ROA for industries, which will have small quantity of entities, which will reduce influence of the law of large numbers, etc.

KCE is ROA method that is calculated based on return on physical assets and return on financial assets are estimated, as well as the economic value of intangible assets of company. Accordingly, this method does not conflict with the widespread

division into physical, financial and intangible assets. Return on intangible assets is determined by subtracting normal returns on physical and financial assets from indicators of economic performance. Capitalization of the expected IC income flows determine the value of the company's IC. However, the main disadvantage of KCE using is difficulty of calculating a discount rate that would take into account all the risks associated with income from the IC use. In addition, there is very difficult to calculate returns of physical and financial assets, since the proposed values of F. Gu and B. Lev are outdated and calculated only for the USA [7].

In our opinion, financial reporting remains the best source for deciding by stakeholders on intellectual capital management. Despite the difficulty of calculations of KCE and CIV These methods are based primarily on use of financial statements. At the same time, there is a need for additional information on some average analytical indicators, namely, return on physical assets, return on financial assets, and discount rate of «intangibles-driven earnings» (for KCE) and industry ROA and company's cost of capital as discount rate (for CIV). The available and reliable data about these indicators will ensure expanded use of these methods and increase credibility of IC efficiency assessing results.

References:

1. Ghosh, D., and Wu, A. (2007). Intellectual capital and capital markets: additional evidence. *Journal of Intellectual Capital*, 8(2), pp. 216-235. URL: <https://doi.org/10.1108/14691930710742817>
2. Wang, J. (2008). Investigating Market Value and Intellectual Capital for S&P 500. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 546–563. <http://dx.doi.org/10.1108/14691930810913159>
3. Pulic, A. (2008). The principles of intellectual capital efficiency-A brief description. *Croatian Intellectual Capital Center, Zagreb*. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ante_Pulic/publication/265262960_The_Principles_of_Intellectual_Capital_Efficiency_-A_Brief_Description/links/56bb34d108ae127edd55e515.pdf
4. Iazzolino, G., and Laise, D. (2013). Value added intellectual coefficient (VAIC): a methodological and critical review. *Journal of Intellectual Capital*, 14(4), pp. 547-563. URL: <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2012-0107>
5. Ståhle, P., Ståhle, S., and Aho, S. (2011). Value added intellectual coefficient (VAIC): a critical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 531-551. URL: <https://doi.org/10.1108/14691931111181715>
6. Aho, S., Ståhle, S., and Ståhle, P. (2011). A critical assessment of Stewart's CIV method. *Measuring Business Excellence*, 15(4), pp. 27-35. URL: <https://doi.org/10.1108/13683041111184080>
7. Gu, F. and Lev, B. (2003). Intangible assets: Measurement, drivers, usefulness. Boston: Boston University School of Management Accounting URL: http://questromapps.bu.edu/qstnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ (BSC) В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основною причиною розробки системи збалансованих показників слід вважати те, що існуючі традиційні системи оцінки результатів діяльності – з їх виключною залежністю від фінансових показників – втратили свою ефективність в умовах сучасного ділового світу, що характеризується створенням цінності на базі таких нематеріальних активів, як знання та досвід працівників, тісні зв'язки з клієнтами, культура новаторства і проведення реформ. Тобто основною особливістю даної системи є використання взаємопов'язаного набору фінансових та нефінансових показників, оскільки автори концепції виявили, що лише фінансових показників недостатньо для адекватної оцінки діяльності підприємства.

Дана система було розроблена Р.С. Капланом та Д.П. Нортеном [1], та отримала назву Система збалансованих показників (Balanced Scorecard) для досягнення стратегічної мети господарювання шляхом акцентування уваги на блоках показників (фінанси, навчання та перспективи зростання, клієнти, внутрішньогосподарські процеси та ін.) як фінансових так і немонетарних.

Як зазначає дослідник Е. Шевченко, показники мають ґрунтуватися на місії та стратегії розвитку підприємства. Самим популярним інструментом на даному етапі виступає система BSC. Вона дозволяє на верхніх рівнях представити розроблену структуру стратегічних цілей з показниками та шляхами їх досягнення, сприяє їх досягненню та у кінцевому етапі довести до співробітників [3].

Ефективне використання даної системи передбачає необхідність використання значного обсягу інформації, який може бути генерований бухгалтерським обліком за умови організації відповідних розрізів його аналітики [2].

Відповідно до концепції BSC сукупність стратегічних цілей підприємства необхідно представляти у вигляді стратегічних карт. Модель стратегічних карт дозволяє одночасно контролювати реалізацію цілей у всіх чотирьох аспектах; її перевага в тому, що вона дозволяє визначити основні напрямлення для досягнення успіху діяльності. У даному контексті, модель стратегічних карт – це процес нерозривної послідовності дій.

Місія підприємства отримує наочне втілення і може бути доведена до відома всіх працівників. Вона представлена у вигляді конкретних цілей та стимулів для їх досягнення. Це необхідно для зосередження зусиль на найбільш важливих напрямленнях розподілу ресурсів та встановлення цілей. У результаті працівники навчаються стратегічно мислити і можуть доносити власні ідеї і доповнення у формулювання місії та стратегії підприємства, що в свою чергу, веде до його переосмислення на новому рівні. На кожному етапі свого використання стратегічні карти є засобом широкого поширення місії та стратегії підприємства.

Використовуючи стратегічну карту (табл. 1) управлінці отримують відповіді на основні запитання: що необхідно зробити для вирішення стратегічних завдань, за рахунок чого компанія створює свою вартість. У результаті використання карти при створенні збалансованої системи показників діяльність компанії стає більш зрозумілою та структурованою.

Таблиця 1

Запропонована стратегічна карта

Перспектива	Стратегічні цілі BSC	Показники досягнення цілей					
Фінанси	1. Скорочення витрат на продукцію	Пошук нових постачальників			Закупівля сировини у іноземних постачальників за доступними цінами		
		Економічне обґрунтування пошуку нових постачальників	Економічне обґрунтування продовження співпраці з постачальниками		Витрати на рекламу		
		Витрати на маркетинг	Неякісна сировина; Несвоєчасна поставка сировини				
	2. Збільшення рентабельності виробництва	↑ Матеріаловіддачі	↑ Фондовіддачі	↑ Рентабельності виробництва	↑↓ Фондозброєності		
Клієнти	1. Збереження клієнтської бази	↑ Кількості клієнтів, що звернулися повторно		↑ Рівня цін		↑ Обсягу реалізації	
	2. Залучення нових клієнтів	Витрати на залучення одного клієнта			Кількість залучених клієнтів		
	3. Підвищення задоволеності клієнтів	Відсоток незадоволених клієнтів					
	4. Нова якість згідно ІСО	Витрати на виробництво продукції згідно ІСО			Витрати на сертифікацію продукції		
Внутрішні бізнес-процеси	1. Виробництво продукції високої якості	Рентабельність продукції	Собівартість продукції	Собівартість 1 т продукції	Обсяг реалізації		
	2. Своєчасна доставка продукції до покупців	Витрати на доставку	Кількість днів доставки	Трудомісткість	Продуктивність праці	Коефіцієнт оборотності	Коефіцієнт покриття
	3. Контроль розвідувальних робіт	Витрати на розвідувальні роботи			Обсяг реалізації продукції, грн.		
	4. Закупка якісних ТМЦ	Рівень браку	Витрати од. матеріалів, грн.		Норми витрачання матеріалів, т.	Виручка	
Навчання та розвиток	1. Підвищення кваліфікації персоналу підприємства	Витрати на підвищення кваліфікації					
		Семінари		Тренінги		Отримання знань ІСО	
	2. Підвищення задоволеності та мотивації персоналу	↑ Продуктивності праці	↓ Трудомісткості	↑ Премій	↑ Надбавки	Фонд оплати праці	
	3. Зниження плинності кадрів	↓ Коефіцієнта плинності	↓ Коефіцієнта вибуття	↑ Коефіцієнта прийому	↑ Коефіцієнта постійності		

Таким чином, правильно складена стратегічна карта повинна містити інформацію про минулу та майбутню стратегію конкретного суб'єкта господарювання. Показники, які включені в стратегічну карту повинні характеризувати як досягнуті результати, так і основні фактори, які обумовили їх. Розроблена стратегічна карта враховує вплив трудових ресурсів на кінцевий результат діяльності підприємства. Отже, для побудови стратегічної карти ми поставили ціль та визначили головні завдання в межах кожної проекції.

Література:

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / [Р. Каплан, Д. Нортон; пер. с англ.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 320 с.
2. Потриваєва Н.В. Система збалансованих показників як аналітичний засіб підвищення ефективності функціонування підприємств [Електронний ресурс] / Н.В. Потриваєва // Ефективна економіка. – 2015. – № 12. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5092>
3. Шевченко Е. Контролинг, или Кто владеет информацией – владеет миром / Е. Шевченко // Справочник экономиста. – № 3. – 2008. – С. 64-67.

Лисичко А. М., к.е.н.

Мельник І. М., здобувач

*Державний університет «Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна*

СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Система економічного аналізу господарської діяльності є особливим інструментом інформаційного забезпечення управлінських рішень. Аналітична інформація є невід'ємною складовою системи управління, адже визначає сукупність причинно-наслідкових зв'язків щодо окремих складових або ж господарської діяльності в цілому.

Економічний аналіз лісогосподарської діяльності направлений на оцінку як всієї системи управління так і окремих бізнес-процесів. Зазвичай при оцінці ефективності бізнес-процесу, визначається його результативність тобто порівнюються витрачені ресурси з отриманими вигодами. У випадку із бізнес-процесами, такий підхід до оцінки застосувати не можливо, адже окремі бізнес-процеси пов'язані із витратами, але в той же час економічних вигод не приносять. Проте такі бізнес процеси мають екологічну та соціальну результативність. Це вимагає особливого підходу до формування організаційно-методичних положень економічного аналізу й ідентифікації властивостей об'єкту. До таких підпроцесів відносяться: відновлення лісів на землях наданих у постійне користування; охорона лісу від пожежі; боротьба зі шкідниками та хворобами лісу; мисливське господарство. Таким видом економічного аналізу виступатиме еколого-економічний аналіз

лісогосподарської діяльності, що дозволить оцінити ефективність заходів із збереження природних ресурсів.

Виділення еколого-економічного аналізу лісогосподарської діяльності в особливий напрям аналітичної оцінки її ефективності пов'язаний із специфічним природоохоронними об'єктами, які проявляються в сукупності бізнес-процесів. Наступним специфічним об'єктом економічного аналізу лісогосподарської діяльності, що пов'язаний з об'єктами, які складають господарську діяльність є ренті платежі за використання лісових ресурсів. Даний об'єкт економічного аналізу є специфічним для суб'єктів господарювання, що використовують природні ресурси (земельні, водні, лісові та інші).

Особливою складовою об'єктів економічного аналізу лісогосподарської діяльності є собівартість продукції лісового господарства. Специфіка даного об'єкту обумовлена використанням природних ресурсів, потребою в їх збереженні та примноженні. Андросова О.Ф., Смирнова А.В., Смирнов О.О. зазначають, що «собівартість є одним з узагальнюючих показників підприємства, що відображають ефективність використаних ресурсів, впровадження нової техніки і технологій, праці, виробництва і управління, а так само необхідної бази для обчислення прибутку, вдосконалення організації. Результативність діяльності підприємства залежить від формування собівартості з таких причин: витрати на виробництво продукції виступають найважливішим елементом при визначенні справедливої і конкурентоспроможної продажної ціни; інформація про собівартість продукції часто лежить в основі прогнозування і управління виробництвом і витратами; знання собівартості необхідно для визначення сальдо матеріальних рахунків на кінець звітного періоду» [1, с. 5].

На особливій потребі економічного аналізу собівартості продукції наголошують Морщенок Т.С., Біла А.О. «Собівартість продукції (робіт, послуг) є одним із показників, в якому знаходять відображення усі сторони роботи підприємства: рівень організації виробничого процесу, його технічна оснащеність, ступінь ефективності використання необоротних та оборотних активів, продуктивність праці, рівень організації матеріально-технічного постачання тощо. Тому економічний аналіз цього показника є основою для прийняття обґрунтованих ефективних рішень щодо вибору шляхів та розробки заходів зниження собівартості продукції» [2, с. 58].

Таким чином, собівартість лісогосподарської продукції є особливим об'єктом економічного аналізу лісогосподарської діяльності. Оцінка якої дозволить виявити причинно-наслідкові зв'язки ефективності лісогосподарської діяльності в частинні еколого-економічної результативності, фінансових результатів та ефективності використання лісових ресурсів.

Література:

1. Андросова О.Ф., Смирнова А.В., Смирнов О.О. Аналіз собівартості продукції металургійних підприємств Запоріжжя / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-4-2012/005-11.pdf>

2. Морщенок Т.С., Біла А.О. Економічна сутність собівартості продукції та шляхи її зниження / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_058.pdf

РЕФІНАНСУВАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЯК ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМИ НЕПЛАТЕЖІВ

На українських підприємствах дебіторська заборгованість складає більше половини оборотних активів, тому питання ефективного управління нею та пошуку шляхів вирішення проблеми неплатежу є надзвичайно актуальним. Вилучаючи кошти з обігу, дебіторська заборгованість зменшує ліквідність та фінансову стійкість суб'єкта господарювання. З метою оптимізації її обсягів та прискорення обігу підприємці все частіше звертаються до рефінансування.

Наукові праці в сфері рефінансування дебіторської заборгованості публікували багато вчених, зокрема: І.М. Вигівська, В.І. Кузь, А.Б. Савченко, Є. Севрук, В.А. Чередник та інші. Однак, відсутність нормативного регулювання операцій з рефінансування та їх незначне поширення у вітчизняній практиці зумовлюють необхідність подальших досліджень.

Під рефінансуванням дебіторської заборгованості мається на увазі ряд фінансових операцій з переведення її в більш ліквідну форму (грошові активи), що базується на принципі мінімізації витрат, відповідно до якого сукупні витрати на рефінансування не повинні перевищувати:

- ✓ очікуваний прибуток від обігу вивільнених коштів у господарському процесі;
- ✓ вартість короткострокових кредитів для підтримки платоспроможності підприємства до інкасації дебіторської заборгованості;
- ✓ інфляційні втрати у випадку затримки платежів [1, с. 238].

Виділяють три основні форми рефінансування: факторинг, облік векселя та форфейтинг. Перша форма полягає у продажі дебіторської заборгованості банку чи факторинговій компанії. Основним завданням факторингу є забезпечення такої системи взаємовідносин з покупцями, при якій підприємство зможе надавати конкурентне відстрочення платежу своїм клієнтам, не відчуваючи при цьому дефіциту оборотних активів. Факторинг може бути відкритий (дебітор повідомлений про підписання договору факторингу) та закритий (дебітора не повідомлено).

Загальна схема факторингу має наступний вигляд: (1) підписання договору поставки з відстрочкою платежу між постачальником та покупцем; (2) підписання факторингового договору між постачальником та банком (факторинговою компанією); (3) відвантаження товару покупцю (за відкритого факторингу також повідомлення покупця про факторинговий договір); (4) надсилання документів про відвантаження фактору (за відкритого факторингу прямий контакт фактора та покупця для підтвердження передачі права вимоги заборгованості фактору); (5) верифікація вимог та фінансування постачальника фактором (у сумі 80-90% вартості поставки); (6) погашення покупцем заборгованості за відступленими фактору вимогами; (7) перерахунок

фактором постачальнику отриманої від покупця суми за мінусом наданого раніше фінансування і винагороди фактора [2, с. 383].

Основними перевагами факторингу є відсутність іммобілізації оборотних коштів у дебіторську заборгованість та можливість розширення клієнтської бази за рахунок постачання з відстрочкою платежу. Недоліком методу є існування факторингу з регресом. Якщо дебітор (покупець) не сплачує борг, фактор може вимагати від постачальника повернення коштів і скасування дії договору факторингу. Ще одним недоліком є великий відсоток перевідступлення боргу у вітчизняних банках.

Рефінансування заборгованості здійснюється також за рахунок передачі переказного векселя банківській чи іншій установі за визначеною ціною. Тобто третя сторона отримує переказний вексель і негайно виплачує його дисконтну ціну постачальнику, тоді як оплата векселя дебітором здійснюється з настанням строку погашення векселя. При цьому дисконтна ціна векселя визначається з врахуванням номіналу векселя, строку погашення, середньої депозитної ставки, ставки комісійної винагороди, а також рівня премії за ризик при сумнівній заборгованості [1, с. 239]. По суті сума знижки від номіналу векселя (дисконту) і виступає ціною рефінансування дебіторської заборгованості. У випадку продажу векселя на фондовому ринку витрати на рефінансування можуть також включати виплачену біржовому посереднику комісійну винагороду.

Форфейтинг – це купівля боргу, вираженого у зворотному документі, у кредитора на безповоротній основі. Фактично форфейтинг також є вексельною угодою, за двома відмінностями від попереднього випадку:

- ця угода пов'язана з кредитуванням експортно-імпортних операцій та розрахунками в іноземній валюті;
- покупець боргу бере на себе всі ризики пов'язані з можливістю несплати боргу і не має права подавати претензії експортеру в разі неплатежу імпортера [3, с. 120].

Таким чином, основною перевагою форфейтингу є відсутність права регресу у випадку несплати боргу дебітором, а також те, що операція проводиться із застосуванням фіксованої ставки, що зменшує фінансові витрати. Однак, вартість форфейтингової угоди є досить високою, оскільки маржа форфейтера значно перевищує маржу при товарному кредитуванні.

На сьогодні значною перешкодою для здійснення заходів з рефінансування в Україні виступає висока вартість послуг факторингових служб та нерозвиненість вітчизняного фондового ринку, а також наявність великої кількості вимог до бажаних скористатись послугами з рефінансування в банківських установах. Ще одним недоліком, який перешкоджає популяризації практик рефінансування дебіторської заборгованості є відсутність на законодавчому рівні положень, які б регламентували особливості оцінки, документування та обліку таких операцій.

Науковці пропонують різні варіанти обліку операцій з рефінансування (для прикладу, факторингу), ми погоджуємося з наведеним в табл. 1.

Кореспонденція рахунків з обліку факторингових операцій

№ з/п	Зміст операції	Бух. запис	
		Дебет	Кредит
1	Відображено дохід від реалізації продукції покупцю	36	70
2	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ	70	641
3	Відображено дохід від продажу боргових вимог фактору	377	733
4	Списано балансову вартість відступленої фактору дебіторської заборгованості	952	36
5	Отримано від фактора частку грошових коштів за реалізованим правом грошової вимоги	311	377
6	Нарахування комісії за договором факторингу	952	685
7	Відображено податковий кредит по ПДВ із розміру комісійної винагороди фактору	641	685
8	Оплачено комісійну винагороду фактору за послуги факторингу	685	311
9	Перераховано фактором залишок фінансування постачальнику	311	377

Джерело: [4, с. 63]

Основним документом при здійсненні операцій з рефінансування виступає договір з банківською установою, факторинговою службою тощо. Однак, договір не є первинним документом і не може бути підставою для бухгалтерських проведення [5, с. 284]. На нашу думку, первинними документами для відображення в обліку операцій з рефінансування є такі, що підтверджують відступлення права вимоги грошових коштів (Опис прийнятих/переданих документів, Акт приймання/передачі документів, переказний вексель та ін.).

Виходячи з вищевикладеного, слід констатувати, що завдяки рефінансуванню підприємство отримує необхідний оборотний капітал та мінімізує ризики неплатежу. Перспективи розвитку рефінансування дебіторської заборгованості вбачаємо у впровадженні міжнародного факторингу, розробці нормативних актів для регулювання даної сфери, застосуванні більш лояльних відсоткових ставок та розширенні діапазону послуг, що надаються факторинговими та банківськими службами.

Література:

1. Чередник В.А. Рефінансування дебіторської заборгованості як засіб підвищення фінансової стійкості підприємства. *Економічний вісник університету*. 2017. Вип. 32(1). С. 236-241.
2. Савченко А.Б. Проблемы и перспективы развития факторинга. *Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты* : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18-19 апреля 2019 г. Новополоцк, 2019. С. 382-387. URL: <http://elib.psu.by>
3. Севрук Є. Рефінансування дебіторської заборгованості на підприємствах торгівлі. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 1. С. 116–126.
4. Кузь В. І. Напрями удосконалення обліку факторингових операцій. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. № 2. С. 61-64.
5. Вигівська І.М., Макарович В.К. Оцінка та документальне забезпечення факторингових операцій: ризик-орієнтований підхід. *Економічний форум*. 2018. № 2. С. 276-286.

Тітарчук М. І., здобувач
Широкопояс О. Ю., здобувач
Державний університет «Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна

ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Дослідження складових аналітичного забезпечення управління формуванням та реалізацією проектом державно-приватного партнерства вказує на існування різноманітності підходів до організації економічного аналізу на різних етапах а формах реалізації проекту. Питання розвитку форм організації економічного аналізу формування та реалізації проекту державно-приватного партнерства є мало дослідженими, що на практиці обумовлює сукупність проблем, які проявляються через неузгодженість дій учасників проекту та суб'єктів економічного аналізу, зниження якості інформаційного забезпечення у відповідно ефективності аналітичної інформації.

Вітчизняна дослідниця Демків Х.С. пропонує виділяти дві форми організації економічного аналізу, а саме централізовану та децентралізовану. В даному контексті дослідниця зазначає наступне: «На практиці виокремлюють два види організаційних систем економічного аналізу: централізовану і децентралізовану: – для централізованої системи характерним є створення (виокремлення) спеціалізованого структурного підрозділу (відділу), який відповідає за всі функції економічного аналізу. Перевагою цієї системи є чіткий розподіл праці між аналітиками, можливість застосування обчислювальної техніки у мережі. Однак головним її недоліком є віддаленість аналітичного процесу від процесів управління та менеджменту. Така система організації є характерною для середніх і великих підприємств, а своє відображення на ринку антикваріату може знайти виключно у великих аукціонних компаніях; – характерною перевагою для децентралізованої системи є максимальна наближеність до управлінського процесу, що є сприятливою передумовою для підвищення ефективності здійснюваної аналітичної роботи, а також можливістю застосування персональних комп'ютерів. У такій системі не створюють спеціалізованого відділу, натомість аналітичні роботи розподіляються в існуючій організаційній системі управління підприємством. Децентралізована система організації економічного аналізу є найбільш поширеною на ринку антикваріату, оскільки переважна більшість суб'єктів, які функціонують на ньому, є малими підприємствами» [1, с. 341].

Обрання централізованої чи децентралізованої форми організації економічного аналізу залежить від обсягів діяльності підприємства та характерних системи управління. Використання одного з підходів до організації економічного аналізу для державно-приватного партнерства можливе лише на етапі реалізації проекту.

Такий підхід є найбільш адаптованим для такої форми реалізації державно-приватного партнерства як концесія. Наприклад, якщо при концесії створюється окреме підприємство, або ж діюче підприємство повністю

переорієнтовано на виконання та реалізацію суспільних послуг, що передбаченні договором концесії. В окремих випадках є можливість застосування одного із зазначених підходів на етапі реалізації проекту державно-приватного партнерства через спільну діяльність. Однак, в такому випадку є обмеження, а саме обсяги спільної діяльності та специфіка діяльності обраного учасника, виступає підприємством оператором. Так, за умови, що підприємством оператором є приватний партнер – система організації економічного аналізу матиме багатоваріативність. Якщо ж підприємством оператором обрано державного партнера, то форма організації економічного аналізу реалізації проекту державно-приватного партнерства буде залежити від існуючої форми здійснення аналітичних процедур в органі державної влади, комунального або державного підприємства, яке виступає концесіодавцем. В будь-якому випадку організація економічного аналізу формування та реалізації проекту державно-приватного партнерства через спільну діяльність мають бути адаптовані до системи економічного аналізу підприємства-оператора. Зауважимо, що окремі аспекти аналізу можуть бути реалізовані й підприємством-учасником, але лише в межах оцінки власної участі, економічної вигоди та ефективності для прийняття управлінських рішень керівництвом окремого учасника. Втім, такі рішення не мають суттєвого впливу на реалізацію проекту державно-приватного партнерства.

Шурпенкова Р.К. зазначає, що «основні суб'єкти проведення аналізу – вище керівництво підприємства. Як правило, вище керівництво підприємства є ініціатором й архітектором процесу формування стратегії і організації аналізу, приймає остаточне рішення про доцільність здійснення певного виду діяльності, пріоритетність критеріїв, їх оцінки, обґрунтування шляхів мінімізації ризиків. Тому як організатором, так і користувачем результатів аналізу є вище керівництво підприємства. Організація й здійснення аналізу на підприємстві залежать також від масштабів та спеціалізації підприємства, його організаційної структури управління, величини» [2, с. 151]. Відповідно до цього автор виділяє різні форми організації економічного аналізу та будує відповідні моделі за умови різних форм управління підприємством, а саме: – *лінійно-функціональна структура управління* підприємством, що характерна для малих та середніх підприємств. «На середніх підприємствах, які використовують переважно лінійно функціональну організаційну структуру управління, функції аналізу виконує спеціальний аналітик або група аналізу діяльності, що належить до фінансової служби підприємства. Такий центр аналізує всі основні аспекти діяльності підприємства, координуючи її з різними, пов'язаними відділами підприємства» [2, с. 152]; – *дивізійна організаційна структура управління* підприємством, що характерно для великих підприємств «що мають філії у районах, розміщені як у межах однієї області, так і в різних областях. Відповідно, при здійсненні діяльності у кожній конкретній філії для аналізу задіяні як центри аналізу у філії, так і загальний відділ аналізу підприємства. При цьому аналітичні відділи філій готують інформацію, необхідну для аналізу у межах їх компетентності, а група аналізу у складі загального відділу аналізу на підприємстві здійснює аналіз, розглядає варіанти фінансування, оцінює їх ризик тощо. Остаточне рішення приймає вище керівництво підприємства» [2, с. 153].

За умови організації економічного аналізу формування та реалізації проекту державно-приватного партнерства потреба у врахуванні зазначених підходів до організації економічного аналізу за наступними напрямками: – якщо проект державно-приватного партнерства реалізується через концесію економічний аналіз має бути адаптований до системи управління концесіонера. За умови, що в результаті концесії створюється нове підприємство для реалізації суспільних послуг є можливість сформулювати якісно нову систему економічного аналізу, що буде повністю адаптоване під сферу реалізації державно-приватного партнерства. Все буде залежати від величини новоствореного підприємства. За умови, що договором концесії не передбачено створення нового підприємства, система економічного аналізу має бути адаптована під існуючу систему управління на підприємстві-концесіонері шляхом розробки додаткових або внесення нових змін до системи внутрішньої регламентації, які передбачають визначення суб'єктів та їх компетенції, аналітичних центрів, інформаційних запитів та методики їх забезпечення; – при реалізації державно-приватного партнерства через оренду, система економічного аналізу формування та реалізації проекту державно-приватного партнерства буде виділена в окремі напрями аналітичного забезпечення управління та прийняття управлінських рішень керівництвом підприємства-орендаря. Відповідно від обсягів та величини підприємства-орендаря буде залежати система управління щодо якої відбуватиметься адаптації економічного аналізу, а саме: дивізійні організаційна структура для великих підприємств та лінійно-функціональна для малих та середніх підприємств. Так, підприємству орендарю за окремим проектом державно-приватного партнерства варто внести зміни в діючі внутрішні регламенти, які визначають організаційно-методичні положення економічного аналізу; – якщо проект державно-приватного-партнерства реалізується через спільну діяльність обрання дивізійної чи лінійно-функціональної структури управління залежить від підприємства-оператора. Проте в більшій мірі така залежність має низьку суттєвість, адже в більшості випадків при спільній діяльності варто формувати відокремлену структуру управління, яка передбачає відокремлену структуру бухгалтерського обліку, економічного аналізу та планування.

Таким чином, нами було досліджено специфіку різних форм організації економічного аналізу процесів формування та реалізації проекту державно-приватного партнерства.

Література:

1. Демків Х.С. Організація економічного аналізу діяльності підприємств на ринку антикваріату. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/10782/1/ОРГАНІЗАЦІЯ%20ЕКОНОМІЧНОГО%20АНАЛІЗУ%20ДІЯЛЬНОСТІ%20ПІДПРИЄМСТВ.pdf>
2. Шурпенкова Р.К. Організація економічного аналізу на підприємстві. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/53842/5/Shurpenkova_Orhanizatsiia_ekonomichnoho_analizu.pdf

FINANCE, INSURANCE AND STOCK TRADING: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO

Виговський В. Г., к.е.н.

*Державний університет «Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна*

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Інтеграційний рух України до Європи вимагає від кожної галузі держави радикальних змін. Однією із таких галузей виступає транспортна галузь. Сучасний кризовий стан транспортної галузі України гальмує розвиток європейської інтеграції інфраструктури в цілому та потребує розробки нових підходів до фінансового забезпечення суб'єктів господарювання.

Сьогодні транспортна галузь України характеризується спадом обсягів перевезення пасажирів, критичним рівнем фінансового забезпечення та встановлення тарифів на послуги з перевезення, високим ступенем фізичного і морального зносу основних фондів. Ступінь зносу основних засобів транспортної галузі Україні досяг критичних показників у період з 2010 р. по 2013 р. і становив 96,7%. З 2014 року відсоток ступеню зносу основних засобів зменшився, але позначка у 47,6% в 2017 році – це сигнал для державних та регіональних органів управління транспортної галузі щодо необхідності термінового оновлення рухомого складу для гарантії безпеки перевезення пасажирів на громадському транспорті.

Стратегічні цілі транспортної галузі України формуються на основі нормативно-правової бази, що є основою для середньострокової перспективи розвитку національної транспортної системи, а саме: Транспортної стратегії України до 2030 року, Стратегії розвитку залізничного транспорту на період до 2020 р., Державної цільової економічної програми розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення на 2018–2022 рр., Морської доктрини на період до 2035 р., Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 р., Стратегії розвитку морських портів на період до 2038 р. та інших чинних нормативно-правових актів.

Джерела фінансування транспортної галузі умовно можна поділити на внутрішні та зовнішні.

Головними внутрішніми джерелами фінансування підприємств транспортної галузі є чистий прибуток, доходи майбутніх періодів, чистий дохід від реалізації продукції та власний капітал. Зовнішніми джерелами фінансового забезпечення транспортної галузі України є міжнародна підтримка, кредитування та державна підтримка підприємств транспортної галузі.

Сучасний стан транспортної галузі України та міського громадського транспорту зобов'язує здійснювати заходи щодо залучення іноземних інвестицій на розвиток галузі. Адже кроки з оновлення рухомого складу

громадського транспорту, будівництво нових та реконструкція старих трамвайних і тролейбусних ліній майже не здійснювалась. Така ситуація зумовлена недостатнім фінансовим забезпеченням галузі як з боку державного рівня, так і з боку місцевих бюджетів. Негативну роль в акумулюванні коштів на забезпечення основних фондів галузі відіграє пільгова категорія населення, проїзд яких не компенсується (або компенсується частково) з державного бюджету України.

Міжнародна підтримка у вигляді зовнішніх інвестицій є невід'ємним показником сталого розвитку транспортної галузі України. Зокрема, у 2016 році між Європейським інвестиційним банком та Міністерством інфраструктури України було підписано угоду в рамках проекту «Міський громадський транспорт в Україні».

Значне зростання інвестицій в основний капітал транспорту, на наш погляд, взаємопов'язане з процесами децентралізації в Україні. З 2016 р. спостерігається збільшення частки бюджетних коштів серед джерел фінансування капітальних інвестицій та частки вкладень з коштів місцевих бюджетів у загальних бюджетних інвестиціях. Саме з цього року капітальні інвестиції в Україні демонструють потужну динаміку за всіма видами економічної діяльності.

Посилення співпраці між державою та приватним сектором, органами державної влади та місцевого самоврядування, запровадження децентралізації шляхом скоординованих ініціатив державної політики забезпечує сталий розвиток транспортної галузі України і створення вільного та конкурентного ринку транспортних послуг.

Одним із головних джерел фінансового забезпечення у провідних країнах світу з розвиненою транспортною інфраструктурою є лізинг, який підвищує рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання транспортної галузі на ринку.

Вартість договорів фінансового лізингу на транспорті за останні роки має мінливий характер. У 2011 році вартість договорів становила 74434,6 млн. грн., а частка транспорту в загальному обсязі лізингових операцій досягла 61%. В період 2015-2017 рр. вартість договорів фінансового лізингу в транспортній галузі України значно скоротилась. У 2017 році вона становила 7 220,4 млн. грн. Зменшення кількості договорів можна пов'язати з банківською кризою 2014-2017 рр. та значним скороченням банківських установ на території всієї України.

В Україні якість громадського транспорту досить низька, що потребує здійснення заходів щодо його оновлення. Одноразові витрати є надмірними для місцевих та регіональних бюджетів. Грошові надходження від оплати проїзду у громадському транспорті можуть забезпечити здійснення лізингових платежів та зменшити навантаження на витрати з державного чи місцевого бюджетів.

В умовах кризового стану транспортній галузі необхідна суттєва державна підтримка шляхом створення умов для здешевлення кредитних ресурсів, організація заходів з державно-приватного партнерства та мікрокредитування.

Низький рівень конкурентного середовища серед різних видів транспорту, застарілі механізми ведення бізнесу суб'єктами господарювання, дефіцит

бюджетних коштів на розвиток галузі, надання пріоритетності власним проблемам суб'єктами транспортної галузі перед державними проблемами зумовлюють необхідність у пошуках можливостей до збільшення внутрішніх джерел фінансового забезпечення шляхом удосконалення підходів щодо співпраці з суб'єктами господарювання інших видів економічної діяльності, а також взаємодії з приватними підприємцями, які зацікавлені в якісних змінах при наданні транспортних послуг.

Важливими є невирішені питання розвитку державно-приватного партнерства, залучення іноземних інвестицій та впровадження новітніх технічних інновацій. Проведення подальших досліджень особливостей фінансового забезпечення транспортної галузі України є важливим для досягнення позитивної динаміки економічного розвитку країни в цілому.

Література:

1. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 травня 2018 року № 430-р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80>
2. Хусаїнов Р.В. Формування і розвиток механізму державно-приватного партнерства в Україні / Р.В. Хусаїнов / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_7_17
3. Ковалюк О. М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики): Монографія. Л.: Видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2002. 396 с.
4. Про транспорт: Закон України № 232/94-ВР від 10.11.1994 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>

Жукова О. А., старший викладач

Євась Т. В., старший викладач

*Вінницький інститут
Університету «Україна»
м. Вінниця, Україна*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ БАНКУ

Банківські установи є важливою ланкою фінансової системи країни. Їх функціонування в умовах соціально-економічних змін сьогодення вимагає глибокого розуміння процесу управління капіталом банківської установи.

Управління капіталом банку – це діяльність, пов'язана із залученням грошових коштів вкладників та інших кредиторів, визначенням розміру і відповідної структури джерел грошових коштів у тісному зв'язку з їх розміщенням.

Існує два рівні управління ресурсами комерційного банку:

- державний рівень (управління здійснюється через НБУ з використанням різних фінансових інструментів);
- рівень комерційного банку (виконання вимог НБУ щодо нормативів).

Механізм управління капіталом банків може бути визначено, як сукупність методів, інструментів управління та регулятивних правил, що застосовуються суб'єктами у процесі управління і спрямовуються на забезпечення капіталізації банку в цілому [4, с. 184-189].

Процес управління розпочинається виробленням стратегії та планування, які є основою стабільної діяльності банку для мобілізації капіталу в умовах швидкоплинної ситуації на фінансовому ринку. Це пошук балансу між силами банку і зовнішнім середовищем. Можливості стратегічного планування значно пом'якшують ризики, сприяють успішному розвитку банківського бізнесу. При цьому управління капіталом банку повинно бути спрямоване на забезпечення його фінансової стійкості, основою якої є оптимальна величина та структура банківського капіталу.

Розмір капіталу визначає обсяги активних операцій банку, об'єм депозитної бази, можливості запозичення коштів на фінансових ринках, максимальні розміри наданих кредитів, величину відкритої валютної позиції та інші важливі показники, які істотно впливають на діяльність банку. Для українських банків актуальними залишаються питання нарощування капітальної бази і для більшості з них мета управління капіталом полягає в його поповненні.

Важливе значення для здійснення діяльності банку має обґрунтована оцінка достатності капіталу. Банку необхідно мати достатній капітал для забезпечення обсягу і характеру своїх комерційних договорів (угод). Інакше кажучи, достатність капіталу забезпечує надійність банку, а отже і віру в нього вкладників, кредиторів і клієнтів.

Політика банку передбачає підтримку сталого рівня власного капіталу з метою забезпечення належної довіри з боку інвесторів, кредиторів та інших учасників ринку, а також сталого розвитку бізнесу в майбутньому. При цьому враховується і вплив рівня капіталу на прибутки акціонерів, у зв'язку з чим комерційний банк визнає необхідність балансу між підвищенням прибутковості, що є можливим в результаті підвищення співвідношення запозиченого та власного капіталу, і перевагами та стабільністю, які забезпечуються за рахунок стійкості фінансової позиції.

Національний банк України як головний регулюючий орган встановлює вимоги до розміру капіталу комерційного банку в цілому та здійснює моніторинг виконання цих вимог на основі звітності за національними стандартами, а банк та його окремі операції знаходяться під безпосереднім наглядом з боку національних регулюючих органів [2, с. 26].

Для проведення такого моніторингу використовується система відносних показників (коефіцієнтів, нормативів).

Економічні нормативи діяльності банків – це показники, що встановлені НБУ з метою здійснення регулювання діяльності банків на основі дистанційного нагляду для провадження моніторингу діяльності як окремо взятих банків, так і банківської системи загалом [1, с. 418].

Згідно з існуючими вимогами до рівня капіталу, встановленими НБУ, включаючи вимоги щодо адекватності капіталу, розраховані згідно з Базельською Угодою 1988 року, як визначено у документі Базельського комітету з банківського нагляду «Міжнародна конвергенція: виміри капіталу та

стандарти капіталу» (із змінами, внесеними у квітні 1998 року) та Поправкою до Базельської угоди для врахування ринкових ризиків (із змінами, внесеними у листопаді 2005 року), відомою як Базель I, банки повинні підтримувати показник співвідношення капіталу та активів, зважених на ризик («показник адекватності капіталу за українськими нормативними вимогами»), вище певного встановленого мінімального показника.

Міжнародні стандарти достатності капіталу вимагають додержання мінімально допустимих нормативів основного капіталу $N1 \geq 4\%$ та сукупного капіталу $N2 \geq 8\%$. При визначенні даних коефіцієнтів враховують зміни активів зважених за ризиком.

Для більш повного аналізу управління капіталом необхідно також аналізувати економічні нормативи капіталу: мінімального розміру регулятивного капіталу – $N1$ (500 млн. грн.); достатності (адекватності) регулятивного капіталу – $N2$ (не менше 10%) [2, с. 27-28].

Таким чином, головною метою політики банку щодо управління капіталом є забезпечення стабільної діяльності банку, формування регулятивного капіталу відповідно до вимог Національного банку України, визначення адекватного розміру капіталу з урахуванням ризиків, дотримання нормативів капіталу, а отже, необхідно постійно проводити комплексний аналіз управління капіталом банку. Саме такий інструмент як аналіз може вчасно виявити недоліки та забезпечити контроль за збалансованістю між власним капіталом та додатковими фінансовими ресурсами.

При цьому, актуальними напрямками ефективного управління капіталом банку на сьогодні є:

- забезпечення максимальної прибутковості банківського капіталу при передбаченому рівні фінансового ризику;
- оптимізація джерел формування капіталу;
- мінімізація ризиків при використанні і розміщенні капіталу;
- забезпечення виконання вимог наглядових органів і рейтингових агентств [3, с. 35].

Вирішального значення для подальшої інтеграції вітчизняних банківських установ у світову банківську систему з метою залучення міжнародного капіталу для розвитку вітчизняної економіки має збільшення власного капіталу банку та залучення іноземного капіталу.

Література:

1. Гайдаржийська О.М., Щепіна Т.Г., Отрошко В.П. Практичні основи аналізу та оцінки капіталу банку / О.М. Гайдаржийська, Т.Г. Щепіна, В.П. Отрошко // Молодий вчений. – 2017. – № 7(47). – URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/7/93.pdf>
2. Жукова О.А., Гончарук А.В. Щодо оцінки управління капіталом банку / О.А. Жукова, А.В. Гончарук // Подільський науковий вісник. – 2019. – № 2. – С. 23-29. – URL: http://pnv.in.ua/images/Magazine/2_2019.pdf
3. Зінковська Я.В. Актуальні аспекти управління капіталом комерційного банку / Я.В. Зінковська // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 252. – С. 31-35. – URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/91500>
4. Фостяк В.В. Особливості побудови механізму управління капіталом банків / В.В. Фостяк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 2. – С. 184–189.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Регуляторні умови, що впливають на класичну операційну активність банківських фінансових посередників в частині кредитування, стають дедалі жорсткішими. Це стосується не тільки вимог до капіталу. Формування нових каналів вливання фінансових коштів у реальний сектор через запровадження Союзу ринків капіталу в ЄС створює умови посиленої конкуренції між банківськими та небанківськими фінансовими установами щодо забезпечення інвестиційного процесу. Пропозиція фінансових послуг з боку банківських установ відбувається в дедалі щільнішому конкурентному просторі.

З іншого боку, попит на класичні банківські послуги сьогодні значно спрощується та переформатується. Наприклад, в умовах від'ємних відсоткових ставок, що були впроваджені у 2014 році, банкам єврозони доводиться вводити плату за обслуговування депозитних рахунків. У відповідь на подібні заходи населення закриває свої рахунки і все більше використовує домашні сейфи [1]. Таким чином, незважаючи на те, що на сьогоднішній день депозити складають значну частину сукупних джерел фінансування банків (в деяких європейських країнах до 70%), існує вірогідність зменшення депозитної складової функціонального навантаження банківських установ. Як свідчать дані ЄЦБ, станом на грудень 2018 року річне падіння обсягів строкових депозитів домогосподарств на термін до двох років було на рівні 8,2%, строкових депозитів домогосподарств на термін більше двох років – 1,1%, депозитів терміном більше 3-х місяців – 11,1%, зростання відбулося лише за депозитами овернайт – 8,5% і за депозитами до 3-х місяців – 2,4%. Слід також приймати до уваги, що й депозити нефінансових корпорацій на термін більше 2-х років також зменшилися – на 4,1%. Обсяги строкових депозитів населення (терміном до 2-х років), починаючи з 2010 року, за винятком декількох років, зменшувалися [2].

Водночас через актуалізацію короткострокової часової парадигми, яка на сьогодні є базовим структуруючим взаємодію ринкових суб'єктів феноменом, та формування фінансово-орієнтованих патернів поведінки, що стимулюють активізацію споживчих настроїв, зростає попит на розрахункові банківські послуги. Особливо це відчувається у країнах, що практично відмовилися від готівки, наприклад у Швеції. У середньому по єврозоні кількість готівки, що перебуває у обігу, скоротилася до 10% від ВВП. А у Швеції частка готівки знизилася до рекордних 1% ВВП. Значна частина жителів Швеції вже відмовилася від готівки, у віковій групі 18 – 24 роки 95% покупок здійснюється тільки електронно [3].

У таких умовах розрахункова операційна активність передбачає прискорене впровадження цифрових технологій як в частині надання послуг, так і в частині банківського менеджменту. Однак, як доводять останні дослідження, лише 13% опитаних фінансових директорів, заявили, що їхні фінансові установи використовують автоматизовані технології та штучний інтелект. При цьому за останні 12 місяців 64% фінансових директорів оцифрували менше чверті фінансових функцій. Більше того, на запитання, якою мірою віддача від інвестицій залежить від оцифрування, лише 5% заявили, що генерується значна дохідність, більш частою була відповідь про мінімальну віддачу. Водночас вважається, що 40 відсотків фінансових функцій (таких як виплата готівки, управління доходами та загальний облік) мають бути повністю автоматизовані, а ще 17 відсотків можуть бути переважно автоматизованими [4].

На цьому фоні зростає платіжна індустрія, що значно посилює конкуренцію у даному сегменті, розрахункові операції проводяться компаніями Finteh. Дані звіту про глобальні платежі «Worldpay's Global Payments Report 2018» свідчать про те, що до 2023 року електронна комерція стане домінуючою по відношенню до стандартної комерції «desktop sales» [5]. Вважається, що хоча грошові кошти на сьогодні залишаються провідним способом оплати, їх панування добігає кінця. Очікується, що до 2022 року зростання електронної комерції у світі перевищить 4,7 трлн дол. США. Також зміниться спосіб, за яким здійснюють покупки в Інтернеті: кредитні та дебетові карти поступово будуть замінитися іншими інструментами електронної комерції [6].

Таким чином, і розрахунковий сегмент діяльності банківських установ сьогодні наражений на небезпеку зростаючої конкуренції, яку вони зможуть витримати тільки завдяки активній діджиталізації. Проблема полягає ще в тому, що для цифрової індустрії сьогодні створені значні преференції. Прикладом цього можуть бути останні події щодо спроб введення цифрового податку в Європі. В листопаді 2018 року французький уряд вимагав від Євросоюзу до кінця року погодити директиву по оподаткуванню великих міжнародних компаній, що ведуть бізнес в цифровій сфері, таких як Google і Facebook. Аналогічна робота над цим питанням вже ведеться в Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Водночас Міністр фінансів Данії Крістіан Дженсен вважає, що на даному етапі «дуже складно досягти угоди про цифровий податок, тому що багато технічних питань ще не вирішено». Він назвав пропонування податок «не дуже доброю ідеєю для Європи», тому що він сильно відіб'ється на американських компаніях, що може спричинити негативну реакцію з боку США [7].

У сучасних умовах дезінтермедіації, зміцнення регулювання банківської діяльності та зростаючої конкуренції через активізацію цифрового розвитку класичне призначення банків як посередників між дефіцитом та профіцитом фінансових коштів поступово буде ставати економічною історією. Деякий період в умовах активізації споживчих настроїв населення та незадоволеного попиту на житло банки будуть намагатися розвивати іпотечне та споживче кредитування, поки цифрові технології Finteh не займуть і даний сегмент фінансових послуг.

Дані процеси є перспективою, на сьогодні ж, у перехідний період, міцна розгалужена структура глобальної банківської системи є відмінною мережею для формування глобального фінансового контролю. Створені в процесі контркризового реформування новітні наглядові системи, з їх ідеальними механізмами отримання, переробки, систематизації та використання фінансової інформації, впроваджені для боротьби із системними ризиками. Інакше кажучи, вбачається, що фінансові інститути, головне економічне призначення яких як раз і полягає в прийнятті на себе ризиків економічних систем, не спроможні виявляти та нейтралізувати їх самостійно. Сучасні функціональні трансформації фінансового посередництва відбуваються у процесі всебічного контролю за процесами формування ризиків діяльності банківських установ. Втрачаючи своє первісне функціональне призначення, банки стають оболонкою тотального фінансового контролю, реалізованого під маркою комплаєнсу.

Література:

1. Айзятюлова Иделия. Сейфы выиграли у банков. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2016/08/31/10168823.shtml>
2. Sectoral breakdown of MFI deposits vis-a-vis other euro area residents. URL: <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000003156>
3. В Швеции доля наличных снизилась до 1% объема экономики. URL: <https://dimnovyn.com/7943-v-shvecii-dolya-nalichnyh-snizilas-do-1-obema-ekonomiki.html>
4. Eklund Steven, Tam Michele, Woodcock Ed. New technology, new rules: Reimagining the modern finance workforce. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/new-technology-new-rules-reimagining-the-modern-finance-workforce?cid=other-eml-alt-mip-mck-oth-1811&hlkid=b1bd69c3dbca4cb498ea84ba4b1146f7&hctky=2979573&hdpid=f6e4f412-c208-4aac-9465-75beeceb7e06>
5. Roles for Banks and payment operators. How the scenario might evolve in the future. URL: <https://www.pwc.dk/da/publikationer/2017/roles-banks-payment-operators-psd2-nutshell-5.pdf>
6. eCommerce gains ground in Mexico. URL: <https://www.worldpay.com/global/about/media-centre/2018-11/ecommerce-gains-ground-in-mexico>
7. Франция потребовала от ЕС согласовать новые правила налогообложения цифровых компаний. URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=10735483>

Рубаха М. В., к.е.н., доцент

*Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

ОЦІНЮВАННЯ ЯКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ РОБОТИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В СИСТЕМІ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХНЬОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

В умовах посилення глобалізаційних процесів у фінансовому секторі актуалізується питання пошуку найбільш ефективних способів організації діяльності банківських установ. Проникнення іноземного капіталу у банківську систему країни змушує банки посилювати свою конкурентоспроможність. Спрямованість на формування в країні сильного та динамічного банківського

сектора підвищує значимість управління ефективністю діяльності кожного банку та банківської системи в цілому.

Загалом поняття ефективності можна трактувати, виходячи з таких двох підходів: ефективність будь-якої діяльності вимірюється показником відношення отриманих результатів (доходів) до затрачених ресурсів (витрат) на цю діяльність; ефективність як вимірник, що носить соціально-економічний характер та відображає вплив людського фактору (організація роботи, компетентність працівників, структура управління тощо) на досягнуті результати [1]. Тому комплексна оцінка ефективності діяльності має включати як економічні, так і соціальні, ідеологічні та інші показники, які не мають чіткого числового вимірника, а носять швидше якісний характер.

Буряк А. під ефективністю банків розуміє «його здатність досягати поставлених цілей шляхом оптимального використання ресурсів, враховуючи при цьому не лише мікроекономічну, а й макроекономічну функції банків в ринковій економіці» [2]. Автор серед показників, які будуть впливати на ефективність діяльності банку, виділяє прибуток та витрати, однак не подає цілісного чіткого методичного підходу до визначення цієї ефективності.

О. Рибалка, на відміну від попередньої думки, пропонує системний підхід до оцінки ефективності банківської діяльності у потрібному вимірі «прибутковість – ризиковість – надійність» [3]. Перевагою такого підходу є врахування окрім показників прибутковості й інших чинників, які впливають на діяльність банку.

Л. Єріс вимірює ефективність через призму управління грошовими потоками як основної економічної категорії в діяльності банків, при цьому все ж за основу беручи показники рентабельності [4].

Для оцінювання роботи банків регуляторні органи використовують різні методики, які мають комплексний або частковий характер. Часткові методики передбачають визначення коефіцієнтів фінансового стану банку.

Найпопулярнішою бальною методикою оцінювання банків є система CAMELS, яку застосовує Національний банк України. Дана система спрямована на оцінку фінансового стану комерційного банку для виявлення недоліків у діяльності та менеджменті банку. За результатами такого оцінювання органи банківського нагляду при потребі вживають заходів для запобігання банкрутству комерційного банку чи покращення його фінансового стану. Найбільшим недоліком цієї методики є використання показників, які становлять банківську таємницю. Тому вона є закритою і недоступною для дослідників та експертів. Система рейтингування CAMELS була розроблена у США та використовується там поряд з методикою FIMS. При застосуванні методики FIMS використовують понад 30 коефіцієнтів, які головно відображають якість активів та стан капіталу банку.

Більшість відкритих методик оцінювання не враховують якісних показників діяльності банку та впливу зовнішніх чинників, до яких банки особливо чутливі. Тому в своїй більшості вони не здатні надати повну об'єктивну оцінку ефективності діяльності банку.

Даючи загальну (комплексну) оцінку ефективності діяльності банку, вважаємо, доцільно враховувати окрім кількісних показників також і якісні, до яких відносимо наступні: довіра клієнтів (лояльність вкладників), надійний

(стресостійкий, стійкий), репутація (імідж, відомість), комфортний (повага до клієнта, професійний, внутрішні комунікації), простий (зрозумілий), прозорий.

Довіра у банківському бізнесі є одним з основних факторів успішної діяльності. Клієнти, які мають довіру до свого банку, є його опорою, яка допомагає протидіяти різноманітним зовнішнім та внутрішнім загрозам. Довіра клієнтів до банку проявляється перш за все через такий показник як лояльність вкладників. Вкладники є головною цінністю банків, адже вони забезпечують їх необхідними для діяльності фінансовими ресурсами.

Під надійністю банку розуміємо його здатність протистояти негативним факторам. Надійність банку пов'язують із його стійкістю в довгостроковому періоді та поточною стресостійкістю, які є важливими факторами надійності банку. Часто буває так, що банки з високим рівнем стійкості, стикнувшись з серйозним впливом непередбачуваних негативних факторів, можуть зазнати великих збитків чи збанкрутувати. Натомість інші згідно рейтингу менш стійкі банки спроможні запобігти впливу цих негативних факторів. Саме тому поєднання цих аспектів надійності банку є доцільним.

Забезпечення тривалого комерційного успіху банку у конкурентному ринковому середовищі прямо залежить від його репутації (іміджу). Кризові явища в банківських установах часто зумовлені недостатньою увагою до формування позитивного іміджу.

«Імідж банку – це відносно стійкий образ, уявлення про нього серед персоналу банку, його клієнтури, у фінансових колах, різних контактних аудиторіях і в широких шарах суспільства» [5].

Високий рівень ділової репутації банку досягається шляхом забезпечення суворого виконання договірних зобов'язань. Позитивний імідж серед громадськості можна підвищити через проведення відповідної рекламної кампанії в періодичних виданнях, публікацію інформації про місію і стратегічні цілі банку (з урахуванням інтересів громадськості) та інтерв'ю керівників, участь у різних соціальних програмах тощо. Позитивний імідж банку сприяє його відомості та впізнаваності його брендів.

Часто, звернувшись до банку та провівши якусь трансакцію, відкривши рахунок, вклавши гроші на депозит чи взявши кредит, працівники банку просять оцінити роботу банку та персоналу. Здебільшого клієнти дають свою оцінку, зважаючи на те, як швидко та оперативно проведено операцію, чи компетентним і привітним був персонал, чи зуміли доступно пояснити незрозумілі моменти тощо. Таким чином, високий професіоналізм персоналу, повага до клієнта, добре налагоджена внутрішня комунікація, грамотне керівництво забезпечують позитивну оцінку банку як комфортного для клієнтів.

Банк, який пропонує широкий спектр різноманітних послуг для бізнесу та фізичних осіб, прозорі та зрозумілі тарифи, має відділення у всіх регіонах країни і навіть за її межами, велику кількість банкоматів та терміналів, налагоджену співпрацю з іншими банками та ряд інших подібних характеристик, можна назвати простим та зрозумілим. Саме це дає можливість клієнтам з легкістю скористатися послугами банку, затративши мінімум часу, та бути певним, що не виникне жодних труднощів і непередбачуваних витрат

внаслідок відповідної операції. Виходячи із структури власності банку, ділових партнерів та кінцевих бенефіціарів, можна говорити про такий показник як прозорість банку.

На наш погляд, оцінювання якісних аспектів роботи банку аналіз його ефективності буде не повним. Поряд з кількісною оцінкою роботи банку мають бути враховані його якісні характеристики (довіра клієнтів, імідж, прозорість, комфортність).

Література:

1. Толчин К.В. Про оцінку ефективності банківської діяльності / К.В. Толчин // Гроші та кредит. – 2007. – № 9. С. 58-62.
2. Буряк А.В. Методичні засади оцінювання ефективності діяльності банків / А.В. Буряк // Економічний аналіз: зб. наук. пр. – Тернопіль: ТНЕУ, 2010. – Вип. 7. – С. 133-136.
3. Рибалка О. О. Удосконалення сутності поняття «ефективність банківського бізнесу» / О. О. Рибалка // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 109. – С. 126–128. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/6691/1/Rybalka.pdf>
4. Єріс Л. М. Ефективність банківської діяльності як результат якісного управління грошовими потоками / Л. М. Єріс // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2014. – Вип. 40. – С. 109–115. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prbsu_2014_40_14
5. Даниленко Л.В. Все про імідж: від підходів до рекомендацій / Л.В. Даниленко // Маркетинг і маркетингові дослідження. – 2015. – № 34. – С. 50–63. – Режим доступу: <https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/vse-ob-imidzhe-ot-podkhodov-do-rekomendatsij/>

Ткачук І. Я., к.е.н., доцент

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна*

докторант

*Університет банківської справи
м. Київ, Україна*

РОЛЬ ПЕРСОНАЛЬНИХ ФІНАНСІВ У ФОРМУВАННІ ДЖЕРЕЛЬНОЇ БАЗИ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ

Помаранчева Революція та Революція Гідності стали тими масштабними подіями, що суттєво змінили ставлення населення до діяльності неурядових організацій в Україні. Показово, що в останні роки, не зважаючи на незначне залучення громадян до членства в громадських організаціях [1], стабільною була частка населення, що долучалася до волонтерства – 12% [2]. Більше того, баланс довіри до волонтерських організацій у 2018 р. дорівнював +37%, до громадських організацій – +4%. Такі значення позитивно характеризують ставлення населення до діяльності ОГС, адже, для порівняння баланс довіри до церкви у цьому ж році складав +25% [2].

Зважаючи на вище сказане, цікавим в науковому плані є дослідження ролі, яку персональні фінанси займають у формувальній джерельній базі громадських організацій.

В Україні практично відсутні податкові стимули фінансування неурядових організацій. Так, особа, що є платником ПДФО може отримати податкову знижку, адже до витрат, що дозволено включати до податкової знижки, відносять пожертвування або благодійні внески на користь неприбуткових організацій. Проте їх розмір не повинен перевищувати 4% суми загального оподаткованого доходу платника ПДФО [4, ст. 166.3.2.].

Фізичні особи можуть використовувати два способи фінансування діяльності та розвитку громадських організацій: сплату членських внесків та здійснення благодійних пожертв. Табл. 1. містить інформацію стосовно надходжень громадських організацій України від членських внесків та благодійності фізичних осіб у номінальних цінах та цінах 2006 р.

Таблиця 1

Надходження громадських організацій України від членських внесків та благодійності фізичних осіб у період 2006-2017 рр., млн. грн., %

Джерело фінансування	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Абсолютне відхилення, млн. грн.	Відносне відхилення, %
Членські внески	181,18	238,41	323,96	315,54	388,68	475,31	533,64	499,96	454,64	611,6	622,97	720,48	539,3	297,66
Членські внески у цінах 2006 р.	181,18	204,47	227,18	197,04	222,47	260,09	292,59	272,76	198,59	186,43	168,94	171,84	-9,34	-5,2
Благодійні внески фізичних осіб	42,58	61,82	83,08	107,59	122,08	199,96	144,01	172,85	199,89	187,4	351,59	340,7	298,12	700,14
Благодійні внески фізичних осіб у цінах 2006 р.	42,58	53,02	58,26	67,18	69,87	109,42	78,96	94,3	87,31	57,11	95,35	81,26	38,68	90,8

Джерело: складено автором на основі [3]

Дані, представлені в табл. 1, демонструють зростання надходжень від фізичних осіб у номінальних цінах як за статтею «Членські внески», так і за статтею «Благодійні внески громадян України». Проте у цінах 2006 р. зростання відбувалося тільки від благодійності фізичних осіб, в той час як надходження від членських внесків скоротилися на 5,2%.

Графічно динаміка надходжень громадських організацій від фізичних осіб зображена на рис. 1.

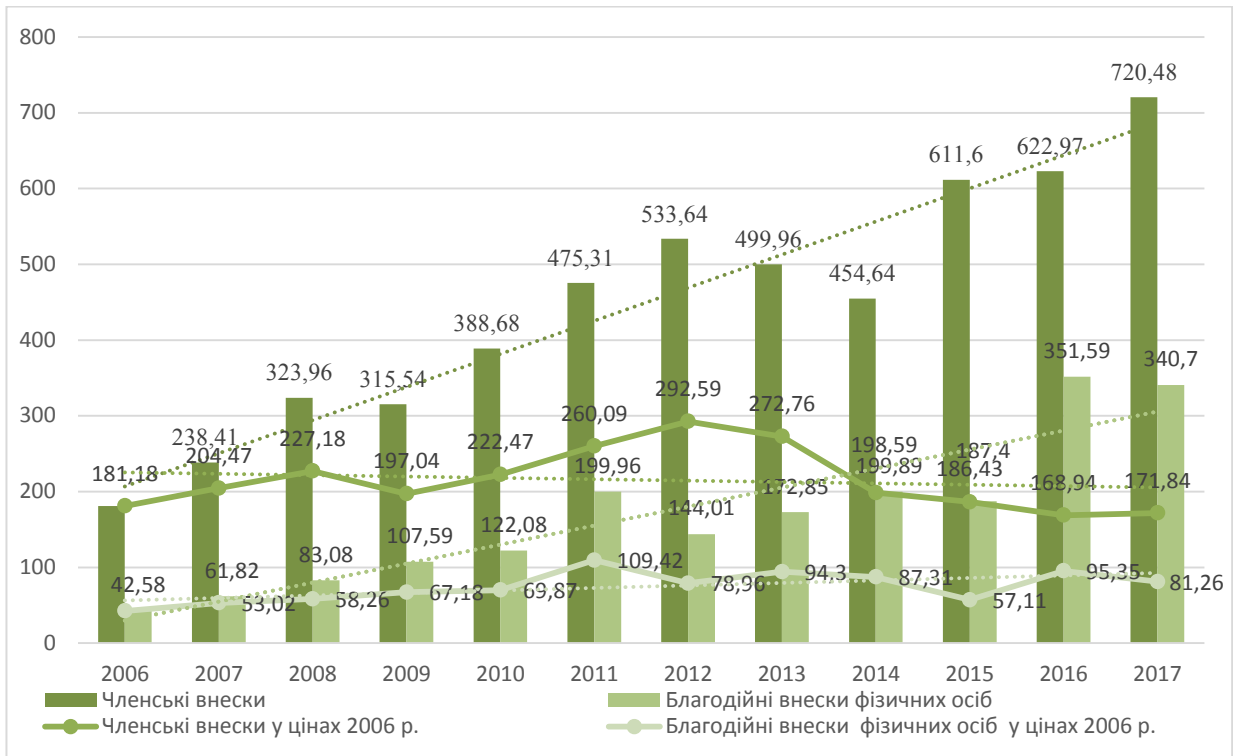


Рис. 1. Динаміка надходжень громадських організацій від фізичних осіб, млн. грн.

Рис. 1. демонструє непостійність надходжень громадських організацій України з джерел, пов'язаних з фізичними особами. Так, у номінальних цінах суттєвий спад надходжень від членських внесків спостерігався у 2009 р. та 2014 р., а від благодійних внесків фізичних осіб – у 2012 р, 2015 р., 2017 р. При цьому цікавим є той факт, що лінії трендів для зазначених наборів даних є висхідними (окрім лінії тренду для надходжень від членських внесків у цінах 2006 р.).

Нестабільною є і частка надходжень від фізичних осіб у структурі надходжень громадських організацій України, що демонструє рис. 2.

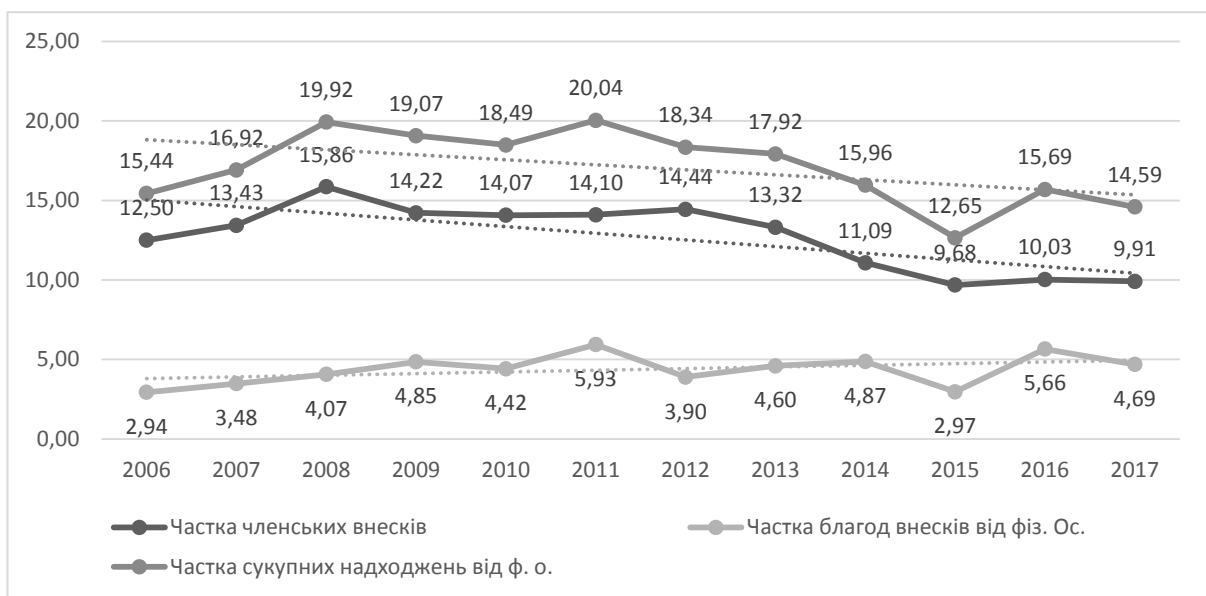


Рис. 2. Частка надходжень громадських організацій України з джерел, пов'язаних із фізичними особами за період 2006-2017 рр., %

Як бачимо, не зважаючи на значні обсяги фінансових ресурсів, які надходять на користь громадських організацій України від членських внесків, їх частка у структурі загальних надходжень громадських організацій у період 2006-2017 рр. постійно змінюється, і показує тенденцію до скорочення. Водночас, з часом у структурі надходжень громадських організацій України збільшується частка незначних за обсягами благодійних внесків від фізичних осіб. Така тенденція є доволі показовою і може вказувати на зміну профілю діяльності громадських організацій України із задоволення потреб та інтересів їх членів на створення благ, які є корисними для всього суспільства чи його частини.

Отже, персональні фінанси посідають важливе місце у формуванні джерельної бази громадських організацій. Сукупні надходження громадських організацій із джерел пов'язаних із фізичними особами суттєво зросли, а їх динаміка (окрім надходжень від членських внесків у цінах 2006 р.) показує висхідний тренд. Водночас можна стверджувати про зміну структури даних надходжень: не зважаючи на суттєве переважаючу частку надходжень від членських внесків, вона постійно скорочується, в той час як частка надходжень від благодійності фізичних осіб поступово зростає. Вважаємо, що така ситуація означає переорієнтація діяльності організацій громадянського суспільства України із задоволення інтересів та потреб їх членів на створення загально корисного блага, що сприятиме подальшому зростанню довіри до їх діяльності зі сторони населення та, відповідно, збільшенню обсягів фінансових ресурсів, які вони спрямовують на користь громадських організацій.

Література:

1. Громадянське суспільство в Україні: виклики і завдання. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://dif.org.ua/article/gromadyanske-suspilstvo-v-ukraini-vikliki-i-zavdannya>
2. Громадянське суспільство України: цифри і факти. Together. Європейський прости. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://euprostir.org.ua/stories/133521>
3. Державна служба статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Податковий кодекс України. Документ № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Ахновська І. О., к.е.н., доцент
Донецький національний університет імені Василя Стуса
м. Вінниця, Україна

ВІДКРИТА ОСВІТА В УМОВАХ ТЕХНОГЛОБАЛІЗМУ

У сучасній економіці зростає роль та значення нових знань. Крім того, наразі спостерігаємо жорстку конкуренцію за світовий ринок між деякими країнами, появу нових конкурентів, асиметрію світового господарства, про що говорять і нерівномірність розвитку певних галузей, і концентрація винаходів у технологічно розвинутих країнах світу.

Причини і риси техноглобалізму розглядали у своїх працях Л. Роціос, В. Сікора, Р. Ронштадт, С. Острі, Р. Нельсон, Д. Архібугі, Дж. Міхі, Н. Безрукова, О. Чернявська, Д. Покришка, М. Когут, Т. Бабич, А. Шлапак та інші зарубіжні та українські вчені. Роль відкритої освіти у суспільстві на сьогодні встановлено в роботах О. Захарова, І. Колеснікової, А. Хуторського, О. Висоцької, О. Коржилової, М. Лещенко, А. Яцишин. Однак, на сьогодні відсутні публікації з тенденцій розвитку відкритої освіти в умовах техноглобалізму, тому тема дослідження є актуальною та своєчасною.

Глибинною тенденцією розвитку сучасного світового господарства стала глобалізація. Це було обумовлено інноваційним розвитком сучасної економіки. Й. Шумпетер зазначав, що інновацією є не кожне нововведення, а лише те, що передбачає удосконалення технології та її перехід на вищий щабель розвитку. Отже, велике значення для оцінки впливу інноваційно-технологічних факторів на глобальний економічний розвиток має концепція технологічних укладів. Технологічний уклад є результатом складного колективного процесу формування нової моделі розвитку, що сприяє максимальній ефективності бізнес-практик різних агентів ринку та соціального прогресу [1].

Вважається, що у світі пройдені 5 технологічних укладів, зараз – ера шостого. Інноваційними принципами підприємництва першого технологічного укладу були фабричне виробництво, механізація, підвищення продуктивності; другого – економіка агломерацій, національних ринків, стандартизація, економія масштабу; третього – вертикальна інтеграція, підвищення ролі науки як продуктивної сили, універсальна стандартизація; четвертого – масове виробництво для масових ринків, горизонтальна інтеграція, ієрархічні піраміди; п'ятого – інформатизація, знання як капітал, нематеріальна додана вартість, глобальні комунікації; шостого – персоналізовані послуги, штучний інтелект, мережева єдність людини і техніки, віртуальна інтеграція.

Деякі вчені ототожнюють поняття «технологічний уклад», «економіка знань» та «техноглобалізм». Так, В. Білоцерківець, А. Ляшенко вважають, що економіка знань є етапом розвитку постіндустріальної економіки, за якого

інтелект і знання людини, інформаційні й інші високі технології перетворюються у вирішальний фактор, який визначає тенденції виробничої і соціально-економічної трансформації суспільства [2]. Л. Федулова також розуміє під економікою знань новий технологічний рівень господарювання [3].

Щодо трактування техноглобалізму, то як зазначає О. Олійнич, при аналізі існуючих у науковій літературі підходів вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення цієї категорії спостерігаються різні точки зору: по-перше, як складова процесу глобалізації економіки, також інноваційно-дослідна, а в деяких випадках й інформаційна глобалізація (О. Білорус, Л. Роціос, В. Сикора, А. Тонельсон, А. Філіпенко); по-друге, як процес розповсюдження інноваційних технологій та наукових знань транснаціональними корпораціями (Р. Нельсон, О. Носова, С. Острі та ін.); по-третє, як процес глобалізації чи інтернаціоналізації технологій (Р. Мешелькар, А. Нівс Пена, Хуан Арояб, Г. Ластрес та ін.). О. Олійнич розуміє під техноглобалізмом загальнопланетарний процес зрощування національних технологічних систем у глобальну систему генерації наукових знань та ідей, виробництва та комерціалізації інноваційних продуктів, головними носіями якого є транснаціональні корпорації, які активно провадять свою діяльність у міжнародному інформаційно-інноваційному просторі. Економічними детермінантами розвитку техноглобалізму є економічна глобалізація, науково-технологічні революції; інформатизація суспільства, а також інтернаціоналізація науки та техніки [4].

Визначальною умовою технолідерства є масштабні та зростаючі обсяги фінансування науки і освіти. На сьогодні спостерігаємо нерівномірність витрат на виконання наукових досліджень і розробок за регіонами України (рис. 1).

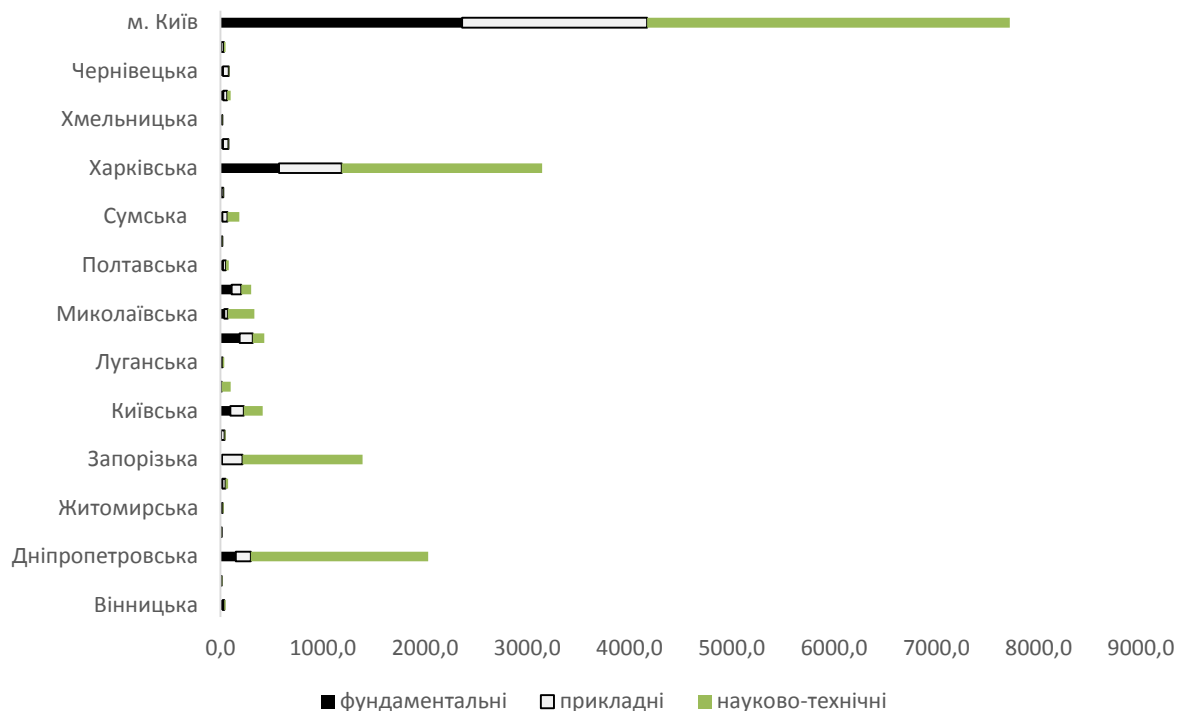


Рис. 1. Витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт за регіонами України у 2018 році, млн. грн.

Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, знижується з року в рік, що є також негативною тенденцією (рис. 2). Так, за 10 років чисельність працівників у науці зменшилась на 94356 осіб або у 2,1 рази.

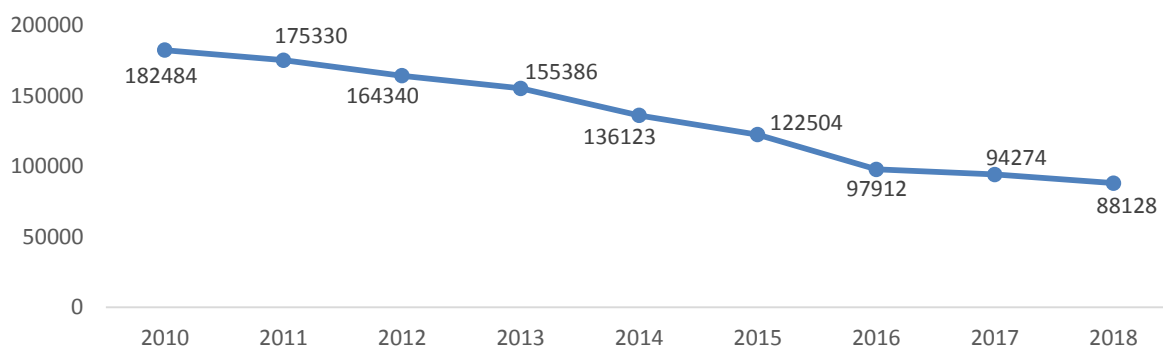


Рис. 2. Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок в Україні у 2010-2018 рр., осіб

Щодо освіти, то найбільші витрати спостерігаємо на вищу освіту, перший етап середньої освіти і початкову освіту (рис. 3). З одного боку, це свідчить про піклування держави про фінансове забезпечення закладів освіти, а з іншого, через інфляційні процеси, що відбуваються в економіці, позитивна динаміка показників фінансування освіти відсутня.



Рис. 3. Розподіл витрат на освіту в Україні у 2017 році за провайдером, тис. грн.

Сучасна освітня політика має реалізовуватись у контексті потреб модернізації країни і в умовах техноглобалізму. Сьогодні у всьому світі підвищується інтерес до відкритої освіти, в якій доступ до освітніх ресурсів забезпечується кожному бажаючому без перевірки вхідних параметрів знань (вступних іспитів), в якій використовуються технології (в тому числі

дистанційні), що в максимальному ступені враховують бажання та можливості того, хто навчається.

Аналіз наукової літератури з питань функціонування відкритої освіти дозволяє відзначити такі характерні її особливості: безпосередній навчальний процес; індивідуалізацію та особистісну спрямованість; доступність; гнучкість; розвиток інформаційної культури в суспільстві; технологічність; охоплення; координованість; модульність; зміна ролі викладача; паралельність; віддаленість; асинхронність; соціальна рівність; інтернаціональність; економічність; рентабельність.

Таким чином, слід зробити висновок про суттєве підвищення ролі відкритої освіти в умовах техноглобалізму, адже глобальна система генерації наукових знань та ідей здатна вирівняти диспропорції на існуючих регіональних ринках освіти, забезпечити сталий інноваційний розвиток не лише нашої країни, а й суспільства загалом. Саме відкрита освіта створює глобальне інформаційне освітнє середовище і є запорукою освітньої безпеки людства.

Література:

1. Бабич Т.О. Економічні детермінанти зміни технологічних укладів / Т.О. Бабич // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – № 126. – Ч. I. – С. 167-180.
2. Білоцерківець В. В. Нова економіка: сутність та генеза / В. В. Білоцерківець, А. В. Ляшенко. – Дніпропетровськ : Січ, 2007. – 221 с.
3. Федулова Л. І. Державна політика розбудови економіки знань: особливості реалізації антикризової стратегії / Л. І. Федулова, Т. М. Корнеєва // Фінанси України. – 2009. – № 10. – С. 3–17.
4. Олійнич О.І. Переваги і загрози техноглобалізму / О.І. Олійнич // Економіка та підприємництво. – 2008. – № 21. – С. 82-91.

Боровик М. В., к.э.н., доцент

*Харьковский национальный университет городского хозяйства
имени А. Н. Бекетова
г. Харьков, Украина*

УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Современные тенденции развития информационного общества вносят свои коррективы и в деятельности отечественных высших учебных заведений, что в свою очередь стимулирует внедрение новейших информационных и коммуникационных технологий в процесс управления деятельностью высших учебных заведений с целью достижения ими устойчивого развития [1-3].

Для эффективного управления деятельностью высших учебных заведений необходимо формирование нового управленческого подхода, что позволит учитывать все свойства информации и полученных на ее основе знаний при применении эффективных коммуникационных технологий в деятельности учреждений высшего образования.

Главным требованием предъявляемым к деятельности высших учебных заведений, согласно его основного вида деятельности, а именно образовательной деятельности (для университетов) является качество обучения, которое определяется (согласно компетентностного подхода) на основе получения качественных знаний, то есть качество знаний является главным требованием, что выдвигается к образовательной деятельности высших учебных заведений.

Главным условием возникновения знаний как основного компонента образовательного процесса является имеющийся потенциал высших учебных заведений, представляющий собой возможности высших учебных заведений в достижении стратегических целей их развития. Составляющими элементами имеющегося потенциала высших учебных заведений являются: образовательный потенциал; кадровый потенциал; научно-технический потенциал; управленческий потенциал; потенциал организационной структуры управления; маркетинговый потенциал; конкурентный потенциал; технический потенциал; логистический потенциал; информационный потенциал; инфраструктурный потенциал; финансовый потенциал, и тому подобное. Базовой составляющей потенциала высших учебных заведений является кадровый потенциал, а именно научно-педагогические работники, которые являются основным носителем знаний и главным ресурсом образовательной деятельности высших учебных заведений.

Эффективное использование кадрового потенциала высших учебных заведений должно осуществляться на основе выявления и согласования коллективных стремлений администрации высших учебных заведений, направленных на достижение устойчивого развития заведений и непосредственно индивидуальных стремлений к саморазвитию каждого отдельного члена коллектива. При этом также необходимо учитывать требования, предъявляемые к качеству кадрового состава, с целью создания новых знаний, которые способствуют достижению устойчивого развития высших учебных заведений. Кроме кадрового потенциала высших учебных заведений, в состав которого входят: руководство/администрация высших учебных заведений, научно-педагогические работники, сотрудники к внутренним стейкхолдерам высших учебных заведений также относятся и студенты. Их коллективные и индивидуальные стремления должны быть выявлены и согласованы в информационно-коммуникационной сети деятельности высших учебных заведений.

Главным условием воспроизводства знаний в деятельности высших учебных заведений является наличие ресурсов, основными из которых являются информационные ресурсы. Как уже отмечалось, именно информация и полученные на ее основе знания, является главным стратегическим ресурсом, эффективное использование которого позволит обеспечить устойчивое развитие высших учебных заведений. Знания, которые выступают в деятельности высших учебных заведений как ресурс и как продукт, невозможно накопить и передать, но возможно накопить и передать информацию в виде данных, за счет применения современных

коммуникационных технологий, используя информационно-коммуникационную сеть деятельности высших учебных заведений.

Литература:

1. Натрошвілі С. Г. Стратегічне управління вищим навчальним закладом: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КНУТД, 2015. 320 с.
2. Салов В. О. Уніфікація інформаційної бази і методології оцінювання потенціалу та результативності вищих навчальних закладів. *Вища школа*. 2009. № 2. С. 51–64.
3. Теорії та технології інноваційного розвитку вищої освіти: глобальний і регіональний контексти : монографія / за заг. ред. А. А. Сбруєвої. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 520 с.

Прокопишин-Рашкевич Л. М., к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

УКРАЇНА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В динамічних умовах сьогодення для підвищення конкурентоспроможності підприємств, посилення на світовому ринку соціально-економічного розвитку держави недостатньо впроваджувати тільки інноваційні, але й необхідно розвивати та застосовувати інноваційно-цифрові технології в усіх напрямках економічної діяльності. Стрімкий розвиток інноваційно-цифрових технологій обумовлює радикальну трансформацію не тільки економіки, але і суспільства загалом. Інформація, інновації та знання стають визначальним фактором цифрової економіки.

Згідно даних Всесвітнього економічного форуму, у 2015 році частка цифрової економіки у загальносвітовій економіці перевищила 20% і стрімко зростає [1]. В умовах цифрової економіки народжуються нові продукти, формуються все нові потреби та відповідно обсяг і швидкість інформації значно збільшуються. Очевидно, що такі процеси відкривають значні можливості для створення і розвитку бізнесу, базованого на нових рішеннях технологічного спрямування або інноваційних бізнес-моделях.

Проте в умовах цифрової економіки досягнути стабільності в бізнесі стає набагато складніше, ніж будь-коли в минулому. Отримати конкурентну перевагу і боротись за лідерські позиції і відстоювати їх потребує неабияких зусиль, компетентності і кмітливості. Так, згідно даних американської статистики, 52% компаній, які входили до Fortune 500 у 2000 році, більше не існує. Окрім цього необхідно звернути увагу на такий важливий показник як середній життєвий цикл компаній. У відповідності до зазначеного показника згідно Standard & Poor's 500, в 1960 роках середня тривалість діяльності компаній становила 60 років. У відповідності до прогнозування, у 2020 році такий показник впаде до 12 років. Причина такого п'ятикратного скорочення

періоду – це перехід всього бізнесу до «цифрової рейки», а також використання радикально нових бізнес-схем [2].

В процесі переходу до цифрової економіки в Україні важливим став проект Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». Основні напрями цифрового розвитку передбачають мінімізацію цифрового розриву за допомогою розвитку цифрових інфраструктур; розвиток цифрових компетенцій та втілення концепції цифрових робочих місць; реалізація проектів цифрових трансформацій; електронна демократія, державне управління; екологія та охорона навколишнього середовища; життєдіяльність міст; безготівкові розрахунки; гармонізація з європейськими та світовими науковими ініціативами [3].

Важливим фактом, який свідчить про реалізацію поставлених завдань, є затвердження у бюджеті фінансування підтримки інновацій, що в свою чергу дасть змогу реалізовувати наукові розробки у конкретні практичні дії для розвитку цифрової економіки інноваційного спрямування.

Впровадження цифрових технологій в економіку України є логічним продовженням міжнародного тренду поширення цифрових технологій та різкого збільшення їх впливу на всі сторони економічного життя. Однак, наша країна за низкою показників знаходиться на не найкращих позиціях в порівнянні з розвинутими країнами світу в сфері інформатизації економічних процесів. Тому з ключових викликів для країн, що розвиваються, коли вони розпочинають програму цифровізації, є нерівний доступ до цифрових технологій та послуг. Щоб цифрова економіка була справді всеохоплюючою, вона повинна бути доступною для всіх.

Інноваційні та цифрові процеси є тісно взаємопов'язаними, оскільки цифровим процесам притаманний інноваційний характер змін.

Одними із ключових показників, які характеризують розвиток економіки, зокрема її інноваційного спрямування, є Індекс галузевої готовності (Networked readiness index), Глобальний інноваційний індекс (Global innovation index) та Індекс глобального підприємництва (Global entrepreneurship index). На рис. 1 за вище зазначеними індексами відображено позицію України.

Так, Індекс галузевої готовності характеризує стан розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. У відповідності до цього показника Україна покращила свої позиції від 72 місця у 2013 році до 59 місця у 2016 році. Спостерігається позитивна тенденція щодо глобального інноваційного індексу, оскільки наша країна зайняла 43 місце у світовому рейтингу, піднявшись таким чином на 28 позицій за п'ять років. Проте, негативним є становище України у відповідності до Індeksu глобального підприємництва. Рейтинг країни послабився за три роки.

З метою оцінювання використання інформаційно-комунікаційних технологій проаналізуємо Індекс розвитку електронного урядування Організації Об'єднаних Націй (The UN E-Government Development Index, EGDI) для України та проведемо порівняння з певними країнами (рис. 2).

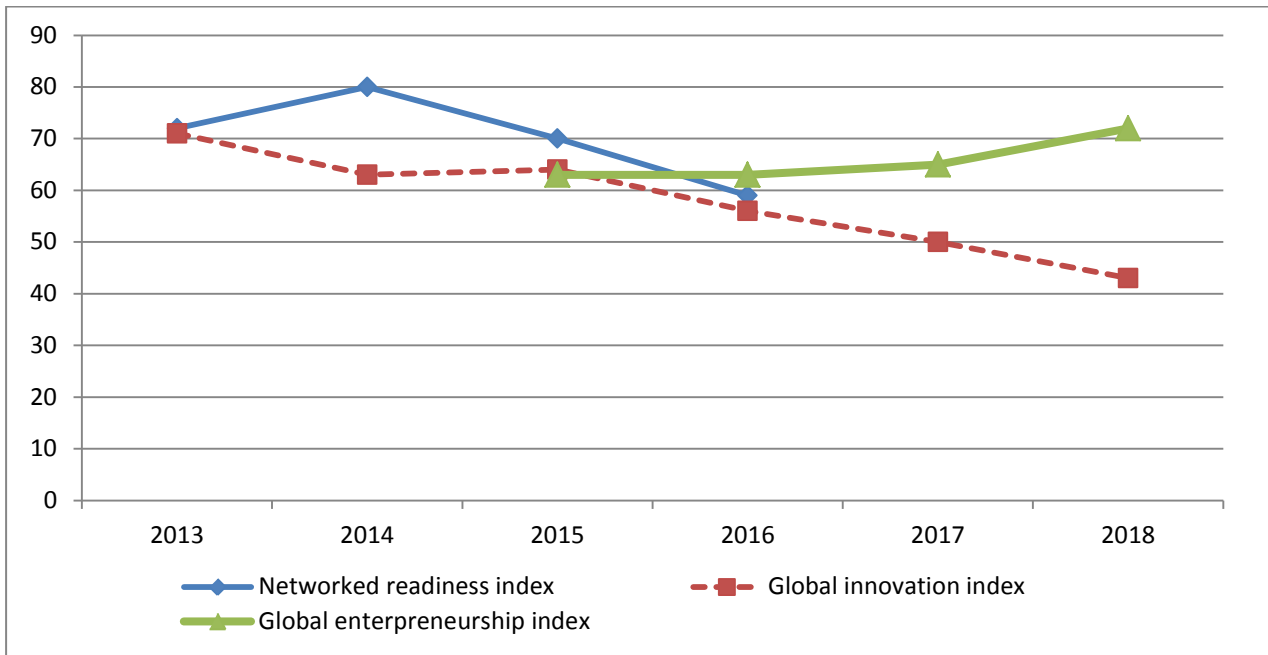


Рис. 1. Україна в світових рейтингах за 2013-2018 рр.

Джерело: сформовано на основі [4]

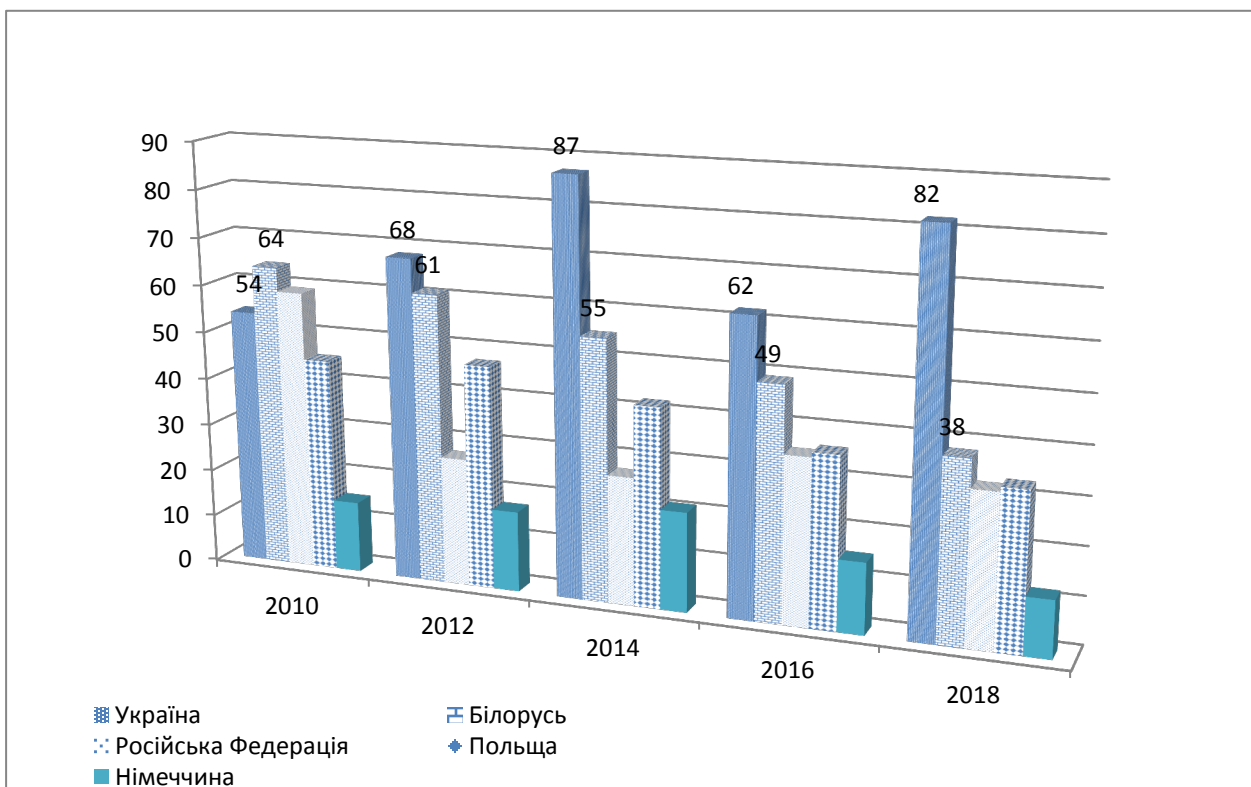


Рис. 2. Україна у світовому рейтингу за показником розвитку електронного врядування (EGDI)

Джерело: сформовано на основі [5]

Згідно рис. 2 бачимо негативну тенденцію за останніх вісім років для України. Так, у 2018 році Україна посіла 82 місце із 193 країн, опустившись в даному рейтингу на 20 позицій за 2 роки. При цьому спостерігаємо, що, наприклад, Білорусія і Польща істотно зміцнюють свої позиції. У відповідності до сформованого рейтингу Білорусь за останніх 4 роки піднялась на 17 позицій,

а Польща – на 9 пунктів. Необхідно відзначити Німеччину, яка із 2012 року входить в 20 країн із найвищим рейтингом по індексу EGDI.

Складовими Індексу EGDI є Індекс онлайн-послуг (OSI), який у 2018 році для України становив 0,5694; Індекс інфраструктури електрозв'язку (ТІ), який є досить низькими для нашої країни та Індекс людського капіталу (НСІ) (0,8436). Значення Індексу людського капіталу свідчить про те, що Україна володіє визначальним інтелектуальним потенціалом для розвитку цифрової економіки.

Насправді впровадження інноваційно-цифрових технологій та побудова цифрової економіки потребує ретельного моніторингу. Тому Україні як країні, яка розвивається та володіє визначальним людським потенціалом, необхідно не тільки декларувати, але й впроваджувати свою політику з метою здобуття певних визначальних переваг в швидко розвиваючій цифровій економіці.

Література:

1. World Bank. 2016. World development report 2016 : digital dividends overview (English). World development report. Washington, D.C. : World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/961621467994698644/World-development-report-2016-digital-dividends-overview>

2. Borodaj V.A. Predposylki ustojchivogo razvitiya biznesa v turbulentnoj srede // V sbornike: Regulirovanie ekonomicheskoy deyatelnosti i delovaya sreda: problemy, perspektivy i resheniya Sbornik nauchnyh trudov po materialam II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 2017. S. 332-341.

3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n241>

4. Networked readiness index. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Мировые-рейтинги/Мировые-рейтинги/Networked-readiness-index?baseRegion=UA>

5. URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2018>

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION

Sedikov D. V., Postgraduate Student

Durbalova N. I., Postgraduate Student

*Odessa National Academy of Food Technologies
Odessa, Ukraine*

BUSINESS EDUCATION: CHALLENGES OF TIME AND DEVELOPMENT TRENDS

At the end of the 20th century, society entered a new stage of its development. There has been a global structural shift marking the transition to a «knowledge-based economy» in which scientific knowledge, materialized in innovation, becomes the main sources and key conditions for production development, and innovation as a strategic driver of economic growth [1].

The development of a modern economy, the intensification of competition in domestic and international markets create a situation in which only companies with real competitive advantages can achieve commercial success. Chief among them is the level of professional training of its managers. The modern leader requires professionalism, responsibility, the ability to make informed decisions, to take justifiable risk and to cut off ineffective development options. This lacks one entrepreneurial talent and hands-on management experience. Knowledge of modern business management technologies, skills and application skills are required, therefore, special management education is required.

In general, business education has become a field of «high stakes» and fierce competition for international innovation initiatives. The barriers to entry into leading international business education markets are high today. Overcoming them requires financial resources, an appropriate institutional environment to support competitive advantage.

Intangible assets and, first and foremost, business reputation, teacher recognition, relations with business partners and achievements of graduates, who represent a new generation of management staff who ensure the continuity of business school traditions, are increasingly key elements in maintaining competitiveness intellectual leadership. The growing needs and interests of listeners are contributing to the modernization of professionally oriented business education programs and their competitiveness. During their studies, students, under the internationally accredited MBA program, change their attitude to their professional activity, known in the world as «vocalization».

Collaboration with enterprises is at the heart of the contribution of business education institutes to real production innovation. Based on the accepted classification, it is possible to distinguish development innovations, which are directly promoted by business education institutes and to which management innovations are first and foremost:

1. Organizational – new organizational structures of management (new management technologies and administrative processes);
2. Strategic – new strategies for the development of the company (new business models, new approaches to ensuring competitiveness).

Business-education methods and approaches that have come from the arts, sports and other non-business fields have become increasingly active in the field of business education [2]. Some important features of the new demand for business education services can be traced. Let us highlight some of the trends in the current stage of its development: Continuity of education emphasizes new knowledge and competencies, giving them priority over a formal diploma or degree; demand for shorter duration and time-focused programs; choice of form of training; segmentation of business education consumers.

As a result of such a vector of development, new trends are being observed. First, there is a tendency opposite to outsourcing, which scientists define as «outsourcing». The need for new staff was so high that instead of directing the staff to business schools, corporations began to set up training centers, find potential employees and attract them to these schools [3]. Second, there is a tendency to demonopolize the business education services market and a sharp decrease in entry barriers. This can be clearly seen in emerging markets. Entrepreneurs with cutting-edge technology are seeing increased activity in the education market. These trends are well visible in Ukraine – in the field of information and communication business. To date, more and more recognition among businesses is receiving the need to «go to education» – to create their own educational units that would be able to identify talented youth and involve it in their field of activity [3]. To meet this challenge, businesses are ready to make serious investments – both direct (paying scholarships, grants, investing in their schools), and indirect (guaranteeing bank loans for education in their schools). This gives a return, on the one hand, the company receives young and promising employees, on the other hand, there is another effect of corporate education – the opportunity to «sell» trained professionals to other firms.

References:

1. Akhmetshyna A. R. (2015). Rol instytutiv biznes-osvity v innovatsiinomu rozvytku ekonomiky rehionu Biznes-osvita, no. 2(36), pp. 23-26.
2. Austin Rob, Devin Lee. (2003). Artful Making: What Managers Need to Know About How Artists Work. FT Prentice Hall. New York, no. 2, pp. 854-874.
3. Friedman Thomas L. The world is Flat. London: Penguin Books, 2006. P. 167.

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2019. gada 16 oktobris
Tirāža 100 eks.