

Держава та регіони

Серія:
Економіка та підприємництво
2021 р., № 6 (123)



Науково-виробничий журнал

Голова редакційної ради: О. В. Покатаєва,
доктор економічних наук, доктор юридичних наук, професор

Головний редактор:
О. І. Трохимець, доктор економічних наук, професор

Редакційна колегія:
К. М. Жиленко, доктор економічних наук, доцент
О. В. Козирєва, доктор економічних наук, професор
Г. Ю. Кучерова, доктор економічних наук, доцент
С. П. Кучин, доктор економічних наук, професор
Н. Г. Метеленко, доктор економічних наук, професор
І. М. Нєнно, доктор економічних наук, доцент
А. А. Олешко, доктор економічних наук, професор
М. М. Радєва, доктор економічних наук, професор
В. О. Ткач, доктор економічних наук, доцент
С. М. Халатур, доктор економічних наук, професор
Н. С. Шалімова, доктор економічних наук, професор
Н. В. Якименко-Терещенко, доктор економічних наук, професор

Іноземні члени редакційної колегії:
Аміт Кумар, доктор фінансів, доцент (м. Лакнау, Індія)
Ян Польцин, доктор економічних наук, професор (м. Піла, Польща)

Технічний редактор: О. В. Петрова
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (Категорія «Б»)
на підставі Наказу МОН України
від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток № 1).
Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент;
075 – Маркетинг; 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність;
292 – Міжнародні економічні відносини.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index
Scopernicus International (Республіка Польща)

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади
дозволено лише за згодою автора і редакції.

При передрукуванні посилання на журнал "Держава та регіони.
Серія: Економіка та підприємництво" обов'язкове.

Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає
за фактичні помилки, яких він припустився.

Редакція залишає за собою право редагувати та скорочувати
авторські оригінали, в тому числі змінювати назву та рубрикацію.
В статтю можуть вноситися зміни редакційного характеру
без згоди автора (авторів).

Засновник:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету
інформаційної політики, телебачення
та радіомовлення України про державну
реєстрацію друкованого засобу
масової інформації
Серія KB No 14178-3149 PR від 24.04.2008 р.

Видавець:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету
інформаційної політики, телебачення
та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008 р.

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
22.12.2021 р., протокол № 5

Адреса редакції:

Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б.
Телефон: +38 (099) 273 83 99
Електронна пошта:
editor@econom.stateandregions.zp.ua
Офіційний сайт:
www.econom.stateandregions.zp.ua

Підписано до друку 28.12.2021
Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр.
Замовлення № 1221/503.



Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
69002, Україна, м. Запоріжжя,
вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Телефони: +38 (095) 934 48 28,
+38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.

ISSN 1814-1161 (Print)
ISSN 2707-0719 (Online)

© Класичний приватний університет, 2021

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Балабуха К.Є.
ФУНДАМЕНТАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
ЯК ОСНОВИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ
НА ТЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ..... 8

Касьянова Н.В., Панасюк І.В.
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ..... 14

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Гайванович Н.В., Шатова М.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ
В ОМНІКАНАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ
ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ..... 21

Данько Т.І., Яворська Н.П., Тупісь М.М.
КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 30

Загребельна Д.І., Приварникова І.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФАРМКЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ
ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ..... 34

Залуцька Х.Я., Маслак Т.О.
ПЕРЕДУМОВИ ВИБОРУ ЕФЕКТИВНОГО НАПРЯМУ
СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ..... 40

Захарчин Р.М.
ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ТОВАРІВ І ПОСЛУГ
В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН
ТА ТРАНСФОРМАЦІЙ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА..... 47

Кравчук І.П., Попадюк О.В.
ОЦІНКА РІВНЯ МЕРЕЖЕВОЇ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА..... 52

Ніколаєнко І.В., Гальченко В.І.
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІВ В В2В-СЕКТОРІ..... 58

Онешко С.В.
РОЗВИТОК МОДЕЛІ КРУГООБІГУ ІНВЕСТИЦІЙ
В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 63

Очередько О.О., Борісенко М.В., Літвиненко О.О.
ВДОСКОНАЛЕННЯ ERG-СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
МОРЕГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ..... 68

Павленко О.П., Русин-Гриник Р.Р., Мацук В.М.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ
ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА
НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ..... 73

Сачовський І.М.
ДО ПИТАНЬ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... 77

Фалдина В.В., Бовсунівська А.С.
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ» ТА ЇЇ КЛАСИФІКАЦІЯ..... 84

Фалдина В.В., Русин-Гриник Р.Р., Яворський С.В.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ
ВИБОРУ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ..... 87

Шпаков А.В., Шпакова Г.В.
ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ
В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ..... 91

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Полянська А.С., Михайлишин Х.В.
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ РЕГІОНУ
НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ..... 97

Шелеметьєва Т.В., Трохимець О.І.
ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ
ЯК СКЛАДНИК РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ..... 105

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Богуш Л.Г.
РЕГУЛЮВАННЯ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ ОПЛАТИ ПРАЦІ:
ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДОЛОГІЯ УДОСКОНАЛЕННЯ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ..... 111

Гельман В.М., Фоменко С.С.
БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ..... 118

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Витвицька У.Я., Пукіш О.В., Мухаїр Х.М.
ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ
КОНЦЕПЦІЇ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ
У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ..... 123

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Голуб Н.О.
УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ..... 130

Крупельницька І.Г.
ФАКТОРИ РИЗИКУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ ТА ЗАВДАННЯ АУДИТУ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ..... 134

Орехова А.І., Толстошеева В.С.
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ
ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... 140

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

Андрієнко В.М., Савенко В.О.

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ.....144

Антоненко Н.В., Пасічник П.А.

КІБЕРЗАГРОЗИ В ОБЛІКОВИХ СИСТЕМАХ.....149

CONTENTS

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Balabukha Kateryna

FUNDAMENTALIZATION OF THE NATIONAL ECONOMY
AS THE BASIS OF STABLE DEVELOPMENT AGAINST THE BACKGROUND
OF GLOBALIZATION PROCESSES IN THE MODERN WORLD.....8

Kasianova Nataliia, Panasiuk Iryna

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC
ON THE ECONOMY OF UKRAINE.....14

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Hayvanovych Nataliya, Shatova Marta

RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR
IN THE OMNICHANNEL ENVIRONMENT OF E-COMMERCE IN UKRAINE.....21

Danko Tetyana, Yavorska Nadiya, Tupis Mariia

KEY ASPECTS OF TRADE ENTERPRISE
COMPETITIVENESS MANAGEMENT.....30

Zahrebelna Daria, Privarnikova Irina

PECULIARITIES OF CREATING PHARMACEUTICAL CLUSTERS IN UKRAINE
TO STRENGTHEN THE COMPANY'S POSITION IN THE MARKET.....34

Zalutska Khrystyna, Maslak Tetyana

FACTORS OF SELECTION OF EFFECTIVE WAY
OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES
IN THE CONTEXT OF CIRCULAR ECONOMY.....40

Zakharchyn Roman

DOMESTIC MARKET OF SERVICES AND GOODS
IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIOECONOMIC CHANGES
AND TRANSFORMATIONS OF THE BUSINESS ENVIRONMENT.....47

Kravchuk Iryna, Popadyuk Olena

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF NETWORK READINESS
OF ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT
OF THE INFORMATION SOCIETY.....52

Nikolaenko Iryna, Halchenko Victoria

PECULIARITIES OF INTERNET SALES IN THE B2B SECTOR.....58

Oneshko Svitlana

DEVELOPMENT OF THE MODEL OF THE INVESTMENT CYCLE
IN THE INNOVATION ACTIVITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE.....63

Ocheredko Olena, Borisenko Mykhailo, Litvynenko Olha

IMPROVEMENT OF THE MANAGEMENT SYSTEM
OF ENTERPRISES OF THE MARITIME COMPLEX.....68

Pavlenko Elena, Rusyn-Hrynyk Roman, Matsuk Vasyllyna

THEORETICAL BASIS OF THE FORMATION
OF A BALANCED SYSTEM OF EVALUATION
OF BUSINESS ENTITIES IN THE FOOD MARKET.....73

<i>Sachovsky Igor</i> ISSUES OF ANALYZING THE EFFICIENCY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN ZHYTOMYR REGION.....	77
<i>Faldyna Vladymyr, Bovsunivska Anna</i> THE THEORETICAL BASIS OF THE CONCEPT OF E-COMMERCE AND ITS CLASSIFICATION.....	84
<i>Faldyna Vladymyr, Rusyn-Hrynyk Roman, Yavorskyi Severyn</i> THEORETICAL ASPECTS OF THE CHOICE OF E-COMMERCE TECHNOLOGIES.....	87
<i>Shpakov Andrii, Shpakova Hanna</i> EVOLUTION OF MANAGEMENT THEORY IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION PROCESSES BY THE EXAMPLE OF ENTERPRISES OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY.....	91

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

<i>Polyanska Alla, Mykhailyshyn Khrystyna</i> MANAGEMENT OF REGIONAL COMPETITIVENESS ON THE BASIS OF SMART SPECIALIZATION.....	97
<i>Shelemetieva Tetiana, Trokhymets Olena</i> EVENT TOURISM AS A COMPONENT OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	105

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

<i>Bogush Larysa</i> REGULATION OF THE MAIN FUNCTIONS OF REMUNERATION: PROBLEMS AND METHODOLOGY TO IMPROVE SOCIO-ECONOMIC POLICY.....	111
<i>Gheljman Valentyna, Fomenko Sofiia</i> UNEMPLOYMENT AS A SOCIOECONOMIC PROBLEM OF THE POPULATION OF UKRAINE.....	118

MONEY, FINANCES AND CREDIT

<i>Vytvytska Uliana, Pukish Oleksandra, Mukhair Khrystyna</i> PROBLEMS AND OPPORTUNITIES OF APPLYING THE CONCEPT OF VALUE-BASED MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF DOMESTIC COMPANIES.....	123
--	-----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

<i>Golub Nataliia</i> MANAGEMENT ASPECTS OF ACCOUNTING FOR INLINE LIABILITIES.....	130
<i>Krupelnytska Iryna</i> RISK FACTORS FOR THE FINANCIAL CONDITION OF INTERNATIONAL COMPANIES AND AUDIT TASKS IN A PANDEMIC CONTEXT.....	134

Oriekhova Alvina, Tolstosheeva Victoria

ORGANIZATIONAL ASPECTS AND PROBLEMS

OF FINANCIAL RESULTS ACCOUNTING OF ENTERPRISES.....140

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

Andrienko Valentyna, Savenko Vladyslav

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES

IN THE MANAGEMENT OF LOGISTICS PROCESSES.....144

Antonenko Nadiia, Pasichnyk Pavlo

CYBER THREATS IN ACCOUNTING SYSTEMS.....149

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 351.82

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-1>

Балабуха К.Є.

кандидат наук з державного управління,
Класичний приватний університет

Balabukha Kateryna

Candidate of Sciences in Public Administration,
Classic Private University

ФУНДАМЕНТАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ТЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

FUNDAMENTALIZATION OF THE NATIONAL ECONOMY AS THE BASIS OF STABLE DEVELOPMENT AGAINST THE BACKGROUND OF GLOBALIZATION PROCESSES IN THE MODERN WORLD

У статті розкрито принципи фундаменталізації національної економіки як основи стабільного розвитку на тлі глобалізаційних процесів у сучасному світі. Визначено ключові тенденції розвитку глобалізованого світу до 2035 року. Окреслено основні напрями становлення національної економіки під впливом глобалізаційних процесів з боку політичного, економічного, соціального, демографічного та екологічного напрямів взаємодії. Підкреслено, що дослідження глобалізаційних напрямів дає змогу сформувати кількісні показники глобалізаційних процесів, класифікувати конкретні виклики, які загрожують розвитку окремої країни, дослідити функціональні аспекти, що вимагають моніторингу в процесі адаптації національної економіки до інноваційних процесів, які відбуваються в сучасному світі.

Ключові слова: глобалізація, національна економіка, розвиток, динаміка, адаптація, світова цивілізація.

В статье раскрыты принципы фундаментализации национальной экономики как основы стабильного развития на фоне глобализационных процессов в современном мире. Определены ключевые тенденции развития глобализированного мира к 2035 году. Намечены основные направления становления национальной экономики под влиянием глобализационных процессов со стороны политического, экономического, социального, демографического и экологического направлений взаимодействия. Подчеркнуто, что исследование глобализационных направлений позволяет сформировать количественные показатели глобализационных процессов, классифицировать конкретные вызовы, угрожающие развитию отдельной страны, исследовать функциональные аспекты, требующие мониторинга в процессе адаптации национальной экономики к инновационным процессам, происходящим в современном мире.

Ключевые слова: глобализация, национальная экономика, развитие, динамика, адаптация, мировая цивилизация.

The article reveals the principles of fundamentalization of the national economy as the basis of stable development against the background of globalization processes in the modern world. The key trends in the development of the globalized world until 2035 have been identified. The main directions of formation of the national economy under the influence of globalization processes on the part of political, economic, social, demographic and ecological directions of interaction are outlined. It is emphasized that the process of globalization covers various areas of the world economy, namely: foreign, international, world trade in goods, services, technologies, intellectual property; international movement of factors of production (labor, capital, information); international financial and credit and

currency transactions (free financing and assistance, loans and credits of subjects of international economic relations, securities transactions, special financial mechanisms and instruments); production, scientific and technical, technological, information cooperation. It is emphasized that the study of globalization allows forming quantitative indicators of globalization processes; classifying specific challenges that threaten the development of a particular country; to study the functional aspects that require monitoring in the process of adaptation of the national economy to the innovation processes taking place in the modern world. The growth opportunities opened by globalization are formed: acceleration of the process of spreading advanced technologies, development of creativity and innovations; improving the mechanism of resource allocation, increasing the efficiency of their use based on the development of global competition; improving the quality of life, improving the well-being of families, expanding opportunities for choice and access to new ideas and knowledge; strengthening international coordination, reducing the threat of international conflicts, local wars; dissemination of ideas of humanism, democracy, protection of civil rights and fundamental human freedoms.

Keywords: globalization, state economy, development, dynamics, adaptation, world civilization.

Постановка проблеми. Глобалізація стала найбільш масштабним і динамічним процесом у сучасних умовах, завдяки якому глобальна економіка набуває спільних та єдиних рис. Відповідно, визначення особливостей глобалізованої економіки є важливим завданням, оскільки дає змогу не лише окреслити сучасні тенденції розвитку, але й надати розуміння перспективних змін, які можуть становити загрозу розвитку окремих країн найближчим часом.

За даними Національної розвідувальної ради [1], ключовими тенденціями розвитку глобалізованого світу до 2035 року буде слабке економічне зростання, що приведе до таких наслідків:

- зіткнення основних світових економічних базисів зі скороченням робочої сили та зниженням зростання продуктивності праці;

- прискорення технічного прогресу, що створить нові можливості, але приведе до збільшення розбіжностей між лідерами та аутсайдерами;

- подальше поширення автоматизації та штучного інтелекту, які загрожують швидко змінити галузь, потенційно підштовхуючи працівників із традиційними навичками та обмежуючи звичний шлях розвитку для бідних країн;

- зміни клімату, проблеми довкілля та здоров'я, які вимагатимуть більшої уваги та колективних дій, навіть якщо співпраця стане складнішою;

- зміна характеру конфліктів, кількість яких буде зростати через розбіжності інтересів великих держав, розширення терористичних загроз.

Багатогранність і динаміка розвитку світової економіки вказують на необхідність системного вивчення процесів глобалізації задля виявлення тих викликів, на які країни мають реагувати вже сьогодні, оскільки їхнє нехтування приведе лише до подальших відхилень від тенденції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

З огляду на важливість проблем глобальної економіки вчені постійно їх досліджують. До найбільш значущих належать роботи Дж. Окампо [2], В. Гюнтера, Р. Ховена [3], Л. Мовіуса [4], Р. Робертсона [5].

До процесу вивчення глобалізаційних процесів долучилися українські науковці, зокрема О. Білорус [6], В. Геєць [7–9], А. Філіпенко [10].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є розкриття принципів становлення національної економіки як основи стабільного розвитку на тлі глобалізаційних процесів у сучасному світі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Не намагаючись узагальнити всі наявні визначення поняття «глобалізація», які представлені в науковій літературі, зупинимось на тих, що відображають природу досліджуваних процесів і дають змогу найбільшою мірою виділити ключові суттєві характеристики (табл. 1).

Глобалізація як явище означає посилення взаємодії та взаємозалежності між різними країнами та регіонами світу у сфері економіки, політики та культури. Розглядаючи глобалізацію образно, можемо стверджувати, що це процес формування нескінченного світу, коли державні кордони перетворюються на формальності на шляху витіснення як факторів, так і результатів процесів управління людством.

Експерти Міжнародного валютного фонду [19], зосередившись на економічній природі досліджуваного явища, характеризують глобалізацію як зростаючу економічну взаємозалежність країн у всьому світі через збільшення міжнародного обміну товарами, послугами, капіталом, технологіями, знаннями.

Таким чином, глобалізація як процес уніфікації соціально-економічних і політичних процесів у своєму розвитку ставить перед окремими країнами нові завдання. Інші форми глобалізації зачіпають навіть ті країни, які економічно менш глобалізовані, тому їх успішний розвиток значною мірою залежить від здатності адекватно реагувати на виклики, що постійно виникають.

Для вимірювання глобалізації у 2002 році Швейцарський інститут економіки [20] запропонував методологію розрахунку індексу глобалізації KOF, який є комбінованим показником економічної, політичної та соціальної глобалізації. Індекс глобалізації розраховується як сума цих компонентів із зважуванням 36%, 39% і 25% відповідно.

Джерелами інформації для розроблення Індексу є спеціалізовані бази даних Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Організації Об'єднаних Націй, Міжнародного союзу електрозв'язку, інших міжнародних організацій та статистичних інститутів.

Динаміка глобалізації та її складових частин свідчить про незворотність взаємовпливу та підвищення рівня синхронізації процесів функціонування все більшої кількості країн світу. Найбільший прогрес відбувся на рівні економічної глобалізації. Політична глобалізація також прогресувала, але соціальна глобалізація характеризувалася стагнацією. Згідно з індексом глобалізації KOF за 2020 рік, найбільш

Ключові суттєві характеристики поняття «глобалізація»

Автор	Сутність	Ключова характеристика
Theodore Levitt [11]	Глобалізовані ринки – це світові ринки для стандартизованого споживача продуктів. У процесі глобальної гомогенізації сучасні ринки розширюються, щоб досягти економії в глобальному масштабі.	Поява глобальних ринків
Nayef Al-Rodhan [12]	Глобалізація – це процес, який охоплює причини, перебіг та наслідки транснаціональної і транскультурної інтеграції в людській діяльності.	Причинно-наслідковий характер
Samuel Fischer [13]	Глобалізація – це безперервний процес зростання взаємозалежності між країнами та їх громадянами.	Безперервність процесів
О. Білорус [14, с. 35]	Це невизначений, некерований і незалежний характер усього, що відбувається у світі; відсутність дистанційного управління, керівництва, ради директорів чи головного офісу. Це просто інша назва світового безладу.	Інертність і невизначеність процесів
Sean Kay [15, с. 10]	Глобалізація – це процес просування нового ідеалу економічної відкритості, політичної прозорості та глобальної культури.	Поширення основних цінностей суспільства
Simon Reich [16]	Глобалізація – це взаємопов'язана сукупність економічних явищ. Вони включають лібералізацію та дерегулювання ринків, приватизацію активів, відмову від державних функцій, поширення технологій, міжнародний розподіл виробництва та інтеграцію ринків капіталу.	Комплексний характер економічних процесів
Christopher Thomas Howell [17]	Глобалізація – це процес, за якого влада перебуває у глобальних соціальних утвореннях і виражається через глобальні мережі, а не через територіальні держави.	Зниження ролі державних кордонів
Hart Jeffrey, Prakash Aseem [18]	Глобалізація – це перетворення відносин між державами, але водночас це трансформація природи самої держави.	Зміна міждержавних відносин і внутрішніх процесів у державі

глобалізованими були Нідерланди (92,84), Ірландія (92,15) та Бельгія (91,75). Глобалізація як процес уніфікації соціально-економічних і політичних процесів у своєму розвитку ставить перед окремими країнами нові завдання. Інші форми глобалізації зачіпають навіть ті країни, які економічно менш глобалізовані, тому їх успішний розвиток значною мірою залежить від здатності адекватно реагувати на виклики, що постійно виникають.

Для виявлення закономірностей економічної глобалізації будуть використовуватись такі методи, як аналіз, синтез, графічний метод.

Загалом глобалізаційні процеси стали об'єктивною реальністю сучасного етапу розвитку світу. Ускладнення їх форм відбувалось поступово: якщо на початкових етапах це стосувалося функціонування світових ринків товарів, послуг та уніфікації вимог до виробництва, то поширення глобалізації на інші сфери людського життя, зокрема соціальну, технологічну, культурну, відбувається в сучасних умовах.

Поглиблення процесів глобалізації приводить до виникнення системи взаємопідтримуючих причинно-наслідкових зв'язків між її формами, тому глобалізацію слід розглядати як складне багатоаспектне явище.

Відкритість соціально-економічних систем приводить до того, що під впливом глобалізаційних процесів відбулась гармонізація процесів функціонування світової економіки у дедалі більшій кількості форм: від еколого-економічних до соціально-культурних. Інтегрований характер глобалізації виявляється в

тому, що включення країни в процеси глобалізації в окремих формах приводить до поетапного розширення серед інших, тобто глобалізація, з одного боку, забезпечує уніфікацію умов праці для всіх країн світу, а з іншого боку, створює виклики, ігнорування яких приводить до фрагментації розвитку окремих країн світу. Навпаки, якщо країна використовує «нові» досягнення світової цивілізації, то в результаті цього вона втягується у процеси глобалізації, що забезпечує їх перетворення на рушії внутрішньої модернізації.

Об'єктивний характер глобалізаційних процесів зумовлює необхідність урахування їх змісту, тенденцій, кількісних та якісних характеристик у всіх формах, що в сукупності можна віднести до викликів, що стоять перед окремими країнами. Виклики – це фактори загальної дії, які пов'язані з появою нових ідей, процесів, перетворень у будь-якій сфері людського життя, невідповідністю, що приводить до виникнення загроз, а відповідність відкриває можливість для подальшого розвитку. Виявлення загроз, а також розуміння можливостей визначає здатність країни використовувати ситуацію в контексті забезпечення розвитку, насамперед розвитку внутрішніх підсистем.

Виклики глобалізації слід розглядати з точки зору політичного, економічного, соціального, демографічного та екологічного характеру.

1) Зростають сумніви щодо необхідності західної демократичної моделі розвитку, заснованої на законах ринкової економіки та захисту приватної власності.

Динаміка розвитку, насамперед Китаю, поставила під сумнів значення демократії як умови економічного розвитку. Індекс демократизації, який враховує виборчий процес і плюралізм, громадянські свободи, функціонування влади, політичну участь і політичну культуру, за даними "The Economist" [21], показує найгірший спад світової демократії з часів фінансової кризи 2010 року, коли свобода вираження поглядів викликає особливе занепокоєння. Проте, на нашу думку, навіть наявний «відкат» демократії є тимчасовим, оскільки розуміння того, що інноваційна діяльність, від якої залежить економічний розвиток, найбільш ефективно проявляється в умовах панівної ринкової економіки, забезпечить подальше поширення принципів демократії.

2) Загострення глобальної конкуренції. Відбувається не лише загострення глобальної конкуренції між країнами, підприємствами, переведення її у залежність від розвитку «високих» факторів, які є серйозним бар'єром для приєднання інших учасників до цих процесів. Боротьба за лідерство не припиняється на жодному рівні функціонування світової економіки. Конкуренція за лідерство в окремих регіонах, претензії на світове лідерство – все це веде до пошуку реальних конкурентних переваг, які все більше залежать від якості сформованої соціально-економічної системи в тих чи інших країнах. Фактично можна стверджувати, що орієнтація потужних гравців на забезпечення конкурентних переваг усіма способами стала додатковим фактором глобалізаційних процесів.

3) Економічна основа глобалізації є викликом для будь-якої країни, оскільки проявляється у синхронізації динаміки економічного розвитку (ВВП). Підтвердженням цього є те, що остання економічна криза вийшла за межі регіону чи групи країн і повністю набула ознак глобальної.

Дослідження експертів МВФ [22] свідчать про те, що економічна динаміка в одних країнах значною мірою залежить від розвитку в інших. Таким чином, тимчасове уповільнення темпів зростання у США приблизно на 1 процентний пункт безпосередньо приводить до зниження темпів зростання у всіх країнах Європи приблизно на 0,5%. Крім того, непрямі вторинні ефекти зниження темпів зростання в розвинутих європейських країнах можуть послабити зростання на ринках, що розвиваються, на 0,25%.

Вторинні ефекти можуть проявлятися в зайнятості. Так, скорочення зайнятого населення в розвинутих країнах приводить до скорочення зайнятості в країнах із ринками, що розвиваються, оскільки саме в цих країнах розташована низка складальних заводів. З іншого боку, уповільнення динаміки розвитку Китаю приводить до уповільнення світового ВВП.

Таким чином, вищий рівень відкритості економіки країн, що розвиваються, для торговельних, фінансових та інших потоків робить ці країни більш вразливими до вторинних наслідків, викликаних подіями у світовій економіці, а також вимагає формування потужного внутрішнього ринку, який може підтримувати певну динаміку економічного розвитку.

4) Досягнутий рівень економічного розвитку окремих країн і розриви, які тільки збільшуються. Ефект

досягнутого рівня розвитку має потужний вплив, оскільки саме розмір ВВП, у тому числі на душу населення, визначає здатність країни формувати необхідний для подальшого розвитку ресурс. Все більша частина країн йде шляхом реформ щодо забезпечення добробуту та підвищення доходів населення, внаслідок чого середній показник ВВП на душу населення поступово збільшується.

5) Протягом останніх 30 років активно розвиваються міжнародні торговельні відносини, які є втіленням глобалізаційних процесів, про що свідчать, по-перше, обсяги експорту товарів і послуг.

Міжнародна торгівля є важливим фактором розвитку світової економіки, тому зростання експорту за останні десятиліття було більш динамічним, ніж зростання ВВП.

Незважаючи на те, що послуги становлять усе більшу частку в структурі ВВП вибраних країн і світового ВВП, роль експорту товарів на світовому ринку є безсумнівною. Міжнародна торгівля послугами також зростає, але з огляду на специфіку власних послуг вона відіграє значно меншу роль.

Середньорічні темпи зростання міжнародної торгівлі товарами за досліджуваний період становлять 16% на фоні 17% (темпи зростання міжнародної торгівлі послугами). Вищі темпи зростання експорту послуг привели до деяких структурних змін у загальному експорті.

Глобалізація ринку все більшої кількості товарів є важливим викликом для виробників у всіх країнах світу, оскільки гармонізація вимог стосується не тільки кількісних та якісних характеристик продукції, але й техніко-технологічних характеристик виробництва. Ті підприємства та країни, які не в змозі задовольнити вимоги глобалізованих ринків, не можуть скористатися його перевагами і витісняються.

6) Кількісна та якісна характеристика інвестиційно-інноваційної діяльності, яка є найважливішим драйвером економічного розвитку в сучасних умовах, є потужним викликом, що вимагає реалізації довгострокової стратегії та комплексних умов для зміцнення. Досягнутий рівень розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності, досягнутий країнами-лідерами, є результатом тривалого спрямування створеної вигоди на інвестиції та інновації.

Істотно, що цей показник залежить від віднесення країн до розвинутих або країн, що розвиваються, і показує відносне зниження інвестиційної активності в країнах, які досягли певного рівня розвитку. Показник частки інвестицій у ВВП можна використовувати для визначення періоду активного нагромадження капіталу. У вибрані періоди в окремих країнах цей показник досягає рівня 30–48%. Це означає, що інвестування в основний капітал і в знання, тобто в модернізацію, фактично є попереднім напрямом використання створеного ВВП.

В результаті цього інноваційний сектор розвинутих країн отримує інвестиції в кілька разів більше, в тому числі на душу населення.

Нездатність вибраних країн генерувати необхідний обсяг інвестицій обмежує їхню інноваційну діяльність і приводить до технологічних розривів та зростання економічного відставання.

Структурні зміни у напрямі прискореного розвитку перспективних галузей економіки є результатом високої інвестиційної та інноваційної активності в країні, тобто економічне зростання країн-лідерів відбувається за рахунок впровадження інновацій у традиційні галузі економіки та їх модернізації, а також через формування нових галузей, які забезпечують якісні характеристики економічного зростання. Відповідно, відбувається пошук галузей економіки, які можуть забезпечити розвиненим країнам більш високі темпи зростання. Механізм посилення інноваційної діяльності представлений у роботі [24].

7) В умовах глобалізації демографічні виклики набули більшого змісту, вони проявляються в нерівномірній динаміці приросту населення, активізації міграційних процесів, диференціації країн за рівнем доходів, уніфікації потреб у робочій силі тощо. Виклики є не тільки потужним рушієм розвитку, але й серйозною загрозою для подальшого розвитку великої кількості країн.

Стрімке зростання населення, наприклад, у Китаї перетворило цю країну на трудомістку економіку і, звичайно, забезпечило конкурентні переваги на світовому ринку за рахунок того, що робоча сила досить дешева. Цей фактор став одним із найважливіших для економічного зростання країни та викликом для інших країн. Крім того, вплив глобалізації на розвиток ринку праці проявляється у збалансуванні попиту та пропозиції через міжнародну міграцію.

З іншого боку, роль міжнародної міграції до окремих країн світу досить значна, оскільки за рахунок міжнародної міграції відбувається поповнення необхідних категорій робочої сили та забезпечується надходження валюти в країну. Негативним, однак, є те, що надмірна еміграція може привести до втрати людських ресурсів у країні, на чому наголошується у роботі [26].

Як і в разі конкуренції всередині демографічних факторів, глобалізація визначає синхронізацію, у тому числі на рівні високих параметрів. Таким чином, нові робочі місця, створені в усьому світі, потребують професіоналів з найкращими знаннями та навичками, що сприяє якісному зростанню робочої сили у все більшій кількості країн. Це означає, що часто помітну роль відіграють іноземні мігранти, які не змогли реалізувати себе в країнах походження.

Висновки. Під час розгляду процесів глобалізації слід враховувати такі ключові характеристики:

– причинно-наслідковий характер, що означає поширення проявів уніфікації та синхронізації у дедалі зростаючій кількості сфер життя суспільства;

– безперервність, яка означає, що динаміка глобалізації в тому чи іншому прояві відбувається постійно, і це обумовлено дією загальних принципів діалектів, які визначають взаємодію її окремих ланцюжків;

– неконтрольованість і невизначеність, які свідчать про неспроможність будь-яких інституцій і систем забезпечити регулювання та коригування процесів у потрібному напрямі.

Загалом дослідження глобалізаційних процесів дає змогу, по-перше, окреслити функціональні напрями, які потребують постійного моніторин-

гу в процесі адаптації національної економіки до об'єктивних процесів, що відбуваються в сучасному світі; по-друге, визначити кількісні показники глобалізаційних процесів, що дає можливість визначити цільову спрямованість розвитку країни; по-третє, систематизувати конкретні виклики, які загрожують розвитку окремої країни та відкривають для цього можливості.

Розглядаючи модель «наздоганяючого» розвитку як системну відповідь на виклики глобалізації, маємо підкреслити важливість модернізації економіки шляхом індустріалізації промислового сектору та забезпечення поступового переходу до постіндустріальної економіки, спрямування розвитку освіти та науки до стратегічних цілей модернізації; модернізації суспільства шляхом підвищення рівня демократизації та культурно-освітнього рівня населення країни; модернізації відносин як основного принципу функціонування та формування ринкових відносин, що забезпечить модернізацію попиту та пропозиції як на готову продукцію, так і на фактори виробництва.

Бібліографічний список:

1. Світові тенденції: парадокс прогресу. Публікація Національної ради з розвідки. URL: <http://www.dni.gov/nic0/globaltrends22>.
2. Ocampo J. Rethinking Global Economic and Social Governance. *Journal of Globalization and Development*. 2010. № 1 (1). DOI: 10.22002/1948-1837.1020.
3. Gunter B., Hoveen R. The social dimension of globalization. A review of the literature. *International Labour Review*. 2004. № 143 (1–2). P. 7–43. DOI: 10.111121/j.1564-913X.2004.tb00895545.x 6 *SHS Web of Conferences* 65, 09002 (2019) <https://doi.org/10.1051/shs-conf/20196509020> M3E2.
4. Movius L. Cultural Globalisation and Challenges to Traditional Communication Theories. *Journal of Media and Communication*. 2010. № 2 (1). P. 6–18.
5. Featherstone M., Lash S., Robertson R. Glocalization: Time-Space and Homogeneity/Heterogeneity. *Global Modernities* / M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (red.). P. 25–44. SAGE, New York (1995). DOI: 10.4135/97814462654250563.n2.
6. Білорус О., Лук'яненко Д. та ін. Глобалізація і безпека економічного розвитку : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 736 с.
7. Геєць В., Гриценко А. Економіка і суспільство: непізнані грані взаємовпливу (роздуми над прочитаним). *Економіка України*. 2012. № 3. С. 4–24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_336_2.
8. Геєць В. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України. *Економіка України*. 2010. № 3. С. 4–20.
9. Табачник Д. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : монографія : у 3 т. / за ред. В. Гейця, В. Семиноженка, Б. Кваснюка. Київ : Фенікс, 2007. ISBN 978-966-651-440-3.
10. Філіпенко А. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність. Київ : Знання, 2007. 670 с.
11. Levitt T. The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*. 1983. May – June. P. 92–102.
12. Al-Rodhan N., Stoudmann G. Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and A Proposed Definition. *Geneva Centre for Security Policy*. 2006. URL: <http://www.gcsp.ch/e/publications/Globalisation/index.htm>.
13. Fischer S. Globalization and Its Challenges. *American Economic Review*. 2003. № 93 (2). P. 1–30.
14. Белорус О. Экономическая система глобализма : монография. Киев : КНЭУ, 2003. 376 с.

15. Kay S. Globalization, Power, and Security. *Security Dialogue*. 2004. № 35 (1). P. 9–25. DOI: 10.1177/0954667010604042533.
16. Reich S. What is Globalization? Four Possible Answers. Working paper, Helen Kellogg. *Institute for International Studies, University of Notre Dame*. 1998.
17. Thomas C. Globalization and the South. In: Thomas C., Wilkin P. (eds.) *Globalization and the South. International Political Economy Series*. Palgrave Macmillan, London, 1997. DOI: https://doi.org/10.1002/57978-1-349-23525633-4_1.
18. Hart J., Prakash A. Globalization and Regionalization. *Conceptual Issues and Reflections*. 1995.
19. Працюємо для кращої глобалізації, озвучена директором-розпорядником МВФ на Конференції католицьких єпископів США у Вашингтоні, округ Колумбія. 2002. URL: <http://www.imf.org/external/np/speeches/2002/012802.htm>. (дата звернення: 15.11.2021).
20. KOF-globalization-index 2017. URL: <https://www.kof.ethz.ch/en/news-and-events/media/press-releases/2017/04/kofglobalizat235ion-index-2017.html> (дата звернення: 18.11.2021).
21. Індекс демократії Economist Intelligence Unit. 2018. URL: <https://infographics.economist.com/2018/DemocracyIndex> (дата звернення: 18.11.2021).
22. Економічні перспективи Європи в діаграмах Sxi / Міжнародний Валютний Фонд. 2018. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/11/07/na181107-europe-economic-outlook-in-six-charts> (дата звернення: 18.11.2021).
23. Показники / Світовий банк. 2018. URL: <http://www.worldbank.org/en/search?q=Indicators> (дата звернення: 18.11.2021).
24. Касич А., Канунікова К. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 22. С. 21–24.
25. Глобальна міграція. Портал міграційних даних. 2018. URL: https://migrationdataportal.org/data?i=stock_abs_&t=2017 (дата звернення: 18.12.2018).
26. Андрушків Б., Малюта Л. Економічна та майнова безпека бізнесу : навчальний посібник. Тернопіль : ФОР Паляниця В.А., 2016. 180 с.
- pp. 4–24. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_336_2.
8. Ghejecz, V. (2010) Liberalno-demokratychni zasady: kurs na modernizaciju Ukrajiny. *Ekonomika Ukrajiny*, no. 3, pp. 4–20.
9. Tabachnyk, D. (2007) Strategichni vyklyky KhKhI stolittja suspiljstvu ta ekonomici Ukrajiny [Tekst]: [monografija]: u 3 t. / za red. akad. NAN Ukrajiny V. M. Ghejecz, akad. NAN Ukrajiny V.P. Semynozhenka, chl.-kor. NAN Ukrajiny B. Je. Kvasnjuka; In-t ekonomiky ta proghnozuvannja Nac. akad. nauk Ukrajiny, Ukr. forum. Kyiv: Feniks. ISBN 978-966-651-440-3.
10. Filipenko A. (2007) Ghlobaljni formy ekonomichnogho rozvytku: istorija i suchasnistj. Kyiv: Znannja. 670 p.
11. Levitt, T. (1983) The Globalization of Markets. Theodore Levitt. *Harvard Business Review*. May – June. P. 92–102.
12. Nayef, R.F. (2006) Al-Rodhan and Gérard Stoudmann, "Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and A Proposed Definition", *Geneva Centre for Security Policy*. Available at: <http://www.gcsp.ch/e/publications/Globalisation/index.htm>.
13. Fischer, S. (2003). Globalization and Its Challenges. *American Economic Review*, 93 (2), 1–30.
14. Belarus, O. (2003) Ekonomycheskaja systema ghlobalyzma : monografija. Kyiv: KNEU, 376 c.
15. Kay, S. (2004), Globalization, Power, and Security, *Security Dialogue*, 35 (1), 9–25. DOI: 10.1177/0954667010604042533.
16. Simon Reich (1998). What is Globalization? Four Possible Answers. Working paper, Helen Kellogg. Institute for International Studies, University of Notre Dame.
17. Thomas, C. (1997) Globalization and the South. In: Thomas C., Wilkin P. (eds.) *Globalization and the South. International Political Economy Series*. Palgrave Macmillan, London. DOI: https://doi.org/10.1002/57978-1-349-23525633-4_1.
18. Hart, Jeffrey & Prakash, Aseem. (1995). Globalization and Regionalization: Conceptual Issues and Reflections.
19. Pracjujemo dlja krashhoji ghlobalizaciji, ozvuchena dyrektorom-rozporjadnykom MVF na Konferenciji katolyckjykh jepyskopiv SShA u Vashyngtoni, okrugh Kolumbija (2002). Available at: http://www.imf.org/external/np/speeches/2002/0128_02.htm. Dostup 15 lystopada 2021 roku.
20. KOF-globalization-index (2017). Available at: <https://www.kof.ethz.ch/en/news-and-events/media/press-releases/2017/04/kofglobalizat235ion-index-2017.html>. Dostup 18 lystopada 2021 roku.
21. Індекс демократії Economist Intelligence Unit (2018). Available at: <https://infographics.economist.com/2018/DemocracyIndex>. Dostup 18 lystopada 2021 roku.
22. Економічні перспективи Jevropy v diaghramakh Sxi (2018). Mizhnarodnyj Valjutnyj Fond. Available at: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/11/07/na181107-europe-economic-outlook-in-six-charts>. Dostup 18 lystopada 2021 roku.
23. Pokaznyky. Svitovyj bank (2018). Available at: <http://www.worldbank.org/en/search?q=Indicators>. Dostup 18 lystopada 2021 roku.
24. Kasyh, A. (2016) Innovacijni aktyvnistj pidpryjemstv Ukrajiny: dynamika, problemy ta shljaky vyrishennja / Kasyh, A., Kanunikova, K. *Інвестиції: практика та досвід*, no. 22, pp. 21–24.
25. Ghlobaljna mighracija (2018). Portal mighracijnykh danykh. Available at: https://migrationdataportal.org/data?i=stock_abs_&t=2017. Dostup 18 ghrudnja 2018 roku.
26. Ekonomichna ta majnova безпека бізнесу: navchalnyj posibnyk (2016) / B. Andrushkiv, L. Maljuta. Ternopilj: FOP Paljanycja V.A., 180 p.

References:

1. Svitovi tendenciji: paradoks proghresu (2017) Publikacija Nacionalnoj rady z rozvidky. Available at: <http://www.dni.gov.nic0/globaltrends22>. Dostup 28 lystopada 2018 roku.
2. Ocampo, J. (2010) Rethinking Global Economic and Social Governance. *Journal of Globalization and Development*. 1 (1). DOI: 10.22002/1948-1837.1020.
3. Gunter, B., Hoeven, R. (2004) The social dimension of globalization. A review of the literature. *International Labour Review*. 143 (1–2), 7–43. doi: 10.111121/j.1564-913X.2004.tb00895545.x 6 ShS Web of Conferences 65, 09002 (2019) <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196509020> M3E2.
4. Movius, L. (2010) Cultural Globalisation and Challenges to Traditional Communication Theories. *Journal of Media and Communication*. 2 (1), 6–18.
5. Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (1995): Globalization: Time-Space and Homogeneity/Heterogeneity. In: Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (red.) *Global Modernities*, pp. 25–44. SAGE, New York. DOI: 10.4135/97814462654250563.n2
6. Ghlobalizacija i безпека ekonomichnogho rozvytku (2001): monografija / O. Bilorus, D. Luk'janenko ta in. Kyiv: KNEU. 736 p.
7. Ghejecz, V. (2012) Ekonomika i suspiljstvo: nepiznani ghrani vzajemovplyvu (rozdumy nad prochytanym) / V. Ghejecz, A. Ghrycenko. *Ekonomika Ukrajiny*, no. 3,

Касьянова Н.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету
Researcher ID: S-5635-2018
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7729-2011>

Панасюк І.В.

студентка
Національного авіаційного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7102-3558>

Kasianova Nataliia

Doctor of Economics,
Professor at the Department of Economic Cybernetics
National Aviation University
Researcher ID: S-5635-2018
ORCID ID: 0000-0001-7729-2011

Panasiuk Iryna

Student
National Aviation University

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE ECONOMY OF UKRAINE

Світова економіка продовжує відновлюватись після пандемії Covid-19, у більшості країн світу очікується стрімке зростання. У зв'язку з цим метою статті є аналіз змін в економіці України та оцінювання впливу пандемії на загальнонаціональні тренди. Для оцінювання впливу пандемії на економіку України проаналізовано динаміку ВВП. Проведений аналіз показує, що пандемію не можна розглядати лише з позиції негативного впливу на економіку України. Криза – це нові можливості для України, реалізація яких можлива за рахунок державного регулювання економічної діяльності, захисту українських товарів та послуг від імпортних альтернатив, розвитку міжнародної співпраці та торгівлі, залучення інвесторів та впровадження інновацій у всі можливі сфери економіки.

Ключові слова: економічна криза, макроекономічні показники, ВВП, пандемія, рецесія.

Мировая экономика продолжает восстанавливаться после пандемии Covid-19, в большинстве стран ожидается стремительный рост. В связи с этим целью статьи является анализ изменений в экономике Украины и оценивание влияния пандемии на общенациональные тренды. Для оценивания влияния пандемии на экономику Украины проанализирована динамика ВВП. Проведенный анализ показывает, что пандемию нельзя рассматривать только с позиции негативного влияния на экономику Украины. Кризис – это новые возможности для Украины, реализация которых возможна за счет государственного регулирования экономической деятельности, защиты украинских товаров и услуг от импортных альтернатив, развития международного сотрудничества и торговли, привлечения инвесторов и внедрения инноваций во все возможные сферы экономики.

Ключевые слова: экономический кризис, макроэкономические характеристики, ВВП, пандемия, рецессия.

The world economy continues to recover from the Covid-19 pandemic, with rapid growth expected in most countries. In this regard, the purpose of this article is to analyze changes in the economy of Ukraine and assess the impact of the pandemic on national trends. Many scientists have studied the development of macro- and microeconomic systems in times of crisis, but the impact of global crises, including the COVID-19 pandemic, remains unexplored, which is what our novelty is all about. To assess the impact of the pandemic on the economy of Ukraine, the dynamics of GDP was analyzed as a result of productive activities of people in the field of tangible and intangible production of the balance of payments, which still remains negative, the consolidated budget of Ukraine and economic efficiency of certain sectors. The current state of Ukraine's economy should be understood as a growing crisis, which is characterized by the imposition of various types of crises, both regular and occasional. In addition to

the military clashes in eastern Ukraine, political instability, inflation, a number of debts to international organizations, the situation with the health care system and even greater mortality has become more complicated. The COVID-19 pandemic has exacerbated the current state of the economy. The peculiarity of the crisis is that it has not only had a multifaceted impact at the level of sectors of the economy, when some of them have gained some benefits (IT sector, health care, food sector), but also among the affected sectors. The crisis has led to significant long-term changes, especially in the structure and formats of consumption. Accordingly, companies that were able to quickly adapt to new realities gained an advantage over competitors and were able to expand their markets. The analysis shows that the pandemic cannot be considered only from the standpoint of negative impact on the economy of Ukraine. The crisis is a new opportunity for Ukraine, the realization of which is possible through state regulation of economic activity, protection of Ukrainian goods and services from import alternatives, development of international cooperation and trade, attracting investors and introducing innovations in all possible sectors of the economy; job creation in order to provide the country's population with jobs.

Keywords: *economic crisis, macroeconomic indicators, GDP, pandemic, recession.*

Постановка проблеми. Сьогодні ми все ще перебуваємо у фазі піку захворюваності Covid-19. Увесь світ намагається подолати цю проблему та зменшити смертність населення. Віталій Проценко, економіст, випускник Київської школи економіки за напрямом «Економічний аналіз», стверджує, що вірус поширюється, коли люди знаходяться близько один до одного та комунікують. Поширення вірусу і його вплив на населення залежать від численних факторів, на які уряди не можуть впливати (наприклад, здоров'я та вікова структура населення, його мобільність, схильність людей дотримуватися правил соціального дистанціювання, можливості медичних систем) [1]. Віктор Галасюк, президент Української асоціації Римського клубу, член-кореспондент Всесвітньої академії науки та мистецтва, стверджує, що нинішня криза є двосторонньою, і це значно ускладнює ситуацію. Вона почалась як криза пропозиції, а з часом набуває рис кризи попиту. Виходячи з наявних трендів, можемо очікувати, що нинішнє економічне падіння виявиться не менш суворим, ніж Велика Рецесія, а згодом перейде у фазу делеверіджу. Делеверідж сьогодні – це ключ до розуміння «нової економічної реальності», адже передбачає спочатку ймовірно достатньо різке скорочення економічної активності, після цього розтягнуте в часі на кілька років «схлопування кредиту», що підживлює рецесію [2].

Голова правління Інституту економічних досліджень та політичних консультацій Ігор Бураковський вважає, що економічний розвиток залежить від вакцини та подолання наслідків коронавірусу, адже це не лише економічні обмеження, але й якість робочої сили, проблеми з витратами на охорону здоров'я, низка соціально-економічних ефектів, які формують людський капітал у країні [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення питань розвитку макро- та мікроекономічних систем в умовах кризи займаються багато економістів, зокрема Ю. Владика, Л. Колінець, Л. Денькович, Д. Полагин, Р. Ортега-Пуїз, М. Лопез, В. Льюрент [4–7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Наведені науковці займались вивченням економічних криз, але вплив глобальних криз, до яких можна віднести пандемію COVID-19, на економіку країн, що розвиваються, не досліджено. Все це визначило мету нашого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз змін в економіці України

за останні 10 років та вплив пандемії на загальнонаціональні тренди.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні роки економічна ситуація в Україні та світі значно змінилась. Пандемія Covid-19 принесла надто багато збитків, особливо для розвинутих країн. Світова економіка продовжує відновлюватись після кризи. Після різкого економічного спаду, що стався у 2020 році, у більшості країн світу очікується стрімке зростання. Так, у країнах Балтії ВВП у першій половині 2021 року вже досяг докризового рівня. Згідно з липневими прогнозами Міжнародного валютного фонду, зростання світової економіки у 2021 році становитиме 6,0%, а у 2022 році – 4,9%. У середньостроковій перспективі ВВП Єврозони може повернутися близько до докризової траєкторії зростання, а ВВП США у 2023 році може навіть виявитися вищим, ніж прогнозувалось до пандемії COVID-19. Втім, відновлення економіки має нерівномірний характер і несподівано високий попит у промисловому секторі.

Сучасний стан економіки України слід розуміти як наростаючу кризу, для якої є характерним накладання різних видів криз як регулярного, так і випадкового характеру. Під кризовою ситуацією розглядається крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі, що загрожує її життєстійкості в зовнішньому середовищі, не дає змогу виконати місію функціонування та розвитку. Кризові явища сьогодні проникають практично в усі сфери економіки України. Підтвердженням цього є тенденція основних макроекономічних показників, які проаналізовано у статті. Як наслідок, економічне зростання неможливе в умовах політичної деградації та дестабілізації. Крім військових сутичок на Сході України, політичної нестабільності, інфляції, низки заборгованостей міжнародним організаціям, ускладнилася ситуація із системою охорони здоров'я та ще більшою смертністю населення. Пандемія COVID-19 спричинила ще більше загострення поточної ситуації. Перш за все необхідно подолати нагальні проблеми та надати відчуття безпеки й захищеності населенню.

Щоб оцінити вплив COVID-19 на економіку України, проаналізуємо динаміку ВВП як підсумку виробничої діяльності людей у галузі матеріального та нематеріального виробництва (рис. 1).

Можна побачити, що з 2016 року спостерігалось зростання ВВП (на 53% порівняно з 2015 роком), що було пов'язано з перевищеними, ніж очікувалось, показниками сільського господарства та активізацією

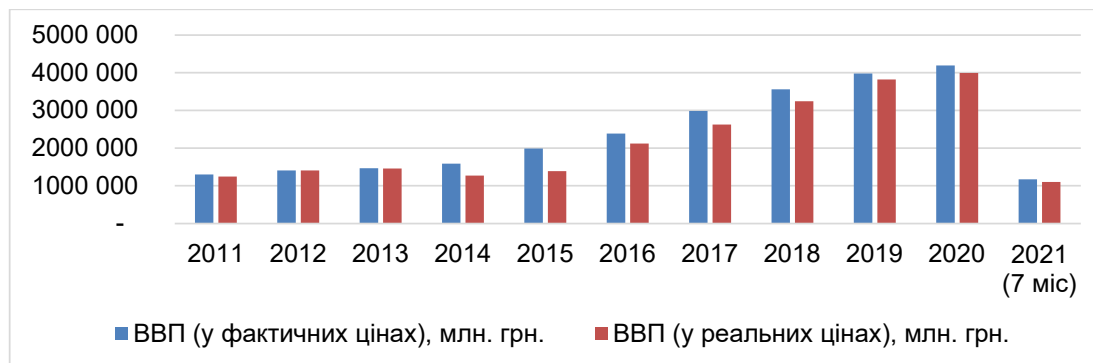


Рис. 1. Динаміка ВВП України за 2011–2021 роки [8]

інвестиційної діяльності. У 2020 році це зростання склало лише 5%, оскільки світ сколихнула пандемія COVID-19. Крім того, інфляція майже нівелювала це зростання [9]. Суттєвий вплив на економіку країни має зовнішньоекономічна діяльність (рис. 2).

Як бачимо, експорт продукції постійно зростає, незважаючи на пандемію, тоді як витрати на імпорتنі продукти у 2020 році зменшилися. Це привело до скорочення у 2020 році сальдо платіжного балансу, яке все ще залишається від'ємним. Зростання експорту обумовлено зміцненням та розширенням міжнародних зв'язків України та її інтеграції до європейського ринку, підвищенням конкурентоспроможності національних виробників на міжнародній арені. Скорочення імпорту викликано закриттям кордонів, зменшенням товарообігу та авіаперевезень, а також прагненням захистити національного виробника.

Аналіз зведеного бюджету України, який містить сукупність усіх бюджетів, що входять до складу бюджетної системи України (рис. 3), дає змогу дійти висновку, що його дохідна частина постійно збільшується (в середньому на 15% на рік). Однак витрати на протиепідемічні заходи, пов'язані з пандемією, привели до зростання бюджетного дефіциту до 223 944 млн. грн. Аналогічні тенденції збереглися у 2021 році. Так, станом на 1 серпня 2021 року більша частина витраток державного бюджету була спрямована на соціальний захист та соціальне забезпе-

чення, соціальний захист пенсіонерів, загальнодержавні функції, охорону здоров'я (табл. 1). Найменше видатків було спрямовано на житлово-комунальне господарство та охорону довкілля.

Найбільш суттєвим збільшенням витраток державного бюджету з 2019 року по 2020 рік характеризується охорона здоров'я (+92%), найбільш суттєвим зниженням – житлово-комунальне господарство (-90%). Найбільш суттєве збільшення витраток державного бюджету з 2020 року по 2021 рік спрямувалось на загальнодержавні потреби (+364%), економічну діяльність (+30%) та охорону здоров'я (+105%). Зростання цих груп витрат пов'язано перш за все з особливостями функціонування економіки в умовах пандемії.

Водночас діяльність більшості підприємств залишається прибутковою (табл. 2), хоча останніми роками наявні негативні тенденції щодо доходів підприємств малого бізнесу. Щодо великого та середнього бізнесу, то у 2021 році керівництву підприємств сільського господарства та промисловості після падіння доходів у 2020 році вдалося повернутись на докризовий рівень за рахунок адаптації господарської діяльності до наявних протиепідемічних обмежень. Слід відзначити зростання ефективності господарської діяльності у торгівлі, фінансовій діяльності та сфері інформації та телекомунікацій. Щодо галузей економіки, які найбільше постраждали від пандемії,

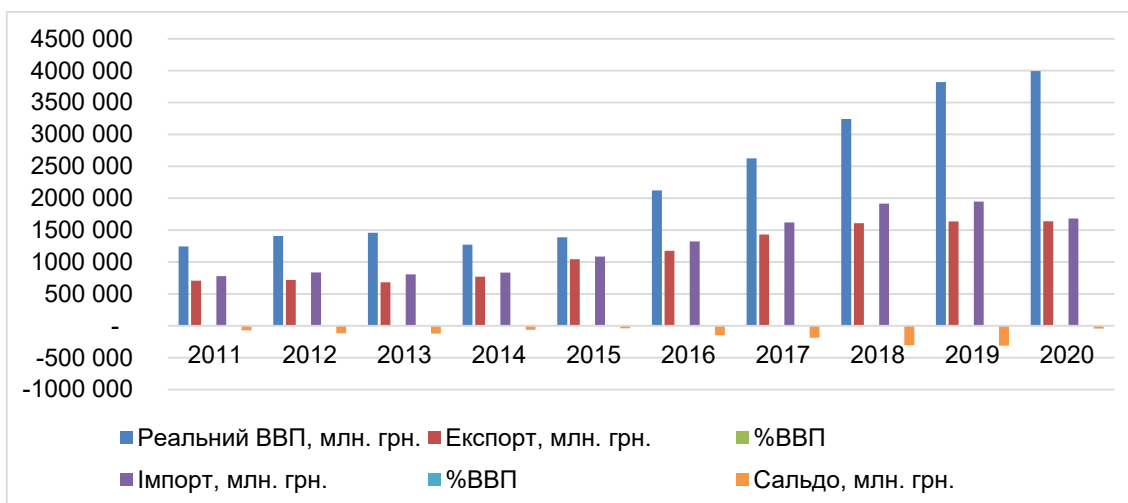


Рис. 2. Динаміка складових частин платіжного балансу України за 2011–2020 роки [8; 10]

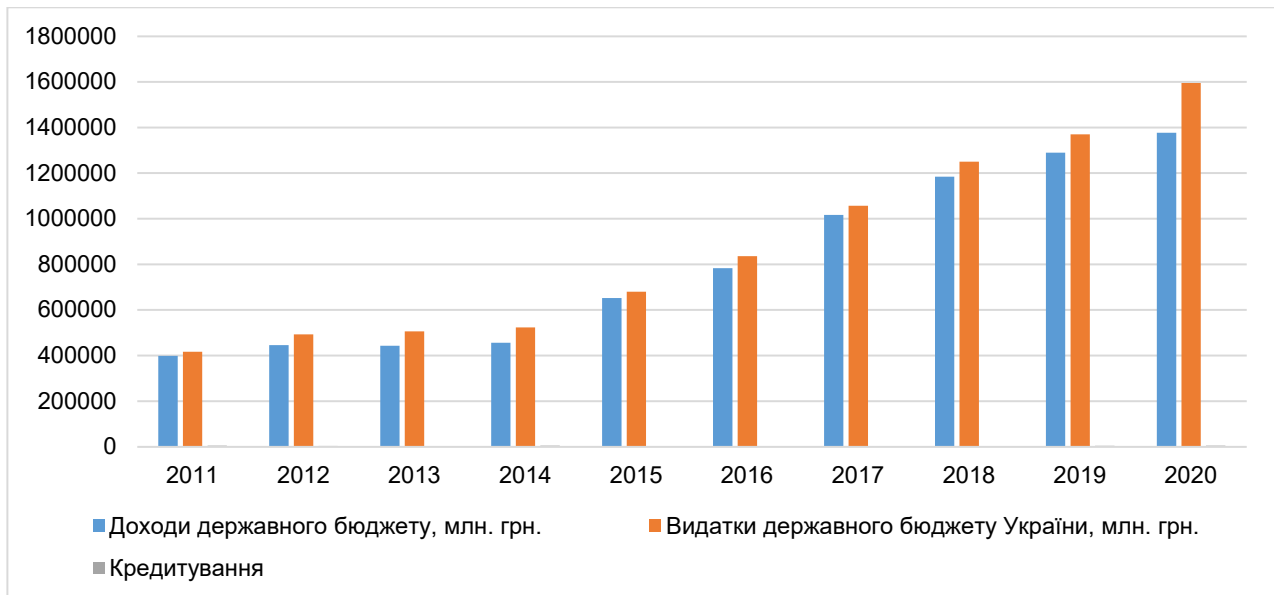


Рис. 3. Доходи та видатки державного бюджету України за 2011–2020 роки [10]

Таблиця 1

Видатки за сферами станом на 1 серпня 2021 року, 1 серпня 2020 року та 1 серпня 2019 року

Сфера видатків	Сума видатків, 1 серпня 2019 року, млрд. грн.	Сума видатків, 1 серпня 2020 року, млрд. грн.	Частка від загальної суми видатків (2020/2019 роки)	Сума видатків, 1 серпня 2021 року, млрд. грн.	Частка від загальної суми видатків (2021/2020 роки)
Всього видатків	668,9	636,5	-5%	732,4413	15%
Загальнодержавні функції	29,6	22,5	-24%	104,3101	364%
Обслуговування державного боргу	72,9	68,2	-6%	79,0181	16%
Оборона	62,7	57,2	-9%	62,7613	10%
Громадський порядок, безпека, судова влада	84,5	80,3	-5%	85,7229	7%
Економічна діяльність	34,4	47,9	39%	62,2901	30%
Охорона навколишнього середовища	2,6	2,3	-12%	2,4694	7%
Житлово-комунальне господарство	0,1	0,01	-90%	0,0131	31%
Охорона здоров'я	22	42,3	92%	86,542	105%
Духовний та фізичний розвиток	5,2	4,2	-19%	6,5023	55%
Освіта	31,8	29,2	-8%	35,5866	22%
Соціальний захист та соціальне забезпечення	141,4	188,4	33%	191,8875	2%

Джерело: згруповано авторами за даними джерела [10]

то проблеми спостерігаються у таких галузях, як будівництво, транспорт, перш за все пасажирські перевезення, розваги та відпочинок, особливо туризм.

Зазначені тенденції підтверджено аналізом господарської діяльності низки підприємств різних галузей економіки (табл. 3). Компанії проаналізованих галузей, а саме промисловості, будівництва, сільського господарства, торгівлі та консалтингу, отримали менший прибуток у 2020 році порівняно з 2019 роком. Найбільший відсоток спаду прибутку зафіксовано у галузі сільського господарства, що

пов'язано зі зменшенням рейсів авіакомпаній, отже, зниженням експорту, а саме зменшенням попиту з-за кордону на українське сільське господарство. Найменшим є відсоток спаду прибутку компаній галузі промисловості.

Аналізуючи динаміку макроекономічних показників, маємо враховувати інфляцію, яка за останні три роки в середньому складає 11,3% на рік. За 7 місяців 2021 року ціни зросли на 6%, мінімальна заробітна плата збільшилась на 1 500 грн., прожитковий мінімум – на 204 грн., а середня заробітна плата – на

Таблиця 2

Прибуток підприємств за видами економічної діяльності, 2019–2021 роки

Вид діяльності	Чистий прибуток (збиток), млн. грн.			Підприємства, які одержали прибуток, %			Підприємства, які одержали збиток, %		
	2019 рік	2020 рік	січень-червень 2021 року	2019 рік	2020 рік	січень-червень 2021 року	2019 рік	2020 рік	січень-червень 2021 року
Усього	664 849,8	303 219,3	300 561,1	74,0	71,4	73,9	26,0	28,6	26,1
Сільське, лісове та рибне господарство	94 041,4	82 230,6	190,3	83,1	82,7	78,1	16,9	17,3	21,9
Промисловість	166 753,2	-22 289,6	217 656,1	72,1	69,7	73,3	27,9	30,3	26,7
Будівництво	15 974,8	-2 047,8	-108,2	73,8	70,9	70,0	26,2	29,1	30,0
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	129 113,3	45 272,0	37 376,0	77,1	74,4	82,5	22,9	25,6	17,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	14 414,8	17 013,3	5 190,2	73,8	71,7	54,1	26,2	28,3	45,9
Тимчасове розміщування й організація харчування	4 648,0	-4 440,9	3 616,3	70,9	59,1	44,7	29,1	40,9	55,3
Інформація та телекомунікації	24 838,8	16 961,1	12 232,0	71,5	71,1	77,5	28,5	28,9	22,5
Фінансова та страхова діяльність	69 326,6	196 913,0	4 597,6	67,5	67,3	86,8	32,5	32,7	13,2
Операції з нерухомим майном	47 317,5	-36 027,1	4 795,1	66,3	60,8	71,2	33,7	39,2	28,8
Професійна, наукова та технічна діяльність	84 025,1	-9 583,4	14 596,8	69,7	68,5	69,5	30,3	31,5	30,5
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	11 446,8	875,3	1 849,0	70,6	66,0	68,9	29,4	34,0	31,1
Освіта	377,7	143,8	-7,6	68,9	66,4	66,7	31,1	33,6	33,3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1 990,8	19 616,0	318,2	71,1	76,1	56,8	28,9	23,9	43,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	120,3	-1540,3	-1 746,4	65,4	53,4	46,7	34,6	46,6	53,3
Надання інших видів послуг	460,7	123,3	5,7	72,7	67,1	66,7	27,3	32,9	33,3

Джерело: згруповано авторами за даними джерела [8]

Таблиця 3

Прибутки компаній різних галузей економіки України за 2019–2020 роки

Компанія	Галузь	Прибуток за 2020 рік, тис. грн.	Прибуток за 2019 рік, тис. грн.	Зміна 2020/2019 років
ТОВ «Хенкель Україна»	Промисловість	278 207	395 398	-30%
ТОВ «СК ДЖОНСОН»	Промисловість	62 450	72 474	-14%
ТОВ «УКРБУД»	Будівництво	14 303	20 868	-31%
ТОВ «КАНБУД»	Будівництво	3 565	24 053	-85%
ТОВ «Дельта Вільмар Україна»	Сільське господарство	122 188	-128 839	-195%
ТОВ «КЕРНЕЛ-КАПІТАЛ»	Сільське господарство	-353	139	-354%
ТОВ «ДТЕК Трейдінг»	Торгівля	-2 372 651	3 508 062	-168%
ТОВ «Метінвест-СМЦ»	Торгівля	1 669 367	446 499	274%
ТОВ «Делойт енд Туш»	Консалтинг	18 574	5 753	223%
ТОВ «КПМГ-Україна»	Консалтинг	8 572	19 787	-57%

Джерело: згруповано авторами за даними джерел [11–20]

166 грн. порівняно з 2020 роком, що не могло не вплинути на падіння реальних доходів населення України. Водночас кількість населення України за всі роки незалежності постійно зменшується. Це одна з причин зростання реального ВВП на душу населення.

Наведений аналіз дає змогу побачити, що пандемію не можна розглядати лише з позиції негативно впливу на економіку України. Особливості кризи,

пов'язаної з пандемією Covid-19, полягають у тому, що вона здійснила різноспрямований вплив не тільки на рівні секторів, коли деякі з них отримали певний вигреш (ІТ-сектор, охорона здоров'я, продовольча сфера), але й серед секторів, що постраждали. Криза зумовила суттєві довгострокові зміни, особливо у структурі та форматах споживання. Відповідно, компанії, які змогли швидко адаптуватись до нових

реалій, отримали переваги порівняно з конкурентами та змогли розширити свої ринки.

Криза суттєво посилила внутрішньогалузеву та міжрегіональну дивергенцію, адже очікується подальше зростання концентрації та консолідації в галузях, відбувається розмивання галузевих кордонів, спостерігається вхід на ринки великих гравців з інших секторів. Продовжуються процеси поглинання перспективних компаній та інсорсингу.

Для секторів B2C очікується подальша «консервація» шару невеликих підприємств із традиційною продукцією, які, з одного боку, мають свої ринки збуту, що складаються з консервативних покупців з невисоким і низьким рівнями доходу, а з іншого боку, є непривабливими для поглинання з боку провідних компаній галузі. Збережеться тренд у розвитку власних каналів збуту та посиляться пряма взаємодія з покупцями.

Істотно збільшується попит на навички аналізу великих даних та передбачуваної аналітики продажів, інтернет-маркетинг. У всіх секторах посилюються процеси цифрової трансформації, адже змінюються моделі найму, розвиток отримують «розподілені» компанії. Для секторів, що швидко трансформуються (роздрібна торгівля, IT-сектор), особливо важливими стають своєчасне уточнення регулювання та усунення нераціональних галузевих обмежень.

Підвищується роль нематеріальних активів (знань, навичок) у розвитку, що посилює конкуренцію за людський капітал. Слід відзначити посилення розриву між попитом перспективних компаній та пропозицією освітньої системи.

Висновки. Про відновлення економіки України, на жаль, говорити дуже рано. Зараз необхідно подолати нову хвилю Covid-19 із найменшими втратами. За оцінками Європейського банку реконструкції та розвитку, щоб дійти до рівня 2019 року, необхідно мінімум зачекати до кінця 2022 року. Рецесія спіткає весь світ, але з правильною стратегією відбудови економіки все можливо.

Проте криза – це нові можливості, але можливості для тих, хто буде готовий до цього. Для України вважаємо необхідними такі ініціативи:

- 1) забезпечення безпечного функціонування економіки шляхом пільг та допомоги;
- 2) захист українських товарів, робіт та послуг від імпортних альтернатив;
- 3) підтримка промисловості агросектору, енергетики, транспорту, сфери послуг;
- 4) державна підтримка малого та середнього бізнесу;
- 5) розвиток міжнародної співпраці та торгівлі;
- 6) залучення інвесторів до впровадження інновацій у всі сфери економіки;
- 7) створення робочих місць задля забезпечення населення країни роботою;
- 8) розумне регулювання економічної діяльності.

Бібліографічний список:

1. Проценко В. Життя на відстані: як локдауні допомагають боротися з пандемією. URL: <https://voxukraine.org/zhittya-na-vidstani-yak-lokdauni-dopomagayut-borotisyaz-pandemiyeyu> (дата звернення: 26.10.2021).

2. Бураковський І. Економіка під час ковіду. URL: http://hss.kiev.ua/files/Doslidshennja_HSS_Galasjuk_UA.pdf (дата звернення: 26.10.2021).
3. Економіка України: пандемія COVID-19, нова економічна реальність, рекомендації: дослідження для Hanns-Seidel-Stiftung. URL: http://hss.kiev.ua/files/Doslidshennja_HSS_Galasjuk_UA.pdf (дата звернення: 26.10.2021).
4. Владика Ю. Кризові стани в економіці: причини та наслідки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 12 (ч. 1). С. 60–63.
5. Колінець Л. Наслідки глобальних кризових явищ для економіки України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 18 (ч. 2). С. 54–57.
6. Денькович Л., Полагин Д. Причини виникнення світових криз і їх вплив на економіку країн Європи. *Молодий вчений*. 2018. № 5 (57). С. 694–698.
7. Zych I., Ortega-Ruiz R., Monje-López M., Llorent V.J. Causes and solutions for the economic crisis according to the international scientific community. *Universitas Psychologica*. 2015. № 14 (1). P. 367–380.
8. Державна служба статистики України: офіційний вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2021).
9. Зростання ВВП у 2016 році відбулося завдяки інвестиціям – НБУ. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/03/24/623040> (дата звернення: 26.10.2021).
10. Міністерство фінансів України: офіційний вебсайт. URL: <https://minfin.com.ua/ua> (дата звернення: 25.10.2021).
11. TOB «Делойт енд Туш»: офіційний вебсайт. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/deloitte-in-ukraine.html> (дата звернення: 25.10.2021).
12. TOB «Хенкель Україна»: офіційний вебсайт. URL: <https://www.henkel.ua/company/annual-financial-state-ment> (дата звернення: 25.10.2021).
13. Державне акціонерне товариство «Будівельна компанія УКРБУД»: офіційний вебсайт. URL: <https://ub.kiev.ua/finansova-ta-insha-informatsiia.html> (дата звернення: 25.10.2021).
14. TOB «Дельта Вільмар Україна»: офіційний вебсайт. URL: <https://www.deltawilmar.com> (дата звернення: 26.10.2021).
15. Фінансова звітність «ТОВ ДТЕК ТРЕЙДІНГ»: офіційний вебсайт. URL: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/779672> (дата звернення: 26.10.2021).
16. Фінансова звітність ТОВ «СК ДЖОНСОН». URL: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/799131> (дата звернення: 27.10.2021).
17. Фінансова звітність ТОВ «КАНБУД». URL: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/427242> (дата звернення: 27.10.2021).
18. TOB «КЕРНЕЛ-КАПІТАЛ»: офіційний вебсайт. URL: <http://kernelcapital.prat.in.ua/documents/opriyudnennya-richnoy-informaciy-zgidno-zu-pro-buhgalterskii-oblik-i-finansovu-zvitnist-v-ukrayni?doc=85207> (дата звернення: 27.10.2021).
19. Фінансова звітність компанії «Метінвест-СМЦ»: офіційний вебсайт. URL: <https://metinvest-smc.com/ua/finansovaya-otchetnost> (дата звернення: 27.10.2021).
20. Фінансова звітність ТОВ «КПМГ-Україна». URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2021/06/audytorskyu-vysnovok-za-2020-rik.pdf> (дата звернення: 28.10.2021).
21. Повернення до нормальності: як ЄБРР бачить відновлення європейської економіки. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/05/14/7109875> (дата звернення: 26.10.2021).

References:

1. Life at a distance: how lockdowns help fight a pandemic. Vitaly Protsenko. Available at: <https://voxukraine.org/zhittya-na-vidstani-yak-lokdauni-dopomagayut-borotisyaz-pandemiyeyu> (accessed 26 October 2021).

2. Igor Burakovsky: economics during the covid. Available at: http://hss.kiev.ua/files/Doslidshennja_HSS_Galasjuk_UA.pdf (accessed 26 October 2021).
3. Economy of Ukraine: pandemic COVID-19, new economic reality, recommendations. Research for Hanns-Seidel-Stiftung. Available at: http://hss.kiev.ua/files/Doslidshennja_HSS_Galasjuk_UA.pdf (accessed 26 October 2021).
4. Bishop Y. (2017) Crisis in the economy: causes and consequences [Kryzovi stany v ekonimitzi: prychny ta naslidky]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, no. 12 (part 1), pp. 60–63.
5. Kolinets L. (2018) Consequences of global crisis phenomena for the economy of Ukraine [Naslidky hlobalnyh kryzovyh yavyschch dla ekonomiky Ukrainy]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, no.18 (part 2), pp. 54–57.
6. Denkovich L., Polagnin D. (2018) Causes of global crises and their impact on the economy of Europe [Prychny vynyknennia svitovyh kryz i ih vplyv na ekonomiku krain Evropy]. *Young Scientist*, no. 5 (57), pp. 694–698.
7. Zych I., Ortega-Ruiz R., Monje-López M., Llorent V.J. (2015) Causes and solutions for the economic crisis according to the international scientific community [Prychny ta shliahy vyrishennia ekonomichnoi kryzy na dumku mizhnarodnoho naukovoho spivtovarystva]. *Universitas Psychologica*, no. 14 (1), pp. 367–380.
8. State Statistics Service of Ukraine. Official website. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 25 October 2021).
9. GDP growth in 2016 was due to investments – the NBU. *Economic truth*. Available at: <https://www.althoughda.com.ua/news/2017/03/24/623040> (accessed 26 October 2021).
10. Ministry of Finance of Ukraine. Official website. Available at: <https://minfin.com.ua/ua> (accessed 25 October 2021).
11. Deloitte & Touche LLC. Official website. Available at: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/deloitte-in-ukraine.html> (accessed 25 October 2021).
12. Henkel Ukraine LLC. Official website. Available at: <https://www.henkel.ua/company/annual-financial-statement> (accessed 25 October 2021).
13. State Joint-Stock Company “Construction Company UKRBUD”. Official website. Available at: <https://ub.kiev.ua/finansova-ta-insha-informatsiia.html> (accessed 25 October 2021).
14. Delta Vilmar Ukraine LLC. Official website. Available at: <https://www.deltawilmar.com> (accessed 26 October 2021).
15. Financial statements of DTEK TRADING LLC. Official website. Available at: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/779672> (accessed 26 October 2021).
16. Financial statements of JSC Johnson Insurance Company. Available at: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/799131> (accessed 27 October 2021).
17. Financial statements of CANBUD LLC. Available at: <https://e-data.com.ua/uo/finreport/427242> (accessed 27 October 2021).
18. KERNEL-CAPITAL LLC. Official website. Available at: <http://kernelcapital.prat.in.ua/documents/oprilyudnennya-richnoy-informaciy-zgidno-zu-pro-buhgalterskii-oblik-i-finansovu-zvitnist-v-ukrayni?doc=85207> (accessed 27 October 2021).
19. Financial statements of Metinvest-SMC. Official website. Available at: <https://metinvest-smc.com/ua/finansovaya-otchetnost> (accessed 27 October 2021).
20. Financial statements of KPMG-Ukraine LLC. Available at: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2021/06/audytorskyj-vysnovok-za-2020-rik.pdf> (accessed 28 October 2021).
21. Return to normalcy: how the EBRD sees the recovery of the European economy. *European truth*. Available at: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/05/14/7109875> (accessed 26 October 2021).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.1:658.8:005.3

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-3>

Гайванович Н.В.

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

Шатова М.В.

магістр
Національного університету «Львівська політехніка»

Hayvanovych Nataliya

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University

Shatova Marta

Master
Lviv Polytechnic National University

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В ОМНІКАНАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE OMNICHANNEL ENVIRONMENT OF E-COMMERCE IN UKRAINE

Конвергенція фізичної та онлайн-роздрібною торгівлі відкрила шлях до появи омніканальної роздрібною торгівлі, і все більш актуальною стає тенденція омніканального споживання. Підприємства постають перед необхідністю детальнішого дослідження поведінки споживачів задля організації ефективної співпраці з ними в омніканальному середовищі роздрібною торгівлі. У статті досліджено тенденції, проблеми та перспективи запровадження омніканальної стратегії в діяльність вітчизняних роздрібних компаній. Обґрунтовано необхідність побудови зв'язків між онлайн- і офлайн-магазинами. На підставі результатів проведеного маркетингового дослідження поведінки покупців спортивного одягу та взуття виділено шість найпоширеніших поведінкових моделей споживачів в омніканальному середовищі і запропоновано підходи до співпраці з кожною групою.

Ключові слова: омніканальність, роздрібна торгівля, омніканальна роздрібна торгівля, електронна комерція, поведінка споживача, онлайн- і офлайн-магазин, принципи ROPO, BOPS.

Конвергенция физической и онлайн-розничной торговли открыла путь к появлению омниканальной розничной торговли, и все более актуальной становится тенденция омниканального потребления. Предприятия сталкиваются с необходимостью более подробного исследования поведения потребителей с целью организации эффективного сотрудничества с ними в омниканальной среде розничной торговли. В статье исследованы тенденции, проблемы и перспективы внедрения омниканальной стратегии в деятельность отечественных розничных компаний. Обоснована необходимость построения связей между онлайн- и офлайн-магазинами. На основании результатов проведенного маркетингового исследования поведения покупателей спортивной одежды и обуви выделено шесть наиболее распространенных поведенческих моделей потребителей в омниканальной среде и предложены подходы к сотрудничеству с каждой группой.

Ключевые слова: омниканальность, розничная торговля, омниканальная розничная торговля, электронная коммерция, поведение потребителя, онлайн- и офлайн-магазин, принципы ROPO, BOPS.

If earlier retailers could clearly divide buyers into those who prefer to buy online or offline, then over the past year, the number of omnichannel sales has increased by 25%. A modern buyer uses at least 5-6 sales channels, wants to know everything about the product: from the description on the website to the opinions of opinion leaders on forums and social networks. The convergence of physical and online retail has paved the way for the emergence of omnichannel retailing, and the trend for omnichannel consumption is becoming increasingly important. The main challenge facing companies is to streamline the buying process in such a way that customers will not spend money in the buying process due to a change in the distribution channel. Enterprises are faced with the need for a more detailed study of consumer behavior in order to organize effective cooperation with them in an omnichannel retail environment. The article examines trends, problems and prospects for the implementation of an omnichannel strategy in the activities of domestic retail companies. The necessity of building links between online and offline stores have been substantiated. In order to study the behavioral models of consumers in an omnichannel environment, a marketing research was conducted of the regular customers of the largest retailer of sportswear and footwear in Ukraine, the "Sportmaster Ukraine" company. The case survey was conducted during June-August 2021 using the convenience sampling method. In fact, more than 250 respondents were interviewed. Based on the results of a theoretical study and on the basis of a statistical analysis of empirical material collected in a marketing research of the sportswear and footwear customers behavior, the six most common behavioral models of consumers in an omnichannel environment were identified, in particular: ROPO (Research Online Purchase Offline), BOPS (Buy Online Pick up in Store), "Looking cheaper prices", "Uses a mobile apps", "Reacts to push messages", "Target". For each of the selected groups of consumers, approaches to cooperation were developed and proposed. For each of the selected consumer segments, approaches to cooperation were developed and proposed that can be used by retailers when working in the omnichannel environment of e-commerce in the clothing and footwear market.

Key words: omnichannel, retail, omnichannel retail, e-commerce, consumer behavior, online and offline store, principles ROPO, BOPS.

Постановка проблеми. Рушійною силою розвитку каналів збуту став науково-технічний прогрес. Так, із 2010 року з появою нових типів гаджетів (смартфонів, планшетів), поширенням соцмереж, стрімким розвитком електронної комерції у споживачів з'явився доступ до нових каналів збуту продукції. Якщо раніше роздрібні продавці чітко могли розділити покупців на тих, хто вважає за краще купувати онлайн або офлайн, то за останній рік на 25% збільшилась частка омніканальних продажів. Сучасний покупець користується мінімум 5–6 каналами продажів, хоче знати про товар все: від опису на сайті до відгуків лідерів думок на форумах і в соціальних мережах. Низка провідних компаній світу почала використовувати омніканальні збутові стратегії. Головною задачею, яка постала перед компаніями, є налагодження процесу покупки в такий спосіб, коли клієнти в процесі покупки не будуть витрачатися через зміну каналу збуту.

Як показують дослідження компанії "Deloitte", обсяги омніканального продажу у світі перевищують показники офлайн-продажу на 208%, а показники популярності продажу omnichannel перевищують показники онлайн-продажу більш ніж на 93%. Експерти відзначають, що присутність роздрібних продавців у каналах online-продажу стимулює покупців збільшувати витрати на 25% до попередньо запланованих та підвищує лояльність на 75% [1]. Отже, у підприємств виникає необхідність детальнішого дослідження поведінки споживачів задля організації ефективної співпраці з ними в омніканальному середовищі роздрібною торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання актуальності впровадження омніканального підходу у сучасних умовах були обговорені та досліджені як у вітчизняних, так і в зарубіжних публікаціях. Вагомий внесок у дослідження цього питання зробили О. Жегус [2], О. Зозульов, М. Левченко, А. Оганесян [3], М. Лісіца [1], Л. Лігоненко [5], Н. Захарченко [6], Г. Мозгова [7] К. Гібсон [8], Ф. Котлер [4].

Так, Ф. Котлер визначає термін «омніканальність» як підхід до організації і реалізації збуту, за якого відбувається інтеграція без залежності від каналів збуту комунікаційної дії і каналів розподілу, метою якого є їх об'єднання та створення умов до нерозривного процесу придбання товару, навіть за умови переходу від одного каналу продажу до іншого [4]. У джерелі [1] автор розглядає переваги та ризики запровадження омніканальної торгівлі у діяльність вітчизняних ритейлерів, а Н. Захарченко [6] враховує, що під час запровадження технологій омніканальних продажів значущими залишаються проблеми захисту прав споживачів та безпеки розрахунків у мережі Інтернет. Інше трактування дають автори у роботі [3]: підхід до інтегрованої комунікації зі споживачем, завдяки якому споживач вибирає найбільш комфортний канал для здійснення продажу і проявляє лояльність не до конкретного каналу, а до бренду. Сутність запропонованого О. Саушкіним підходу полягає в тому, що усі канали комунікації з'єднані навколо споживача, збираючи, аналізуючи та моделюючи його поведінку, завдяки чому омніканальні канали продажу впливають на процес покупки без втрати споживачем етапів здійснення покупки [9].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас недостатньо розкритими залишаються питання впровадження у діяльність роздрібних компаній омніканальної моделі продажу з урахуванням поточної ситуації та актуальних тенденцій на ринках різних товарів.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження та аналіз поведінки споживачів в омніканальному середовищі електронної комерції, зокрема на ринку одягу і взуття, для визначення найпоширеніших поведінкових моделей споживачів у всіх каналах і розроблення підходів до співпраці з кожною виділеною групою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною особливістю стратегії омніканального споживання є повна відсутність «кордонів» між кана-

лами. Клієнту не потрібно повністю переходити на який-небудь інший канал, він може використовувати всі відразу, почати з онлайн і завершити покупку в офлайн-режимі, і навпаки. Формуються комфортні умови і для клієнта, і для продавця. Як наслідок, омніканальні покупки витрачають вдвічі більше, ніж покупки одного каналу [1].

Концепція омніканальності забезпечує масштабованість роздрібною торгівлі. У роздрібного продавця вже немає необхідності вкладати капітал у новий офлайн-магазин, якщо він без додаткових зусиль знайде свою цільову аудиторію через додатки, за умови, що всі його канали збуту бездоганно налагоджені. Отже, омніканальність – це атрибут сучасної роздрібною торгівлі.

Омніканальність, за визначенням аналітиків "Boston Consulting Group", – це маркетингова стратегія просування, завданням якої є об'єднання різних каналів, таких як вебсайти, соціальні мережі, електронні купони, флеш-продажі, «спливаючі магазини», у єдину систему [10].

Омніканальність – це узгодженість роботи всіх каналів комунікації, а також контроль за кожною дією клієнта. За даними "GroupM" та "Kanta", 66% клієнтів вибирають роздрібного продавця на основі зручності, а всього 47% – на основі ціни [11].

У сучасному омніканальному шляху до покупки виділяють п'ять фаз. Зокрема, це дослідження ринку/пошук, тестування, придбання та отримання продукції, а також потенційно її повернення. У багатоканальному середовищі для кожного виду діяльності можна використовувати різні канали (рис. 1).

Деякі види діяльності є фіксованими, тому властиві всім покупкам (візуалізуються суцільними лініями), тоді як інші види діяльності є гнучкими й можуть виконуватися кілька разів у зворотному порядку або загалом нехтуватися (пунктирні лінії).

Як видно з рис. 1, фіксованою діяльністю є «Купівля» й «Отримання». Саме процес доставки/отримання покупцем товарів зазнає з кожним роком все більших змін і очікувань від потенційних клієнтів. Омніканальний рітейл неможливий без налагодженої логістичної системи, оскільки клієнт повинен отримати товар точно в термін і з тим рівнем сервісу, який був йому гарантований відразу, при цьому не важливо, в якому з каналів.

Компанії варто цінувати час покупця, надаючи якісний сервіс, бути зручною. Пропрацювавши всі деталі з позиції взаємодії клієнта з різними платформами, зможмо забезпечити плавний перехід від контенту до покупки. Омніканальність бренду – це його постійна присутність у житті клієнта. Компанія супроводжує покупця вдома, в телефоні, в магазині, на комп'ютері, на рекламному білборді, на вулиці тощо.

Побудова зв'язків між онлайн- і офлайн-магазинами дасть змогу електронній торгівлі піднятися на істотно новий рівень. Наприклад, цю тенденцію вчасно підхопив інтернет-магазин "Rozetka", відкривши офлайн-точки. Покупці проводять багато часу, вивчаючи товари онлайн, але все одно приходять у магазин, щоби побачити, як товар виглядає наживо, і протестувати його [13].

Для того щоб дослідити поведінкові моделі споживачів в омніканальному середовищі, проведено тематичне опитування серед постійних клієнтів найбільшого рітейлера спортивного одягу й взуття в Україні, а саме компанії "Sportmaster Ukraine".

Маркетингове дослідження проводилось протягом червня-серпня 2021 року з використанням convenience sampling method. Мінімальний розрахунковий обсяг вибірки становив 192 респонденти. Закладена стандартна помилка (standard error) у результататах під час формування вибірки становить 5%, при цьому коефіцієнт варіації складає 25%. Фактично було опитано понад 250 респондентів. Опитування відбувалось на основі онлайн-анкети, створеної на платформі "Google Forms" та розміщеної на сторінці компанії "Sportmaster Ukraine" у таких соціальних мережах, як "Facebook" та "Instagram", які були основним інструментом дослідження. Також анкета відправлялась покупцям, які вже раніше здійснювали покупки у досліджуваній мережі.

Загальну характеристику аудиторії опитування відображає рис. 2. Серед респондентів, які взяли участь в опитуванні, переважали особи жіночої статі віком від 19 до 30 років. Здебільшого середній чек складав від 1 000 до 2 000 гривень, а найважливішими чинниками під час прийняття рішення про покупку були якість і ціна.

Взуття й одяг – це обміркована покупка, коли споживачі відчувають потребу доторкнутися й поміряти товар перед покупкою. Це також однорідна категорія

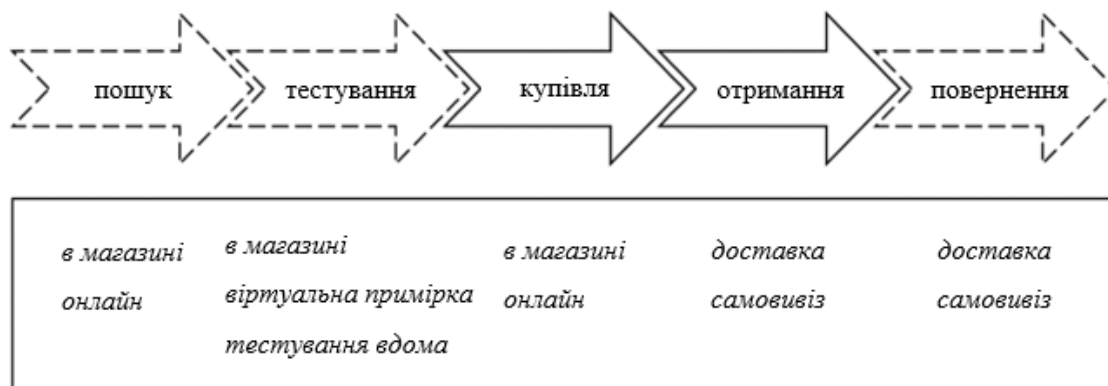


Рис. 1. П'ять фаз, які проходить споживач на шляху до покупки [12]

Держава та регіони

продуктів, що означає, що кілька фізичних характеристик, таких як розмір та упаковка, поділяються між продуктами.

За даними "Finaria.it", мода є одним із найбільших сегментів світового ринку електронної комерції, який, як очікується, принесе дохід у 759,5 млрд. доларів у 2021 році, що на 15% більше, ніж у попередньому році [11].

Компанія "Sportmaster Ukraine" запустила свій інтернет-магазин у 2012 році, а в наступні роки розвинулась до вдосконаленої, інтегрованої омніканальної моделі. Нині роздрібний торговець має у своєму розпорядженні близько вісімдесяти магазинів, розташованих по всій території України. Кожен магазин служить пунктом прийому та повернення онлайн-замовлень, зберігає інвентар для покупців у магазині. Поряд із наданням інформації про магазин на вебсайті продавця є вебмагазин. Цей вебмагазин пропонує можливість перевірити наявність товару в магазині, безкоштовної доставки на наступний день за будь-якою адресою в Україні, а також у будь-які пункти збору [14].

Результати проведеного опитування серед покупців найбільшого рітейлера спортивного одягу й взуття "Sportmaster Ukraine" у 2021 році показали, що 32% усіх опитаних респондентів планують більше купувати одяг і взуття в онлайн-магазинах, а 20% респондентів планують зменшити здійснення покупок у традиційних магазинах. Так, частота здійснен-

ня покупок онлайн збільшилась на 18%, а розмір витрат – на 22%.

На запитання анкети «Де зазвичай Ви робите покупки одягу і взуття?» найбільше респондентів (35,8%) відповіло, що роблять покупки в різний спосіб, з використанням як онлайн-, так і офлайн-каналів. Цікавим є також спостереження, що клієнти компанії, які вважають себе любителями шопінгу, найчастіше все ж таки купують товари у традиційному магазині. Такі покупці хочуть розглянути товар особисто, потримати в руках, перевірити справність роботи, приміряти, а також просто приємно провести час за улюбленим заняттям (рис. 3).

За результатами теоретичного дослідження та статистичного аналізу емпіричного матеріалу, зібраного в процесі опитування, було виділено шість найпоширеніших поведінкових моделей споживачів в омніканальному середовищі і запропоновано підходи до співпраці з кожною виділеною групою (табл. 1).

Поведінкова модель № 1. Принцип "ROPO" (Research Online Purchase Offline). Відповідно до проведених досліджень було виявлено, що значна частка покупців спортивного одягу й взуття "Sportmaster" в Україні керується саме принципом "ROPO". Для клієнтів із цього сегменту перед покупкою важливо онлайн порівняти ціни, подивитися огляди й детально вивчити характеристики товару, ознайомитись із відгуками, щоб дізнатися про досвід інших споживачів (майже 82% споживачів довіряють особистим



Важливість чинників під час прийняття рішення про покупку одягу/взуття (1 – найбільш важливо, 5 – найменш важливо)

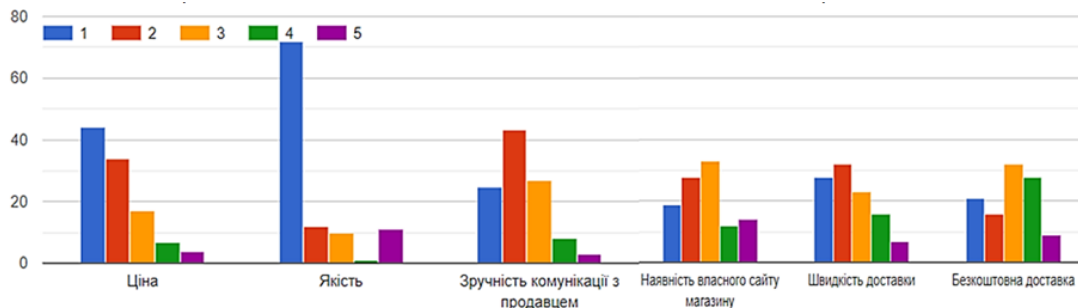


Рис. 2. Загальна характеристика аудиторії опитування

Джерело: складено авторами за результатами проведеного дослідження

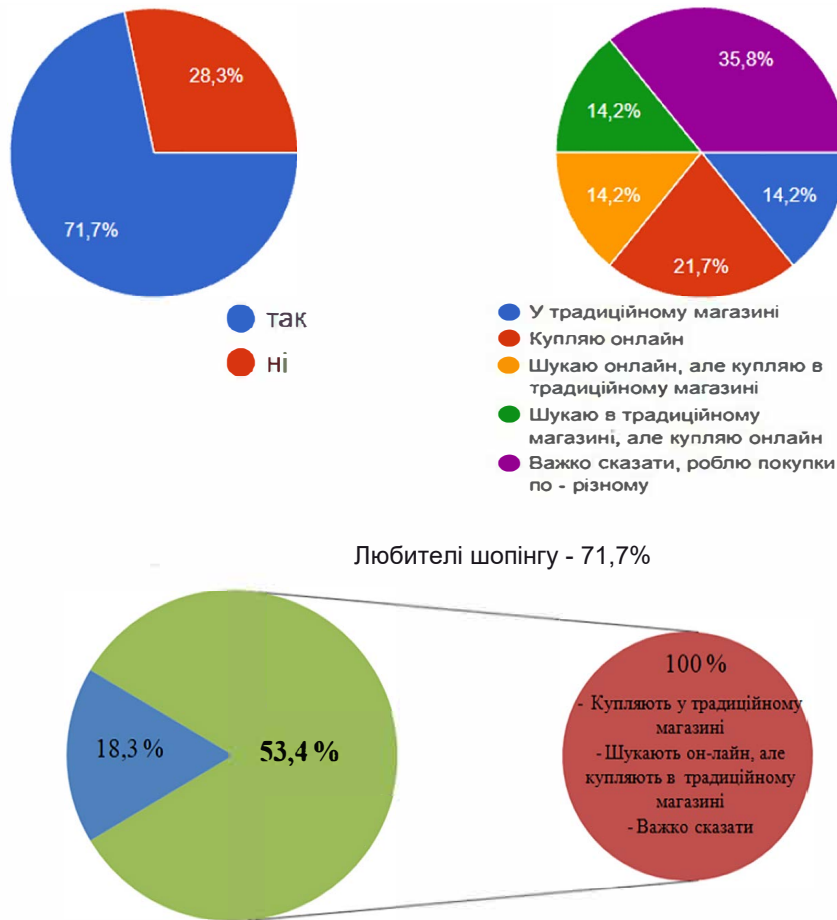


Рис. 3. Результати відповідей респондентів на запитання «Де зазвичай Ви робите покупки одягу і взуття?»

Джерело: складено авторами за результатами проведеного дослідження

рекомендаціям). Однак сам процес купівлі відбувається офлайн, адже покупці хочуть розглянути товар особисто (потримати в руках, перевірити справність роботи, приміряти, отримати особисту пораду консультанта), також часто товар потрібен набагато раніше, ніж він може бути відправлений під час онлайн-замовлення. Крім того, такими клієнтами часто керує звичка чи невпевненість у безпеці онлайн-платежів або бажання заощадити на доставці.

Для того щоб максимально точно оцінити ефективність використання цього каналу, компаніям потрібно створити єдину клієнтську базу даних офлайн і онлайн із єдиними клієнтськими ідентифікаторами та єдиною сегментацією й наскрізною аналітикою продаж. Прямим рішенням є інтегрування кас магазину із CRM-системою. Клієнтові потрібно буде назвати або свій номер клієнта, або номер карти, або просто номер телефону, щоби покупка потрапила у CRM і його профіль. Після цього можна будувати єдину сегментацію, наприклад, на основі RFM-поведінки (Recency – Frequency – Monetary) і продуктивний профіль покупця на основі історії його покупок, щоб можна було налаштувати персональні рекомендації [16]. Мета RORO-звіту полягає в тому, щоби дізнатися реальну вартість рекламних каналів; поліпшити маркетингові компанії; збільшити прибуток та онлайн-продажі.

Світові ритейлери активно впроваджують формати й технології "Click & Collect" для омніканальних покупців, тобто безшовну інтеграцію онлайн- і офлайн-досвіду покупок із єдиним ідентифікатором клієнта. Такі формати магазинів у Європі запустили "Zara", "H&M", "Mango", "Alibaba", "Amazon", "Yoox", "Farfetch" тощо. "Alibaba" навіть уже запусив у тестовому режимі платежі на основі технології "Facial recognition" у магазинах "Jack & Jones" та "Vero Moda" в Китаї [18].

Поведінкова модель № 2. Принцип "BOPS" (Buy Online Pick up in Store). Знайомитися з товаром офлайн набагато зручніше, адже його можна побачити наживо, оцінити розмір, колір, детально роздивитися фактуру, поміряти, протестувати роботу тощо. Це в офлайн-магазинах приваблює клієнтів. Ознайомившись із товаром, вони роблять покупки онлайн, замовляючи доставку. Такий формат шопінгу може приваблювати клієнтів зручністю оплати, наявністю акцій або спеціальних пропозицій, послугою доставки, можливістю вибору з більшого асортименту. Так, дослідження Національної федерації роздрібно торгівлі стверджує, що 83% споживачів вважають зручність покупки більш важливою, ніж це було п'ять років тому. У цьому дослідженні 70% респондентів зазначили, що принцип "BOPS" покращив їх досвід покупок [19].

Рекомендовані принципи роботи із сегментами споживачів в омніканальному середовищі електронної комерції на ринку одягу та взуття

Особливості поведінки споживача	Рекомендовані підходи для роботи із сегментом
Тип споживача № 1: ROPO (Research Online Purchase Offline)	
ROPO-ефект полягає в тому, що клієнтові зручно вивчити інформацію про товар в Інтернеті, порівняти моделі й характеристики, але купувати в офлайн-магазині.	Дізнатися частку покупців ROPO можна за допомогою інструменту "Google" "Consumer Barometer". Щоб утримати клієнтів і викликати лояльність до бренду, необхідно давати їм в Інтернеті багато контенту про продукт; огляди й додаткову інформацію про товари; розповідати історію продукту, підкреслювати його унікальність; надавати якісні фото та відео. Для клієнтів, які люблять купувати офлайн, потрібно створити віртуальну реальність. Такий тип споживачів віддає перевагу персоналізації. Також на сайті компанії буде доцільно додати кнопки «Перевірити наявність» або «Доставка в магазин».
Тип споживача № 2: BOPS (Buy Online Pick up in Store)	
BOPS – ідеальна стратегія для роздрібних магазинів, де клієнти можуть робити покупки не виходячи з дому та прийти до магазину чи місця прийому, коли замовлення буде готове.	Для фізичного магазину пропонується приймати різні види платежів; надавати послуги доставки; зробити можливим замовлення відсутнього товару; надавати повну інформацію про продукт; синхронізувати акції і спеціальні пропозиції з діючими в онлайн-магазині. Інтернет-магазину, щоб налаштувати свою роботу під таких клієнтів, доцільно відкрити шоуруми, де споживачі зможуть ознайомитися з товаром, а потім замовити його. Локації потрібно обладнати технікою, за допомогою якої консультанти зможуть подивитися асортимент і оформити замовлення.
Тип споживача № 3: «Шукає нижчі ціни»	
Споживач заходить на прайс-агрегатор, де він вибирає товар та ціну, й далі переходить із ресурсу прайс-агрегатора на сайт конкретного товару, де здійснює покупку.	Споживачам, які моніторять ціни на різних майданчиках, важлива вартість товару. Щоб утримати їх і викликати лояльність, компанії варто налагодити комунікацію, робити розсилки про акції та спеціальні пропозиції, виставляти свої товари в онлайн-каталогах тощо. Актуально також буде створювати програми лояльності для постійних клієнтів, що зробить їх покупки більш вигідними.
Тип споживача № 4: «Використовує мобільний додаток»	
Клієнти віддають перевагу мобільному додатку, оскільки він завжди під рукою. Він має легкий доступ, дає змогу використовувати спеціальні пропозиції магазину, підвищує лояльність і конверсію.	Бренд, маючи додаток, використовує його як додатковий стимулятор продажів, як картки для бонусів або накопичення знижок. Для стимуляції здійснення покупок через додаток клієнту пропонуються додаткові бонуси або знижки, якщо він зробить замовлення за його допомогою. Цей інструмент дає змогу активно стимулювати продажі за допомогою push-повідомлень. Вони повинні бути ненав'язливими й бути схожими на пораду або допомогу у виборі. За допомогою push-повідомлень споживача повідомляють про акції і надходження товарів.
Тип споживача № 5: «Реагує на push-повідомлення»	
Клієнту після зробленої покупки компанія відправляє повідомлення з інформацією про новинки (як приклад). Він клікає на лист, заходить на сайт і вибирає товар.	Розсилка підводить потенційного клієнта до покупки. Це дуже ефективний інструмент у 2021 році. Компанія може оцінити ефективність розсилки за допомогою аналізу клікабельності листів, їх відкриття, за динамікою підписок/відписок. Клієнту надсилають листи про групу товарів, яка його цікавила. Бренд розробляє і готує стратегію розсилок, збирає контакти тощо. За допомогою розсилки компанія нагадує про себе.
Тип споживача № 6: "Target"	
Клієнт своїми лайками у соціальних мережах висловлює своє позитивне ставлення і зацікавленість до бренду та його товарів.	Щоби привернути увагу таких споживачів, бренду необхідно завести акаунти в популярних месенджерах, залучати користувачів контентом і таргетованою рекламою, створювати для сторінок у соцмережах відповідний контент і поширювати його в месенджерах, відповідати на повідомлення користувачів максимально швидко після звернення. Якщо є необхідність, то використовувати чат-бот для комунікації.

Джерело: складено авторами на основі власного дослідження та джерел [15–17]

Використання принципу "BOPS" у роботі з клієнтами дасть можливість українським ритейлерам запровадити такі зміни.

1) Збільшення обсягів продажів в офлайн-точках. Коли клієнти заходять до магазину, щоб забрати замовлення, вони можуть озирнутися навколо та переглянути інші товари, а також вони могли запам'ятати щось, що хотіли купити, і витратити більше грошей у офлайн-магазині.

2) Зниження витрат на доставку. Коли покупці забирають замовлення у магазині, то компанія економить на витратах доставки так званої останньої милі.

3) Покращене управління запасами. За допомогою BOPS важливо впорядкувати управління запасами та отримувати оновлення запасів у режимі реального часу. Об'єднання відстеження товарних запасів в Інтернеті та магазинах дає змогу виконувати замовлення у магазині чи розподільчому центрі

незалежно від того, який варіант швидший. Це уможливорює кращий доступ та контроль над більшою частиною товарних запасів, а також краще уявлення про те, які товари доступні в режимі реального часу.

Поведінкова модель № 3. Принцип нижчих цін (клієнт порівнює ціни на маркетплейсах і прайс-агрегаторах). Величезні майданчики, де багато інтернет-магазинів пропонують свої товари, прайс-агрегатори і маркетплейси користуються популярністю серед споживачів, адже пропонують великий асортимент товарів, якісний контент, відгуки, можливість вибирати низьку ціну тощо. Користувачі можуть вибирати оптимальні цінові пропозиції. На відміну від сайту інтернет-магазину, маркетплейс відіграє роль посередника другого рівня й обмежує можливості компанії в омніканальній стратегії збуту. Маркетплейси актуальні тільки в рамках моноканальної або мультиканальної стратегії дистрибуції. За даними "Payoneer", кількість відвідувань онлайн-маркетплейсів збільшилась на 37%, а саме з 16 млрд. у січні 2020 року до 22 млрд. у червні [11].

Щодо прайс-агрегаторів, то їх користувачі є потенційними клієнтами, що перебувають на фінальних етапах купівельної готовності. Споживач заходить на прайс-агрегатор, щоб вибрати, де він буде здійснювати покупку, вибирає товар та ціну й далі переходить із ресурсу прайс-агрегатора на сайт конкретного товару, де здійснює покупку, тому брендам досить актуально виставляти свій товар на таких майданчиках. Для аналізу ефективності використання таких агрегаторів доцільно використовувати e-commerce "Google Analytics".

Так, на запитання анкети «Як часто Ви порівнюєте ціни перед тим, як здійснити покупку?» більшість респондентів відповіла «Завжди» (30,2%) або «Коли маю час, то порівнюю» (39,6%) (рис. 4), що підтвердило актуальність розміщення товарів компанією на маркетплейсах та прайс-агрегаторах.

Поведінкова модель № 4. Принцип «Мобільний додаток». Компанії, яка має додаток, набагато легше розвиватись в омніканальному середовищі. За даними "App Annie", 10 із кожних 11 хвилин користування мобільним пристроєм люди витрачають на мобільні додатки, а на перегляд вебсторінок йде тільки 9% «мобільного часу» [11]. Користувачі віддають перевагу мобільним додаткам тоді, коли ті роблять їхнє життя легшим і зручнішим, вирішують проблему. За даними "Baymard Institute", кожен п'ятий покупець кидає кошик через складний/довгий процес оформлення замовлення [11].

На запитання анкети «Що з переліченого, на Вашу думку, буде користуватися найбільшим попитом для покращення комунікації між продавцем і покупцем?» найбільша частка респондентів

(40,6%) вибрала саме варіант «Створення зручного мобільного додатку» (рис. 5).

Поведінкова модель № 5. Принцип "Push-повідомлення" (клієнт робить замовлення після SMS-розсилки). Підписавшись на корисну розсилку компанії, клієнти підтверджують статус цільової аудиторії. Їм цікава інформація про акції, спеціальні пропозиції, корисні добірки товарів, поради тощо. Після зробленої покупки або підписки на розсилку компанія відправляє клієнту повідомлення з інформацією про новинки (як приклад). Клієнт відкриває лист і заходить на сайт, вибирає товар, але так і не оформляє покупку, йде. Після цього магазин відправляє йому повідомлення з нагадуванням про залишений кошик, показує рекламу в соцмережах з переглянутими товарами. Клієнт переходить на сайт і оформляє замовлення.

На запитання анкети «Чи заходили ви коли-небудь на сайт магазину, коли отримали push-повідомлення про вигідну пропозицію, або в офлайн-точку після SMS-розсилки про акцію?» 88,7% респондентів дали ствердзувальну відповідь.

Поведінкова модель № 6. Принцип "Target". Клієнт ставить лайки в соцмережах і спілкується з підтримкою в месенджері. Клієнти, які стежать за соцмережами компанії, отримують достатньо інформації про продукт. Більшість таких споживачів віддає перевагу спілкуванню в месенджері (на запитання анкети «Через який канал Вам найзручніше комунікувати з продавцем?» більша частина респондентів (52,8%) віддала перевагу месенджерам). Для них це можливість отримати швидку відповідь на питання

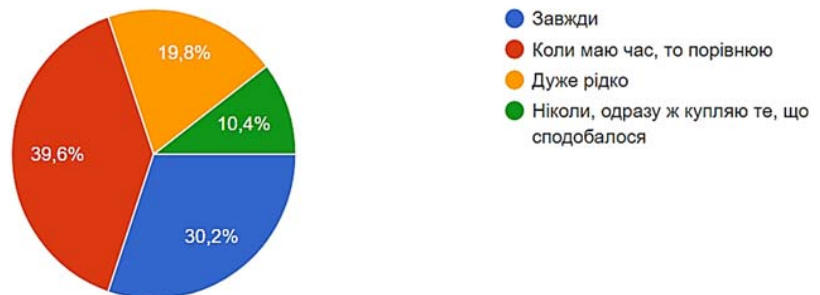


Рис. 4. Результати відповідей респондентів на запитання «Як часто Ви порівнюєте ціни перед тим, як здійснити покупку?»

Джерело: складено авторами за результатами проведеного дослідження

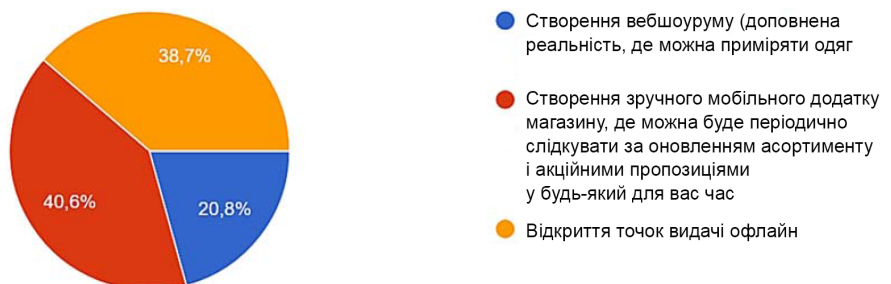


Рис. 5. Результати відповідей респондентів на запитання «Що з переліченого, на Вашу думку, буде користуватися найбільшим попитом для покращення комунікації між продавцем і покупцем?»

Джерело: складено авторами за результатами проведеного дослідження

про наявність товару, доставку та оплату. Готовність компанії оперативно консультувати споживача підтверджує її клієнтоорієнтованість і дає змогу сформулювати лояльність. Ефективність роботи в соцмережах оцінюється за допомогою охоплення постів, звернень у месенджери, зростання передплатників та інших параметрів.

Висновки. Традиційні (офлайн) магазини були й залишатимуться важливою складовою частиною інфраструктури споживчого ринку, але у відповідь на стрімкі зміни зовнішнього середовища та інновації в інформаційно-комунікаційній сфері учасники роздрібно-ринку повинні активізуватися й розширювати арсенал маркетингових інструментів взаємодії та впливу на споживачів. У зв'язку з цим роздрібно-продавці, що пропонуватимуть відповідно до особливостей конкретних сегментів покупців нові концептуальні рішення, намагаючись розширити канали доступу до своїх товарів та послуг, надати якісно новий сервіс, матимуть можливості для нарощування клієнтського капіталу, його утримання й забезпечать на цій основі безперечні конкурентні переваги, можливості розширення власної частки ринку, в результаті чого збільшать доходи, прибуток, підвищать ефективність фінансової, господарської та маркетингової діяльності.

Значна частина теоретичних, методичних та практичних аспектів діяльності підприємств в омніканальному середовищі електронної торгівлі потребує подальшого опрацювання. При цьому необхідно сконцентрувати увагу на розробленні концептуальних основ та моделей використання омніканальних стратегій, механізмів взаємодії різних каналів, обґрунтуванні омніканальних структур організації продажу. Крім того, омніканальний рітейл неможливий без налагодженої логістичної системи, що актуалізує необхідність розроблення нових підходів до логістичного забезпечення омніканальних продажів.

Бібліографічний список:

1. Лісіца В. Омніканальні продажі: тенденції, проблеми та перспективи розвитку в українському ритейлі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 2 (10). С. 100–110.
2. Жегус О. Інтегрований підхід до організації продажу в роздрібній торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 62–72.
3. Зозульов О., Левченко М., Оганесян А. Формування омніканальної збутової стратегії підприємства. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2016_13_54 (дата звернення: 11.09.2021).
4. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового*: підручник. Чикаго, Іллінойс, 2016. 208 с.
5. Лігоненко Л. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/tovary/2011_1/2.pdf (дата звернення: 08.09.2021).
6. Захарченко Н. Організаційне проєктування та впровадження управлінських інновацій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 7 (ч. 1). С. 134–139.
7. Мозгова Г. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429> (дата звернення: 08.09.2021).
8. Gibson C. The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches: A Review of Literature. *International Journal*

of Scientific and Research Publications. 2018. № 8 (2). P. 12–16.

9. Економічна географія: історія, теорія, методи, практика: навчальний посібник / ред. О. Саушкін. Хмельницький, 2015. 359 с.
10. Creating People Advantage 2013. Lifting HR Practices to the Next Level / R. Strack, J.-M. Caye, C. von der Linden, P. Haen, F. Abramo. URL: https://www.bcgperspectives.com/Images/-Creating_People_Advantage_Oct_2013_tcm80-147615.pdf (дата звернення: 09.09.2021).
11. Статистика для е-commerce: дані, які потрібно знати маркетологу в 2021 році. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/statistika-dlya-e-commerce-dannye-kotorye-nuzhno-znat-marketologu-v-2021-godu> (дата звернення: 05.09.2021).
12. Buldeo Rai H., Mommens K., Verlinde S., Macharis C. How Does Consumers' Omnichannel Shopping Behavior Translate into Travel and Transport Impacts? Case-Study of a Footwear Retailer in Belgium. *Sustainability*. 2019. № 11 (9). P. 25–34. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11092534>.
13. Rozetka відкриває точки видачі в експериментальному форматі і буде розвивати офлайн-роздріб. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/rozetka> (дата звернення: 10.09.2021).
14. Шість етапів успішного бізнесу франчайзингових магазинів Sportmaster Ukraine. URL: <http://www.columbia.ua/userfiles/file/Franchising.pdf> (дата звернення: 07.09.2021).
15. Коренівська В. Сценарії поведінки омніканального покупця. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/6-scenarijev-povedeniya-omnikanalnogo-pokupatelya-i-rekomendacii-ro-rabote-s-nim> (дата звернення: 05.09.2021).
16. ROPO-аналіз: що это такое и для чего он бизнесу. URL: <https://netology.ru/blog/12-2019-ropo-analiz> (дата звернення: 10.09.2021).
17. ROPO and Webrooming: Why Your CPG Brand Needs a Serious Ecommerce Strategy. URL: <https://www.onespace.com/blog/2018/09/ropo-andwebrooming-why-your-cpg-brand-needs-a-serious-e-commerce-strategy2/31> (дата звернення: 10.09.2021).
18. Принцип маркетингу 360: єдина клієнтська база даних офлайн і онлайн, наскрізна аналітика і сегментація. URL: <https://uaspectr.com/2019/11/12/shho-take-marketyng-360-i-yak-vin-pratsyuye> (дата звернення: 08.10.2021).
19. Development and validation of the pick-up service quality scale of the buy-online-pick-up-in-store service. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12063-020-00161-0> (дата звернення: 10.09.2021).

References:

1. Lisitsa V. (2017) Omnichannel sales: trends, problems and development prospects in Ukrainian retail. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia* [Problems and prospects of economics and management]. Vol. 10, pp. 100–110 (in Ukrainian).
2. Zhehus O. (2017) Intehrovanyi pidkhd do orhanizatsii prodazhu v rozdribnii torhivli [An integrated approach to organizing retail sales]. *Marketynh i menedzhment innovatsii* [Marketing and innovation management]. Vol. 1, pp. 62–72 (in Ukrainian).
3. Zozulov O., Levchenko, M., Ohanesyan A. (2016) Formuvannia omnichannelnoi zbutovoi stratehii pidpriemstva [Formation of omnichannel sales strategy of the enterprise]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2016_13_54 (accessed 11 September 2021).
4. Kotler P. (2016) Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Chicago, Illinois, p. 208. (in Ukrainian)
5. Lihonenko L., Krasnevich H. (2011) Innovatsiinyi vektor rozvytku torhivli v Ukraini. Innovative vector trade in Ukraine. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/tovary/2011_1/2.pdf (accessed 08 September 2021).

6. Zakharchenko N. (2016) Orhanizatsiine proektuvannia ta vprovadzhennia upravlinskykh innovatsii [Organizational design and implementation of management innovations]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhgorod National University]. Vol. 7 (1), pp. 134–139 (in Ukrainian).
7. Mozhova H. (2013) Instrumenty internet-marketynhu ta yikh perevahy dlia suchasnykh ukrainskykh pidpriemstv [Tools of internet marketing and their advantages for modern Ukrainian enterprises]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429> (accessed 08 September 2021).
8. Gibson C. (2018) The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches: A Review of Literature. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Vol. 8 (2), pp. 12–16.
9. Economic geography: history, theory, methods, practice: textbook / ed. Saushkin O. Khmelnytsky, 2015. p. 359.
10. Creating People Advantage 2013. Lifting HR Practices to the Next Level / Rainer Strack, Jean-Michel Caye, Carsten von der Linden, Pieter Haen, Filippo Abramo. Available at: https://www.bcgperspectives.com/Images/-Creating_People_Advantage_Oct_2013_tcm80-147615.pdf (accessed 09 September 2021).
11. Statistics for e-commerce: a site that a marketer needs to know in 2021. Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/statistika-dlya-e-commerce-dannye-kotorye-nuzhno-znat-marketologu-v-2021-godu> (accessed 05 September 2021).
12. Buldeo Rai H., Mommens K., Verlinde S., Macharis C. (2019) How Does Consumers' Omnichannel Shopping Behavior Translate into Travel and Transport Impacts? Case-
Study of a Footwear Retailer in Belgium. Sustainability, no. 11, no. 9: 25–34. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11092534>.
13. Rozetka opens dispensing points in an experimental format and will develop offline retail. Available at: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/rozetka> (accessed 10 September 2021).
14. Six stages of successful business of franchise stores Sportmaster Ukraine. Available at: <http://www.columbia.ua/userfiles/file/Franchising.pdf> (accessed 07 September 2021).
15. Valentina Korenivska. Scenarios of omnichannel buyer behavior. Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/6-scenariiev-povedeniya-omnikanalnogo-pokupatelya-i-rekomendacii-po-rabote-s-nim> (accessed 05 September 2021).
16. ROPO analysis: what it is and why it is a business. Available at: <https://netology.ru/blog/12-2019-ropo-analiz> (accessed 10 September 2021).
17. ROPO and Webrooming: Why Your CPG Brand Needs a Serious Ecommerce Strategy. Available at: <https://www.onespace.com/blog/2018/09/ropo-andwebrooming-why-your-cpg-brand-needs-a-serious-e-commerce-strategy2/31> (accessed 10 September 2021).
18. The principle of marketing 360: a single customer database offline and online, end-to-end analytics and segmentation. Available at: <https://uaspectr.com/2019/11/12/shho-take-marketyng-360-i-yak-vin-pratsyuye> (accessed 08 September 2021).
19. Development and validation of the pick-up service quality scale of the buy-online-pick-up-in-store service. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12063-020-00161-0> (accessed 10 September 2021).

УДК 334.716:339.137.2.005

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-4>

Данько Т.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»

Яворська Н.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»

Тупісь М.М.

магістр
Національного університету «Львівська політехніка»

Danko Tetyana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University

Yavorska Nadiya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University

Tupis Mariia

Master
Lviv Polytechnic National University

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

KEY ASPECTS OF TRADE ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT

Економічна ефективність торговельного підприємства залежить від правильного управління конкурентоспроможністю. У статті проаналізовано основні аспекти управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Визначено, що наявність конкурентних переваг демонструє готовність торговельного підприємства застосовувати інноваційні підходи до управління. Обґрунтовано поняття управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Розроблення чіткого механізму управління конкурентоспроможністю базується на аналізі внутрішніх та зовнішніх факторів, що допоможе підприємству втриматись на ринку. Ця умова досягається шляхом розроблення та впровадження чіткого алгоритму управління конкурентоспроможністю підприємства. На їх основі проводиться побудова алгоритму управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах економічної кризи.

Ключові слова: конкурентоспроможність, торговельне підприємство, управління конкурентоспроможністю, конкурентні переваги, інноваційні підходи.

Экономическая эффективность торгового предприятия зависит от правильного управления конкурентоспособностью. В статье проанализированы основные аспекты управления конкурентоспособностью торгового предприятия. Определено, что наличие конкурентных преимуществ демонстрирует готовность торгового предприятия применять инновационные подходы к управлению. Обосновано понятие управления конкурентоспособностью торгового предприятия. Разработка четкого механизма управления конкурентоспособностью базируется на анализе внутренних и внешних факторов, что поможет предприятию удержаться на рынке. Это условие достигается путем разработки и внедрения четкого алгоритма управления конкурентоспособностью предприятия. На их основе производится построение алгоритма управления конкурентоспособностью предприятий в условиях экономического кризиса.

Ключевые слова: конкурентоспособность, торговое предприятие, управление конкурентоспособностью, конкурентные преимущества, инновационные подходы.

Intensive development of economic processes in the external and internal environments of business requires businesses to find new methods and forms of management. Improving the competitiveness of the enterprise is the most important and most difficult task facing managers and top managers. Uncertainty and variability of the market environment contributes to the search for effective management methods and constant monitoring of the level of competitiveness. Effective management of the competitiveness of a commercial enterprise contributes to the formation of competitive advantages in the business environment. There is a need to study aspects of managing the competitiveness of a commercial enterprise. Because the strategic goals of a trading company depend on the correctness of the chosen decisions that affect the formation of competitiveness management. In the conditions of crisis phenomena of market conditions, when there is a transformation and transformation of the internal and external environment of trade enterprises, the task is to survive in the market. That is why the formation of the process of managing the competitiveness of a commercial enterprise is important. In market conditions, an important element of the stability of a commercial enterprise is its competitiveness. Competitiveness as an economic phenomenon and a leading factor that determines the properties of the market environment is studied in the scientific works of foreign and domestic scientists. This concept means a certain set of measures aimed at the systematic improvement of financial and economic activities of the enterprise, namely: product quality or service provision; expansion of sales channels; search for new potential customers, warranty service. The main task for a trading company is to improve the management of competitiveness. It is the development of a clear mechanism for managing competitiveness, based on the analysis of internal and external factors, will help the company to stay in the market. This condition is achieved by developing and implementing a clear algorithm for managing the competitiveness of the enterprise.

Keywords: competitiveness, trade enterprise, competitiveness management, competitive advantages, innovative approaches.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток економічних процесів на зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємницької діяльності вимагає від суб'єктів господарювання пошуку нових методів та форм управління. Удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства є найважливішим та найскладнішим завданням, з яким зіштовхуються керівники та топ-менеджери. Економічна діяльність будь-якого торговельного підприємства в ринкових умовах залежить від багатьох факторів, основним з яких є його конкурентоспроможність. Невизначеність та мінливість ринкового середовища сприяють пошуку ефективних методів управління та постійного контролю рівня конкурентоспроможності. Ефективне управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства сприяє формуванню конкурентних переваг у середовищі діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У ринкових умовах господарювання важливим елементом стійкості торговельного підприємства є його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність як економічне явище і провідний фактор, який визначає властивості ринкового середовища, досліджується у наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених. Якогось єдиного тлумачення поняття «конкурентоспроможність» немає, але практично всі вони торкаються виробничої та торговельної сфер. Серед науковців, які займалися питаннями конкурентоспроможності торговельних підприємств, можна відзначити таких, як А. Сміт, М. Портер, Й. Шумпетер, Р. Грецький, З. Варналій, М. Глазов, В. Колпаков, С. Мочерний, С. Князь, Н. Георгіаді, П. Пуцентейло, С. Покропивний, Ю. Погорелова, Р. Русин-Гриник, В. Сизоненко, Г. Филюк.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Постає потреба дослідження аспектів управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства, оскільки від правильності вибраних рішень, які торкаються питань формування управління конкурентоспроможністю залежать стратегічні цілі торговельного підприємства.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Основною метою статті є визначення ключових аспектів управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна ефективність торговельного підприємства залежить від правильного управління конкурентоспроможністю. Від рівня конкурентоспроможності залежить фінансово-господарська діяльність торговельного підприємства, тому важливим завданням є набути переваг, які в майбутньому вплинуть та закріплять конкурентні позиції на ринку. Проаналізувавши наукову літературу [1–12], ми дійшли висновку, що тема є дійсно актуальною та свідчить про складність предмета дослідження. Управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства характеризується наявністю конкурентних переваг, якими володіє підприємство порівняно з конкурентами. Наявність конкурентних переваг демонструє готовність торговельного підприємства застосовувати інноваційні підходи до управління.

Досить вдало характеризує конкурентні переваги М. Портер, який у своїй теорії конкурентних переваг доводив, що конкурентні переваги набуваються завдяки ефективному використанню усіх наявних ресурсів [1]. Він має на увазі, що підприємство набуває конкурентних переваг, якщо досить перспективно використовує усі ресурси, якими володіє, а не лише маючи їх. Це підкреслює важливість управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства.

Ж.-Ж. Ламбен [2] розглядає конкурентоспроможність підприємства з точки зору задоволення потреб споживачів. Тут йдеться про те, що торговельне підприємство повинно володіти кращими перевагами, ніж конкуренти, що дасть змогу надавати такі послуги, які будуть задовольняти потреби максимально. Такий підхід дасть можливість отримати більший дохід та розширити коло споживачів.

На думку О. Костусева, «управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення

цінових та якісних характеристик продукції, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення умов продажу та післягарантійного обслуговування, реклами» [5]. Важливість управління конкурентоспроможністю підприємства очевидна, оскільки охоплює весь процес виробництва, просування та збуту продукції. Саме від ефективного управління конкурентоспроможністю залежить фінансово-господарська діяльність торговельного підприємства. Сьогодні, коли на ринок досить сильно впливають кризові явища, великого значення набуває процес управління конкурентоспроможністю. Для того щоб ефективно розробити та запланувати процес управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства, потрібно визначити та вивчити фактори, які можуть вплинути на фінансово-господарську діяльність. В економічній літературі виділяють зовнішні та внутрішні фактори, які активно впливають на процес управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. До внутрішніх факторів належать організаційно-правова форма та структура підприємства, рівень науково-технічного розвитку виробництва, рівень освіченості та кваліфікації персоналу, діловий імідж компанії [6].

До зовнішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність, можна віднести такі фактори, як стан ринку товарів, на якому перебуває підприємство; ринок технологій; ринок робочої сили; науково-технічний прогрес; економічна ситуація в країні; рівень втручання держави. Останні фактори досить важко спрогнозувати, оскільки вони не є підконтрольними торговельному підприємству.

Для більш ефективного управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства слід дотримуватись певних правил, а саме розробленого алгоритму. На нашу думку, цей алгоритм повинен складатися з п'яти таких послідовних етапів:

- вивчення та чіткий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища торговельного підприємства;
- оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства;
- розроблення чіткої та послідовної концепції управління конкурентоспроможністю підприємства;
- визначення можливих заходів, які орієнтовані на покращення управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства;
- вжиття заходів, які допоможуть покращити управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства.

На першому етапі керівники торговельного підприємства проводять діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища. В основу такого аналізу слід покласти метод п'яти сил конкуренції М. Портера. На другому етапі слід провести оцінювання рівня конкурентоспроможності, тобто визначити, якими конкурентними перевагами торговельне підприємство володіє, де потрібно їх підсилити. На третьому етапі розробляється концепція з управління конкурентоспроможністю, де визначаються тактичні та стратегічні цілі. На наступному етапі визначаються можливі заходи, які орієнтовані на покращення управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. На останньому етапі відбувається

вжиття заходів, які допоможуть покращити управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Запроваджується певний проаналізований алгоритм, який має на меті забезпечити отримання важливих конкурентних переваг для торговельного підприємства.

Висновки. В умовах кризових явищ ринкової кон'юнктури, коли відбуваються трансформація та перетворення внутрішнього та зовнішнього середовища перебування торговельного підприємств, постає завдання вижити на ринку. Саме тому великого значення набуває формування процесу управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Під цим поняттям розуміється певна сукупність заходів, які спрямовані на систематичне покращення фінансово-господарської діяльності підприємства, а саме підвищення якості продукції чи надання послуг, розширення каналів збуту, пошук нових потенційних споживачів, гарантійне обслуговування. Основним завданням для торговельного підприємства залишається покращення управління конкурентоспроможністю. Саме розроблення чіткого механізму управління конкурентоспроможністю, який базується на аналізі внутрішніх та зовнішніх факторів, допоможе підприємству втриматись на ринку. Ця умова досягається шляхом розроблення та впровадження чіткого алгоритму управління конкурентоспроможністю підприємства. На їх основі проводиться побудова алгоритму управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах кризи.

Бібліографічний список:

1. Портер М. Стратегія конкуренції. Київ, 1998. 390 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. Санкт-Петербург, 2004. 796 с.
3. Мазаракі А. Економіка торговельного підприємства. Київ : Хрещатик, 1999. 797 с.
4. Должанський І. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
5. Костусев О. Конкурентне середовище в Україні: стан та тенденції розвитку. *Конкуренція*. 2007. № 4. 114 с.
6. Хваль Ю. Управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2013. № 2.
7. Капаруліна І. Розвиток підприємства: концепція і технологія дослідження : монографія. Київ : ЦУЛ, 2015. 432 с.
8. Георгіаді Н. Сучасний стан підприємницької активності в Україні. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4818> (дата звернення: 04.11.2021).
9. Вільгуцька Р. Формування та використання організаційних структур управління підприємствами. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/26542> (дата звернення: 04.11.2021).
10. Русин-Гриник Р. Формування системи управління підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 3 (65). Ч. 1. С. 127–133.
11. Русин-Гриник Р. Сутність принципів управління підприємницькими структурами на засадах забезпечення їх конкурентоспроможності. *Стратегічні перспективи розвитку промислових регіонів України в умовах економічної турбулентності* : матеріали Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (10 січня 2019 року). Маріуполь : ПДТУ, 2019. С. 200–201.
12. Rodrigues S.F., Oprime P.C., Lizarelli F.L. Impact analysis of critical success factors on the benefits from statistical

process control implementation. *Production*. 2017. № 27. E20162040. URL: <https://dx.doi.org/10.1590/0103-6513.204016>.

References:

1. Porter M. (1998) Stratehiya konkurenciji [Competition strategy]. Kyiv. (in Ukrainian)
2. Lamben J.-J. (2004) Menedzhment oryentirovanny na rynok: Stratehichesky y operatsyonny marketynh [Market-oriented management: Strategic and operational marketing]. Sankt-Peterburh. (in Ukrainian)
3. Mazaraki A. (1999) Ekonomika torhovel'noho pidpryyemstva [Economics of a commercial enterprise]. Kyiv: Khreshchatyk. (in Ukrainian)
4. Dolzhans'kyi I. (2006) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva [Competitiveness of the enterprise]: navch. posibnyk. Kyiv: Tsentri navch. I-ry. (in Ukrainian)
5. Kostushev O. (2007). Konkurentne seredovyshe v Ukraini: stan ta tendentsiyi rozvytku [Competitive environment in Ukraine: status and development trends]. *Konkurenciya*, no. 4. 114 p. (in Ukrainian).
6. Khval' Yu. (2013). Upravlinnya konkurentospromozhnisty torhovel'nykh pidpryyemstv v umovakh kryzy [Management of competitiveness of trade enterprises in a crisis]. *Efektivna ekonomika*, no. 2. (in Ukrainian)
7. Kaparulina I. (2015) Rozvytok pidpryyemstva: kontseptsiya i tekhnolohiya doslidzhennya [Enterprise development: concept and technology of research]: monohrafiya. Kyiv: TSUL (in Ukrainian).
8. Heorhiadi N. Suchasnyy stan pidpryyemnyts'koyi aktyvnosti v Ukraini [The current state of entrepreneurial activity in Ukraine]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4818> (accessed 04 November 2021). (in Ukrainian).
9. Vil'huts'ka R. Formuvannya ta vykorystannya orhanizatsiynykh struktur upravlinnya pidpryyemstvamy [Formation and use of organizational structures of enterprise management]. Available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/26542> (accessed 04 November 2021). (in Ukrainian)
10. Rusyn-Hrynyk R. (2018) Formuvannya systemy upravlinnya pidpryyemnyts'kymy strukturamy na zasadakh zabezpechennya yikh konkurento-spromozhnosti [Formation of a management system of business structures on the basis of ensuring their competitiveness]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*. Vyp. 3 (65). Ch. 1, pp. 127–133. (in Ukrainian)
11. Rusyn-Hrynyk R. (2009) Sutnist' pryntsyviv upravlinnya pidpryyemnyts'kymy strukturamy na zasadakh zabezpechennya yikh konkurento-spromozhnosti [The essence of the principles of management of business structures on the basis of ensuring their competitiveness]. *Stratehichni perspektyvy rozvytku promyslovykh rehioniv Ukrainy v umovakh ekonomichnoyi turbulentnosti: Vseukrayins'ka students'ka naukovo-praktychna konferentsiya*, 10 sichnya 2019. Mariupol': "PDTU". P. 200–201 (in Ukrainian).
12. Soriano, Fabiano Rodrigues, Oprime, Pedro Carlos, and Lizarelli, Fabiane Leticia, 2017. "Impact analysis of critical success factors on the benefits from statistical process control implementation", *Production*, 27, e20162040. URL: <https://dx.doi.org/10.1590/0103-6513.204016>.

Загребельна Д.І.

студентка

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Приварникова І.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Zahrebelna Daria

Student

Oles Honchar Dnipro National University

Privarnikova Irina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Senior Lecturer at the Department of Marketing and International Management

Oles Honchar Dnipro National University

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФАРМКЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ

PECULIARITIES OF CREATING PHARMACEUTICAL CLUSTERS IN UKRAINE TO STRENGTHEN THE COMPANY'S POSITION IN THE MARKET

У статті виділено основні особливості створення фармкластерів в Україні для посилення позицій підприємств на ринку. Виділено основні умови та чинники, які необхідні для формування кластерів, такі як розвинена інфраструктура поблизу підприємства, наявність ресурсів, потужності, кваліфікований персонал, який може бути залучений з будь-якої області. Проведено аналіз допоміжних видів діяльності українських фармацевтичних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Надано логічне пояснення об'єднання окремих видів діяльності підприємств. Визначено поєднання видів діяльності за КВЕД українських фармацевтичних компаній, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, які найчастіше зустрічаються. Економічно обґрунтовано створення фармкластеру фармацевтичним підприємством за умови поєднання основного з допоміжними видами діяльності. На основі аналізу видів діяльності, а також економічного доведення встановлено, що створення фармацевтичного кластеру посилює позицію підприємства на ринку.

Ключові слова: особливості кластеру, кластерний підхід, фармкластери, фармацевтична галузь, управління кластером, інноваційне управління, українські фармацевтичні підприємства.

В статье выделены основные особенности создания фармкластеров в Украине для усиления позиций предприятий на рынке. Выделены основные условия и факторы, необходимые для формирования кластеров, такие как развитая инфраструктура вблизи предприятия, наличие ресурсов, мощности, квалифицированный персонал, который может быть привлечен из любой области. Проведен анализ вспомогательных видов деятельности украинских фармацевтических предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Предоставлено логическое объяснение объединения отдельных видов деятельности предприятий. Определено сочетание видов деятельности по КВЭД украинских фармацевтических компаний, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, которые чаще всего встречаются. Экономически обосновано создание фармкластера фармацевтическим предприятием при условии сочетания основного со вспомогательными видами деятельности. На основе анализа видов деятельности, а также экономического доказывания установлено, что создание фармацевтического кластера усиливает позицию предприятия на рынке.

Ключевые слова: особенности кластера, кластерный подход, фармкластеры, фармацевтическая отрасль, управление кластером, инновационное управление, украинские фармацевтические предприятия.

Today, there is a high level of competition in the market of pharmaceutical companies, so in order to strengthen its market position; it is advisable for pharmaceutical companies to implement a cluster approach. The purpose of the study is to analyze the features of the creation of pharmaceutical clusters on the basis of existing pharmaceutical companies engaged in foreign economic activity, in order to strengthen their position in the Ukrainian market.

The methodological basis of this work is the integrated application of various methods of scientific knowledge. Among the general scientific methods, the authors used analysis (used to determine the main factors influencing the formation of pharmaceutical clusters in Ukraine), induction (obtaining general conclusions on the management of pharmaceutical clusters), generalization and structural-functional (to determine the main ancillary activities and their percentage), experiment (to calculate the feasibility of using a cluster approach in the management of the pharmaceutical cluster). In addition to these, the authors used a special method – formal-logical (to identify the reasons for the use of a set of certain activities). The article analyzes the main conditions and factors necessary for the formation of pharmaceutical clusters in the Ukrainian market. The authors analyzed the ancillary activities of Ukrainian pharmaceutical companies engaged in foreign economic activity. This paper shows the most common combinations of activities of Ukrainian pharmaceutical companies engaged in foreign economic activity. This study economically justifies the creation of a pharmaceutical cluster, using the ancillary activities of pharmaceutical companies. The authors confirm that the formation of a pharmaceutical cluster in Ukraine requires a developed infrastructure near the enterprise, the availability of resources and capacity, as well as qualified personnel who can be involved from any area. The analysis of two auxiliary activities proved the possibility of creating a pharmaceutical cluster based on them and allowed to identify the advantages. Based on the analysis of the activity and economic justification, the authors found that the creation of a pharmaceutical cluster strengthens the position of companies in the market. The achieved results can be used by pharmaceutical enterprises of Ukraine engaged in foreign economic activity to strengthen their position in the Ukrainian market. The difference is that the authors provide a logical explanation for combining certain activities of enterprises to create a pharmaceutical cluster. The limitations of this study are the analysis of ancillary activities of 200 pharmaceutical companies, with a similar analysis of more companies, the results may change. This paper opens up opportunities for future research in the implementation of the cluster approach in other industries.

Keywords: cluster features, cluster approach, pharmaceutical clusters, pharmaceutical industry, cluster management, innovation management, Ukrainian pharmaceutical companies.

Постановка проблеми. З кожним роком конкуренція на фармацевтичному ринку стрімко зростає, причому збільшується не тільки кількість гравців, але й товарів-аналогів. Конкуренція на ринку останнім часом відбувається виключно за ціновим критерієм, адже основні вимоги до лікарських засобів стають все жорсткішими. На нашу думку, одним із способів посилення позиції компанії на ринку є впровадження кластерного підходу в управління підприємством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кластерний підхід до управління є об'єктом багатьох авторських досліджень. А. Дубова наголошує на необхідності впровадження нових організаційно-управлінських структур, зокрема такої структури, як кластерний підхід [1]. М. Хмара, Ю. Королюк та В. Захарченко відзначають можливість використання кластерного підходу у регіональному управлінні [2; 3; 4]. А. Князевич та І. Брітченко підкреслюють значну роль та вплив кластерів на розвиток відповідної території [5, с. 24–29]. С. Фогані, Б. Махаді, Р. Омар, С. Лонг, Х. Чжан та С. Сетянінгсіх [6; 7; 8] зазначають, що малі та середні підприємства завдяки кластеризації діяльності мають можливість посилити свою позицію на ринку та збільшити свою присутність на міжнародному ринку. Як підкреслюють А. Вітюк, К. Траченко [9], це можна зробити у фарміндустрії, яка останнім часом зазнає динамічного розвитку в Україні. Є. Куриляк акцентує увагу на сучасній тенденції переходу від концентрованого розміщення підприємств на території, де зосереджені основні ресурси, до об'єднань виробничих фірм і установ, що здійснюють наукові розробки [10, с. 83]. В. Голубка відзначив розширення видів діяльності підприємства як можливість сформувати фармкластер, консолідуєчи зусилля суб'єктів господарювання на суміжних до фармацевтичної галузі видах економічної діяльності [11, с. 134], а Ж. Черноусова, А. Міщенко – як інструмент для підвищення рівня конкурентоспроможності фармпідприємства [12].

Серед основних праць, які присвячені аналізу українських фармкластерів, варто відзначити дослідження Р. Сагайдак-Нікітюк, у якому надано аналіз стану кластеризації світового та українського фармринку [13], а також роботу О. Матвіїв, у якій розміщено огляд фармкластерів з позиції інновацій [14].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на зростаючу кількість досліджень, які присвячені проблемі впровадження кластерного підходу в управління підприємствами різних груп промисловості, зокрема фарміндустрії, у науковому просторі особливостям формування фармкластерів на українському ринку уваги приділено недостатньо. Кластерний підхід є перспективним у зв'язку з можливістю поєднання різноманітних видів діяльності, тому потребує детального дослідження можливостей комбінуння видів діяльності для створення фармкластерів на українському ринку та обґрунтування доцільності їх створення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є аналіз особливостей створення фармкластерів на базі наявних фармацевтичних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність (далі – ЗЕД), задля посилення їх позицій на українському ринку.

Для досягнення визначеної мети ми ставимо перед собою такі завдання:

- визначити необхідні умови та чинники, які є необхідними для формування фармкластеру;
- проаналізувати допоміжні види діяльності фармацевтичних підприємств України, що здійснюють ЗЕД, задля виявлення їх пріоритетних комбінацій для створення фармкластерів;
- провести порівняння вартості отримання товарів чи послуг підприємством без утвореного фармкластеру та з ним.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кластер можна розглядати як систему взаємовигідних відносин різних організацій [15], проте у дослі-

дженні під кластером ми розуміємо діяльність одного підприємства, яке комбінує (поєднує) основний з неосновними видами діяльності, а також здійснює взаємодію з іншими організаціями, що не є фармпідприємствами.

Кластер як об'єкт економічної агломерації взаємопов'язаних організацій на певній території є важливим фактором для зайняття лідируючих позицій та економічного розвитку. Така організація промисловості сприяє зміцненню взаємозв'язків між суб'єктами – учасниками кластеру задля спрощення доступу до нових технологій, а також розподілу ризиків у різних формах спільної економічної діяльності, у тому числі у формі спільного виходу на зовнішні ринки, організації спільних НДДКР, спільного використання знань та основних фондів, прискорення процесів навчання за рахунок концентрації спеціалістів.

Фармацевтичний кластер порівняно з іншими регіонально-галузевими кластерами має певні специфічні риси. Насамперед це стосується обов'язкової допоміжної участі медичних організацій, які проводять клінічні дослідження лікарських засобів. Важливу роль відіграють також наукові організації, вищі навчальні заклади та НДІ медичного й фармацевтичного профіля. На взаємодію учасників фармацевтичного кластеру впливають особливості функціонування фармацевтичної галузі, зокрема наявність у ній специфічних вимог з боку органів правового регулювання.

Для того щоби підприємства, що поєднали види діяльності, можна було віднести до кластеру, окрім такого поєднання, потрібно дотримання певних умов та чинників. Головними умовами для створення фармкластеру є доступ до технологій, ресурсів та компетенцій, наявний кваліфікований персонал, розвинена інфраструктура та інновації. Варто зазначити, що у стислі терміни розвиток зазначених чинників неможливий.

Щодо кваліфікованого персоналу, то, на думку О. Матвіїв, кластер має створюватись навколо навчальних закладів [14]. Водночас ми схиляємось до думки про те, що найбільш важливе місце посідають виробничі потужності та ресурси, адже персонал можна запрошувати з різних областей країни з такою класифікацією, яка є необхідною для підприємства.

Говорячи про інновації, зазначаємо, що для здійснення зовнішньоекономічної діяльності фармацевтичними продуктами останні мають бути виготовлені відповідно до вимог не лише держави-виробника, але й держави-покупця, тому логічно впроваджувати інноваційні технології задля зменшення ризиків виготовлення неякісної продукції.

В Україні сьогодні зареєстровано понад 1 000 підприємств, основним видом діяльності яких є виробництво фармацевтичних препаратів. Ми припускаємо, що більшість українських фармацевтичних компаній працює за наявними технологіями і не потребує нововведень. Задля перевірки цієї гіпотези, виявлення інших закономірностей, а також пошуку необхідних комбінацій видів операційної діяльності задля створення кластеру вважаємо за необхідне перевірити, які суміжні види діяльності використовують українські фармпідприємства.

Для аналізу можливостей зі створення фармкластерів та виявлення допоміжних видів діяльності, комбінуючи з якими основну операційну діяльність, українські компанії можуть створювати фармкластери (використання суміжних видів діяльності для розширення асортименту, поліпшення просування, здійснення вертикальної інтеграції тощо), ми вибрали перші 200 підприємств, що здійснюють ЗЕД, перелік яких наведено у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб [16]. Ми вважаємо, що ці підприємства априорі є більш високотехнологічними та зацікавленими в інноваціях для посилення своїх позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Застосовуючи формально-логічний метод, ми проаналізували допоміжні види діяльності вибраних компаній, які разом з основним видом діяльності (виробництво фармацевтичних засобів) заявили станом на 1 листопада 2021 р. про інші види діяльності за класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) [17], про що свідчать дані реєстру [16]. За результатами аналізу ми побачили таке:

- 1) 90% підприємств мають по 4–5 КВЕДів;
- 2) 94% досліджуваних компаній мають такі види діяльності, як оптова та роздрібна торгівля фармацевтичними товарами, що є передумовою появи фармкластеру, адже роздрібна торгівля передбачає точки продажу (аптеки, магазини тощо);
- 3) 18% організацій мають хоча б один вид діяльності, пов'язаний з наданням медичних послуг (загальна лікарська практика, спеціалізована лікарська практика, ветеринарна діяльність);
- 4) близько 50% підприємств займаються дослідженням кон'юнктури ринку та вивченням громадської думки; вибір такого виду діяльності може бути причиною зростання уваги суспільства до нових тенденцій та необхідністю аналізу ринку задля створення товарів та надання таких послуг, які потребують споживачі, а замовлення перевірки кожної гіпотези чи аналізу частини ринку у міжнародних компаніях виходить значно дорожче, ніж самій організації організувати діяльність за заданим КВЕДом;
- 5) складуванням, зберіганням та пакуванням займаються майже 30%;
- 6) діяльністю у сфері наукових досліджень (за КВЕД 74.90, 72.11, 72.19, 71.20) займаються 20 компаній, що може свідчити про те, що більшість підприємств працює за вже наявними технологіями, які не потребують досліджень;
- 7) 28% компаній здійснюють діяльність із роздрібною торгівлю медичними та ортопедичними товарами, косметичними товарами та предметами гігієни у спеціалізованих магазинах, а також продуктами харчування, включаючи напої, та тютюновими виробами в неспеціалізованих магазинах; такий вибір видів діяльності є притаманним для здійснення роздрібною торгівлю супутніх товарів для лікарських засобів, тобто аптек;
- 8) 12% підприємств виготовляють не лише фармацевтичну продукцію, але й інші органічні хімічні речовини, ефірні олії, а також іншу продукцію, яка не включена до інших категорій;
- 9) на діяльність, яка пов'язана з транспортом (оренда та лізинг автомобілів, легких моторних тран-

спортних засобів та вантажних автомобілів), припадає 47%; операції у цій сфері можна обґрунтувати тим, що компанії використовують транспорт для задоволення своїх потреб у обмежений період, а у вільний час здають в оренду;

10) 27% підприємств серед своїх видів діяльності мають КВЕДи, що стосуються вирощування рослин;

11) 10% підприємств здійснюють дії з оренди та управління власною або орендованою нерухомістю, що обумовлено відсутністю необхідності постійного використання;

12) також було знайдено поодинокі випадки діяльності перукарень, салонів краси; готелів та схожих місць проживання; інших видів кредитування; консультування з питань комерційної діяльності та управління; рекламних агенцій, що є свідченням різноманіття операцій, які може здійснювати кластер.

Відповідно до результатів аналізу, сьогодні на українському ринку вже існують підприємства, які комбінують види діяльності та які ми можемо вважати такими, що здійснюють діяльність як фармкластер, але через відсутність інноваційного чинника чи інших причин ще не отримали назву «фармкластер».

Варто зазначити, що діяльність фармацевтичних компаній може відбуватися в межах одного підприємства (групи компаній) або декількох не пов'язаних між собою компаній. Наприклад, за кордоном набули великого поширення кластери на основі інноваційного аутсорсингу [18]. Інноваційний аутсорсинг дає змогу компаніям контролювати швидкість виведення нових препаратів на ринок. Цікаво, що у світі найближчим часом можлива поява багатьох нових лікарських засобів, які будуть створені в рамках «довгих» ланцюжків, які об'єднують фармацевтичні компанії, хімічні лабораторії і малі вузькоспеціалізовані компанії.

Для економічного обґрунтування кластерного підходу до управління фармацевтичними підприємствами ми провели аналіз вартості допоміжних операцій, які могли би бути здійснені в межах однієї компанії та вартості операцій, які були зроблені сторонніми організаціями. Цей експеримент проведено на основі найбільш часто використовуваних суміжних, логічно обґрунтованих видів діяльності, таких як транспорт і вирощування продукції, що є складовою частиною лікарських засобів.

Під час вирощування агропродукції (наприклад, використовуємо вирощування часника) до переліку витрат будуть включені такі складники:

- посівний матеріал (у середньому – 25 600 грн./га);
- оренда земельної ділянки (приблизно 10 000 грн./га);
- польові роботи (підкопування, боронування, культивування, хімічні обробки) – 100 000 грн./га;
- добрива (карбамід, нітроамофоска та гній) – 50 000 грн./га;
- надбавки до заробітної плати 2 співробітникам, які будуть залучені до процесу – 50 000 грн.

Отже, для того, щоби виростити 15–20 тон часнику, підприємству необхідно витратити близько 235 600 грн. Придбання ж компанією 15 тон часнику коштувало приблизно 1 200 000 грн. Різниця між вартістю становить 5 разів, що економічно обґрунтовує

впровадження вирощування рослин як виду діяльності фармацевтичного підприємства.

Щодо транспорту, то, крім вартості самих автівок (кожна приблизно по 3 000 000 грн.), компанії доведеться понести витрати на страхування [19] (65 700 грн.), технічне обслуговування (орієнтовно 40 000 грн.), ремонт, паливо та заробітну плату водія (260 000 грн.). Загалом приблизна сума витрат за перший рік на одну автівку має складати 3 365 700 грн. (без урахування палива та необхідного ремонту). У зв'язку з тим, що на авто буде гарантія 5 років, то, на нашу думку, значних капіталовкладень на ремонт підприємству не доведеться робити.

Отже, розрахуємо прибуток від надання послуг вантажного перевезення, тоді як автівки не використовуються підприємством. Вартість вантажоперевезення, яка встановлена компаніями, що надають транспортні послуги, за один кілометр становить від 23 грн. [20]. У середньому авто в день буде проїжджати 500 кілометрів. Серед витрат для здійснення таких операцій є паливо (розраховуємо витрати палива у 20 літрів на 100 кілометрів), вартість одного дня роботи водія, вартість авто, вартість одного дня страхування та технічного обслуговування й податків. Порахувавши це, отримуємо приблизно 3 650 грн. чистого прибутку в день з однієї машини. Таким чином, якщо підприємство використовує послуги транспортних компаній для перевезення своїх вантажів, то воно несе лише витрати, а якщо у компанії є свій транспорт, то підприємство може отримувати прибуток.

Висновки. За результатами дослідження виявлено такі основні особливості створення фармкластерів:

1) потрібно дотримуватись головних умов, важлива наявність стимулюючих розвиток кластеру чинників, таких як наявність розвиненої інфраструктури поблизу підприємства, інновацій, ресурсів та потужностей, кваліфікованого персоналу;

2) здійснення підприємствами суміжних видів діяльності; аналіз допоміжних видів діяльності показав, що українські фармпідприємства здійснюють здебільшого діяльність за 4–5 видами операцій; більшість допоміжних видів діяльності прямо стосуються циклу виробництва, проте зустрічаються випадки видів діяльності, які є незвичними для фармацевтичного бізнесу; результат аналізу свідчить про те, що на українському ринку фармпідприємства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, намагаються перейти до кластерного підходу до управління;

3) створення фармкластеру має бути економічно обґрунтованим; на прикладі аналізу двох допоміжних видів діяльності (вирощування агропродукції як сировини для фармовиробництва та використання транспорту) було обґрунтовано доцільність створення кластеру.

Вважаємо, що створення кластеру на базі наявного фармацевтичного підприємства посилить позиції останнього на ринку.

Подальші наукові розвідки у цьому напрямі можуть стосуватись специфіки функціонування фармацевтичних кластерів, їх нормативно-правового регулювання в іноземному та українському законодавстві, а також специфіки кластерного підходу в інших видах промисловості.

Бібліографічний список:

1. Дубова А. Перспективи кластерного підходу в управлінні виробництвом у регіонах. *Регіональна економіка*. 2007. Т. 4. С. 84–88.
2. Хмара М. Кластерний підхід у стратегії інноваційного розвитку зарубіжних країн. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*. 2013. Вип. 1 (40). С. 51–54.
3. Королюк Ю. Кластерний підхід як складова регіонального управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2010. № 3.
4. Захарченко С. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності регіонів: кластерний підхід. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2015. Вип. 2 (27). С. 37–39.
5. Князевич А., Бритченко І. Кластерний підхід до створення інноваційної інфраструктури країни. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. Т. 2. № 4. С. 24–29.
6. Foghani S., Mahadi B., Omar R. Promoting Clusters and Networks for Small and Medium Enterprises to Economic Development in the Globalization Era. *SAGE Open*. 2017. Vol. 7, no. 1. P. 215824401769715. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244017697152> (дата звернення: 10.11.2021).
7. Long C., Zhang X. Cluster-based industrialization in China: Financing and performance. *Journal of International Economics*. 2011. Vol. 84, no. 1. P. 112–123. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2011.03.002> (дата звернення: 14.11.2021).
8. Setyaningsih S. Using Cluster Analysis Study to Examine the Successful Performance Entrepreneur in Indonesia. *Procedia Economics and Finance*. 2012. Vol. 4. P. 286–298. DOI: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00343-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00343-7) (дата звернення: 16.11.2021).
9. Vitiuk A.V., Trachenko K.R. Supplementary Trends in Development of the Pharmaceutical Industry of Ukraine. *Visnyk of Vinnytsia Politechnical Institute*. 2018. Vol. 141, no. 6. P. 35–43. DOI: <https://doi.org/10.31649/1997-9266-2018-141-6-35-43> (дата звернення: 17.11.2021).
10. Куриляк С. Еволюційна складова міжнародних процесів кластеризації. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2014. Вип. 2. Квітень – червень. С. 83–92.
11. Голубка В. Механізми регулювання фармацевтичного ринку : дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2015. 233 с.
12. Черноусова Ж., Міщенко А. Економічний аналіз фармацевтичного підприємства щодо перспективи інноваційного розвитку на прикладі ПАТ «ФАРМАК». *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2018. № 15. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.15.2018.136541> (дата звернення: 17.11.2021).
13. Сагайдак-Нікітюк Р. Методика зонування регіонів України за потенційною фармацевтичною кластеризацією. *Управління, економіка та забезпечення якості фармацевції*. 2014. Т. 33. № 1. С. 55–59. URL: https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/4734/1/UEC_1_2014.pdf.
14. Матвіїв О. Кластеризація фармацевтичної галузі як метод зміцнення її фінансово-інвестиційного потенціалу. *Економіка та управління національним господарством*. 2014. С. 81–89.
15. Пуліна Т. Генезис кластерних об'єднань підприємств. *Проблеми економіки*. 2013. Т. 3. С. 134–142.
16. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. *Portal*. URL: <https://usr.minjust.gov.ua/content/free-search/person-result> (дата звернення: 01.11.2021).
17. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009: 2010 // Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення: 02.11.2021).
18. Прохорчук С. Функціонування інноваційного кластеру в регіоні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 6. С. 12–15.
19. KASKO online – Калькулятор KASKO. KASKO – Страхування авто: Калькулятор KASKO и ОСАГО / Автострахование. URL: <http://kaskoonline.net.ua/index.php?mode=kasko#calculate> (дата звернення: 04.11.2021).
20. Вантажоперевезення по Україні: ціна в компанії «Мак-Транс». Міжнародні вантажоперевезення ціна – замовити міжнародні перевезення вантажів. URL: <https://www.mak-trans.com/ua/prices> (дата звернення: 04.11.2021).

References:

1. Dubova A. (2007) Perspektivy klasternoho pidkhdohu v upravlinni vyrobnytstvom u rehionakh [Prospects of the cluster approach in production management in the regions]. *Rehionalna ekonomika* [Regional economy]. T. 4, pp. 84–88.
2. Khmara M. (2012) Klasternyi pidkhdid u stratehii innovatsiinoho rozvytku zarubizhnykh krain. [Cluster approach in the strategy of innovative development of foreign countries]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv]. *International relations*. Vol. 1, no. 40, pp. 51–54.
3. Korolyuk Yu. (2010) Klasternyi pidkhdid yak skladova rehionalnoho upravlinnia [Cluster approach as a component of regional management]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok* [Public administration: improvement and development]. Vol. 3.
4. Zakharchenko S. (2015) Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm pidvyshchennia konkurentospromozhnosti rehioniv: klasternyi pidkhdid [Organizational and economic mechanism of increasing the competitiveness of regions: a cluster approach]. *Visnyk Kyivskoho instytutu biznesu ta tekhnolohii* [Bulletin of the Kyiv Institute of Business and Technology]. Vol. 2, no. 27, pp. 37–39.
5. Knyazevich A., Britchenko I. (2015) Klasternyi pidkhdid do stvorennia innovatsiinoi infrastruktury krainy [Cluster approach to creating the country's innovation infrastructure]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Mukachevo State University]. Vol. 2, no. 4, pp. 24–29.
6. Foghani S., Mahadi B., Omar R. (2017) Promoting Clusters and Networks for Small and Medium Enterprises to Economic Development in the Globalization Era. *SAGE Open*. Vol. 7, no. 1, pp. 215824401769715. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244017697152> (accessed 10 November 2021).
7. Long C., Zhang X. (2011) Cluster-based industrialization in China: Financing and performance. *Journal of International Economics*. Vol. 84, no. 1, pp. 112–123. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2011.03.002> (accessed 14 November 2021).
8. Setyaningsih S. (2012) Using Cluster Analysis Study to Examine the Successful Performance Entrepreneur in Indonesia. *Proceedings Economics and Finance*. Vol. 4, pp. 286–298. DOI: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00343-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00343-7) (accessed 16 November 2021).
9. Vitiuk A.V., Trachenko K.R. (2018) Supplementary Trends in Development of the Pharmaceutical Industry of Ukraine. *Visnyk of Vinnytsia Politechnical Institute*. Vol. 141, no. 6, pp. 35–43. DOI: <https://doi.org/10.31649/1997-9266-2018-141-6-35-43> (accessed 17 November 2021).
10. Kurylyak E. (2014) Evoliutsiina skladova mizhnarodnykh protsesiv klasteryzatsii [Evolutionary component of international clustering processes]. *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu* [Bulletin of Ternopil National Economic University]. *Economic sciences*. Vol. 2, pp. 83–92.
11. Golubka V. (2015) Mekhanizmy rehuliuвання farmatsevtichnoho rynku [Mechanisms of regulation of the pharmaceutical market] : The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of economic sciences. Lviv. 233 p.

12. Chernousova Zh., Mishchenko A. (2018) Ekonomichnyi analiz farmatsevychnoho pidpriemstva shchodo perspektyvy innovatsiinoho rozvytku na prykladi PAT "FARMAK" [Economic analysis of a pharmaceutical enterprise on the prospects of innovative development on the example of PJSC "PHARMAC"]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"* [Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"], no. 15. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.15.2018.136541> (accessed 17 November 2021).
13. Sagaidak-Nikitiuk R. (2014) Metodyka zonuvannya rehioniv Ukrainy za potentsiinoiu farmatsevychnoiu klasteryzatsiieiu [Methods of zoning the regions of Ukraine by potential pharmaceutical clustering]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti farmatsii* [Management, economics and quality assurance of pharmacy]. Vol. 33, no 1, pp. 55–59. Available at: https://dspace.nuph.edu.ua/bistream/123456789/4734/1/UEC_1_2014.pdf.
14. Matviyiv O. (2014) Klasteryzatsiia farmatsevychnoi haluzi yak metod zmitsnennia yii finansovo-investytsiinoho potentsialu [Clustering of the pharmaceutical industry as a method of strengthening its financial and investment potential]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom* [Economics and management of the national economy]. P. 81–89.
15. Pulina T. (2013) Henezys klasternykh obiednan pidpriemstv [Genesis of cluster associations of enterprises]. *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy]. Vol. 3, pp. 134–142.
16. Yedynyi derzhavnyi reiestr yurydychnykh osib, fizychnykh osib-pidpriemstv ta hromadskykh formuvan [Unified State Register of Legal Entities, Individual Entrepreneurs and Public Associations]. Portal. Available at: <https://usr.minjust.gov.ua/content/free-search/person-result> (accessed 01 November 2021).
17. Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diialnosti DK 009:2010. [Classification of types of economic activity DK 009: 2010]/ Official webportal of the Parliament of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (accessed 02 November 2021).
18. Prokhorchuk S. (2016) Funktsionuvannya innovatsiinoho klasteru v rehioni [Functioning of innovation cluster in the region]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University]. Vol. 6. P. 12–15.
19. CASCO online – Calculator CASCO. CASCO – Car Insurance: CASCO and OSAGO Calculator Car insurance. Available at: <http://kaskoonline.net.ua/index.php?mode=kasko#calculate> (accessed 04 November 2021).
20. Cargo transportation across Ukraine: the price in the Mak-Trans company. International freight price – order international freight in. Available at: <https://www.mak-trans.com/ua/prices> (accessed 04 November 2021).

Залуцька Х.Я.

доктор економічних наук, доцент
Національного університету «Львівська політехніка»

Маслак Т.О.

аспірантка
Національного університету «Львівська політехніка»

Zalutska Khrystyna

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Lviv Polytechnic National University

Maslak Tetyana

Postgraduate Student
Lviv Polytechnic National University

ПЕРЕДУМОВИ ВИБОРУ ЕФЕКТИВНОГО НАПРЯМУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

FACTORS OF SELECTION OF EFFECTIVE WAY OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF CIRCULAR ECONOMY

Метою статті є визначення та обґрунтування умов, основних засад і ключових елементів діяльності підприємства, які необхідно врахувати під час вибору його ефективного стратегічного напрямку розвитку в умовах циркулярної економіки. Визначено, що ефективність виробництва замкнутого циклу забезпечує результативну стратегічну діяльність підприємства у разі оптимального поєднання його бізнес-процесів, спрямованих на підтримання раціонального розвитку перспективних напрямів діяльності підприємства. Окреслено і обґрунтовано основні елементи, які необхідно відслідковувати і значення яких треба враховувати під час визначення допустимої межі кожного з розглянутих аспектів (принципи циркулярної економіки, результативність бізнес-процесів) залежно від варіанта їх конкретного поєднання в певний період функціонування підприємства. Доведено доцільність використання показників результативності бізнес-процесів, інтеграційної адаптивності, диверсифікаційної конвергентності, коефіцієнта синхронності бізнес-процесів, коефіцієнта управлінської ефективності як ключових точок відстеження стану підприємства і коригування стратегічного напрямку його діяльності з огляду на сучасні умови розвитку. Подано алгоритм параметризації процесу розвитку машинобудівних підприємств через визначення його ключових параметрів, які дадуть змогу прийняти рішення про вибір відповідного стратегічного напрямку розвитку підприємства в умовах циркулярної економіки.

Ключові слова: циркулярна економіка, результативність бізнес-процесів, стратегічний напрям розвитку, конкурентоспроможна позиція на ринку, ключові елементи (параметри) розвитку підприємства.

Целью статьи является определение и обоснование условий, основных принципов и ключевых элементов деятельности предприятия, которые необходимо учесть при выборе его эффективного стратегического направления развития в условиях циркулярной экономики. Определено, что эффективность производства замкнутого цикла обеспечивает результативную стратегическую деятельность предприятия в случае оптимального сочетания его бизнес-процессов, направленных на поддержание рационального развития перспективных направлений деятельности предприятия. Обозначены и обоснованы основные элементы, которые необходимо отслеживать и значение которых нужно учитывать при определении допустимого предела каждого из рассмотренных аспектов (принципы циркулярной экономики, результативность бизнес-процессов) в зависимости от варианта их конкретного сочетания в определенный период функционирования предприятия. Доказана целесообразность использования показателей результативности бизнес-процессов, интеграционной адаптивности, диверсификационной конвергентности, коэффициента синхронности бизнес-процессов, коэффициента управленческой эффективности как ключевых точек отслеживания состояния предприятия и корректировки стратегического направления его деятельности с учетом современных условий развития. Предоставлен алгоритм параметризации процесса развития машиностроительных предпри-

ятий через определение его ключевых параметров, которые позволят принять решение о выборе соответствующего стратегического направления развития предприятия в условиях циркулярной экономики.

Ключевые слова: циркулярная экономика, результативность бизнес-процессов, стратегическое направление развития, конкурентоспособная позиция на рынке, ключевые элементы (параметры) развития предприятия.

Functioning of a modern enterprise in the strategic period is more effective in case of utmost performance by it of the full production cycle, which allows one to thoroughly control the process of products manufacturing by fostering the search for ways of its improvement, cost reduction, increase of sustainability capacity, etc. Besides, the performance of all stages of the closed production cycle of a certain product provides the possibility for the creation of new goods that bring new needs and, consequently, cause the necessity to increase the production output for these products (nanotechnological production) or manufacturing of the goods that incline to the integration with attractive stakeholders, which leads to the creation of the closed production cycle of another product and increase of the efficiency and competitiveness of enterprises, a certain sector of the economy of the country or its region. That is, the successful strategic activity of enterprises depends on the efficiency of the enterprise process, which constitute the closed production cycle, that increases the level of economic development of the enterprise, region and country on the one hand and outcome of its business-processes aimed at the obtainment and retention by the enterprise of long-term competitive advantages (positions) on the market taking into account modern conditions of their functioning on the other hand. Consequently, the ideal way of strategic development of modern enterprises depends on a constant search for balance between the elements of the enterprise rational functioning, which provide the effectiveness of the development of the economy of the enterprise, region, sphere or country, and efficiency of the enterprise business-processes aimed at the increase of the level of its competitiveness in the long-term period. Thus, the objective of this work is to determine and substantiate the conditions, basic principles and key elements of the enterprise activity that shall be taken into account when selecting an effective strategic way of its development in the context of the circular economy. It was determined that the effectiveness of the closed production cycle provides the efficient strategic activity of the enterprise in case of a well-balanced combination of its business processes aimed at the maintenance of rational development of the promising areas of the enterprise activity. The main basic elements were defined and substantiated that shall be tracked and the meaning of which shall be taken into account when determining permissible limits for each of the analyzed aspects (principles of the circular economy, efficiency of business-processes) depending on the variant of their particular combination at a certain period of the enterprise functioning. The work proved the expediency of the application of the indicators of business-processes efficiency, integrative adaptability, diversification convergence, coefficient of business-processes synchrony, coefficient of administration effectiveness as key points for tracking the state of the enterprise and adjustment of the strategic area of its activity taken into account modern conditions of development. The algorithm of parameterization of the process of development of machine-manufacturing enterprises was given through the determination of its key parameters that allow making decisions on the selection of the respective strategic way of the enterprise development in the context of the circular economy.

Keywords: circular economy, efficiency of business processes, strategic way of development, competitive position on the market, key elements (parameters) of the enterprise development.

Постановка проблеми. Сучасною моделлю економічного розвитку є циркулярна економіка. Ефективне впровадження принципів циркулярної економіки залежить від здатності підприємств вдало реалізовувати її засади, основними з яких є необхідність переробки вторинної сировини, відновлення ресурсів, мінімізація різних видів забруднень.

Однак під час спрямування можливостей підприємства на максимальне впровадження засад циркулярної економіки варто це робити так, щоб не знижувати результативність бізнес-процесів підприємства. Це вимагає формування оптимального напрямку стратегічного розвитку підприємства, який відповідатиме принципам циркулярної економіки та забезпечуватиме конкурентоспроможне функціонування підприємств у довгостроковому періоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Циркулярна економіка стає надзвичайно актуальною для розвитку сучасних підприємств, про що свідчить зростаюча кількість публікацій, які стосуються розгляду теоретичних засад циркулярної економіки [1–4], ключових принципів її формування [5], методологічних [6; 7] та практичних аспектів впровадження [8; 9].

В досліджених працях підкреслюються особливості та переваги циркулярної економіки [10], доцільність і заходи впровадження [11], рекомендації дотримання її основних засад для ефективної діяльності сучасних підприємств [12; 13], особливості інструментів циркулярної економіки та передумови їх застосування [5], рекомендації, надані Україні щодо переходу від традиційної (лінійної) економіки до циркулярної та становлення й розвитку циркулярних бізнес-моделей [14; 15], передумови формування, впровадження концепції та принципів циркулярної економіки 3R [9; 16] тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак важливо під час впровадження перспективно-актуальних засад і принципів циркулярної економіки у діяльність сучасних підприємств не залишати поза увагою особистісні та унікальні можливості розвитку кожного з них окремо. Відповідно, питання формування конкурентного стратегічного напрямку розвитку підприємства, що збалансовано враховують особливості та можливості циркулярної економіки й конкретного підприємства, а також пошуку точок їх доцільної збалан-

сованості, є актуальними й потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення та обґрунтування умов, основних засад і ключових елементів діяльності підприємства, які необхідно врахувати під час вибору його ефективного стратегічного напрямку розвитку в умовах циркулярної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Задля визначення ключових аспектів діяльності підприємств, стан яких варто моніторити під час впровадження засад (принципів) циркулярної економіки, щоб не знизити результативність бізнес-процесів підприємства, які забезпечуватимуть його стратегічний розвиток, необхідно визначити фактори, що найбільше впливають на цю результативність у сучасних умовах, та окреслити складові частини діяльності, використання яких забезпечить конкурентоспроможне функціонування підприємства з огляду на відповідні чинники середовищ його діяльності у конкретний момент часу.

З огляду на результати досліджень особливостей функціонування сучасних підприємств [17] ефективний їх розвиток можливий за рахунок здатності оперативного реагування на науково-технологічні, інноваційні, креативні зростаючі потреби суспільства шляхом створення підприємством відповідних додаткових ефектів за рахунок результативних управлінських інновацій та передових інформаційних технологій. Створення таких додаткових ефектів незалежно або разом із основними напрямами та результатами діяльності підприємства сприятиме формуванню ним вагомих конкурентних переваг, які забезпечать ефективне стратегічне функціонування підприємства.

Ефективне впровадження засад циркулярної економіки краще здійснюватиметься на підприємствах, де виконується повний виробничий цикл виготовлення продукції або є максимальне прагнення це зробити.

Відповідно, підприємствами, на яких доцільно досліджувати ефективність впровадження особливостей та основних засад циркулярної економіки, є машинобудівні підприємства, оскільки виконання ними замкнутого виробничого циклу сприяє високій якості та інноваційності їх продукції, що дає їм змогу завоювати стабільну частку ринку в сучасних умовах функціонування, оскільки конкурентоспроможність продукції машинобудівних підприємств залежить від технічної, цінової та кадрової унікальності конкретних складових елементів (сировини, комплектуючих тощо).

Графічна інтерпретація результативності бізнес-процесів вибірки досліджуваних машинобудівних підприємств за 2009–2018 рр. зображена на рис. 1.

Результативність бізнес-процесів досліджуваних машинобудівних підприємств розраховували за формулою (1):

$$P_3 = E_d + E_o, \quad (1)$$

де E_d – величина додаткового ефекту, отриманого побічно в процесі реалізації певного бізнес-процесу; E_o – величина основного ефекту від реалізації певного бізнес-процесу.

Величина основного ефекту являє собою значення результатів діяльності підприємства, яке визначається різницею величин сукупного результату реалізації бізнес-процесів підприємства і витрат, необхідних для здійснення цих бізнес-процесів.

Додатковий ефект розраховано як результати, отримані від реалізації супутніх основній діяльності робіт, послуг, товарів, пророблення ідей та обґрунтування необхідності й доцільності виготовлення певних інновацій.

Відповідно, додатковий ефект можна розглядати як збалансований результат реалізації принципів циркулярної економіки (максимально використовувати наявні відходи від виготовлення основного виду продукту тощо) та можливостей задоволення унікальних потреб ринку, що забезпечується шляхом отримання максимального синергійного ефекту від поєднання цих складових частин, спрямованого на завоювання перспективних конкурентних позицій на ринку (щодо як основних конкурентів, так і актуальних тенденцій розвитку суспільства) в стратегічному періоді.

Визначення результативності бізнес-процесів за запропонованою формулою дасть змогу відповідно до отриманих значень додаткового та основного ефектів, окремо нарощуючи відповідну у певний момент часу складову частину, підтримувати результативність його бізнес-процесів на рівні, необхідному для ефективного конкурентоспроможного розвитку у стратегічному періоді.

З даних рис. 1 спостерігаємо стрімку зміну значень результативності бізнес-процесів (P_3) досліджуваних машинобудівних підприємств, однак це переважно зумовлено зростанням значень основного ефекту.

За даними основних результатів діяльності досліджуваних машинобудівних підприємств і результативності їх бізнес-процесів, поданих на рис. 1, можемо дійти висновку про неефективне використання можливостей нарощення додаткового ефекту, оскільки в певні періоди діяльності підприємств результативність їх бізнес-процесів нижча за величину основного ефекту або дорівнює їй. Це свідчить про неефективне управління здійсненням бізнес-процесів на підприємствах, оскільки зростання виручки від реалізації досліджуваних машинобудівних підприємств показує зростання/стабільність (у разі підвищення ціни) попиту на їх продукцію.

Зниження результативності бізнес-процесів досліджуваних машинобудівних підприємств може привести до зниження їх прибутковості через неефективне управління реалізацією бізнес-процесів, невживання креативних, відповідно до зростаючих умов розвитку суспільства, ідей їх здійснення та ігнорування можливостей максимального нарощення додаткового ефекту, необхідного для ефективного стратегічного розвитку підприємства в умовах циркулярної економіки.

Стрімка зміна значень показників результативності бізнес-процесів свідчить про неефективне їх виконання, відсутність взаємозв'язків між бізнес-процесами підприємства, швидку їх структурну зміну (видів, елементів, кількості тощо). Такі зміни негатив-

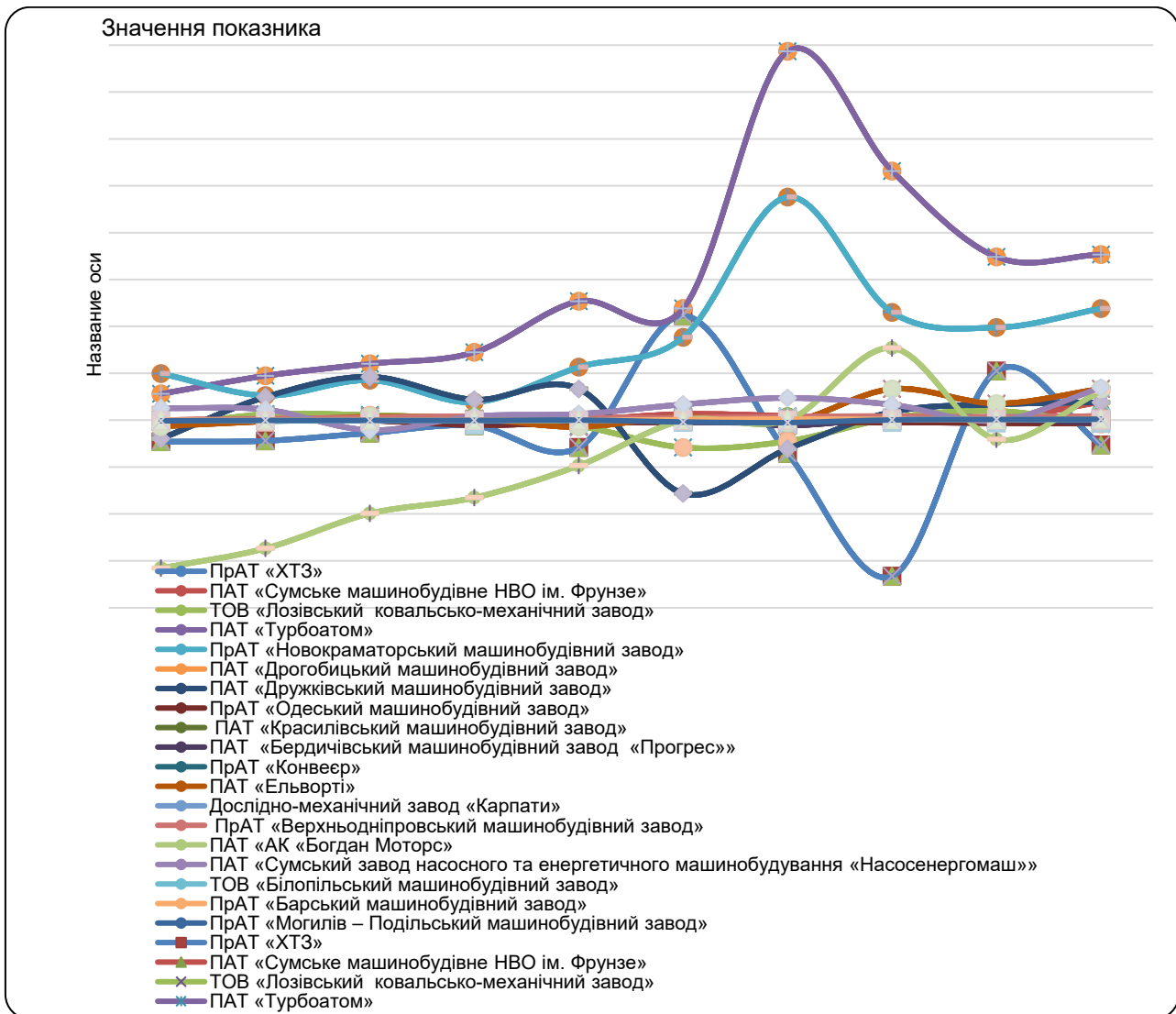


Рис. 1. Значення показника результативності бізнес-процесів досліджуваних машинобудівних підприємств за 2009–2018 рр.

Джерело: побудовано авторами

но впливають на довгострокову ефективність діяльності підприємств, оскільки приводять до нерівномірного отримання прибутків, втрати частини прибутків через неможливість оптимізації виконання бізнес-процесів, що пов'язано з нетривалістю їх здійснення й відсутністю раціональних взаємозв'язків між ними.

Отже, для забезпечення довгострокової ефективності підприємства необхідно стабілізувати результативність бізнес-процесів за рахунок постійності їх виконання, що можливо шляхом спеціалізації підприємства або його бізнес-одиниць. Для забезпечення поточної ефективності підприємства його спеціалізованим бізнес-одиницям за необхідності потрібно залучати відсутні ресурси, що є результатами реалізації бізнес-процесів, яких у них немає або яких недостатньо, у бізнес-одиниці, в яких ці ресурси є у надлишку.

Таким чином, доцільно збалансувати структуру бізнес-процесів підприємства чи його бізнес-одиниць за певним критерієм, який забезпечить макси-

мально стабільну результативність їх реалізації та ефективність довгострокової конкурентоспроможної діяльності підприємства.

Для забезпечення тривалої стабільно високої результативності бізнес-процесів підприємства доцільно встановити між ними взаємозв'язки через їх ресурсну взаємну забезпеченість.

Однак під час установа комплексної ресурсної взаємозабезпеченості важко буде раціонально розділити бізнес-процеси на окремі бізнес-одиниці, оскільки складно обмежити їх кількість. Відповідно, варто в бізнес-одиницях виділяти комплексно взаємозабезпечувальні бізнес-процеси, за яких досягається їх максимальна результативність, що покаже те, наскільки бізнес-процеси інтеграційно адаптивні між собою. Однак у цьому разі враховуватиметься лише поточна вигода від можливих взаємозв'язків між бізнес-процесами, а для стратегічної ефективності і перспективності формування та функціонування відповідних бізнес-одиниць важливим

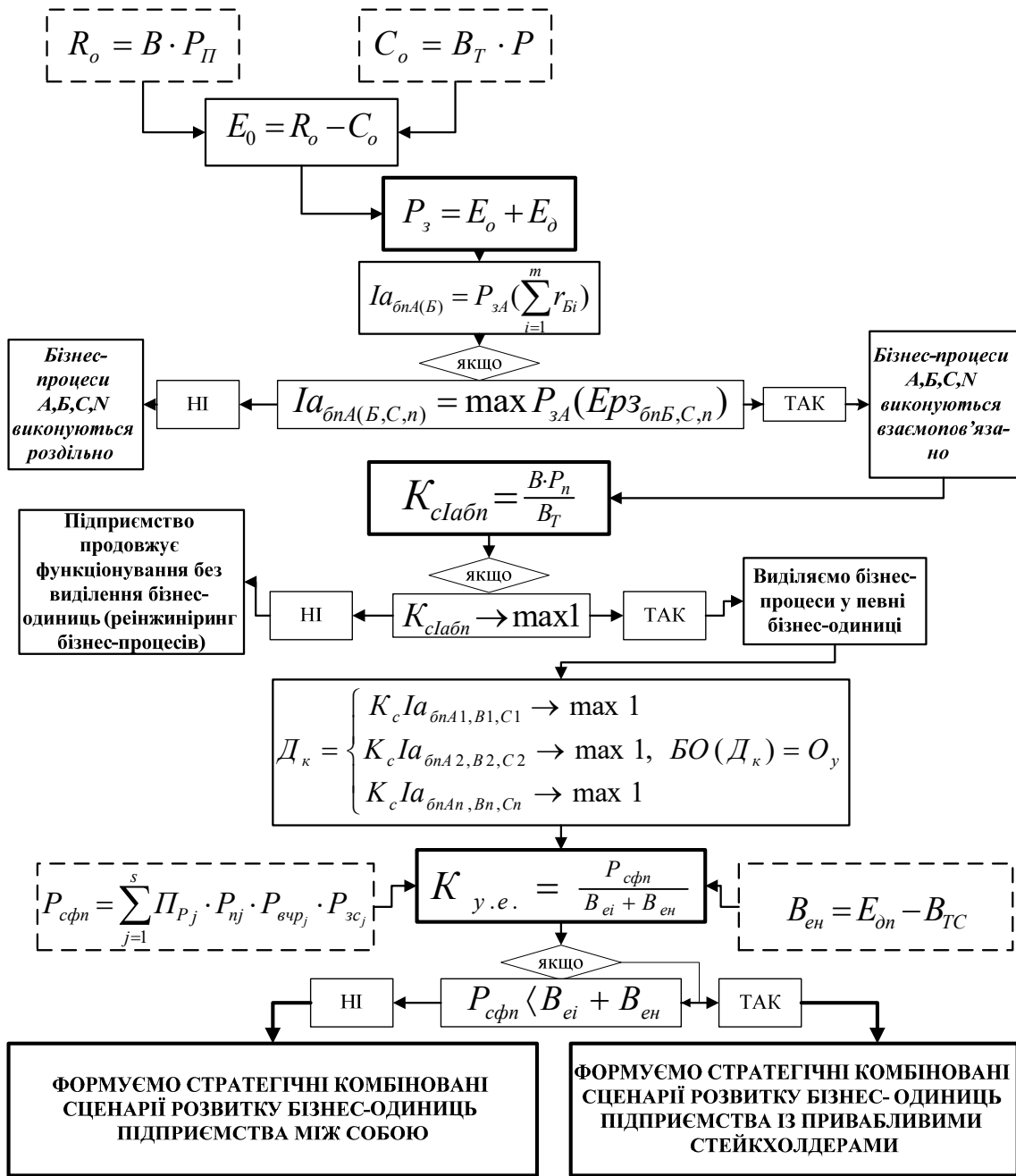


Рис. 2. Алгоритм параметризації процесу розвитку машинобудівних підприємств у стратегічному періоді через визначення його ключових параметрів, адекватних умовам циркулярної економіки

Умовні позначення: E_d – величина додаткового ефекту, отриманого побічно в процесі реалізації певного бізнес-процесу; E_o – величина основного ефекту від реалізації певного бізнес-процесу; R_o – величина сукупного результату реалізації певного бізнес-процесу (згідно із запланованими параметрами); C_o – сукупні витрати, необхідні для здійснення певного бізнес-процесу згідно з основним призначенням; B – ефект (вигоди), отриманий від реалізації конкретного бізнес-процесу; P_n – ринкова привабливість отриманих результатів реалізації певного бізнес-процесу; B_t – витрати, необхідні для реалізації певного бізнес-процесу; P – бажаний рівень рентабельності; $Ia_{0nA(B)}$ – інтеграційна адаптивність бізнес-процесів А і Б; E_{ei} – ефективність комплексного забезпечення і-м видом ресурсу, що є результатом здійснення бізнес-процесу Б, реалізації бізнес-процесу А; m – кількість різновидів ресурсів; K_{cIa0n} – коефіцієнт синхронності інтеграційно адаптивних бізнес-процесів; D_k – диверсифікаційна конвергентність; $BO(D_k)$ – кількість бізнес-одиниць, виділених згідно з показником диверсифікаційної конвергентності; O_y – обмежуючі вимоги до структури бізнес-одиниць; $K_{y.e.}$ – коефіцієнт управлінської ефективності; А, В, С – види бізнес-процесів підприємства; n – кількість бізнес-процесів підприємства; P_{cfn} – результативність самостійного функціонування підприємства з наявним потенціалом (асортиментом); s – кількість бізнес-одиниць; P_r – прибуток, який отримує j-та бізнес-одиниця диверсифікованого підприємства; P_{nj} – рівень привабливості продукції j-ї бізнес-одиниці для споживачів; $P_{vчрj}$ – рівень відносної частки j-ї бізнес-одиниці; $P_{зсj}$ – рівень задоволення потреб інших стейкхолдерів j-ї бізнес-одиниці; B_{ei} – ефекти диверсифікованого підприємства від інтеграції; B_{en} – надлишковий ефект нового суб'єкта господарювання, з яким розглядається можливість інтеграції; $E_{дп}$ – додатковий ефект від використання решти потенціалу суб'єкта господарювання, з яким розглядається можливість інтеграції; B_{vc} – витрати, необхідні для самостійного надання послуг чи виготовлення продукції підприємством (витрати, пов'язані зі створенням цих вигід) (самостійна вигода).

Джерело: розроблено авторами

критерієм буде довгострокова результативність інтеграційно адаптивних бізнес-процесів, тому доцільно під час виділення бізнес-процесів у певні одиниці бізнесу чи оптимізації структури або складу бізнес-процесів розраховувати коефіцієнт синхронності, який дасть змогу визначити рівень поточної результативності та стратегічної перспективності інтеграційно адаптивних бізнес-процесів за їх певними складовими частинами. Виділена таким чином сукупність бізнес-процесів, окрім специфічних можливостей їх здійснення, повинна відповідати загальноприйнятим критеріям поділу диверсифікованого підприємства на бізнес-одиниці та особливостям функціонування бізнес-одиниць.

Для забезпечення можливості максимального нарощення додаткового ефекту через результативне виконання необхідних бізнес-процесів, які забезпечують виробництво неопродуктів, потрібних для ефективного функціонування підприємства в сучасних умовах, у разі недостатності певних видів ресурсів доцільно їх залучати від привабливих стейкхолдерів шляхом інтеграції відповідних зусиль.

Відповідно до поданих рекомендацій і результатів роботи [18] на рис. 2 подано алгоритм формування комбінованих сценаріїв стратегічного напрямку розвитку сучасного підприємства з визначенням ключових параметрів цього процесу (результативність бізнес-процесів, інтеграційна адаптивність, диверсифікаційна конвергентність, коефіцієнт синхронності бізнес-процесів, коефіцієнт управлінської ефективності), врахування яких необхідне для ефективного впровадження на підприємствах засад циркулярної економіки, що підвищить його конкурентоспроможність у стратегічному періоді.

Висновки. Виділені ключові параметри, які сприяють формуванню конкурентоспроможного стратегічного напрямку розвитку підприємства, є основними елементами, які варто враховувати, контролювати та регулювати, збалансовуючи певні їх складові частини в процесі впровадження засад циркулярної економіки, забезпечуючи зростання результативності окремих бізнес-процесів підприємства та ефективності підприємства загалом у довгостроковому періоді.

Бібліографічний список:

1. Сисоєв О.В. «Циркулярна економіка» та «фахівець із циркулярної економіки»: сутність та зміст понять в українському та польському науковому просторі». *ОД*. 2020. Вип. 31. Вип. 4. С. 48–68.
2. Валько Д.В. Циркулярная экономика: теоретическая модель и эффекты реализации. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2018. Т. 14. Вып. 8. С. 1415–1429.
3. Ратнер С.В. Циркулярная экономика: теоретические основы и практические приложения в области региональной экономики и управления. *Инновации*. 2018. № 9 (239). С. 29–37.
4. Ingebrigtsen S., Jakobsen O. Circulation Economics: Theory and practice. *Oxford University Press : Frontiers of Business Ethics*, 2007. Vol. 3. 349 p.
5. Варфоломеев М.О. Парадигма циркулярной экономики в условиях Украины. *Бизнес-Информ*. 2021. № 2. С. 13–20.
6. Дейнеко Л.В., Ципліцька О.О. Циркулярна економіка як напрям промислової модернізації: європейський досвід. *Економіка: реалії часу*. 2018. № 5 (39). С. 30–40.

7. Шуруренко О.В. Циркулярна економіка як передумова формування інноваційних платформ сталого розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. *Бізнес-Інформ*. 2021. № 4. С. 323–330.
8. Зварич І.Я. Глобальна циркулярна економіка: «економіка ковбоїв» vs «економіка космічного корабля»: монографія. Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2019. 337 с.
9. Батова Н.В., Сачек П.О., Тоцицкая И.С. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие практики. *Центр экономических исследований БЕРОК*. URL: http://www.beroc.by/webroot/delivery/les/PP_5_rus.pdf (дата звернення: 12.11.2021).
10. Гончар В.С., Горохова Т.О., Маматова Л.В. Циркулярна економіка як драйвер стійкого розвитку України. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2020. № 2 (6). С. 239–248.
11. Циркулярна економіка та переваги для суспільства. Дослідження стосовно Чеської Республіки та Польщі. URL: http://www.clubofrome.org.ua/wpcontent/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR_UA-2.pdf (дата звернення: 12.11.2021).
12. Yuan Z., Bi J., Moriguchi Y. The circular economy: A new development strategy in China. *Journal of Industrial Ecology*. 2006. № 10. P. 4–8.
13. Руда М.В., Яремчук Т.С., Бортнікова М.Г. Циркулярна економіка в Україні: адаптація європейського досвіду. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2021/jun/23807/managedzhment121-214-224.pdf> (дата звернення: 12.11.2021).
14. Руда М.В., Мирка Я.В. Циркулярні бізнес-моделі в Україні. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Т. 2. № 1. С. 107–121.
15. Сергієнко-Бердюкова Л.В. Проблеми, теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. № 3 (33). С. 327–350.
16. Чуріканова О.Ю. Інноваційні бізнес-моделі циркулярної економіки на регіональному рівні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Т. 1. С. 204–208.
17. Залуцька Х.Я. Антагонізм особливостей диверсифікації та інтеграції як основна умова забезпечення гомеостазу розвитку підприємства в умовах неотехнологічного відтворення. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 4 (78). С. 82–90.
18. Залуцька Х.Я. та ін. Формування взаємодії учасників диверсифікованих компаній через стратегію поведінки їхніх бізнес-одиниць / за заг. ред. В.В. Козика. Львів: Растр-7, 2017. С. 98–111.

References:

1. Sysoev O.V. (2020) "Tsyrukuliarna ekonomika" ta "fakhivets iz tsyrukuliarnoi ekonomiky": sutnist ta zmist poniat v ukrainskomu ta polskomu naukovomu prostori ["Circular Economics" and "Circular Economics Specialist": the essence and content of concepts in the Ukrainian and Polish scientific space]. *OD*, issue 31, issue 4, pp. 48–68. (in Ukrainian)
2. Valko D.V (2018) Tsirkulyarnaya ekonomika: teoreticheskaya model' i efekty realizatsii [Circular economics: theoretical model and effects of implementation]. *National interests: priorities and security*. Vol. 14. Vol. 8, pp. 1415–1429. (in Russian)
3. Ratner S.W. (2018) Tsirkulyarnaya ekonomika teoreticheski osnovy i prakticheskie prilozheniya v oblasti regional'noy ekonomiki i upravleniya [Circular economics theoretical foundations and practical applications in the field of regional economics and management]. *Innovations*, no. 9 (239), pp. 29–37. (in Russian)

4. Ingebrigtsen S., Jakobsen O. (2007) [Circulation Economics: Theory and practice]. Oxford University Press: Frontiers of Business Ethics. (in English)
5. Bartholomew M.O. (2021) Paradyhma tsyrkulyarnoy ekonomiky v umovakh Ukrainy [Paradigm of circular economy in Ukraine]. *Business-Inform*, no. 2, pp. 13–20. (in Ukrainian)
6. Deineko L.V., Tsiplitska O.O. (2018) Tsyrykulyarna ekonomika yak napryam promyslovyi modernizatsiyi: yevropeys'kyi dosvid [Circular economy as a direction of industrial modernization: European experience]. *Economics: the realities of time*, no. 5 (39), pp. 30–40. (in Ukrainian)
7. Shkurenko O.V. (2021) Tsyrykulyarna ekonomika yak peredumova formuvannya innovatsiynykh platform staloho rozvytku sub'yektiv pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti [Circular economy as a prerequisite for the formation of innovative platforms for sustainable development of business entities]. *Business-Inform*, no. 4. P. 323–330. (in Ukrainian)
8. Zvarych I.Ya. (2019) Hlobalna tsyrkuliarna ekonomika: "ekonomika kovboiv" vs "ekonomika kosmichnoho korablia" [Global circular economy: "cowboy economy" vs "spacecraft economy"]. Ternopil: VPC "Economic Thought of TNEU". (in Ukrainian)
9. Batova N.V., Sachek P.O., Tochitskaya I.S. Tsyrykulyarnaya ekonomika v deystvii: formy organizatsii i luchshie praktiki [Circular economics in action: forms of organization and best practices]. *BEROK Center for Economic Research*. Available at: http://www.beroc.by/webroot/delivery/les/PP_5_rus.pdf. (in Russian)
10. Gonchar V.S., Gorokhova T.O., Mamatova L.V. (2020). Cyrkuljarna ekonomika jak drajver stijkogho rozvytku Ukrainy [Circular economy as a driver of sustainable development of Ukraine]. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, no. 2 (6), pp. 239–248. (in English)
11. Cyrkuljarna ekonomika ta perevaghyy dlja suspiljstva. Doslidzhennja stosovno Cheskohoji Respubliky ta Poljskohoji [Circular economy and benefits for society]. [Study on the Czech Republic and Poland]. Available at: <http://www.clubofrome.org.ua/wpcontent/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR-UA-2.pdf>. (in Ukrainian)
12. Yuan Z., Bi J., Moriguichi Y. (2006) [The circular economy: A new development strategy in China]. *Journal of Industrial Ecology*, no. 10, pp. 4–8.
13. Ruda M.V., Yaremchuk T.S., Bortnikova M.G. (2021) Cyrkuljarna ekonomika v Ukraini: adaptacija jevropejs'kogho dosvidu [Circular economy in Ukraine: adaptation of the European experience]. *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*, no. 3 (1). Available at: http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal_paper/2021/jun/23807/menedzhment121-214-224.pdf. (in Ukrainian)
14. Ruda M.V., Mirka J.V. (2020) Cyrkuljarni biznes-modeli v Ukraini [Circular business models in Ukraine]. *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*, vol. 2, no. 1, pp. 107–121. (in Ukrainian)
15. Sergienko-Berdyukova L.V. (2015) Problemy, teoriji ta metodologiji bukhghalters'kogho obliku, kontrolju i analizu [Problems, theories and methodologies of accounting, control and analysis], № 3 (33). P. 327–350. (in Ukrainian)
16. Churikanova O.Y. (2020). Innovacijni biznes-modeli cyrkuljarnoy ekonomiky na rehional'nomu rivni [Innovative business models of the circular economy at the regional level]. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 4, vol. 1, pp. 204–208. (in Ukrainian)
17. Zalutska H.Ya. (2020) Formuvannya vzajemodijy uchasnykiv dyversyfikovanykh kompanij cherez strateghiju povedinky jikhnikh biznes-odnyncj [Antagonism of features of diversification and integration as the main condition for ensuring homeostasis of enterprise development in terms of neotechnological reproduction]. Problems of a system approach in economics: a collection of scientific works. *National Aviation University*, no. 4 (78), pp. 82–90. (in Ukrainian)
18. Zalutska H.Ya., Kozyk V.V. (2017) Formuvannya vzajemodijy uchasnykiv dyversyfikovanykh kompanij cherez strateghiju povedinky jikhnikh biznes-odnyncj [Formation of interaction of participants of diversified companies through the strategy of behavior of their business units]. Lviv: Raster-7. (in Ukrainian)

УДК 339.1

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-7>

Захарчин Р.М.

кандидат економічних наук, доцент
Львівського національного університету імені Івана Франка

Zakharchyn Roman

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Ivan Franko National University of Lviv

ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ТОВАРІВ І ПОСЛУГ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН ТА ТРАНСФОРМАЦІЙ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

DOMESTIC MARKET OF SERVICES AND GOODS IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIOECONOMIC CHANGES AND TRANSFORMATIONS OF THE BUSINESS ENVIRONMENT

Автор статті досліджує чинники впливу на підприємницьку діяльність суб'єктів ринку товарів і послуг в умовах сучасних викликів глобального та локального характеру. Акцентовано увагу на комплексності та взаємопов'язаності ефекту дії та впливу цих чинників на успішне ведення бізнесу. Виокремлено як найбільш важливі такі заходи щодо збереження бізнесу та забезпечення його конкурентоспроможності, як тренди поведінки споживача, вдосконалення форм надання послуг, створення вітчизняних товарних брендів, інновації в тарі та пакувальних матеріалах, пріоритетність вітчизняної продукції. Особливу увагу звернено на виклики у зв'язку з COVID-19 та пов'язаними з ним карантинними обмеженнями. Відзначено особливу роль вищої професійної освіти, яка полягає у підготовленні фахівців, здатних забезпечити нові підходи до ведення бізнесу в умовах сучасних викликів. Нові реалії вимагають оперативного реагування і ставлять перед підприємствами нові завдання. З огляду на це автором запропоновано окремі заходи щодо подолання впливу та наслідків сучасних викликів, змін і трансформацій соціально-економічного середовища задля підвищення ефективності діяльності та підтримки бізнесу у сфері товарів та послуг.

Ключові слова: товари й послуги, соціально-економічне середовище, сучасні виклики, чинники впливу, коронавірус.

Автор статьи исследует факторы влияния на предпринимательскую деятельность субъектов рынка товаров и услуг в условиях современных вызовов глобального и локального характера. Акцентировано внимание на комплексности и взаимосвязанности эффекта действия и влияния этих факторов на успешное ведение бизнеса. Выделены как наиболее важные такие меры по сохранению бизнеса и обеспечению его конкурентоспособности, как тренды поведения потребителя, совершенствование форм предоставления услуг, создание отечественных товарных брендов, инновации в таре и упаковочных материалах, приоритетность отечественной продукции. Особое внимание обращено на вызовы в связи с COVID-19 и связанными с ним карантинными ограничениями. Отмечена особая роль высшего профессионального образования, заключающаяся в подготовке специалистов, способных обеспечить новые подходы к ведению бизнеса в условиях современных вызовов. Новые реалии требуют оперативного реагирования и ставят перед предприятиями новые задания. В связи с этим автором предложены отдельные меры по преодолению влияния и последствий современных вызовов, изменений и трансформаций социально-экономической среды с целью повышения эффективности деятельности и поддержки бизнеса в сфере товаров и услуг.

Ключевые слова: товары и услуги, социально-экономическая среда, современные вызовы, факторы воздействия, коронавирус.

The article analyzes the potential methods of successful business managed by enterprises of services and goods industry in terms of modern challenges, changes and transformations of the social and economic environment. The author draws the subjects' of entrepreneurial activity attention in the services and goods industry to the importance of monitoring not only the profile business, but also the general philosophy of modern entrepreneurship and business strategies. The work highlights the factors of global character that significantly influence the transformations of the global economy and change of domestic social and economic environment. At the same time, these changes substantially influence the functioning strategy of enterprises in the service sector and producers of services and goods. The article also studies other factors which have an impact on effective businesses' functioning and on increasing the stable competitiveness level of the enterprises in the services and goods industry in the context of modern challenges. Among these factors, the author singles out the trends of modern customer's behavior and requests; tendencies of improving the forms and methods of services provision; establishment of domestic,

regional, or local commodity brands; packaging innovations; domestic production priorities. Particular attention is paid to the challenges that arose in society, economy and everyday life due to the COVID-19 and related quarantine restrictions. The study provides examples of the negative impact of coronavirus infection in the context of economic activity, external economic factors, food, retail, touristic and hotel-restaurant services, education. The author of the work points out the special role of higher professional education which mission is to provide specialists who are able to offer new approaches to business under modern challenges. The article draws attention to the comprehensive nature of the impact of the above-mentioned factors on the business. As a consequence, the relevance of achieving the synergy effect from the introduction of new approaches to management in the services and goods industry is highlighted. The new reality, new conditions of entrepreneurship, new social and economic environments require prompt reaction and bring new challenges for enterprises. Considering this, the author suggests particular measures to take to overcome the impact and consequences of modern challenges, changes and transformations of the social and economic environment in order to increase the effectiveness of functioning and support of the business in the services and goods industry.

Keywords: services and goods, social and economic environment, modern challenges, factors of impact, coronavirus.

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток країни, безумовно, перебуває під впливом чинників глобалізації, змін світового та вітчизняного економічного ринку, а також інших чинників, що суттєво позначається на стратегії діяльності підприємств, зокрема сфери товарів і послуг. Врахування дії цих чинників, їхнього впливу на стан бізнесу вимагає від суб'єктів господарювання в царині товарів і послуг оперативного і детального їх аналізу, напрацювання механізмів зниження ризиків і можливих негативних наслідків. В зоні особливої уваги повинні постати ті чинники, які насамперед і найбільш відчутно загрожують успішному бізнесу. До заходів, які можуть запобігти цим загрозам, адаптувати підприємства до змін та викликів сьогодення, на нашу думку, належать врахування зростаючих вимог та осучаснення потреб споживача, адаптація товаровиробництва, товарного збуту й надання послуг до сучасних соціально-економічних умов, нововведення у сфері тари й пакувальних матеріалів, створення вітчизняних брендів товарної продукції. Особлива роль відведена вищій професійній освіті, яка зобов'язана також оперативно реагувати на сучасні виклики та забезпечити оперативність, мобільність та ефективність підготовки фахівців, здатних вирішувати будь-які завдання в умовах динамічних змін. Протистояння сучасним ризикам, адаптування до соціально-економічних змін є однією з ключових проблем діяльності підприємств сфери товарів і послуг, тому глибокий аналіз чинників, напрацювання адекватних заходів бізнесової поведінки, використання чинників змін у своїх комерційних інтересах, інтегрованих з інтересами суспільства і конкретних споживачів, стає пріоритетом. Звідси випливають актуальність дослідження, його вмотивованість та важливість, що вимагає подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні аспекти розвитку світового ринку товарів та послуг у глобалізації світогосподарських зв'язків висвітлено у працях зарубіжних науковців, таких як Д. Маркуїє, Д. Родрік, Дж. Стігліц, Р. Стерн, А. Крей, Б. Хоекман. Серед вітчизняних учених вагомими є напрацювання таких науковців, як О. Булюк, І. Бураковський, Р. Заблоцька, М. Побоченко, О. Рогач. Дослідженню проблем функціонування малого підприємництва в умовах пандемії COVID-19 присвятили праці І. Вагнер, І. Демко, Т. Гейко, О. Красота, С. Литвиненко, Т. Лободзинська. Науковий доробок, присвячений

дослідженню проблематики необхідності державного регулювання ринку товарів та послуг, представлений у працях таких авторів, як Є. Ахромкин, З. Варналій, В. Воротін, В. Керецман, М. Долішній, В. Лагутін, Л. Лігоненко, В. Максимов, Н. Свірідова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте питання сучасних тенденцій розвитку ринку товарів і послуг в умовах глобалізаційних викликів за динамічних змін соціальних умов та економічного середовища з урахуванням впливу карантинних обмежень через COVID-19 вимагають подальшого дослідження та аналізу чинників із синергетичним ефектом протистояння сучасним змінам та адаптації до них.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз стану підприємств на ринку товарів і послуг в умовах сучасних викликів і змін суспільно-економічного середовища; аналіз впливу окремих чинників цих змін та напрацювання практичних заходів адаптації підприємств і використання наслідків змін у своїх та суспільних інтересах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний ринок товарів і послуг перебуває у стійкій залежності від змін, трансформацій та ризиків, що відбуваються у всіх сферах життя. Суб'єкти підприємницької діяльності у сфері товарів і послуг, які прагнуть лідерства, стійкої конкурентоспроможності, вибудовують свою діяльність на основі аналізу не лише стану профільного ринку, але й актуальних трендів у бізнесі, його сучасної філософії. З огляду на нові тенденції, зумовлені глобалізацією, процесами трансформації світової економіки, змінами внутрішнього соціально-економічного середовища, локальними регіональними особливостями, змінюється ринок товарів і послуг. Активно впливають на цей ринок обмеження, що запроваджуються у зв'язку з коронавірусною інфекцією. Глобалізація сприяє загальному економічному прогресу через поширення інновацій у сфері технологій і менеджменту, активний обмін товарами й послугами, інвестиціями [1, с. 393]. Підприємства, які не встигатимуть за динамікою нової доби, за віяннями актуальних виробничо-споживачьких тенденцій, не тільки будуть позбавлені комерційних переваг і конкурентних переваг, але й перебуватимуть під ризиком стати їхніми заручниками, опинитися обабіч загальноцивілізаційних трендів, тому для кардинального покращення результатів діяльності слід іноді виходити за рамки

бізнесу, шукати принципово нові напрями його зростання та ефективного функціонування [2, с. 237].

З огляду на ці масштабні фактори перед підприємствами сфери товарів і послуг постають серйозні завдання щодо вибудовування своєї стратегії діяльності. Вона повинна бути сучасною, мобільною, ефективною та лояльною до споживачів. Така стратегія, на нашу думку, повинна базуватись на чинниках комплексного характеру, здатних забезпечити синергію зусиль заради досягнення позитивного комерційного результату. Такі чинники не мають чітко окреслених масштабів, не претендують на ієрархічні місця за важливістю, особливо не залежать від послідовності впровадження. Вони повинні забезпечувати комплексний характер та ефективну синергію в досягненні мети. Окрім цього, в діяльності підприємств, безумовно, враховується особливо актуальний у реаліях сьогодення чинник, а саме чинник дотримання карантинних обмежень в умовах пандемії COVID-19. Серед основних чинників, які доцільно перш за все брати до уваги суб'єктам сфери товарів і послуг, ми виокремлюємо моніторинг сучасних тенденцій у бізнесі, тренди поведінки й вимог сучасного споживача, тенденції розвитку та осучаснення самих товарів і послуг, створення вітчизняних товарних брендів та їх позиціонування, інновації форм обслуговування, інновації тари та пакувальних матеріалів, ефективну професійну підготовку фахівців.

Сучасний бізнес в умовах жорсткої конкуренції відчуває потребу всебічної обізнаності в будь-якій діяльності. Сфера ринку товарів та послуг вимагає від її суб'єктів оперативного моніторингу та прагматичного аналізу сучасних трендів бізнесу. Це тренди в царині самих товарів і послуг та їх позиціонування, це тренди поведінки й потреб споживачів, це поява нових товарних брендів, це запровадження нових тенденцій серед форм і методів обслуговування. Надважливим із своєрідним об'єднувальним характером виступає кадровий ресурс (персонал із високою професійною підготовкою на всіх ділянках роботи) як чинник реалізації вищезазначених складових частин. Саме тут проявляється вирішальне значення якісної професійної вищої освіти.

Спостереження та виявлення нових вподобань, які, зокрема, з'являються на ринку товарів і послуг, в умовах сучасних викликів і трансформацій, змін соціально-економічного середовища, вважаються одними з інноваційних чинників ведення сучасного бізнесу. Така діяльність, визначена у світовій практиці маркетингу як «трендвотчинг», разом зі своїми інструментальними складовими частинами, такими як трендхантинг і трендсеттинг, дає змогу правильно вибирати потрібну стратегію, переорієнтувати бізнесові механізми відповідно до ринкової ситуації. Ця форма також дає можливість швидше адаптуватися до нових умов, а також постає стимулом до заходів модернізації, зростання конкурентоспроможності та ефективності господарювання.

Фактор соціальної відповідальності бізнесу суттєво впливає на характер діяльності підприємств у сфері товарів і послуг, які все більше та більш усвідомлено підпорядковують її лояльному ставленню до споживача. Поведінка споживача визначається

як сукупність дій, пов'язаних з придбанням, використанням і розпорядженням товарами й послугами разом із рішеннями, які передують цим діям та обумовлюють їх [3].

Нові тенденції в поведінці та потребах споживачів істотно підпорядковують маркетингові дії підприємств, оскільки опосередковано беруть активну участь у формуванні нового соціально-економічного середовища, якому притаманні нові цінності, більш сучасні пріоритети. Тренди сучасного споживача на ринку товарів і послуг – це ігнорування стереотипів, усвідомленість та диктат своїх прав, широкий спектр вподобань і мобільність смаків, різнобічна обізнаність та впевненість у своєму виборі. Надважливим завданням у зв'язку з таким набором характеристик сучасного споживача постає завдання бути толерантним до їх сприйняття та готовим до адекватного виконання. Ці преференції разом із достатнім насиченням ринку товарною масою вимагають від виробників товарів та продуцентів послуг гнучкості, мобільності та оперативності, оскільки вимоги й очікування покупців безперервно змінюються з високою динамікою.

Чинник глобалізації, активні інтеграційні процеси в економіці, активний обмін товарною продукцією та досвідом надання послуг часто приводять до зростаючого зацікавлення споживачів глобальними стратегіями, захоплення закордонними (нехай і всесвітньо визнаними) брендами. За умови сприйняття цього як невідворотного, збереження ролі та усвідомлення необхідності інтегрування в міжнародний економічний простір на шляху формування внутрішнього соціально-економічного середовища постає нагальне завдання, яке полягає у стимулюванні зацікавлення споживача вітчизняною продукцією (товарами і послугами). Це абсолютно виправдано також з огляду на захист вітчизняних економічних інтересів. Розумний симбіоз ринкових і державних регуляторів дає можливість забезпечувати досягнення соціально-економічних цілей розвитку суспільства, якими є висока ефективність виробництва, стабільний економічний розвиток і соціальна справедливість [4].

Завадити надмірній «глобалізації споживання» може позиція споживачів зі спрямуванням вектору на першочерговий вибір продукції вітчизняного виробництва. Така позиція в практиці підприємництва позиціонується як споживацький етноцентризм. В сучасних умовах суб'єктам господарювання на ринку товарів і послуг важливо дотримуватись позиції, яка не утверджує вищий суспільний статус чи вищу престижність закордонної продукції, а навпаки, виділяє і популяризує переваги вітчизняної. Саме тут доцільно взяти на озброєння інструменти трендвотчингу, які необхідні під час створення нових брендів. І держава, і її економіка, і представники ринку товарів і послуг тільки виграють від розвитку політики створення українських товарів зі статусом географічного зазначення та втілення на практиці завдання «розширювати рух локаворів як передумову створення місцевих територіальних (локальних) харчових брендів. Не заперечуючи, в хорошому розумінні слова, «експансію чужого», розвивати і збагачувати своє, місцеве» [5].

Економічний зміст застосування захищених географічних зазначень у назвах товарів приводить до

потенційно величезних прибутків, а обсяги продажів товарів із захищеними географічними назвами, за дослідженнями фахівців, у вартісному вимірі в середньому вдвічі вищі, ніж аналогічних товарів без відповідної сертифікації.

Сучасний ринок товарів і послуг характеризується насиченістю товарної маси та зростаючою кількістю брендів. Стає все важче привернути увагу споживачів, відповідно, стало складніше конкурувати. В таких умовах, до яких додаються виклики коронавірусної епідемії, функціонування ринку товарів і послуг можливе тільки за умови органічного узгодження різноспрямованих інтересів усіх задіяних на ньому суб'єктів. Підприємства, котрі прагнуть успіху, повинні дотримуватись канонів споживчого ринку як системи, що забезпечує реалізацію економічних і соціальних інтересів усіх його учасників. Так, можна визначити ще один чинник на ринку товарів і послуг, здатний створити умови своєрідного балансу в системі сучасних змін соціально-економічного середовища, політики підприємств бізнесу та потреб споживачів, а саме тенденцію масового виробництва за індивідуальними замовленнями (цю тенденцію називають кастомізацією). Свого часу вона отримала спеціальний термін «кастом», тобто одиничний виріб, виготовлений у єдиному екземплярі або в малій кількості [6].

Кастомізація, зокрема, в умовах пандемії, коли значна частина товарів реалізується з доставлянням, стає все більш популярною з огляду на те, що має здатність виконання разового замовлення за індивідуальними характеристиками і побажаннями замовника. Чинник кастомізації допоможе реалізувати маркетингову стратегію позиціонування товарів (послуг), брендів споживачу, оскільки є можливість акцентувати увагу на конкретній цільовій аудиторії. Також вона вигідна продуцентам товарів і послуг зі специфічними властивостями, що створює можливості успішної реалізації ще однієї маркетингової стратегії, якою є позиціонування за атрибутом, де використовується фактор відмінних (особливих) характеристик бренду. Персоналізовані замовлення на товари й послуги в умовах пандемії COVID-19 створюють певні можливості для підприємств сфери товарів і послуг отримати (чи компенсувати) прибутки.

Тара та пакувальні матеріали – ще один чинник, спроможний зробити комфортнішим життєвий простір і побут споживачів. Упаковка щодо її зручності сьогодні «реагує» на актуальні соціальні виклики, «відгукується» на сучасні тенденції та зміни в нашому повсякденному житті, перш за все в побуті. Знаходження тари посилюється з огляду на особливості підходів до надання послуг на ринку товарів і послуг в умовах карантинних обмежень у зв'язку з COVID-19, коли у вимушеному тренді стало дистанційне обслуговування та доставляння товарів за призначенням (упаковування, його функціональність, компактність, зручність, транспортабельність).

Продукція вітчизняного ринку тари викликає комерційне зацікавлення не тільки вітчизняних виробників і споживачів, але й закордонних партнерів. Водночас факт переймання світових чи європейських тенденцій в Україну також присутній, тому необхідно бути принциповим та об'єктивним в оці-

нюванні, оскільки не всі закордонні тренди сьогодні можуть у нас адаптуватися і бути придатними до реалізації. Це пояснюється певними недопрацюваннями у державному регулюванні пакувальної індустрії та невідповідністю і деяким відставанням нормативно-правової бази, особливо щодо сортування й перероблення відходів. Вітчизняним суб'єктам таропакувальної індустрії доречно більшу уваги приділяти експорту продукції в розвинені країни, орієнтації на використання матеріалів, що біологічно розкладаються, що може посприяти зростанню прибутків.

Ситуація, що склалася в умовах пандемії COVID-19, спонукає підприємства сфери товарів і послуг переорієнтовуватися на формат ведення бізнесу, який адаптований до наявних умов, орієнтуючись не тільки на потреби споживачів, але й на актуальні тренди господарювання, що можуть спричинятися пандемією з огляду на всі виклики та ризики. Стратегія адаптації кожного підприємства може бути унікальною, проте переважно всі застосовуватимуть схожі методи реорганізації своєї діяльності. Зокрема, прогнозується перехід підприємств ринку товарів і послуг до більш технологічних та автоматизованих форм роботи на заміну традиційним. Фахівці прогнозують, що наслідком карантину стане економічна криза, отже, скорочення купівельної спроможності й зміна споживчої поведінки. Загалом відбулося порушення традиційної сезонності продажів, змінюються тенденції внаслідок падіння доходів споживача. Наявні межі між традиційним та онлайн-ритейлом зникають. Прискореного розвитку дістають цифрові послуги, такі як електронна комерція, платіжні системи та послуги замовлення та доставки [7]. Все це слід взяти до уваги та відповідним чином реагувати на це, якщо постає завдання бути успішним в умовах сучасних викликів.

Розвиток електронної комерції набуває дедалі більших значень в умовах глобалізації економічних процесів, що пов'язано з можливістю досягнення глобальної присутності та здійснення економічної діяльності у світовому масштабі, глобальним вибором товарів і послуг незалежно від географічного розташування суб'єктів, оптимізацією товарних потоків, зниженням витрат для обслуговування операції, що приводить до зниження цін, появою нових товарів і послуг [8].

Вага електронної комерції в українській економіці зростатиме, що позитивно вплине на економіку держави та рівень життя суспільства. Окрім цього, з'являться нові вигідні можливості, зокрема персоналізація продажів, швидка реакція на попит, нові можливості для бізнесу, подальший розвиток конкурентного середовища, тобто це саме ті чинники, котрі необхідні для успішного ведення бізнесу в умовах змін.

Пандемія коронавірусу виявилася складним випробуванням для української системи освіти. Водночас карантин став своєрідним стимулом, який відкрив вікно нових можливостей, виступаючи каталізатором давно назрілих модернізаційних змін у вітчизняній освіті. Йдеться про розвиток цифрової та дистанційної, зокрема онлайн, освіти [7]. Здатність суспільства, держави за потреби оперативного переходити на дистанційний режим роботи – це питання не тільки про

інтернет-трафік та безпеку, але й про фізичну, інфраструктурну можливість це зробити. Саме це питання доступу в умовах карантину становить стратегічну проблему, що потребує негайного вирішення [7].

Сучасні виклики та трансформації соціально-економічного середовища стали вираженою ознакою сьогодення. З огляду на це перед освітою постає місія формування нового типу фахівців, професіоналів, здатних прогнозувати, адекватно сприймати, а також самостійно адаптуватися до сучасних викликів, створювати доцільні зміни у всіх сферах життя. Професійна освіта в Україні покликана бути універсальною, динамічною і гнучкою, що зумовлює її спроможність реагувати і на освітні запити кожного індивіда, і на суспільні виклики загалом.

За Ю. Сухарніковим, «вона повинна містити чотири основні цілі вищої освіти, виявлені в процесі роботи Ради Європи із суспільної відповідальності за вищу освіту й наукові дослідження», однією з яких є «підготовка для ринку праці» [9, с. 24].

Формування та становлення сучасних підходів до розвитку професійної освіти позитивно вплинуть на зміст вищої освіти, який буде адаптованим до соціально-економічних змін у суспільстві, буде співзвучним його сучасному інформаційно-інтелектуальному рівню, відображатиме культурологічну складову частину сьогодення та перспективи майбутнього з урахуванням мінливості цивілізаційних викликів.

Висновки. Процеси глобалізації, наслідки змін соціально-економічного середовища, впливи світової пандемії COVID-19 та інші виклики сучасності спонукають бізнес у сфері товарів і послуг до формування нових стратегій діяльності. Чинники можуть бути різними, кожне окреме підприємство може мати свої, унікальні підходи до вирішення проблем, але існують, на нашу думку, певні чинники, які мають спільні ознаки, об'єднання яких у єдиний комплекс дій може дати змогу досягти ефекту синергії для подолання впливів та ризиків сучасності. Серед таких чинників виділяємо моніторинг трендів на профільному ринку, аналіз сучасних потреб споживачів, створення вітчизняних та локальних товарних брендів товарів і послуг, впровадження нових форм обслуговування, апробацію нових видів тари й пакувальних матеріалів, активізацію електронної торгівлі. Всі вони спроможні за вмілого застосування забезпечити мобільність, гнучкість, модерність та прибутковість підприємства в умовах сучасних викликів з урахуванням трансформацій економічного середовища. Також слід врахувати, що все це можна реалізувати тільки за допомогою високопрофесійного персоналу сфери обслуговування, якісну підготовку якого повинна забезпечити якісна сучасна інноваційна вища професійна освіта.

Бібліографічний список:

1. Диха М. Трансформація світової економіки в умовах глобальної інституціоналізації та участь в ній України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2011. № 5-1. С. 393–400.
2. Сичова О. Формування сучасних маркетингових стратегій для підприємства на вітчизняному ринку товарів та послуг. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 237.
3. Ларіна Я., Рябчик А. Поведінка споживача : навчальний посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2014. 224 с.

4. Мицак О., Бублик Л. Розвиток споживчого ринку як об'єкта державного регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 44–46.
5. Захарчин Р. Потенціал сучасних трендів харчування та регіональних брендів харчових продуктів у розвитку вітчизняної туристичної індустрії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50. Ч. 2. С. 19–23. URL: <http://bses.in.ua/uk/50-2020>.
6. Hart C. Mass customization: conceptual underpin – nings, opportunities and limits. *International Journal of Service Industry Management*. 1995. Vol. 6. No. 2. P. 36–45.
7. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України : кабінетне дослідження. Липень 2020. Громадська організація «Центр прикладних досліджень» / Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-70> (accessed 13 November 2021).
8. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> (accessed 13 November 2021).
9. Сухарніков Ю. Концептуальні підстави розробки і впровадження національної рамки (академічних) кваліфікацій України. *Вища школа*. 2012. № 3. С. 24.

References:

1. Dykha M. (2011) Transformatsiia svitovoi ekonomiky v umovakh hlobalnoi instytutsializatsii ta uchast v nii Ukrainy [Transformation of the world economy in the conditions of global institutionalisation and Ukraine]. *Herald of Ternopil National Economic University*, vol. 5–1, pp. 393–400.
2. Sychova O. (2018) Formuvannia suchasnykh marketingovykh stratehii dlia pidpriemstva na vitchyznianomu rynku tovariv ta posluh. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Formation of modern marketing strategies for the enterprise in the domestic market of goods and services]. *The bulletin of transport and industry economics*, no. 63, p. 237.
3. Larina Ya., Riabchik A. (2014) Povedinka spozhyvacha: navch. posib. [Consumer behavior: Tutorial]. Kyiv: VTs "Akademiia" (in Ukrainian).
4. Mytsak O., Bublyk L. (2017) Rozvytok spozhyvchoho rynku yak ob'ektu derzhavnoho rehuliuвання [Development of the consumer market as an object of state regulation]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, no. 18, pp. 44–46.
5. Zakharchyn R. (2020) Potentsial suchasnykh trendiv kharchuvannia ta rehionalnykh brendiv kharchovykh produktiv u rozvytku vitchyznianoї turystychnoi indusrii [Local brands and the mechanism of geographical indications of foods in a strategy of the development of domestic tourism entrepreneurship]. *Economy and Society*, no. 22. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-70> (accessed 13 November 2021).
6. Hart C. (1995) Mass customization: conceptual underpin – nings, opportunities and limits. *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 6, no. 2, pp. 36–45.
7. Hromadska orhanizatsiia "Tsentri prykladnykh doslidzhen". Predstavnytstvo Fondu Konrada Adenauera v Ukraini (2020) Vplyv COVID-19 ta karantynnykh obmezhen na ekonomiku Ukrainy Kabinetne doslidzhennia [The impact of COVID-19 and quarantine restrictions on the economy of Ukraine]. Available at: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904COVID196189058f69d3?version=1597301028775> (accessed 13 November 2021).
8. Androschuk G. (2020) COVID-19: vplyv na elektronnu komerciyu. [COVID-19: impact on e-commerce]. Available at: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> (accessed 13 November 2021).
9. Sukharnikov Yu. (2012) Kontseptualni pidstavy rozrobky i vprovadzhennia natsionalnoi ramky (akademichnykh) kvalifikatsii Ukrainy. [The conceptual base of the development and implementation of the national framework Of qualifications (academic) Ukraine]. *Vyshcha shkola*, no. 3, p. 24.

Кравчук І.П.

кандидат економічних наук, асистент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Попадюк О.В.

кандидат економічних наук, асистент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Kravchuk Iryna

Candidate of Economic Sciences, Assistant at the Department of Entrepreneurship,
Trade and Stock Exchange Activities
Yuri Fedkovych Chernivtsi National University

Popadyuk Olena

Candidate of Economic Sciences, Assistant at the Department of Entrepreneurship,
Trade and Stock Exchange Activities
Yuri Fedkovych Chernivtsi National University

ОЦІНКА РІВНЯ МЕРЕЖЕВОЇ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF NETWORK READINESS OF ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT OF THE INFORMATION SOCIETY

У статті проаналізовано мережеву готовність підприємств Чернівецької області за допомогою розрахунку інтегрального показника мережевої готовності підприємств. Комплексна зведена оцінка показників була отримана на основі визначення питомої ваги індикаторів, що були згруповані за такими категоріями, як розвиток інфраструктури і доступність цифрового контенту; впровадження інновацій господарюючими суб'єктами; використання бізнесом ІКТ. Проаналізувавши показники мережевої готовності, ми виділили ті компоненти, вплив яких є найбільш вагомим на здатність підприємств використовувати переваги інноваційних технологій для свого розвитку. Проведений аналіз показав позитивну динаміку за рівнем використання підприємствами електронних послуг через мережу Інтернет, зокрема електронного управління рахунками, цифрового підпису в електронному документообігу, автоматизованого обміну даними, що сприяє вдосконаленню ведення господарської діяльності в умовах розвитку мережевої економіки.

Ключові слова: мережева економіка, інформаційне суспільство, мережевий вектор, інформаційно-комунікаційні технології, автоматизований обмін даними, мережева готовність підприємств.

В статье проанализирована сетевая готовность предприятий Черновицкой области с помощью расчета интегрального показателя сетевой готовности предприятий. Комплексная сводная оценка показателей была получена на основе определения удельного веса индикаторов, которые были сгруппированы по таким категориям, как развитие инфраструктуры и доступность цифрового контента; внедрение инноваций хозяйствующими субъектами; использование бизнесом ИКТ. Проанализировав показатели сетевой готовности, мы выделили те компоненты, влияние которых является наиболее весомым на способность предприятий использовать преимущества инновационных технологий для своего развития. Проведенный анализ показал положительную динамику по уровню использования предприятиями электронных услуг через сеть Интернет, в частности электронного управления счетами, цифровой подписи в электронном документообороте, автоматизированного обмена данными, что способствует совершенствованию ведения хозяйственной деятельности в условиях развития сетевой экономики.

Ключевые слова: сетевая экономика, информационное общество, сетевой вектор, информационно-коммуникационные технологии, автоматизированный обмен данными, сетевая готовность предприятий.

The result of this study is a theoretical and empirical scientific material focused on the formation of ideas about the prerequisites for the development of network economy in modern conditions. The network readiness of enterprises of the Chernivtsi region was analyzed by calculating the integrated indicator of network readiness of enterprises. A comprehensive consolidated assessment of indicators was obtained on the basis of determining the proportion

of indicators that were grouped in the following categories: development of infrastructure and availability of digital content; introduction of innovations by business entities; use of ICT by the business. After analyzing the indicators of network readiness, we identified those components the impact of which is most significant on the ability of enterprises to use the benefits of innovative technologies for their development. The research was conducted on the basis of indicators that reflect the network readiness of enterprises of the region and are related to the use of ICT, in particular: innovation introduction, use of computers, access to the Internet, receiving banking, financial, educational services via the Internet, employment of the population in information and telecommunications area. Determining the share of the presented indicators made it possible to conduct this study objectively and comprehensively, to compare the data with similar indicators at the national level and individual regions of Ukraine, to determine the potential for increasing the network readiness of enterprises in the medium- and long-term perspective. The factors that determine the level of development of the network economy and are decisive in the process of economic growth were examined. The conducted analysis showed a positive trend in the level of use of electronic services by enterprises via the Internet, in particular electronic account management, digital signature in the electronic document flow, automated data exchange that facilitates improving the conduct of economic activity in the conditions of development of network economy.

Keywords: network economy, information society, network vector, information and communication technologies, automated data exchange, network readiness of enterprises.

Постановка проблеми. Можливість підприємств використовувати переваги мережевої економіки, готовність та фактичне використання залишаються ключовими факторами й передумовами для отримання економічних та соціальних наслідків. Розуміння того, що розвиток інформаційного суспільства на основі мережевої економіки є стратегічно важливим завданням для розбудови конкурентоспроможної, динамічної держави та її регіонів, є першим кроком, який уже здійснено. Вжито серйозних заходів з підтримки економіки, орієнтованої на знання та розвиток інформаційного суспільства на національному й регіональних рівнях. Проте залишається низка заходів, яких необхідно вжити найближчим часом у сфері розвитку ІКТ та впровадження їх у господарську діяльність підприємств.

Питання про доступ та наслідки залишаються важливими, особливо для регіонів, що поступаються в економічному розвитку та мають значний цифровий розрив. Використання новітніх технологій та досягнення бажаних економічних і соціальних наслідків залежать від загального середовища, а саме інфраструктури, інноваційного середовища, фактичної готовності бізнесу використовувати нові можливості обміну даними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення та розвитку мережевої економіки розглядалися як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями. Водночас проблеми формування механізму мережевої економіки на підприємствах, вплив електронно-мережевих форм господарювання на соціально-економічні показники розвитку економіки регіону є новою галуззю наукових досліджень. Залишається ще не дослідженим питання ролі інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет у забезпеченні соціально-економічного розвитку підприємств регіону, виявленні цифрового розриву в розвитку мережевої економіки галузі та визначенні переліку завдань та механізмів для зменшення регіональних диспропорцій у впровадженні та використанні нових технологій суб'єктами господарювання.

Вперше робота з дослідження і визначення рівня впливу інформаційно-телекомунікаційних технологій на бізнес і наслідки «інформаційної революції» на економіку розвинених країн була розпочата у

60–70-і роки західними науковцями Дж. Гелбрейтом (1964 рік) [10], Е. Тофлером (1981 рік) [4], П. Друкером (2002 рік) [7], Ф. Махлупом (1967 рік) [8]. Широко це питання увійшло у науковий обіг саме у 90–ті роки в дослідженнях соціально-економічних наслідків інформатизації економічного життя суспільства.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення рівня фактичного використання ІКТ підприємствами на рівні окремого регіону, удосконалення методичного забезпечення оцінювання мережевої готовності на національному та регіональному рівнях за допомогою інтегрального показника.

Вклад основного матеріалу дослідження. Мережеву економіку часто ототожнюють з інформаційною, в якій головними факторами й продуктами виробництва є інформація і знання. Термін «мережева економіка» розглядав відомий дослідник інформаційного суспільства М. Кастельс (2011 рік), який опублікував у 1996 році роботу з теми «The rise of the network society, the information age: economy, society and culture» [6]. Ще у 1989 році М. Кастельс опублікував роботу «The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process» [5], а у 1998 році завершив трьохтомну фундаментальну працю «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура». У першій частині своєї трилогії М. Кастельс здійснює розгорнутий аналіз сучасних тенденцій, що приводять до формування саме «мережевого суспільства». Автор зазначає, що у світі з'явилась економіка нового типу, яку він називає інформаційною і глобальною, що дає змогу визначити її відмінні риси і взаємозв'язок між ними. Виходячи з постулату, що інформація за своєю природою є таким ресурсом, що легше інших проникає через усілякі перешкоди й межі, він розглядає інформаційну еру як епоху глобалізації. При цьому мережні структури є одночасно і засобом, і результатом глобалізації суспільства.

Концепція мережевого суспільства, мережева економіка являє собою сукупність концепцій входження в інформаційно-комунікаційний простір з огляду на соціальну, культурну, економічну особливості, що формують у сукупності світове суспільство.

Для визначення рівня фактичного використання ІКТ підприємствами на рівні окремого регіону про-

аналізуємо мережеву готовність підприємств на прикладі Чернівецької області. Розвиток мережевої економіки можна охарактеризувати цілим набором показників або параметрів, які можуть бути згруповані згідно з певними ознаками. Для аналізу використано дані Державної служби статистики України та показники Головного управління статистики у Чернівецькій області. Ці показники ми згрупували за такими блоками, як інфраструктура і доступність цифрового контенту; бізнес та інноваційне середовище; бізнес-використання. Серед них можна виділити кількісні, якісні, функціональні показники, показники розвитку структури тощо. Кожна із 46 складових частин мережевої готовності підприємств представлена окремо, однак необхідно пам'ятати, що вони всі взаємопов'язані, мають тенденцію до посилення одна одною, однак слабкі позиції у певних аспектах часто негативно впливають на інші показники.

Для характеристики набору з n параметрів одним числом, а саме Індексом мережевої готовності підприємств, введемо поняття «мережевий вектор» (МВ) і його довжини (модуля) в n -вимірному векторному просторі (A_j). За основу візьмемо Методику розрахунку Міжнародної академії зв'язку (МАЗ), що дасть змогу визначити загальну довжину вектору мережевої готовності підприємств та за кожним блоком (напрямом).

Позначимо через a_{ij} i -й параметр j -го регіону, де число параметрів і змінюється від 1 до n , а число регіонів j змінюється від 1 до N . В цьому випадку будемо порівнювати із середнім показником по Україні, а також із максимальними й мінімальними значеннями по регіонах. Довжину МВ визначимо за такою формулою:

$$A_j = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_{ij}^2}. \quad (1)$$

Відстань між МВ Чернівецької області і середніми значеннями по Україні надає цифрову оцінку різниці мережевої готовності підприємств на регіональному та національному рівнях.

$$C_{jk} = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (a_{ij} - a_{ik})^2}. \quad (2)$$

Таким чином, ці формули дають можливість звести набір параметрів до чисел A_j та C_{jk} , які використовуються під час оцінювання мережевої готовності областей та України загалом.

Динаміка показників інфраструктури й доступності цифрового контенту за 2010–2019 роки в Чернівецькій області показує зростання за показниками таким чином: на 4,4 і 22 за часткою абонентів мережі Інтернет (в загальній кількості населення) та наявністю персональних комп'ютерів у домогосподарств; на 22 і 9,3 за часткою абонентів мобільного зв'язку (в загальній кількості населення) та часткою власників мобільних телефонів (в загальній кількості населення). Негативно є тенденція тільки за першим показником у таблиці (зменшення на 19 – це забезпеченість населення України телефонними апаратами (одиниць на 100 жителів)), що пояснюється переважно наданням переваги використанню мобільних телефонів.

Довжина мережевого вектору (МВ) A_{j1} зросла на 12,7%, що вказує на покращення інфраструктури й цифрового контенту за 2010–2019 роки в Чернівецькій області. $C_{j,k}$ – відстань МВ між Чернівецькою областю і Україною, що зросла на 6,2, що показує відставання цього блоку показників від темпу розвитку на рівні держави.

Аналіз бізнесу та інноваційного середовища Чернівецької області показав таке. Упродовж 2010–2019 років частки підприємств, які впроваджували інновації у своїй діяльності, становили 11,3% та 14,1% відповідно. Варто зазначити, що існує прямий зв'язок між розміром підприємства і його рівнем інноваційності, оскільки для впровадження інновацій необхідно мати певну кількість персоналу, задіяного у виконанні наукових досліджень і розробок, що приводить до впровадження інновацій. Відповідно, найвища частка як технологічно інноваційних, так і не технологічно інноваційних підприємств зафіксована серед великих підприємств. Найбільше значення цього показника зафіксовано на підприємствах Харківської області (23,3%), а найменше – у Закарпатській області (5,7%).

У 2010–2019 роках зовсім не використовувались кошти іноземних інвесторів у загальній сумі витрат на фінансування інноваційної діяльності. Витрати на інновації переважно здійснювалися за рахунок власних коштів, незначної частки використання кредитів та бюджетних коштів.

Результати аналізу дають підстави говорити про недостатній розвиток підприємств України на інноваційній основі. Основними проблемами розвитку

Таблиця 1

Інфраструктура і доступність цифрового контенту

№	Позначення показника	Індикатори, на основі яких обчислюється індекс мережевої готовності підприємств
1.		Блок 1
1.1	i_1	Забезпеченість населення телефонними апаратами (одиниць на 100 жителів).
1.2	i_2	Частка абонентів мобільного зв'язку (в загальній кількості населення), %.
1.3	i_3	Частка абонентів мережі Інтернет (в загальній кількості населення), %.
1.4	i_4	Наявність персональних комп'ютерів у домогосподарств, % (опитування проводиться Держкомстатом раз на два роки).
1.5	i_5	Частка власників мобільних телефонів (в загальній кількості населення), %.
1.6	i_{1-5}	A_{j1} – довжина МВ. Розраховується як середнє арифметичне за показниками 1.1–1.5.

Джерело: розроблено авторами

бізнесу у цьому регіоні є складний фінансовий стан малих і середніх підприємств; низька інвестиційна та інноваційна активність малого підприємництва; нерівномірність розвитку малих і середніх підприємств у регіональному та територіальному розрізах (більше 65,0% малих підприємств сконцентровано в містах); зменшення обсягів кредитування, нестача власних обігових коштів через високу вартість кредитів.

Оскільки використання інформації та телекомунікацій є пріоритетним завданням у мережевій економіці, ми вибрали декілька показників, які, на нашу думку, є основними під час оцінювання цієї сфери. Отже, абсолютне відхилення капітальних інвестицій в інформацію та телекомунікації у відсотках до загального обсягу зменшилось на 0,2 (0,3 та 0,2% відповідно у 2010 році та 2019 році); питома вага підприємств у сфері інформації та комунікацій у відсотках до загального показника по області майже не змінилась за досліджуваний період (показник коливався в межах 3,7–3,8%); показник частки підприємств, що отримали прибуток у сфері інформації та телекомунікацій, фінансовий результат до оподаткування у відсотках до загальної кількості коливався в межах 73,1–71,5% (зменшення на 1,6); частка зайнятого населення у сфері інформації та телекомунікації у відсотках до загальної кількості зайнятого населення показала негативну динаміку за 2012–2019 роки в межах 3,9–3,3%; питома вага експорту послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг у відсотках до загального обсягу експорту послуг має негативну динаміку за 2012–2019 роки, показник коливався в межах 14,7–8,7%.

Довжина мережевого вектору (МВ) A_{j_2} зменшилась на 20,3, що пояснюється зниженням іннова-

ційної активності підприємств та недостатнім розвитком сфери інформації та телекомунікацій за 2010–2019 роки. $S_{j,k}$, тобто відстань МВ між Чернівецькою областю та Україною, зросла на 98,1%, що показує також негативну динаміку відставання цього блоку показників від темпу розвитку в середньому по Україні.

Аналіз показників блоку 3 «Бізнес-використання» за 2010–2019 роки показує позитивну динаміку за всіма даними в таблиці. У 2019 році частка підприємств Чернівецької області, що подали річну звітність № 1-ІКТ, які використовували комп'ютери у загальній кількості підприємств, склала майже 90%, з них 98% мали доступ до мережі Інтернет.

Значна частка підприємств, що брали участь в обстеженні (далі – підприємства), скористалась такими електронними послугами через мережу Інтернет.

1) 84,3% отримували банківські та фінансові послуги. Сучасні фінансові установи надають комплекс послуг щодо електронного управління своїми рахунками через Інтернет, таких як управління рахунками; здійснення валютних, платіжних операцій; обмін фінансовими документами.

2) 85,2% отримували форми (податкові). Запровадження електронного цифрового підпису в електронному документообігу країни спрощує роботу в бухгалтерській діяльності. Нині існує велика кількість програмних продуктів, які дають змогу формувати, підписувати та надсилати звітність практично в усі контролюючі органи прямо з офісу. Крім того, є можливість обмінюватися податковими накладними в електронному вигляді, висилати первинні документи тощо.

3) 86,6% використовували Інтернет для повернення заповнених форм. Сучасний рівень

Таблиця 2

Бізнес та інноваційне середовище

№	Позначення показника	Індикатори, на основі яких обчислюється індекс мережевої готовності підприємств
2		Блок 2
2.1	i_6	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %.
2.2	i_7	Питома вага використання коштів іноземних інвесторів у загальній сумі витрат на фінансування інноваційної діяльності, %.
2.3	i_8	Питома вага капітальних інвестицій в інформацію та телекомунікації, % до загального обсягу.
2.4	i_9	Питома вага підприємств у сфері інформації та комунікацій, % до загального показника.
2.5	i_{10}	Частка підприємств, що отримали прибуток у сфері інформації та телекомунікацій, фінансовий результат до оподаткування, % до загальної кількості підприємств.
2.6	i_{11}	Частка зайнятого населення у сфері інформації та телекомунікації, % до загальної кількості зайнятого населення.
2.7	i_{12}	Частка середньомісячної заробітної плати у сфері інформації та телекомунікації, % до загального показника середньомісячної заробітної плати.
2.8	i_{13}	Питома вага доходів від надання доступу до мережі Інтернет, % до загальної суми доходів від реалізації послуг пошти та зв'язку.
2.9	i_{14}	Питома вага доходів від надання послуг мобільного зв'язку, % до загальної суми доходів від реалізації послуг пошти та зв'язку.
2.10	i_{15}	Питома вага експорту послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг, % до загального обсягу експорту послуг.
2.11	I_{6-15}	A_{j_2} – довжина МВ. Розраховується як середнє арифметичне за показниками 2.1–2.11.

Джерело: розроблено авторами

Бізнес-використання

№	Позначення показника	Індикатори, на основі яких обчислюється індекс мережевої готовності підприємств
3		Блок 3
3.1	i_{16}	Частка підприємств, які використовували комп'ютери, у загальній кількості підприємств, %.
3.2	i_{17}	Частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств, які використовували комп'ютери, %.
3.3	i_{18}	Частка підприємств, що отримували банківські та фінансові послуги через мережу Інтернет, %.
3.4	i_{19}	Частка підприємств, що отримували послуги освіти (навчальні курси) через Інтернет, %.
3.5	i_{41}	з постачальниками
3.6	i_{42}	з клієнтами
		Частка підприємств, що користувалися автоматизованим обміном даних для розвитку доставки (доставка сировини або кінцевої продукції), %
3.7	i_{43}	з постачальниками
3.8	i_{44}	з клієнтами
		Частка підприємств, які для електронного обміну інформацією використовували таке, %
3.9	i_{45}	вебсайт (свого підприємства, партнерів або вебпортали)
3.10	i_{46}	автоматизований обмін даними (XML, EDIFACT тощо)
3.11	i_{16-46}	Aj_3 – довжина МВ. Розраховується як середнє арифметичне за показниками 3.1–3.33.

Джерело: розроблено авторами

розвитку засобів комунікації дає змогу отримувати та повертати різні форми звітності, для цього суб'єкти підприємницької діяльності можуть скористатися послугами кабінетів електронних сервісів (<https://kap.minjust.gov.ua>), порталом державних послуг (<https://igov.org.ua>).

4) 99,3% здійснювали автоматизований обмін даними, завдяки чому підприємства покращили процеси управління й контроль у сферах виробництва, закупівель і постачання.

5) 96,8% користувалися автоматизованим обміном даних для відправлення або отримання даних для/від державних установ (податкових декларацій, статистичної звітності тощо).

6) 89,8% здійснювали автоматизований обмін даними (XML, EDIFACT тощо). У сфері бізнесу створюється і обробляється значний обсяг різноманітної паперової документації, що включає замовлення на придбання, рахунки, каталоги, звіти, платіжні доручення тощо. За XML в основі обміну документами лежать транспортні протоколи, використовувани в Інтернеті.

7) 79,3% користувалися автоматизованим обміном даних для отримання електронних рахунків-фактур.

8) 72% користувалися автоматизованим обміном даних для надання платіжних доручень фінансовим установам (письмове доручення власника рахунка перерахувати відповідну суму зі свого рахунку на рахунок отримувача коштів).

Розглянуті індекси мережевої готовності підприємств Чернівецької області дали можливість оцінити рівень цифрової інфраструктури, бізнес-клімату регіону, можливості ведення бізнесу, що забезпечується певною мірою ІКТ та мережею Інтернет, збільшуючи швидкість здійснення процедур та їх кількість. Відібравши показники, що стосуються мережевої готовності, ми змогли проаналізувати ті компоненти, які

найбільшою мірою впливають на здатність бізнесу та регіону використовувати переваги ІКТ технологій для свого розвитку.

Як видно з поданих показників, найголовнішою умовою для розвитку механізму мережевої економіки є насамперед інфраструктура й доступність цифрового контенту. Низька технологічна готовність підприємств є критичним фактором, який знижує конкурентоспроможність регіонів. Актуальними залишаються проблеми недостатньої кількості комп'ютерів, застарілої техніки, низького рівня інвестування у поліпшення матеріально-технічної бази та інновацій, відсутності якісного доступу до Інтернету, а також кадрового потенціалу та цифрових навичок. Досить значним є розкид між найнижчим і найвищим результатами регіонів.

Великі розриви знижують потенціал підвищення конкурентоспроможності регіонів, регіональні розбіжності найбільше виявляються за рівнем технологічної готовності, розміром ринку та рівнем розвитку інфраструктури.

Висновки. Розвиток мережевої економіки, окрім економічних, має соціальні наслідки, сутність яких полягає у побудові суспільства, що спрямоване на формування інноваційної моделі розвитку, дає змогу кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал для забезпечення особистого й суспільного розвитку та підвищення якості життя. Проте цього неможливо досягти без, по-перше, ефективної державної політики; по-друге, участі суб'єктів господарювання у процесах становлення інформаційного суспільства шляхом підтримки та реалізації регіональних і місцевих ініціатив; по-третє, розвитку інформаційної інфраструктури регіону та її інтеграції зі світовою інфраструктурою.

Результати економічних наслідків (вигід) від впровадження механізмів мережевої економіки можна розділити на такі категорії:

- зростання ВРП за умови збільшення мережевого вектору;
- збільшення роздрібного товарообігу за зростання використання ІКТ на підприємствах регіону;
- підвищення ефективності розподілу й використання ресурсів завдяки побудові бізнес-моделей, проведенню маркетингової діяльності;
- удосконалення продукту і процесу виробництва через інновації на основі науково-дослідної діяльності, утворення зворотного зв'язку між споживачем і продавцем;
- удосконалення управління завдяки своєчасним рішенням та більшій поінформованості.

Результати дослідження дали можливість визначити слабкі сторони й конкурентні переваги підприємств у використанні можливостей ІКТ, стимулюючи здорову конкуренцію і встановлюючи орієнтири для національного та регіонального мережевого розвитку. Крім цього, інформація, зрештою, буде основою для окреслення перспектив розвитку підприємств в умовах мережевої економіки як однієї з трьох сил, що у взаємозв'язку з двома іншими, а саме владою та суспільством, визначають рівень ефективності та добробуту загалом. Завданням такої взаємодії є окреслення пріоритетів та прискорення реалізації інформаційних реформ і довгострокових програм розвитку мережевої економіки.

Бібліографічний список:

1. Головне управління статистики у Чернівецькій області. URL: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2021).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2021).
3. Матюшок В. Сетевая экономика и глобализация экономической деятельности. *Информационное общество*. 1999. Вып. 6. С. 46–47.
4. Toffler A. *The Third Wave*. Pan Macmillan Limited, 1981. 543 p.
5. Castells M. *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*. Oxford, UK ; Cambridge, MA : Blackwell, 1989. 353 p.
6. Castells M. *The rise of the network society, the information age: economy, society and culture*. Cambridge, MA ; Oxford, UK : Blackwell, 2011. 656 p.
7. Druker P. *Beyond the information revolution*. *The economist*. 2001. № 1. P. 47–57.
8. Fritz M. *Essays in Economic Semantics*. *The Norton library*. 1967. № 407. P. 304.
9. Henning K. *New Economy: forms of manifestation, cause and effect* : monograph. Kyiv : Tucson, 2006. 306 p.
10. Kenneth Galbraith J. *Economic Development*. Harvard University Press, 1964. 109 p.
11. Kelly K. *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. Published by the Penguin Group Penguin Putnam Inc., New York, U.S.A, 1997. 179 p.
12. Shapiro C. *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 2000. 352 p.
13. Tapscott D. *The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence*. New York : McGraw-Hill, 1997. URL: <https://archive.org/details/digitaleconomy00dont> (дата звернення: 01.10.2021).
14. Mayer-Schönberger V., Ramge Th. *Reinventing Capitalism in the Age of Big Data*. New York : Avenue of the Americas, 2018. 288 p.

References:

1. Holovne upravlinnia statystyky u Chernivetskii oblasti. Available at: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua>.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Matiushok V. (1999) Setevaia ekonomyka y hlobalyzatsyia ekonomicheskoi deiatelnosti. *Ynformatsyonnoe obshchestvo*, vol. 6, pp. 46–47.
4. Alvin Toffler (1981) *The Third Wave*. Pan Macmillan Limited. P. 543.
5. Castells M. (1989) *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*, Oxford, UK; Cambridge, MA: Blackwell, p. 353.
6. Castells M. (2011) *The rise of the network society, the information age: economy, society and culture*, Cambridge, MA: Oxford, UK: Blackwell. P. 656.
7. Druker P. (2001) *Beyond the information revolution*. *The economist*, no. 1, pp. 47–57.
8. Fritz Machlup (1967) *Essays in Economic Semantics*. The Norton library, no. 407, pp. 304.
9. Henning K. (2006) *New Economy: forms of manifestation, cause and effect: monograph*. Kyiv: Tucson, 306 p.
10. John Kenneth Galbraith (1964) *Economic Development*. Harvard University Press. P. 109.
11. Kelly Kevin (1997) *New rules for the new economy: 10 radical strategies for a connected world*. Published by the Penguin Group Penguin Putnam Inc., New York, U.S.A., p. 179.
12. Shapiro C. (2000) *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*, Boston, Mass.: Harvard Business School Press. P. 352.
13. Tapscott Don (1997) *The digital economy : promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill. Available at: <https://archive.org/details/digitaleconomy00dont>.
14. Viktor Mayer-Schönberger, Thomas Ramge (2018) *Reinventing Capitalism in the Age of Big Data*. Avenue of the Americas, New York. P. 288.

Ніколаєнко І.В.

старший викладач кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій

Гальченко В.І.

магістрант
Національного університету харчових технологій

Nikolaenko Iryna

Assistant Professor at the Department of Marketing
National University of Food Technologies

Halchenko Victoria

Master
National University of Food Technologies

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІВ В В2В-СЕКТОРІ

PECULIARITIES OF INTERNET SALES IN THE B2B SECTOR

Успішний бізнес В2В має одну спільну рису: продавці розуміють свою конкурентну перевагу, а цифрові інструменти допомагають їм у цьому. Якщо певний вебсайт не вирізняється серед конкурентів, є ймовірність, що він легко втратить своїх потенційних чи майбутніх клієнтів. Світ бізнес-сектору В2В величезний і, безумовно, різноманітний, але більшість функцій електронної комерції В2В-сектору або платформи управління ринком дуже схожі. Щоб запропонувати ідеальний клієнтський досвід і полегшити для інших ведення бізнесу, слід мати платформу електронної комерції з функціями, створеними спеціально «під підприємство», тобто під продавця. Щоб успішно задовольняти потреби своїх онлайн-покупців і досягти успіху на своїх конкурентних ринках, продавці В2В-сектору повинні забезпечити свої вебмагазини низкою ключових функцій для електронної комерції В2В, що висвітлено у статті. У статті досліджуються базові інструменти інтернет-маркетингу у сфері В2В, які є ефективними під час просування продукції промисловими підприємствами. Визначено, що інтернет-продажі В2В мають свої особливості, а для безпосередніх контактів з потенційними партнерами потрібно використовувати оптимізований сайт та вебаналітику. Наведено алгоритм налагодження взаємодії між покупцем і продавцем, розглянуто основні канали збуту В2В-середовища та описано проблеми, з якими стикаються підприємці під час діяльності на ринку В2В. Обґрунтовано актуальні канали збуту В2В-продукції, наведено алгоритм прийняття рішення про вихід підприємства в інтернет-середовище та розглянуто недоліки інтернет-продажів. Результати проведеного дослідження можуть бути корисними на ринку В2В для підвищення ефективності інтернет-бізнесу не лише українських, але й іноземних підприємств, які діють в умовах високої мінливості чинників бізнес-середовища.

Ключові слова: В2В-сектор, інтернет-маркетинг, інтернет-бізнес, просування, промислові підприємства, оптимізація сайту, аналітика, поведінка споживачів, каталог товарів.

Успешный бизнес В2В имеет одну общую черту: продавцы понимают свое конкурентное преимущество, а цифровые инструменты помогают им в этом. Если определенный вебсайт не выделяется среди конкурентов, есть вероятность, что он легко потеряет своих потенциальных или будущих клиентов. Мир бизнес-сектора В2В огромен и, безусловно, разнообразен, но большинство функций электронной коммерции В2В-сектора или платформы управления рынком очень похожи. Чтобы предложить идеальный клиентский опыт и облегчить для других ведение бизнеса, следует иметь платформу электронной коммерции с функциями, созданными специально «под предприятие», то есть под продавца. Чтобы успешно удовлетворять потребности своих онлайн-покупателей и добиться успеха на своих конкурентных рынках, продавцы В2В сектора должны обеспечить свои вебмагазины рядом ключевых функций для электронной коммерции В2В, что освещено в статье. В статье исследуются базовые инструменты интернет-маркетинга в сфере В2В, которые являются эффективными при продвижении продукции промышленными предприятиями. Определено, что интернет-продажи В2В имеют свои особенности, а для непосредственных контактов с потенциальными партнерами нужно использовать оптимизированный сайт и вебаналитику. Приведен алгоритм налаживания взаимодействия между покупателем и продавцом, рассмотрены основные каналы сбыта В2В-среды и описаны проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели во время деятельности на рынке В2В. Обоснованы актуальные каналы сбыта В2В-продукции, приведен алгоритм принятия решения о выходе предприятия в интернет-среду и рассмотрены недостатки интернет-продаж. Результаты проведенного

исследования могут быть полезными на рынке B2B для повышения эффективности интернет-бизнеса не только украинских, но и иностранных предприятий, действующих в условиях высокой изменчивости факторов бизнес-среды.

Ключевые слова: B2B-сектор, интернет-маркетинг, интернет-бизнес, продвижение, промышленные предприятия, оптимизация сайта, аналитика, поведение потребителей, каталог товаров.

All successful people in B2B business have one thing in common they understand their competitive advantages and effectively use digital tools to support them. Still, also you will truly easily lose guests, if your website can't separate you from the competition. The B2B business world is huge and easily different, but ultimate of the features of a B2Be-commerce or business operation platform are truly similar. To offer the perfect customer experience and make it easier for others to do business with you, you need commerce platform with features erected specifically for the B2B sedulity. To successfully meet the conditions of their online shoppers and succeed in their competitive requests, B2B merchandisers must equip their online stores with a number of pivotal B2B e-commerce features. Features are the base for a great B2B experience. With the rapid-fire growth of B2Be-commerce demand, businesses are getting more habituated to online shopping and are getting more demanding when it comes to B2B networks. Whether you run a B2B business, upgrade a website, scrap it, or have preliminarily used the B2Be-commerce platform, make sure you can support all the B2B capabilities that this composition provides. The future off-commerce in the B2B sector is clear B2Be-commerce is the main deals channel for digital commerce. Changes in paperback gets caused by the epidemic will drive further relinquishment beyond 2021. Forrester predicts that B2Be-commerce deals will exceed \$1.8 trillion by 2023, counting for 17 of all B2B deals in the United States. Of course, dispatch and phone calls continue to be in the B2B business. Still, there's no mistrustfulness about it-e-commerce is pushing the boundaries of what B2B deals can be. This is great news for B2B merchandisers because buyers change. Nearly 73 of millennials generations raised on technology-are now engaged in the B2B buying process. These new shoppers anticipate convenience and applicability further than their Baby Boomer and Gen X counterparts. Individualized deals doors, mobile bookings, stoked reality tenures, tone- service features-B2B platforms continue to pave the way for cost-effective and affordable deals openings. The rise of B2B e-commerce isn't only an epidemic trend. Buyers and merchandisers are moving to digital commerce because it streamlines operations and increases effectiveness. And this trend will continue until 2021 and further. While numerous people suppose that a B2B e-commerce platform is just a tool for listing products and accepting payments, true is more. It acts as a command center where you control everything from deals to marketable operations, whether for B2B and noncommercial guests or the D2C website. The composition examines the introductory tools of Internet marketing in the field of B2B, which are effective in promoting products by artificial enterprises. It's determined that B2B Internet deals have their own features and for direct connections with implicit mates you need to use an optimized point and web analytics. The paper presents an algorithm for establishing commerce between buyer and dealer, considers the main deals channels of the B2B terrain and describes the problems faced by entrepreneurs in the B2B request. Also in the work the factual deals channels of B2B products are substantiated, the algorithm of decision- making on the company's access to the Internet terrain is given and the failings of B2B Internet deals are considered. The results of the exploration can be useful in, which operate in conditions of high variability of business terrain factors.

Keywords: B2B sector, Internet marketing, Internet business, promotion, industrial enterprises, site optimization, analytics, consumer behavior, product catalog.

Постановка проблеми. Останніми роками виробники й постачальники товарів та послуг у B2B-секторі все активніше використовують інтернет-середовище як канал просування та продажу. Головною причиною стає постійна зміна поведінки споживачів, на яку підприємці мають активно реагувати. Покупці все частіше віддають перевагу пошуку і купівлі товарів та послуг в Інтернеті, що набагато зручніше і швидше, ніж поїздки і пошук по магазинах або комунікація через традиційні офлайн-канали.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботі використано методи аналізу, порівняння та узагальнення. Інформаційною базою дослідження були роботи вітчизняних та зарубіжних учених, таких як А. Мазаракі, Ф. Котлер, Е. Дихтль, Л. Балабанова, О. Оснач, А. Павленко, В. Кардаш, В. Герасимчук. Об'єктом дослідження слугували особливості інтернет-продажів у B2B-секторі.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою наукового пошуку є дослідження базових інструментів для промислових підприємств, які б дали змогу ефективно використовувати напрацьова-

ний досвід реалізації продукції засобами традиційного просування та можливості цифрової економіки. Завдання, яке ставиться, полягає у пошуку ефективних методів для підприємств сектору B2B щодо просування продукції у сфері інтернет-бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними "Media Metrix", середньорічний темп зростання кількості відвідувачів віртуальних магазинів становить майже 37%. Перші вебсторінки, на яких були розміщені торгові марки компаній, з'явилися приблизно у 1994–1995 рр., де згодом розміщувались перші звернення до клієнтів, які мали можливість випадково потрапити на цей сайт, телефони, адреси компаній та запрошення приїхати й ознайомитися з асортиментом товарів, пропонувананих у реальному магазині. Лише у 1996–1997 роках на ринок інтернет-торгівлі виходять перші компанії, що починають вести власний бізнес через платформу Інтернету і переносять у мережу певну частку свого реального бізнесу.

Нині ринок інтернет-торгівлі в Україні перебуває на етапі бурхливого розвитку, оскільки за останні

п'ятнадцять років кількість інтернет-магазинів зростає майже в 75 разів, а обіг онлайн-торгівлі досягнув 5 млрд. дол. Крім того, обіг інтернет-продажів значно більший, ніж роздрібною торгівлі загалом, і все це за рахунок того, що частка товарів, куплених у мережі, продовжує неухильно зростати [1].

Проте перш ніж розглядати особливості інтернет-продажів у B2B-секторі, варто окреслити основні характеристики такого ринку. По-перше, B2B-ринок має відносно невелику кількість потенційних покупців. Для порівняння, кінцевих споживачів на ринку B2C у рази більше, ніж підприємств, із якими можна вести спільну справу. Чим менше ніша реалізації продукту, тим менше, звичайно, кількість потенційних партнерів. По-друге, угода з потенційними партнерами приймається не «на емоціях», а після сумлінного вивчення пропонованого товару, його характеристик, властивостей, переваг та недоліків порівняно з іншими підприємствами-постачальниками. Зрозуміло, що збір і аналіз інформації потребує певного часу, тому це довготривалий процес. По-третє, відносини з покупцями на ринку B2B більш тривалі. Під час самого процесу купівлі часто відбувається не одна консультація, ретельна підготовка документації (договори, прайс-листи), погодження умов співпраці.

Отже, пошук в Інтернеті дає змогу розширити ділові контакти і збільшити прибуток свого бізнесу. Таким чином, онлайн продається все: від будівельної техніки та матеріалів (крани, самоскиди, басейни) до обладнань для переробних підприємств. Оскільки за кілька хвилин можна отримати прайс-лист, аби порівняти ціни наявних постачальників та компаній, то відстані й кордони для інтернет-бізнесу вже не відіграють вирішальної ролі, тому підприємці активно використовують сучасні можливості інтернет-середовища [2].

Роботу в онлайн-середовищі варто починати з аналізу сегментів аудиторії бізнесу покупців, вибудовуючи інтернет-маркетинг для кожного з них. Окрім величезної сегментації аудиторії, складність B2B полягає в тому, що в кожному сегменті рішення зазвичай приймається цілою групою осіб. Цикли продажів часто тривають місяцями й навіть роками, тому важливо за цей час не втратити потенційного покупця, а під час продажу (окрім прибутку) зафіксувати витрати на рекламу та маркетинг [3].

Ще однією особливістю B2B-продажів є те, що первинні продажі не відіграють найважливішої ролі, оскільки працювати з уже залученими покупцями дешевше, ніж шукати когось «із нуля». Таким чином, вагомий внесок чинять повторні продажі й система утримання клієнтів. Формат «продав і забув», який працює для звичних інтернет-магазинів, для сектору B2B не є характерним. У B2B важливо не тільки вміти залучати покупців на одну угоду, але й вибудовувати з ними довгострокові відносини [4].

Якщо раніше для збільшення продажів треба було здійснювати більше дзвінків і проводити більше переговорів, то зараз грамотно побудований сайт продажів зробить більшу частину роботи. Виробники й оптовики намагаються нарощувати продажі, а потенційні покупці шукають тих, хто пропонує товари

оптом. Точкою їх зустрічі є сайт компанії. Від того, наскільки він зрозумілий і зручний для покупців, наскільки вигідні умови співпраці і поставок, багато в чому залежить ефективність ніші продажів і менеджерів [5].

Для того аби налагодити співпрацю з новими підприємствами-організаціями і утримати їх серед своїх замовників, можна скористатися перевіреним алгоритмом налагодження взаємодії між покупцем і продавцем. Для цього існує декілька етапів.

1) Налагодження тісного взаємозв'язку. На цьому рівні знадобиться знайти так звану точку входу, тобто відповідний момент, що зв'яже покупця з компанією, що продає. Представники покупця будуть вимагати, щоб їх уважно вислухали, зрозуміли їх труднощі. Важливо показати їм, що їхні потреби й пропозиції тісно пов'язані між собою.

2) Переконавання в перспективах. Компанії-лідери успішно переконують своїх покупців у тому, що вони готові запропонувати кращу віддачу від інвестицій, гарантують мінімальні ризики, їх пропозиція не має альтернатив. За словами покупців, найпереконливіше демонструють надійність угоди опис її деталей, рекомендації щодо запобігання помилок, наявність досвіду у підприємства-виробника.

3) Демонстрація співпраці. На цьому рівні важливо показати, що продавець-організація не тільки цінує разовий контракт, але й зацікавлений у успіху своїх покупців, готовий йти з ними пліч-о-пліч на шляху досягнення цілей. Такий підхід продемонструє унікальність компанії, яка продає, та підвищить довіру до неї загалом, дасть змогу стати експертом в очах замовника.

Таким чином, аби почати реалізовувати продукцію чи послуги в Інтернеті, важливим є не масштаб бізнесу чи ресурсні можливості, а розуміння цілей, завдань та інструментів. Підприємцям слід рухатися послідовно таким чином [6]:

1) сформулювати каталог товарів і послуг, що планують реалізуватися;

2) максимально докладно і якісно описати реалізовані товари та послуги, їх характеристики;

3) сформувати прайс і умови ціноутворення;

4) зазначити умови співпраці, певні переваги, важливі для цільової аудиторії;

5) поступово підключити рекламні канали та проаналізувати ефективність їх роботи;

6) автоматизувати відповідно до зрілості бізнес-процеси в організації.

Таким чином, узагальнивши вищенаведене, можемо виділити такі основні тенденції, на які необхідно звертати увагу B2B-компаніям для прийняття рішення про вихід підприємства в інтернет-середовище:

– зменшення впливу територіального показника під час сегментації споживачів через перехід первинних контактів клієнта з підприємств в онлайн (через сайти, професійні блоги тощо);

– представлення комерційної пропозиції у вигляді одного максимально релевантного для споживача рішення його потреби (проблеми) або двох прийнятних для нього альтернатив;

– зміна методів закупівель (за статистикою, 80% покупців починають процес закупівлі з аналізу інформації в Інтернеті, при цьому 9 із 10 покупців ствер-

джують, що за необхідності самостійно знайдуть постачальника);

– підвищення ролі сервісу як елементу конкурентної боротьби на B2B-ринку, який оцінюється через якість комунікацій [7].

Таким чином, нині в цьому сегменті B2B залишаються актуальними такі класичні канали просування товарів:

– працюючий сайт; це може бути як корпоративний ресурс, так і інтернет-магазин;

– email-маркетинг; основна його мета полягає в перетворенні відвідувачів сайту, які залишили свій контакт, на клієнтів, аби мотивувати на повторні покупки;

– ведення соціальних мереж; саме соціальні мережі є одним із методів, які допомагають підвищити довіру до підприємства-організації;

– call-центр; впевненість у підтримці 24/7 часто є одним із вирішальних факторів під час здійснення угоди;

– event-маркетинг; участь у виставках, ярмарках, семінарах, онлайн-конференціях дає можливість продемонструвати потенційним споживачам свій професіоналізм;

– розвиток партнерських відносин; обмін базами даних з іншими підприємствами-організаціями, що за родом своєї діяльності не є конкурентами, може стати ключовою точкою зростання продажів;

– телемаркетинг; це «холодні» дзвінки потенційних покупців за готовою базою, що є рутинним і вимагає занадто багато роботи, однак у такий спосіб знаходить партнерів більшість щойно сформованих компаній;

– реклама та PR у засобах масової інформації; публік рілейшнз створює репутацію фірми, що дає змогу клієнтам віддавати перевагу їй та її продукції;

– контент-маркетинг; його сутність полягає у створенні та поширенні корисної та цікавої інформації для отримання довіри потенційних та майбутніх покупців;

– комерційні тендери; це конкурсні торги; сутність діяльності полягає в тому, що компанії розміщують великі замовлення на товари або послуги і обговорюють умови, на яких готові працювати; підрядники подають заявки і змагаються, щоб забрати замовлення.

У будь-якому разі підприємствам-організаціям, котрі працюють на B2B-ринку, для досягнення успіху слід розробити гнучку багатоканальну модель взаємодії зі своїми покупцями, попрацювати над підвищенням професіоналізму своїх менеджерів і звернути увагу на зростання якості обслуговування загалом.

Також існує низка проблем, із якими стикаються підприємці під час своєї діяльності на ринку B2B. До таких проблем можна віднести чинне законодавство, необхідність величезного бюджету, обмеженість ринку, кадрові складності та відсутність аналітики.

1) Законодавство. У нашій країні не все можна безперешкодно рекламувати. У законі прописані чіткі вимоги до реклами в деяких нішах, наприклад, медичного обладнання та юридичних послуг. Там потрібні ліцензії та сертифікати як на саму рекламу, так

і на товар чи послуги. З цієї причини компанії, які на цьому спеціалізуються, можуть зіткнутися з відмовами на рекламних майданчиках. Головне, не лякати, тому що це не означає, що вони не зможуть нічого запустити. Просто потрібно старанніше довести, що у них є всі необхідні дозвільні документи, можливо, успіх прийде не з першого разу.

2) Великий бюджет. Великий бюджет є основною проблемою підприємств-організацій, що працюють у B2B-сегменті. Однак якщо у компанії немає величезних бюджетів на рекламу, то це не означає, що їй не потрібно просуватися. Навпаки, потрібно, проте треба приділити цьому питанню багато часу, аби це зробити правильно й раціонально.

3) Обмеженість ринку. Іноді яких би заходів не вживало підприємство-організація, нові клієнти все одно не приходять. Обмежений ринок – це проблема багатьох сфер, де продукти або вузькоспеціалізовані, або дуже дорогі. Це характерно для B2B-ніш. В цьому разі краще спрямувати свої сили і грошові ресурси на те, щоби підвищувати конверсію повторних угод. Це можна зробити за допомогою email-маркетингу, SMM та всіх тих каналів, які описані вище.

4) Кадрові складності. По-перше, незважаючи на те, що маркетологів зараз багато, знайти дійсно професіонала в галузі B2B важко. По-друге, компаніям найчастіше потрібний системний підхід до просування, де наявна команда, оскільки не може одна людина все робити якісно: банери малювати, контекст налаштовувати, по SEO просувати, тексти писати, в SMM розбиратися. По-третє, штат маркетологів, де кожен займається своєю справою, може дозволити собі не кожна компанія, тому багато підприємств звертаються в агентства, але водночас не варто забувати, що в B2B-секторі важливо враховувати специфіку ніші, тому що від неї залежить вартість як одного ліда, так і витрат на рекламу загалом. Агентства рідко настільки глибоко можуть проникнути в діяльність компанії-клієнта.

5) Відсутність аналітики. Аналіз своєї діяльності є невід'ємною частиною маркетингу, в якій допомагає аналітика. Щоби правильно вибудувати ніші продажів і запускати успішні рекламні кампанії, потрібно розуміти те, який шлях проходить покупець від переходу на сайт до угоди, скільки часу це займає, повертається він чи ні.

Оцінюючи ці дані і виконуючи їх правильно, ми можемо зрозуміти, працює реклама чи ні, як зробити так, щоб вона була ще більш ефективною, чи варто вкладати грошові ресурси в той чи інший майданчик, адже мета маркетингу полягає в тому, щоби не просто підвищити кількість лідів, вклавши величезні гроші, але й оптимізувати всі процеси таким чином, щоб компанія могла зростати, інколи навіть повільними темпами [8].

Висновки. Підбиваючи підсумок, зазначаємо, що для підвищення ефективності інтернет-продажів у B2B-секторі варто приділяти увагу сегментуванню покупців та вибудувати інтернет-маркетинг для кожного з них, працювати над якісною комунікацією (через сайти, блоги), а також слід користуватися всіма описаними методами для співпраці з потенційними споживачами.

Бібліографічний список:

1. Зозульов О., Василенко А. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 1. С. 24–31.
2. Каталано Ф. Інтернет-маркетинг для «чайників». Москва : Вільям ІД, 2005. 304 с.
3. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
4. Пісна О. Особливості маркетингу на ринках товарів промислового призначення. *Ринок цінних паперів України*. 2014. № 8. С. 63–69.
5. Черненко О. На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні*. 2016. № 3. С. 4–11.
6. Креденець О. Стан і тенденції розвитку електронної роздрібної торгівлі в українському секторі мережі Internet. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2011. № 34. С. 268–272.
7. Сайт фірми із послуг інтернет-маркетингу “Wise solution”. URL: <https://www.wise-solutions.com.ua>.
8. 17% українських онлайн-покупців здійснюють більше 20 покупок на рік: інсайти e-commerce ринку 2019. Blog.olx.ua. 2019. URL: <https://blog.olx.ua/20621/17-ukra%D1%97nskix-onlajn-pokupciv-zdijsnyuyutbilshe-20-pokupok-na-rik-insajti-e-commerce-rinku-2019>.
9. IT-решення для e-commerce в Україні: що пропонує ринок. *Київський міжнародний економічний форум*. 2018. URL: <https://ain.ua/2018/12/12/it-resheniya-dlya-e-commerce-v-ukraine-cho-predlagaet-rynok>.
10. Форми, види, інструменти електронної комерції / Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. 2018. URL: <http://ecommm.kbuapa.com.ua/data/uploads/12.pdf>.

References:

1. Zozulov O., Vasilenko A. (2017) Scheme of analysis of consumer behavior in the industrial market. *Marketing in Ukraine*, no. 1, pp. 24–31.
2. Catalano F. (2005) Internet-marketing for “teapots”. Moscow: William ID, 304 p.
3. Litovchenko I., Pylypchuk V. (2008) Internet marketing: a textbook. Kyiv: Center for Educational Literature, 184 p.
4. Pisna O. (2014) Features of marketing in the markets of industrial goods. *Securities Market of Ukraine*, no. 8, pp. 63–69.
5. Chernenko O. (2016) On the way to post-digital marketing in Ukraine. *Marketing in Ukraine*, no. 3, pp. 4–11.
6. Krednets O. (2011) Status and trends in the development of electronic retail trade in the Ukrainian sector of the Internet. *Bulletin of the Lviv Commercial Academy*, no. 34, pp. 268–272.
7. Website of the Internet marketing company “Wise solution”. Available at: <https://www.wise-solutions.com.ua>.
8. Blog.olx.ua (2019). 17% of Ukrainian online shoppers make more than 20 purchases a year: e-commerce marketplace insights. Available at: <https://blog.olx.ua/20621/17-ukra%D1%97nskix-onlajn-pokupciv-zdijsnyuyutbilshe-20-pokupok-na-rik-insajti-e-commerce-rinku-2019> (accessed 04 Jan 2020).
9. Kyivskii mizhnarodnii ekonomichnii forum (2018). IT solutions for e-commerce in Ukraine: what the market offers. Available at: <https://ain.ua/2018/12/12/it-resheniya-dlya-e-commerce-v-ukraine-cho-predlagaet-rynok> (accessed 09 Jan 2020).
10. The official site of Kharkiv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine (2018). Forms, Types, E-Commerce Tools. Available at: <http://ecommm.kbuapa.com.ua/data/uploads/12.pdf> (accessed 12 Jan 2020).

УДК 330.341.1:658.152:330.44

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-10>

Онешко С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки і фінансів
Одеського національного морського університету

Oneszko Svitlana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Economics and Finance
Odessa National Maritime University

РОЗВИТОК МОДЕЛІ КРУГООБІГУ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

DEVELOPMENT OF THE MODEL OF THE INVESTMENT CYCLE IN THE INNOVATION ACTIVITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

У дослідженні обґрунтовано побудову алгоритму у вигляді моделі процесу кругообігу інвестицій у сучасній інноваційній діяльності промислового підприємства з урахуванням фактору часу. При цьому слід зауважити, що не варто розглядати результати моделювання як кінцевий результат, як деякий алгоритм, підставивши в який чисельне значення, що відповідає тій чи іншій реальній ситуації, ви можете отримати вичерпну відповідь на питання про те, як керувати інноваційним розвитком. Переваги математичного моделювання полягають у тому, що воно дає змогу обґрунтувати явища, що досліджуються, і зв'язки між ними (дескриптивна функція); прогнозувати майбутній розвиток інноваційних процесів (прогностична функція); вибирати оптимальні сценарії розвитку (нормативна функція). Отже, фахівцям можна порекомендувати діяти сумісно з науковцями з економіко-математичного моделювання, максимально використовувати його дескриптивний, прогностичний і нормативний потенціали. Розглянуто рух інноваційних коштів, які спрямовані на фінансування інноваційної діяльності у межах корпоративної групи. За основу вибрано динамічну модель функціонування корпоративної групи, до складу якої входять промислове підприємство – виробник інноваційної продукції, банк, виробниче підприємство – споживач інноваційної продукції у вертикально інтегрованому ланцюгу, підприємство, що реалізує інновацію.

Ключові слова: інновація, інвестування, модель, процес, кругообіг, промисловість, витрати, фонд, корпорація.

В исследовании обосновано построения алгоритма в виде модели процесса кругооборота инвестиций в современной инновационной деятельности промышленного предприятия с учетом фактора времени. При этом следует заметить, что не стоит рассматривать результаты моделирования как конечный результат, как некий алгоритм, подставив в который численное значение, соответствующее той или иной реальной ситуации, вы можете получить исчерпывающий ответ на вопрос о том, как управлять инновационным развитием. Преимущества математического моделирования заключаются в том, что оно позволяет обосновать явления, которые исследуются, и связи между ними (дескриптивная функция); прогнозировать будущее развитие инновационных процессов (прогностическая функция); выбирать оптимальные сценарии развития (нормативная функция). Итак, специалистам можно порекомендовать действовать совместно с учеными по экономико-математическому моделированию, максимально использовать его дескриптивный, прогностический и нормативный потенциалы. Рассмотрено движение инновационных средств, направленных на финансирование инновационной деятельности в рамках корпоративной группы. За основу выбрана динамическая модель функционирования корпоративной группы, в состав которой входят промышленное предприятие – производитель инновационной продукции, банк, производственное предприятие – потребитель инновационной продукции в вертикально интегрированной цепи, предприятия, реализующее инновацию.

Ключевые слова: инновация, инвестирование, модель, процесс, круговорот, промышленность, расходы, фонд, корпорация.

The main reason for the decline in innovation activity of Ukrainian manufacturing enterprises is the economic environment, which can be assessed as uncompetitive, unstable and risky, as a result of which there is a decrease in the number of investments aimed at innovation. The main difficulties of the innovation process are related to the stage of implementation of the innovation project, which requires significant financial investment in the re-equipment

of production, marketing research and more. The peculiarity is that the costs at this stage are not recouped and the investment is made for the future. The innovative advantages of financial-industrial corporate structures deserve attention because within such groups it is easier to finance the implementation of innovations. In the research the substantiation of construction of algorithm in the form of model of process of a cycle of investments in modern innovative activity of the industrial enterprise taking into account a time factor is carried out. It should be noted that the results of modeling should not be considered as the end result, as some algorithm, based on which the numerical value corresponding to a real situation, it is possible to get a comprehensive answer to the question of how to manage innovation. The advantages of mathematical modeling are that it allows: to substantiate the phenomena under study and the relationships between them (descriptive function); to predict the future development of innovation processes (prognostic function); choose the optimal development scenarios (regulatory function). Based on this, experts can be recommended, acting in conjunction with scientists in economic and mathematical modeling, to make the most of its descriptive, predictive and regulatory potentials. The paper considers the movement of innovation funds, which are aimed at financing innovation activities within the corporate group. The dynamic model of functioning of the corporate group was chosen as a basis, which includes: the industrial enterprise-producer of innovative production, bank, the industrial enterprise-consumer of innovative production in vertically integrated chain, the enterprise realizing innovation.

Keywords: innovation, investment, model, process, cycle, industry, costs, fund, corporation.

Постановка проблеми. Останнім часом в економіці виробничих підприємств України спостерігається значне зниження інноваційної складової частини їх діяльності. Причина полягає в тому, що економічне середовище для інноваційної діяльності може бути оцінено як неконкурентне, нестабільне і ризиковане, як наслідок, спостерігається зниження кількості інвестицій, що спрямовуються на інновації.

За даними Державної служби статистики України, у 2017 році порівняно з 2016 роком погіршилась більшість показників, що характеризують інноваційну діяльність. Так, кількість інноваційно активних підприємств зменшилась із 834 до 759, обсяг фінансування інноваційної діяльності – до 9 117,54 млн. грн., або на 0,3% ВВП, частка обсягу реалізованої промислової продукції – до 0,7%, кількість впроваджених інноваційних видів продукції – до 0,7%, кількість впроваджених інноваційних видів продукції – на 42,3% [1, с. 9].

Такі невітніші показники вимагають перегляду ставлення до розвитку інноваційної моделі в Україні, яка була проголошена Урядом країни двадцять років тому, а фахівців – стимулювати до пошуку нових інструментів її реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковою базою проведеного дослідження стали праці таких фахівців, як М. Баранніков, Є. Єфремов, О. Яскевич [2], П. Воронжак, С. Філіппова [3], С. Єрмак [4], В. Захарченко, М. Меркулов, Л. Ширяєва [5], В. Зимовець [6], А. Кузнецова [7], Д. Новіков, А. Іващенко [8], Й. Петрович, Л. Прокопишин-Рашкевич [9], А. Чемодуров [10], Н. Чухрай [11].

Так, С. Єрмак, узагальнюючи і систематизуючи інклюзивні бізнес-моделі, доходить висновку, «що розуміння інноваційної діяльності науковцями еволюціонувало від неповного розуміння та відсутності уваги до інновацій на тлі невідомості ідеологів епохальних винаходів до загального визнання інноваційної діяльності як основи економічного розвитку і головного каталізатора прогресу» [4, с. 351]. В. Захарченко, М. Меркулов і Л. Ширяєва у методологічному аспекті розглядають чотири методи розроблення управлінських рішень, такі як організаційне проектування, метод бенчмаркетингу, реінжиніринг бізнес-процесів, CASE-технології [5, с. 375].

Багато науковців нині звертаються до обґрунтування такого поняття, як «інноваційний потенціал підприємства» [9; 11]. Так, Й. Петрович доходить висновку, що «ефективність діяльності підприємств у сучасних умовах невизначеності вимагає наповнення основних функцій менеджменту новим інноваційним змістом, насамперед освоєння досконалішого управлінського інструментарію та упровадження правлінських новацій» [9, с. 155]. Н. Чухрай констатує таке: «Беручи за основу ймовірнісні оцінки економіки й можливий, очікуваний і реальний стани, доходимо висновку, що впровадження маркетингових та логістичних концепцій у формування інноваційного потенціалу підприємств створює передумови першого етапу перетворення можливого стану на бажаний» [11, с. 263].

А. Кузнецова наголошує на такому: «Торкуючись складових частин моделі системи фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності, маємо зважити та той факт, що політика формування обсягів і структури фінансових ресурсів інноваційного розвитку являє собою складову частину загальної політики управління фінансовим механізмом інноваційного розвитку і полягає в реалізації цих процесів з позиції ефективності» [7, с. 315]. П. Воронжак і С. Філіппова роблять спробу створення активізаційно-компенсаторного смарт-підходу до вдосконалення організаційно-економічного інструментарію стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства [3, с. 230]. Однак Д. Новіков та А. Іващенко попереджають: «З одного боку, використання математичних моделей дає змогу дійти більш обґрунтованих висновків, встановити кількісну взаємозалежність між суттєвими явищами і процесами. З іншого боку, слід пам'ятати, що під час побудови будь-якої моделі вводиться низка пропозицій, а результати аналізу моделі справедливі тільки в межах цих пропозицій» [8, с. 318].

В. Зимовець основними елементами політики фінансового забезпечення довгострокового економічного розвитку інноваційного типу в Україні вважає розгортання фінансового сектору, реформування чинної системи необґрунтованих обмежень мінімальної заробітної плати, переваги соціальної орієнтації державних витрат, кардинальний пере-

гляд податкової політики, впровадження змішаних механізмів акумуляції коштів для фінансування стратегічно важливих проєктів за участю держави й фінансових інститутів [6, с. 17]. А. Чемодуров дійшов такого висновку: «Основна причина відсутності значних зсувів у реалізації затверджених програм модернізації національної економіки полягає у невирішеності проблеми фінансового забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств» [10, с. 48].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Основні складності інноваційного процесу пов'язані з етапом впровадження інноваційного проєкту, який вимагає вкладення значних фінансових коштів у переобладнання виробництва, проведення маркетингових досліджень тощо. Особливість полягає в тому, що витрати на цьому етапі не окупаються, а інвестування здійснюється на майбутнє. Інноваційні гідності фінансово-промислових корпоративних структур заслуговують на увагу, тому що в рамках таких груп полегшується фінансування впровадження інновацій.

У «Стратегії – 2030» її автори констатують таке: «Діючи протягом останніх 10 років підходи до формування та реалізації державної інноваційної політики виявились неспроможними підняти Україну на вищу сходинку, отже, потребують докорінних змін. Попередні спроби формування в Україні державної політики підтримки інновацій через вибіркової допомогу в розвитку окремих галузей, підгалузей і проєктів мали обмежений позитивний вплив. Підходи, які базуються на визначенні галузевих пріоритетів, погано піддаються стратегічному плануванню, оскільки інновації є важко прогнозованим процесом [1, с. 9].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є обґрунтування моделі кру-

гообігу інвестицій у корпоративній фінансово-промисловій структурі, яка намагається інтенсифікувати свій інноваційний процес.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У статті розглянуто рух інвестиційних коштів, спрямований на фінансування інноваційної діяльності в рамках корпоративної групи. За основу взята динамічна модель функціонування елементарної корпоративної групи, у яку входять такі елементи:

- промислове підприємство А (виробник основної продукції);
- банк Б;
- виробниче підприємство В (споживач основної продукції в інтегрально інтегрованому ланцюгу);
- підприємство С, що реалізує інновацію (може бути відділом у структурі підприємства А).

В процесі впровадження цією корпоративною групою інновацій виникає кругообіг інвестицій в основному капіталі (рис. 1).

Відносини, які виникають у зв'язку із здійсненням інвестицій в інноваційну діяльність (за наведеною схемою), можна представити таким чином:

$$J \rightarrow R \rightarrow [(F), (T)] \rightarrow D, \quad (1)$$

де J – інвестиції в інноваційну діяльність (грошова форма); R – інвестиційні ресурси, в які авансовані інвестиції; (F) , (T) – об'єкти інвестиційної діяльності (F – впровадження нової технології, перехід на нове обладнання; T – випуск нової продукції з використанням наявних виробничих потужностей); D – дохід від інвестицій в інноваційну діяльність.

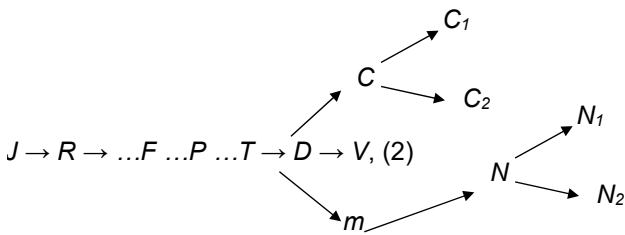
Початком інвестиційного циклу є грошова форма вартості. Сутність першої фази кругообігу інвестицій полягає в авансуванні накопичених грошових коштів або виділенні інвестиційних кредитів для створення інноваційного фонду. Узагальнюючи і розвиваючи особливості обігу інвестицій у формі грошей, товарів



Рис. 1. Схема кругообігу інвестицій на промисловому підприємстві під час впровадження інновацій

Джерело: розробка автора

і майнових прав, можемо (стосовно інвестицій в інноваційну діяльність фінансово-промислової структури) їх кругообіг у агрегованому вигляді представити таким чином:



де F, P, T, D – технологічна, товарна, виробнича і грошова стадії відповідно обігу інвестицій; V – фонд оплати праці, включаючи всі необхідні відрахування; m – чистий дохід у формі прибутку; C – фонди відшкодування (C_1 і C_2 – фонд матеріально-технічних витрат, що включаються у витрати виробництва, й амортизаційний фонд відповідно); N – фонди накопичення (N_1 і N_2 спрямовуються на відшкодування спожитих інвестицій на інноваційну діяльність і на нові інвестиції відповідно).

Розвиваючи алгоритм (2), можемо відобразити кругообіг інвестицій в інноваційну діяльність, що реалізується корпоративною групою (рис. 2).

Всі розглянуті процеси трансформації інвестицій здійснюються з урахуванням фактору часу.

«Стратегія – 2030» підводить до такого висновку: «Сучасний стан інноваційної діяльності є наслідком відсутності стратегічного бачення та послідовної державної політики щодо переведення України на інноваційний шлях розвитку, формування національної інноваційної екосистеми (сукупності інституцій, відносин, а також різних видів ресурсів, задіяних у процесі створення та застосування наукових знань та технологій, що забезпечують розвиток інноваційної діяльності)» [9, с. 9]. Одним із структурних елементів майбутньої національної інноваційної екосистеми «Стратегія – 2030» вважає інвесторів, які не беруть безпосередньої участі в операційній діяльності, але фінансують її за рахунок власних коштів чи здійснюють управлінні фондами.

Висновки. У дослідженні проведено обґрунтування побудови алгоритму у вигляді моделі процесу кругообігу інвестицій у сучасній інноваційній діяльності промислового підприємства з урахуванням фактору часу. При цьому слід зауважити, що не варто розглядати результати моделювання як кінцевий результат, як деякий алгоритм, підставивши в який чисельне значення, що відповідає тій чи іншій реальній ситуації, ви можете отримати вичерпну від-

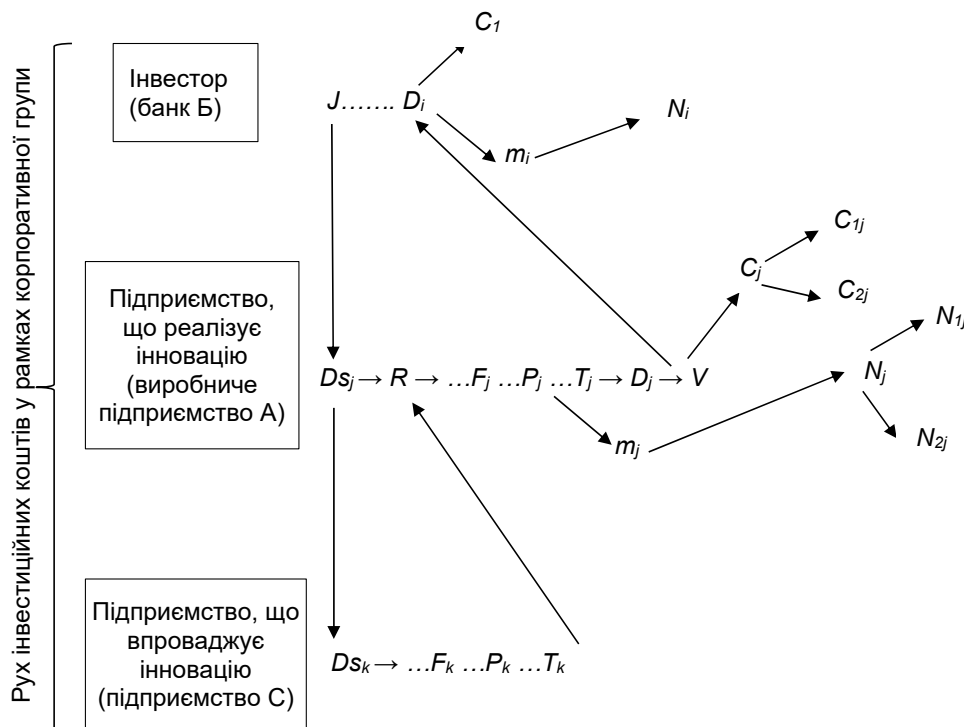


Рис. 2. Модель кругообігу інвестицій у корпоративній фінансово-промисловій структурі

Умовні позначення: i, j, k – індекси інвестора, виробничого підприємства, що реалізує інновацію, і підприємства, що впроваджує інновацію, відповідно; D_s, D_{sk} – грошові кошти, отримані від інвестора; F, F_k – кошти, вкладені в обладнання, матеріали, вироби і конструкції, необхідні для впровадження та реалізації інновації; P, P_k – процеси технології, організації та управління виробництвом на рівнях впровадження й реалізації інновації; D, D_j – грошові кошти, отримані в результаті експлуатації інновації; m, m_j – чистий дохід у формі прибутку; C, C_j – фонди, що спрямовуються на відшкодування спожитих інвестицій на інноваційну діяльність; C_{1j} – фонд відшкодування матеріально-технічних витрат, що включаються у витрати виробництва виробничого підприємства А; C_{2j} – його амортизаційний фонд; N, N_j – фонди накопичення; N_{1j}, N_{2j} – фонди накопичення, що спрямовуються на відшкодування спожитих інвестицій на інноваційну діяльність і на нові інвестиції для виробничого підприємства А, відповідно.

Джерело: пропозиція автора

повідь на питання про те, як керувати інноваційним розвитком. Переваги математичного моделювання полягають у тому, що воно дає змогу обґрунтувати явища, що досліджуються, і зв'язки між ними (дескриптивна функція); прогнозувати майбутній розвиток інноваційних процесів (прогностична функція); вибрати оптимальні сценарії розвитку (нормативна функція). Отже, фахівцям можна порекомендувати діяти сумісно з науковцями з економіко-математичного моделювання, максимально використовувати його дескриптивний, прогностичний і нормативний потенціали.

Бібліографічний список:

1. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. *Урядовий кур'єр*. 2019. № 143. С. 9–10.
2. Баранников Н., Ефремов Е., Яскевич О. Движение инновационных средств в процессе корпоративного финансирования инвестиций. *Наука – производству*. 2004. № 11 (79). С. 5–7.
3. Воронжак П., Филиппова С. Організаційно-економічний інструментарій стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств та смарт-підхід : монографія. Одеса : ОНПУ, 2015. 276 с.
4. Єрмак С. Теоретичні та методологічні основи стратегічного управління інклюзивним розвитком інноваційно-активних підприємств : монографія. Schweinfurt : Time Realities Scientific Group VG, 2019. 430 с.
5. Захарченко В., Меркулов Н., Ширяева Л. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : монография. Одесса : Фаворит, 2011. 598 с.
6. Зимовець В. Финансовое обеспечение инновационного развития экономики. *Економіка України*. 2003. № 11. С. 9–17.
7. Кузнєцова А. Фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності : монографія. Львів : Львівський банківський інститут НБУ, 2005. 367 с.
8. Новиков Д., Иващенко А. Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы : монография. Москва : ЛЕНАНД, 2006. 336 с.
9. Петрович Й., Прокопишин-Рашкевич Л. Інноваційний потенціал управління організацією : монографія. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2010. 184 с.
10. Чемодуров А. Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятий. *Економіка України*. 2013. № 1 (606). С. 40–49.
11. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингова та логістичне забезпечення : монографія. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2002. 316 с.

References:

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2019) Stratehiia rozvytku sfery innovatsiinoi diialnosti na period do 2030 roku [Strategy for the development of innovation for the period up to 2030]. *Uryadovyy kur'yer*, vol. 143, pp. 9–10.
2. Barannikov N., Efremov E., Yaskovich O. (2004) Dvizhenie innovatsionnykh sredstv v processe korporativnogo finansirovaniya investitsiy [Movement of innovative funds in the process of corporate financing of investments]. *Science for production*, no. 11(79), pp. 5–7.
3. Voronzhak P., Filippova S. (2015) Orhanizatsiino-ekonomichniy instrumentarii stratehii innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv ta smart-pidkhd [Organizational and economic tools of the strategy of innovative development of industrial enterprises and smart approach]. Odessa: ONPU. (in Ukrainian)
4. Yermak S. (2019) Teoretychni ta metodolohichni osnovy stratehichnoho upravlinnia inkluzyvnyim rozvytkom innovatsiino-aktyvnykh pidpriemstv [Theoretical and methodological bases of strategic management of inclusive development of innovatively active enterprises]. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group VG. (in Ukrainian)
5. Zakharchenko V., Merkulov N. and Shiryayeva L. (2011) Innovatsionnoe razvitie v Ukraine: nauka, tekhnologiya, praktika [Innovative development in Ukraine: science, technology, practice]. Odessa: Favorit. (in Russian)
6. Zimovets V. (2003) Finansovoe obespechenie innovatsionnogo razvitiya ekonomiki [Financial support of innovative economic development]. *Economy of Ukraine*, no. 11, pp. 9–17.
7. Kuznetsova A. (2005) Finansuvannia investytsiino-innovatsiinoi diialnosti [Financing of investment and innovation activities]. Lviv: Lviv Banking Institute of the NBU. (in Ukrainian)
8. Novikov D., Ivashchenko A. (2006) Modeli i metody organizatsionnogo upravleniya innovatsionnym razvitiem firmy [Models and methods of organizational management of innovative development of the company]. Moscow: LENAND. (in Russian)
9. Petrovich J., Prokopysyn-Rashkevych L. (2010) Innovatsiinyi potentsial upravlinnia orhanizatsiieiu [Innovative management potential of the organization]. Lviv: Lviv Polytechnic National University Publishing House. (in Ukrainian)
10. Chemodurov A. (2013) Problemy finansirovaniya innovatsionnoy deyatel'nosti predpriyatij [Problems of financing innovative activities of enterprises]. *Economy of Ukraine*, no. 1 (606), pp. 40–49.
11. Chukhray N. (2002) Formuvannia innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva: marketynhova ta lohystychnе zabezpechennia [Formation of innovative potential of the enterprise: marketing and logistical support]. Lviv: Lviv Polytechnic National University Publishing House. (in Ukrainian)

УДК 338.24: 656

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-11>

Очередько О.О.

кандидат економічних наук, старший викладач
Азовського морського інституту
Національного університету «Одеська морська академія»

Борісенко М.В.

магістр
Азовського морського інституту
Національного університету «Одеська морська академія»

Літвиненко О.О.

магістр
Азовського морського інституту
Національного університету «Одеська морська академія»

Ocheredko Olena

Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor
Azov Maritime Institute
of National University "Odessa Maritime Academy"

Borisenko Mykhailo

Master
Azov Maritime Institute
of National University "Odessa Maritime Academy"

Litvynenko Olha

Master
Azov Maritime Institute
of National University "Odessa Maritime Academy"

ВДОСКОНАЛЕННЯ ERG-СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МОРЕГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ

IMPROVEMENT OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF ENTERPRISES OF THE MARITIME COMPLEX

У статті проаналізовано ERG-систему управління підприємствами морегосподарського комплексу, наявні проблеми й перспективи розвитку сучасних систем управління в умовах мінливих викликів сучасності. На сучасному етапі розвитку необхідно підтримувати та вдосконалювати систему управління підприємствами морського та річкового транспорту. Підприємствам для підтримки ERP та забезпечення постійного прогресу потрібна модифікована організація управління. Велика кількість підприємств морегосподарського комплексу має організацію з управління проектами в ІТ. Цей процес дасть підприємствам функціональні вимоги, за якими можна вибрати систему ERP. Від ефективної організації системи управління залежить розвиток морегосподарського комплексу.

Ключові слова: ERG, система управління, підприємства морегосподарського комплексу.

В статье проанализированы ERG-система управления предприятиями морехозяйственного комплекса, существующие проблемы и перспективы развития современных систем управления в условиях меняющихся вызовов современности. На современном этапе развития необходимо поддерживать и усовершенствовать систему управления предприятиями морского и речного транспорта. Предприятиям для поддержки ERP и обеспечения постоянного прогресса необходима модифицированная организация управления. Большое количество предприятий морехозяйственного комплекса имеет организацию по управлению проектами в IT. Этот процесс предоставит предприятиям требования, по которым можно выбрать систему ERP. От эффективной организации системы управления зависит развитие морехозяйственного комплекса.

Ключевые слова: ERG, система управления, предприятия морехозяйственного комплекса.

In the article, we analyzed the ERG management system of enterprises of the maritime complex, the existing problems and prospects for the development of modern management systems in the changing challenges of today. At the present stage of development there is a need to support and improve the management system of maritime

and river transport enterprises. The development of the maritime complex depends on the effective organization of the management system. The purpose of the article is to improve the ERG management system of the enterprises of the maritime complex. The management system of maritime transport enterprises is correlated with the management of the enterprise. Business owners, the project steering committee and the project manager develop a hierarchy and determine who is responsible for each component of the system implementation. It is unusual to find in-house IT staff that are aware of all the intricacies of ERP, so relying solely on in-house IT staff slows down the implementation process. Third-party consultants have experience with previous implementations in other organizations that work for them, so they understand what worked and what didn't in those other implementations. However, the growing need of enterprises for specialized software can be fully met by ERP-management systems of enterprises of the maritime complex. We believe that this is one of the most useful platforms in which an investor can and should invest, because its use provides a number of advantages: formalization of business processes, automatic control over their implementation, and convenient access to information needed by employees, partners, and customers to making informed decisions. As for the shortcomings of the ERP system, they are the same as in all complex automation systems – it is data security and the need for a powerful server. The effectiveness of the implementation of the ERP system by enterprises of the maritime complex in view of the fact that manufacturers of enterprise resource management systems offer a wide range of products aimed at solving a variety of problems, prospects for further research may be market analysis of ERP systems.

Keywords: ERG, management system, enterprises of the maritime complex.

Постановка проблеми. Організація ефективної роботи системи управління підприємствами морегосподарського комплексу заснована на обліку принципів засад і закономірностей оптимізації діяльності в системі мінливих міжнародних ринкових обмежень. Проблема ефективної організації роботи системи управління виникає через формування конкурентних технологій та доцільне їх використання в умовах обмеженості ресурсів та попиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним аспектам розвитку та аналізу ERG-системи управління займалися такі науковці, як К.В. Гаєвська, Д.В. Катрич, V.A. Watts, Ch.A. Lenart, D.L. O'Leary.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є вдосконалення ERG-системи управління діяльністю підприємств морегосподарського комплексу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система управління підприємствами морського транспорту корелюється з управлінням підприємством. Власники підприємств, керівний комітет проекту та керівник проекту розробляють ієрархію та визначають відповідального за кожен компонент впровадження системи.

Для впровадження найчастіше призначається низка співробітників із наявних організацій. Рекомендується, щоб система управління та організаційна структура для функціонального й технічного персоналу, які працюють над проектом, доповідали керівникам проекту, а не їхнім внутрішнім відділам.

Проект впровадження ERP має забезпечити «заповнення» персоналом відділів, які призначили персонал для проекту, щоб забезпечити продовження бізнесу без перерви та звільнити персонал, призначений для проекту, для повної роботи над проектом. Як це часто буває, організації проекту впровадження ERP створюються лише для проекту, однак це змінюється.

Функціональний, технічний персонал та персонал із управління змінами для проекту, ймовірно, будуть складатися з наявного персоналу з бізнесу, нових працівників та консультантів. Традиційно ідентифікація та документування вимог користувачів і системи фіксують поточну функціональність застарілої систе-

ми та використовують реінжиніринг бізнес-процесів для вирішення «найкращих практик» у галузі.

Створення організації проекту та робота разом як команда вимагають зусиль, і ними не можна нехтувати. Персонал у кожній сфері має бути кваліфікованим, щоб виконувати поставлені перед ним завдання та розвивати сильне почуття командної роботи над проектом для загального успіху впровадження ERP. Розвиток команди є відповідальністю апарату управління проектами разом із керівниками в кожній галузі.

Організаційна структура розподілена на кілька сфер, першою з яких є проект офісу управління. Ця група може складатися з багатьох співробітників, і їхня мета полягає в тому, щоби переконатися, що проект рухається вперед і відповідає цілям та завданням впровадження. В основних впровадженнях ERP ця група буде складатися з керівника проекту, менеджерів, планувальників проекту та адміністративного персоналу.

Проектний офіс тісно співпрацює з потенційними клієнтами в кожній сфері, щоб оцінити прогрес. Вимірювання проекту, незважаючи на те, що часом це здається виснажливим, є єдиним способом визначення того, чи дотримується проект термінів і графіка. Хоча анекдотичні чи якісні дані є хорошими, кількісні дані дають змогу зрозуміти проект. Наступним рівнем організації проекту є керівники, які керують проектною командою.

Потенційні клієнти – це пряме посилання на персонал, який працює над проектом. Вони забезпечують внесок у керівництво та координують діяльність команди. Провідні посади іноді є найважчими для зайняття у проекті. Поєднання управлінських навичок і глибоких знань у функціональній або технічній галузі не легко знайти.

Наступні команди розділені на кілька логічних галузей. Так, функціональна команда зазвичай розбивається на функціональні компоненти ERP із командою досвідченого персоналу в кожній галузі. Ключом до цієї сфери є загальна підтримка, яка гарантує, що міжфункціональні проблеми вирішуються. Важливо пам'ятати, що ERP-системи перетинають функціональні межі.

Це відповідальність міжфункціонального керівника за те, щоб дані та процедури, які перетинають

організаційні кордони, розглядалися під час впровадження на підприємствах морегосподарського комплексу. Технічна частина буде складатися з команди інфраструктури, яка встановлює та впроваджує апаратне й програмне забезпечення, на якому працюватиме система, зокрема сервери, операційні системи, мережеве обладнання та операційне програмне забезпечення. Команда розробників працюватиме із системою ERP, щоб розробити або змінити програмне забезпечення для досягнення цілей системи.

Ця команда буде відрізнятися за розміром залежно від рішення змінювати чи не змінювати систему. Команда перетворення має критичне значення. Для точного перетворення застарілих даних у нову систему потрібен як обізнаний персонал застарілої системи, так і досвідчений персонал ERP.

Перетворення, як правило, є найскладнішою та найбільш трудомісткою діяльністю в рамках проєкту (критичний шлях). Остання галузь є звітною. Отримання даних та звітної інформації з нової системи має стрімку криву навчання. Команді звітності потрібно буде розробити основу звітності та початковий набір звітів, які необхідно включити у впровадження системи.

Як і щодо більшості переходів із застарілої системи в ERP, будуть сотні, а іноді й тисячі звітів, написаних для досягнення різних цілей. Визначення пріоритетів звітів – це робота. Велика кількість звітів не знадобиться в системі ERP, тому пріоритетність звітів і навіть виключення звітів із інвентаризації для опублікування є суттєвими завданнями для забезпечення того, що потреби підприємств відповідають за виконанням.

За ступенем впровадження команда звітності повинна буде продовжувати розробляти звіти та/або надавати інструменти для навчання, необхідні для легкого отримання даних із системи.

Нарешті, команда з управління змінами стане тією ланкою, яка забезпечує зв'язок із компанією та утримує проєкт на передньому плані. Керівництво змінами розробить як план навчання, так і план комунікацій для проєкту. Їхня роль полягає в наданні інформації про реалізацію проєкту ключовим сферам організації. Керування змінами має використовувати всі доступні методи зв'язку, щоб забезпечити надходження повідомлення. Це включає електронну пошту, Інтернет, листи та презентації.

Презентації особливо корисні, оскільки вони набагато більш інтерактивні. ERP-системи стають все більш поширеними в бізнес-ландшафті, оскільки вони стають вирішальними для довгострокового позиціонування та успіху підприємств морегосподарського комплексу.

Оскільки компанії дивляться на системи ERP, спостерігається постійний потік хворобливих і найчастіше невдалих спроб впровадження. Стратегія, яка використовується для впровадження, разом із допоміжними рішеннями щодо прискорювачів впровадження та сторонніми програмами, якщо такі є, враховують загальний підхід. Є кілька галузей, які підвищують шанси успіху впровадження.

Перш за все дуже важливо мати тверді зобов'язання вищого керівництва. Реалізація ERP

зазвичай стосується фундаментальних бізнес-операцій. Якщо вище керівництво не прихильне до проєкту, він згодом втратить підтримку та зазнає невдачі.

З огляду на складність впровадження ERP також важливо мати потужну та досвідчену програму управління. Керування програмою – це клей, який утримує проєкт і забезпечує лідерство. Якщо проєкт не має сильного лідера, він може заплутуватися й не досягати цілей у межах обсягу, графіка та вартості. Окрім досвідченого керування програмою, важливо мати досвідчених консультантів ERP. За допомогою людей, які раніше впроваджували цю технологію, проєкт використовує отримані знання та розпочинає подальше навчання.

Ключовим компонентом документа має бути те, як міжфункціональний потік даних інтегрованої ERP-системи вплине на відділи компанії. Цілком ймовірно, що це буде дуже новим для експертів у визначеній темі, отже, вони потребують повного розуміння під час роботи над проєктом.

Цей процес допоможе вибрати ERP на основі фактів і задокументованих потреб. Два основні документи часто є результатом процесу функціональних вимог. Перший – це потік даних та функціональних процесів у відділах чи бізнес-процесах, включаючи будь-які зміни в цих процесах; другий – таблиця або опис функцій у кожному відділі та рівень важливості кожної функції. Деякі функції є абсолютними вимогами, тоді як інші «приємно мати».

Задокументувавши функції відділу та бізнес-процеси, підприємство може виконувати оцінювання високого рівня визначених постачальників. Запит на інформацію (RFI) іноді використовується для отримання цієї інформації від постачальників ERP.

Зазвичай це письмовий запит до постачальників, який запитує лише інформацію про систему ERP і не є частиною процесу тендеру. Під час збирання та перегляду інформації швидко стане зрозуміло, наскільки бізнес-процеси компанії відповідають системі постачальника. Це також допоможе компанії оцінити, чи є задокументовані процеси раціональними та розумними. Визначення функціональних можливостей постачальника на основі задокументованих процесів допоможе придбати систему на основі фактів.

Як і в більшості процесів, дані RFI викликають запитання. Це стає сприятливим часом, щоб залучити кількох постачальників і попросити їх відповісти на запитання, пов'язані з функціональністю, і навіть продемонструвати систему. Побачити систему візуально буде важливо. Це підвищить рівень правдоподібності процесу та почне створювати більше відчуття імпульсу проєкту.

Другим підходом до визначення функціональності ERP із вимогами організації є проведення підгонки/розриву. Підгонка/розрив – це крок у процесі впровадження, але зазвичай він завершується після придбання ERP. Хоча деякі постачальники стягують плату за відповідність/розрив, деякі організації сьогодні зробили цю частину процесу вибору постачальників і виявили, що це дуже корисно для вибору найкращого постачальника для свого бізнесу.

Процес підгонки/розриву змушує постачальника ходити по організації через функціональність ERP.

Після цього організація зможе побачити, що працює для неї, які бізнес-процеси потрібно змінити, які зміни необхідні, щоб ERP працювала в організації. Організації, що забирають багато часу, виявили, що знають, що саме купують і які зміни необхідні, перш ніж впровадження розгорнеться повним ходом.

Маючи цю інформацію, організація може вирішити, які зміни будуть внесені в систему, якщо такі є, і отримати оцінку їх вартості. Перевага цього процесу полягає в тому, що організація заздалегідь знатиме, які зміни будуть внесені в ERP, а також оцінку витрат додатково до покупки ERP.

Дуже доречно вступати в переговори щодо договору продукту, послуг та обслуговування після оцінювання постачальників ERP на основі фактів та звуження кількості можливостей до однієї чи двох. Якщо є два постачальники, найкраще допомогти зрозуміти цінність кожного продукту та створити конкуренцію між конкуруючими постачальниками. Мета цього етапу полягає в тому, щоб компанія та постачальник отримали найкращу ліцензійну угоду та підготувалися до успішного впровадження.

Постачальник із найкращою відповідністю ERP та успішним послужним списком має бути один, щоб «виграти» ставку. Під час обговорення з постачальниками воно має бути зосереджено на продуктах, включених в умови придбання та обслуговування кожного продукту.

Умови та положення становлять важливу частину контракту, і до них звертатимуться покупці, повірені за договорами. Професійні послуги зі впровадження чи встановлення можна включати або виставляти окремо. Можна використовувати багато професійних консалтингових компаній, які мають великий досвід впровадження системи. Цей метод останнім часом був кращим методом, оскільки постачальники програмного забезпечення не обов'язково мають найкращий досвід впровадження системи ERP.

Під час обговорення з постачальниками терміну дії контракту потрібно буде вирішити питання вивчення циклом. Існують певні аспекти, які мають бути присутніми в кожному контракті ERP, які підвищують шанси на успішну покупку та впровадження.

По-перше, усі результати мають бути чітко визначеними. Вони мають бути ідентифікованими й пов'язаними з датами доставки. Далі ви повинні переконатися в тому, що ви, клієнт, маєте повноваження для прийняття. Це може здатися здоровим глуздом, але незадовільний результат може зупинити всю реалізацію, поки сторони сваряться. Постачальнику набагато важче впоратися, якщо клієнт має чіткий контракт про приймання кожного продукту.

Нарешті, у договорі мають бути визначені відповідальні з боку управління контрактом і ті, хто має повноваження санкціонувати зміни до контракту. З цими елементами керування контрактами стане набагато легшим для обох сторін.

Після придбання системи ERP більше уваги буде приділено менеджеру програми та процесу керування змінами. Це краще, щоб забезпечити успіх впровадження ERP і підкреслити важливість менеджера за контрактом. Керівник програми повинен призначити менеджера з якості контракту або наглядача за

контрактом. Ця особа зобов'язана стати експертом з умов контракту. Вона буде нести основну відповідальність за дотримання обох сторін умов контракту.

Вкрай важливо стежити за програмним менеджером покупця, щоби підприємство впроваджувало систему згідно з умовами контракту. Керівник програми або інший працівник, залучений у впровадження, може ненавмисно вийти за межі контракту, порушивши угоду, що може не мати значення, коли все триває гладко, але якщо щось піде не так, то це може бути використано проти покупця, що приведе до переговорів або судових позовів.

Існують випадки, коли непередбачені обставини змушують внести зміни до контракту, і це може статися навіть із міцними контрактними відносинами. Важливо, щоб ви були обізнані з усіма умовами контракту, щоби переконатися в тому, що відмінності не змінюють принципово позицію кожної сторони в контракті.

Мета змін не повинна полягати в переукладанні основних правил щодо ціни й ефективності; скоріше, зміни слід вносити лише за необхідності через непередбачувані обставини, взаємовигідні причини або ненавмисні помилки. Виявлення відсутнього апаратного забезпечення, призначеного для підтримки програмного забезпечення постачальника, є прикладом непередбачених обставин.

Постачальник може запропонувати зміни до контракту, щоби пропонувати це обладнання за домовленою ціною, тому лише специфікації, на які впливає ця обставина, змінюються в контракті. Іншим прикладом, який може вплинути на контракт, є використання неправильного підрахунку користувачів системи під час узгодження первинного контракту. Обом сторонам вигідно змінити ціну контракту на основі нового коректного числа користувачів.

Нарешті, переговори щодо контракту можуть зайняти значну кількість часу для завершення, тому керування очікуваннями є дуже важливим протягом того часу. Вище керівництво та кінцеві користувачі пройшли цей процес і хвилюються щодо покупця.

Повідомлення про прогрес, зокрема подальші кроки, залучає всіх, а також допомагає підтримувати динаміку. На цьому етапі найкраще переговорити. Керівництво має відігравати роль у виборі правильної системи, яка відповідатиме потребам та вимогам компанії. Відкритий процес, заснований на реалістичних потребах у виборі постачальника, створює основу для впровадження.

Потреби або вимоги до системи можуть ґрунтуватися на застарілій системі, аналізі реінжинірингу бізнес-процесів або на обох. Більшість компаній вибирає останнє, оскільки системи ERP дуже відрізняються від більшості застарілих систем. Керівництво має пам'ятати, що постачальники дуже вмілі у продажу своїх системи.

Повинно бути достатньо часу, щоб оцінити систему, спостерігати за повною та всеосяжною демонстрацією й спілкуватися з посиланнями та іншими, які використовують систему. Залежно від того, як система зараз працює, необхідно запланувати обговорення з постачальником щодо майбутніх покращень та напрямів. Це дасть змогу керівництву зрозуміти,

як постачальник зможе задовольнити зростаючі потреби в компанії і не відчувати, що вони обмежені в напрямі та масштабі.

Нарешті, якщо це взагалі можливо, то найкраще мати пару постачальників, які зможуть задовольнити потреби компанії в системі ERP. Переговори з двома постачальниками займають багато часу, але це дасть змогу отримати кращу ціну покупки. Якщо компанія має мало або зовсім не має досвіду ведення переговорів щодо контрактів на програмне забезпечення, консультанти можуть допомогти. Пам'ятайте, що постачальники мають штат кваліфікованих переговорників, і роблять це на регулярній основі.

Під час переговорів обов'язково враховуйте загальну вартість володіння. Програмне забезпечення ERP становить невеликий відсоток від загальних витрат на впровадження. Буде додаткова підтримка програмного забезпечення, апаратного забезпечення та реалізації, які повинні бути частиною загального рівняння. Керівник програми та керівник проєкту мають вирішальне значення для успішного впровадження ERP, але є інші групи, які також відіграють важливу роль для цього успіху. Однією з таких груп є команда впровадження.

Як правило, існує три варіанти вибору команди впровадження, такі як внутрішня IT-організація, консультативні організації та професійна група обслуговування клієнтів постачальників пакетного програмного забезпечення. Критичним елементом у виборі того, яка комбінація з трьох буде використана, є тип ресурсів, який має організація у своїх стінах, а також швидкість впровадження. Отже, чим швидше рішення буде впроваджено в бізнес, тим швидше компанія отримуватиме віддачу від інвестицій.

Незвично важко знайти внутрішній IT-персонал, який в курсі всіх тонкощів ERP, тому якщо ви покладаетесь виключно на внутрішній IT-персонал, то уповільнюється процес впровадження. Сторонні консультанти мають досвід виконання попередніх впроваджень в інших організаціях, які працюють на їхню користь, тому вони розуміють, що спрацювало, а що ні в цих інших впровадженнях.

Вони неупереджені, оскільки не працюють ні на постачальника пакетів програмного забезпечення, ні на організацію, яка впроваджує рішення ERP. Нарешті, клієнти постачальника є професіоналами, що долають розрив між внутрішнім IT-персоналом і зовнішніми консультантами.

Вони мають всю оновлену інформацію про пакет програмного забезпечення та можуть допомогти пояснити останні вдосконалення програмного забезпечення. Важливо, щоб консультанти були добре інте-

гровані з внутрішнім IT-персоналом, щоб усвідомити вигоди від передачі знань. Це гарантує, що після завершення проєкту та зникнення консультантів внутрішній IT-персонал опанує всю необхідну інформацію для самостійної роботи.

Висновки. Нині зростаючу потребу підприємств у спеціалізованому програмному забезпеченні повністю можуть задовольнити ERP-системи управління підприємствами морегосподарського комплексу. Вважаємо, що це одна з найкорисніших платформ, у яку може та повинно інвестувати підприємство-інвестор, адже її використання надає низку переваг, таких як формалізація бізнес-процесів підприємства, автоматичне здійснення контролю за їх виконанням, зручний доступ до інформації, що необхідна працівникам, партнерам, покупцям для прийняття зважених рішень.

Щодо недоліків системи ERP, то вони такі ж, як і у всіх складних системах автоматизації, а саме безпека даних і потреба потужного серверу. Ефективність впровадження системи ERP підприємствами морегосподарського комплексу є високою з огляду на те, що виробники систем з управління ресурсами підприємства пропонують досить різноманітний асортимент продуктів, спрямованих на рішення різного спектру завдань. Отже, перспективами подальших досліджень може бути аналіз ринку систем ERP.

Бібліографічний список:

1. Meer K.H. Best Practices in ERP Software Applications. Lincoln, NE : iUniverse, 2005. 232 p. ISBN 0-595-31513-1.
2. Гришина Л.О., Карась П.М., Філіпішина Л.М. Тенденції, проблеми та перспективи розвитку морегосподарського комплексу України в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник УНУ*. 2019. Вип. 24. Ч. 1. С. 131–135.
3. Leon A. Enterprise Resource Planning. 2nd ed. New Dehli : McGraw-Hill, 2008. 500 p. ISBN 978-0-07065680-2.
4. O'Leary D. Enterprise resource planning systems. Cambridge University Press, 2000. 232 c. ISBN 0-521-79152-9.

References:

1. Meer, Kamran H. Best Practices in ERP Software Applications. Lincoln, NE: iUniverse, 2005. 232 p. ISBN 0-595-31513-1.
2. Hryshyna, L.O., Karas, P.M., Filipishyna, L.M. (2019) Tendentsii, problemy ta perspektyvy rozvytku morehospodarskoho kompleksu Ukrainy v umovakh yevrointehratsii. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svi-tove hospodarstvo*. Vol. 24, no. 1, pp. 131–135.
3. Leon, Alexis. Enterprise Resource Planning. 2nd. New Dehli: McGraw-Hill, 2008. 500 p. ISBN 978-0-07065680-2.
4. O'Leary, Daniel. Enterprise resource planning systems. Cambridge University Press, 2000. 232 p. ISBN 0-521-79152-9.

УДК 658.114.5

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-12>

Павленко О.П.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри публічного управління
та менеджменту природоохоронної діяльності
Одеського державного екологічного університету

Русин-Гриник Р.Р.

доктор філософії,
асистент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»

Мацук В.М.

аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»

Pavlenko Elena

Doctor of Economics, Associate Professor,
Head of the Department of Public Administration and Environmental Management
Odessa State Environmental University

Rusyn-Hrynyk Roman

Doctor of Philosophy, Assistant at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University

Matsuk Vasylyna

Postgraduate Student at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

THEORETICAL BASIS OF THE FORMATION OF A BALANCED SYSTEM OF EVALUATION OF BUSINESS ENTITIES IN THE FOOD MARKET

Функціонування харчових підприємств у ринкових умовах змушує суб'єктів господарювання шукати найбільш ефективні аналітичні засоби та інструменти управління, які б забезпечили підтримання їх сталого розвитку та підвищення ефективності діяльності. У статті проаналізовано особливості оцінювання економічних явищ і процесів з позиції різних підходів, а також обґрунтовано їх поєднання з наукової точки зору. Досліджено, що оцінювання має характеризуватись полікритеріальністю, тобто відображати економічну ефективність підприємницької діяльності, якість і безпечність харчових продуктів, які є об'єктами виробництва, зберігання, постачання, транспортування і продажу. Обґрунтовано, що потреби є вихідними у конкретизації об'єкта оцінювання, наукового підходу до оцінювання, критеріїв оцінювання вибраного об'єкта і методів оцінювання.

Ключові слова: харчові підприємства, сталий розвиток, інструменти управління, підприємницька діяльність, управлінські рішення.

Функционирование пищевых предприятий в рыночных условиях заставляет субъектов хозяйствования искать наиболее эффективные аналитические средства и инструменты управления, которые бы обеспечили поддержание их устойчивого развития и повышение эффективности деятельности. В статье проанализированы особенности оценивания экономических явлений и процессов с позиции разных подходов, а также обосновано их сочетание с научной точки зрения. Исследовано, что оценивание должно характеризоваться поликритериальностью, то есть отражать экономическую эффективность предпринимательской деятельности, качество и безопасность пищевых продуктов, которые являются

объектами производства, хранения, поставки, транспортировки и продажи. Обосновано, что потребности являются исходными в конкретизации объекта оценивания, научного подхода к оцениванию, критериев оценивания выбранного объекта и методов оценивания.

Ключевые слова: пищевые предприятия, устойчивое развитие, инструменты управления, предпринимательская деятельность, управленческие решения.

The operation of food businesses in market conditions forces businesses to seek the most effective analytical tools and management tools that would ensure the maintenance of their sustainable development and efficiency. Entrepreneurial activity in the food market, on the one hand, does not differ from entrepreneurial activity in other markets. In the conditions of rapid development of market relations, managers often need to use two or more scientific approaches to evaluate certain objects, i.e. to use the method of combination. This will provide more detailed and up-to-date information about a particular object of study, in our case – businesses in the food market. The safety of consumption depends on the quality of the offer they create. With this in mind, the evaluation of the activities of businesses in the food market should be balanced, and therefore systematic and at least bicriteria. Based on the application of the system-structural approach, it is substantiated that the evaluation of the activities of business entities in the food market requires that the evaluation of the activities of these entities be balanced. The argument in favor of this statement is that the security of consumption depends on the supply created by these entities. As a result, evaluation should be characterized by polycriteria, i.e., on the one hand, reflect the economic efficiency of entrepreneurial activity, and, on the other hand, the quality and safety of food products that are objects of production, storage, supply, transportation and sale. It is substantiated that when forming the system of evaluation of business entities in the food market the choice of criteria and indicators must be carried out taking into account the information needs of business entities (needs determining in making and implementing management decisions) of entrepreneurship, their business initiatives. Certain values of selected indicators and specialization (specialization is determined in the choice of criteria for the acceptability of the values of liquidity ratios of the entity's assets, as well as in the features of the HACCP system to achieve food quality and safety).

Keywords: food enterprises, sustainable development, management tools, business activities, management decisions.

Постановка проблеми. Функціонування харчових підприємств у ринкових умовах змушує суб'єктів господарювання шукати найбільш ефективні аналітичні засоби та інструменти управління, які б забезпечили підтримання їх сталого розвитку та підвищення ефективності діяльності. З одного боку, підприємницька діяльність на ринку харчових продуктів не відрізняється від підприємницької діяльності на інших ринках, адже підприємці переслідують ті ж цілі і зазнають дії тих самих економічних законів, які діють в економіці загалом, проте, з іншого боку, їх соціальна відповідальність набагато вище, ніж на інших ринках. Від якості створеної ними пропозиції залежить безпечність споживання. З огляду на це оцінювання діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів має бути збалансованим, отже, системним і принаймні бікритеріальним. Отже, тема дослідження є важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі [1–9], яка присвячена проблемам розвитку підприємництва, досить багато праць, що висвітлюють особливості оцінювання економічних явищ і процесів. Критичний аналіз літературних джерел показав, що науковці до оцінювання підходять із позиції різних підходів, а саме кількісного (В. Козик, Н. Селюченко, В. Масюк, К. Тарасов, Н. Кузьминчук, Т. Куценко), якісного (М. Данилович-Кропивницька, В. Дикан, Д. Кирилук), системного (С. Рилев, І. Дринь, М. Хвесик, Л. Левковська, А. Сундук, А. Мілай, С. Нечипоренко), комплексного (Я. Коваль, Р. Чемчикаленко, М. Ланевський, О. Майборода), динамічного (Н. Даценко, М. Бублик, Н. Сментина), функціонального (Н. Принула, Р. Федорович, Н. Федоронько, І. Гнатюк). Як бачимо, у науковій літературі існує багато різних підходів і не існує єдиної системи оцінювання.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах бурхливого розвитку ринкових відносин часто менеджерам потрібно застосовувати для оцінювання тих чи інших об'єктів два та більше наукових підходів, тобто використовувати метод комбінування. Це дасть змогу отримати більш детальну та актуальну інформацію про той чи інший об'єкт дослідження, у нашому випадку – суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основною метою написання статті є теоретичний аналіз основ формування збалансованої системи оцінювання суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі [10–15] часто дослідники почали застосовувати для оцінювання тих чи інших об'єктів два й більше наукових підходів, які комбінуються. Так, у своїх дослідженнях О. Гринюк, А. Антоненко, Л. Жилінська почали поєднувати такі підходи, як кількісний та якісний. На відміну від вищеназваних науковців, Т. Машкова, С. Глухова, Є. Кильницька поєднували якісний та системний підходи. Н. Георгіаді, С. Князь доводили можливість поєднувати три підходи, а саме системний, кількісний та функціональний.

Узагальнення вищенаведеного дає змогу стверджувати, що вибір підходу до оцінювання конкретних процесів і явищ, які характеризують розвиток суб'єкта підприємництва, залежить від цілей оцінювання, тобто від інформаційних потреб аналітика. Вони можуть полягати в необхідності отримання відомостей про фінансовий стан підприємства, рівень інвестиційної привабливості підприємства, рівень автономності активів підприємства, рівень безпеки системи управління підприємством, інтелектуальний потенціал підприємства, рівень конкурентоспро-

можності продукції підприємства, характер динаміки отримання фінансових результатів діяльності.

Перелік цих потреб невичерпний, тому саме потреби є вихідними у конкретизації об'єкта оцінювання, наукового підходу до оцінювання, критеріїв оцінювання вибраного об'єкта й методів оцінювання.

Під час оцінювання діяльності суб'єктів підприємництва отримані результати можуть базуватись на таких елементах:

- монокритеріальне оцінювання (застосовується якийсь один критерій для трактування результатів оцінювання певного об'єкта);

- бікритеріальне оцінювання (застосовуються два критерії для трактування результатів оцінювання певного об'єкта);

- полікритеріальне оцінювання (застосовується кілька критеріїв для трактування результатів оцінювання певного об'єкта).

Підприємницька діяльність на ринку харчових продуктів, з одного боку, не відрізняється від підприємницької діяльності на інших ринках. Підприємці переслідують ті ж цілі і зазнають дії тих самих економічних законів, які діють в економіці загалом, проте їх соціальна відповідальність набагато вище, ніж на інших ринках. Від якості створеної ними пропозиції залежить безпечність споживання. З огляду на це оцінювання діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів має бути збалансованим, отже системним і принаймні бікритеріальним.

Формування системи оцінювання суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів, яка би передбачала балансування між очікуваними значеннями економічних показників суб'єктів господарювання й показників безпечності та якості харчових продуктів, які є об'єктом виробництва, зберігання, транспортування, а також предметом торгівлі, вимагає дотримання кількох груп принципів, а саме принципів економічної ефективності, принципів системи НАССР і принципів формування самої системи оцінювання.

Під час побудови збалансованої системи оцінювання суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів пріоритетними засадами економічної ефективності є такі:

- раціональність формування витрат;
- досягнення позитивної стійкої динаміки зміни прибутку і рентабельності активів;
- забезпечення перманентної фінансової стійкості суб'єкта підприємництва.

Отже, за результатами проведених досліджень доходимо висновку, що комплекс виділених принципів складає базову, концептуальну основу формування збалансованої системи оцінювання суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів. Недотримання будь-якого його компоненту приводить до однобокого, полівекторного оцінювання діяльності суб'єктів підприємництва, що знижує рівень його інформативності і значущості в обґрунтуванні прийняття коригувальних управлінських рішень стратегічного, тактичного й оперативного характеру.

Висновки. На підставі застосування системно-структурного підходу обґрунтовано, що оцінювання діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів вимагає, щоб оцінювання діяльності

цих суб'єктів було збалансованим. Аргументом на користь цього твердження є те, що від створеної цими суб'єктами пропозиції залежить безпека споживання. Як наслідок, оцінювання має характеризуватись полікритеріальністю, тобто відображати, з одного боку, економічну ефективність підприємницької діяльності, а з іншого боку, якість і безпечність харчових продуктів, які є об'єктами виробництва, зберігання, постачання, транспортування й продажу. Обґрунтовано, що під час формування системи оцінювання суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів вибір критеріїв і показників необхідно здійснювати з урахуванням інформаційних потреб суб'єктів (потреби визначальні у прийнятті і реалізації управлінських рішень) підприємництва, їхніх підприємницьких ініціатив (ініціативи визначальні у виборі критеріїв прийнятності тих чи інших значень вибраних показників) та спеціалізації (спеціалізація визначальна у виборі критеріїв прийнятності значень коефіцієнтів ліквідності активів суб'єкта господарювання, а також в особливостях впровадження системи НАССР для досягнення якості та безпечності харчових продуктів).

Бібліографічний список:

1. Козик В., Селюченко Н., Масюк В. Розроблення моделі кількісного оцінювання ризиків і виявлення загроз процесу антикризового управління машинобудівним підприємством. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 404–412.
2. Кузьминчук Н., Куценко Т. Підходи до діагностики соціально-економічного потенціалу регіону як основи ефективної стратегії управління. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 269–284.
3. Данилович-Кропивницька М. Якісні підходи до оцінювання кластерів на основі теорії переваг регіональної конкуренції. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів : вид-во Львівської політехніки, 2010. С. 149–155.
4. Кирилук Д. Якісні параметри продукції птахівництва та формування пропозиції на ринку яєць та м'яса птиці. *Біоресурси і природокористування*. 2014. Т. 6. № 12. С. 146–150.
5. Хвесик М., Левковська Л., Сундук А. Системний підхід до економічної оцінки водних ресурсів України та її регіонів. *Вісник Національної академії наук України*. 2016. № 7. С. 43–54.
6. Чемчикаленко Р., Ланевський М., Майборода О. Особливості комплексної оцінки фінансового стану підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 1263–1267.
7. Бублик М. Динамічні моделі економічного оцінювання складових техногенних збитків в національному господарстві. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 778. С. 364–373.
8. Федорович Р. Функціонально-вартісний аналіз у підвищенні конкурентоспроможності продукції. *Маркетинговий інструментарій управління попиту на товари і послуги* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (8–10 жовтня 2015 року). Тернопіль : ТНТУ, 2015. С. 92–94.
9. Федоронько Н., Гнатюк І. Використання функціонально-вартісного аналізу для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 897–903.
10. Гринюк О. Науково-методичні підходи до оцінювання та прогнозування ризиків діяльності нафтогазовидобув-

- них підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 1. С. 10–23.
- Жилінська Л. Сучасні підходи до оцінки рівня розвитку промислових підприємств. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Вип. 1 (1). С. 41–46.
 - Машкова Т. До оцінки якості сільськогосподарських угідь з використанням гіс-технологій у бухгалтерському обліку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Вип. 4. С. 47–51.
 - Глухова С., Кильницька Є. Імплементация комплексної системи оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств будівельної галузі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 135–144.
 - Георгіаді Н. Інтегровані системи управління економічним розвитком машинобудівних підприємств. Львів : видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 336 с.
 - Князь С. Трансферний потенціал інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Львів : видавництво Львівської політехніки, 2010. 332 с.
- References:**
- Kozyk V., Selyuchenko N., Masyuk V. (2017) Rozroblennya modeli kil'kisnogo otsinyuvannya ryzykiv i vyavlennya zahroz protsesu antykrizovoho upravlinnya mashynobudivnym pidpryyemstvom [Development of a model for quantitative risk assessment and identification of threats to the process of crisis management of a machine-building enterprise]. *Problemy ekonomiky*, no. 1, pp. 404–412. (in Ukrainian)
 - Kuz'mynchuk N., Kutsenko T. (2016) Pidkhody do diahnostryky sotsial'no-ekonomichnogo potentsialu rehionu yak osnovy efektyvnoyi stratehii upravlinnya [Approaches to diagnosing the socio-economic potential of the region as a basis for an effective management strategy]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, no. 4, pp. 269–284. (in Ukrainian)
 - Danylovych-Kropyvnyts'ka M. (2010) Yakisni pidkhody do otsinyuvannya klasteriv na osnovi teoriiy perevah rehional'noyi konkurentsiyi [Qualitative approaches to cluster evaluation based on the theory of regional competition advantages]. *Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku*. L'viv: vyd-vo L'viv. politekhniki. P. 149–155. (in Ukrainian)
 - Kyrylyuk D. (2014) Yakisni parametry produktsiyi ptakhivnytstva ta formuvannya propozytsiyi na rynku yayets' ta m'yasa ptytsi [Qualitative parameters of poultry products and the formation of supply in the market of eggs and poultry meat. Bioresources and nature management]. *Biorekursy i pryrodokorystuvannya*. Tom 6, no. 12, pp. 146–150. (in Ukrainian)
 - Khvesyk M., Levkovs'ka L., Sunduk A. (2016) Systemnyy pidkhid do ekonomichnoyi otsinky vodnykh resursiv Ukrainy ta yiyi rehioniv [System approach to economic assessment of water resources of Ukraine and its regions]. *Visnyk Natsional'noyi akademiyi nauk Ukrainy*, no. 7, pp. 43–54 (in Ukrainian).
 - Chemchukalenko R., Lanevs'kyu M., Mayboroda O (2017) Osoblyvosti kompleksnoyi otsinky finansovoho stanu pidpryyemstva [Features of a comprehensive assessment of the financial condition of the enterprise]. *Ekonomika i suspil'stvo*, no. 13, pp. 1263–1267. (in Ukrainian)
 - Bublyk M. (2013) Dynamichni modeli ekonomichnogo otsinyuvannya skladovykh tekhnolohiykh zbytkiv v natsional'nomu hospodarstvi [Dynamic models of economic assessment of components of man-made losses in the national economy]. *Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku*, no. 778, pp. 364–373. (in Ukrainian)
 - Fedorovich R. (2015) Funktsionalno-vartisnyi analiz u pidvyshchenni konkurentospromozhnosti produktsii. Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Marketynhovyi instrumentarii upravlinnia popytom na tovary i posluhy" (Tern., 8–10 October 2015), pp. 92–94 (in Ukrainian)
 - Fedoron'ko N., Hnatyuk I. (2016) Vykorystannya funktsional'no-vartisnogo analizu dlya pidvyshchennya efektyvnosti zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv [The use of functional-cost analysis to increase the efficiency of foreign economic activity of enterprises]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*. Vypusk 10, pp. 897–903. (in Ukrainian)
 - Hrynyuk O. (2016) Naukovo-metodychni pidkhody do otsinyuvannya ta prohnozuvannya ryzykiv diyal'nosti naftohazovydobuvnykh pidpryyemstv [Scientific and methodological approaches to assessing and forecasting the risks of oil and gas companies]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 1, pp. 10–23. (in Ukrainian)
 - Zhylyns'ka L. (2015) Suchasni pidkhody do otsinky rivnya rozvytku promyslovykh pidpryyemstv [Modern approaches to assessing the level of development of industrial enterprises]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noyi vlasnosti*. Vyp. 1 (1), pp. 41–46. (in Ukrainian)
 - Mashkova T. (2015) Do otsinky yakosti sil'skohospodars'kykh uhid' z vykorystanniam his-tekhnolohiy u bukhalters'komu obliku [To assess the quality of agricultural land using GIS technologies in accounting]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vypusk 4, pp. 47–51. (in Ukrainian)
 - Hlukhova S., Kyl'nytstka Ye. (2017) Implementatsiya kompleksnoyi systemy otsinyuvannya efektyvnosti innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv budivel'noyi haluzi [Implementation of a comprehensive system for evaluating the effectiveness of innovation activities of construction companies]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, no. 1, pp. 135–144. (in Ukrainian)
 - Heorhiadi N. (2009) Intehrovani systemy upravlinnya ekonomichnym rozvytkom mashynobudivnykh pidpryyemstv [Integrated management systems for economic development of machine-building enterprises]. L'viv: vydavnytstvo Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika", 336 p. (in Ukrainian)
 - Kniaz S. (2010) Transferynyy potentsial innovatsiynoho rozvytku mashynobudivnykh pidpryyemstv [Transfer potential of innovative development of machine-building enterprises]. L'viv: vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniki, 332 p. (in Ukrainian)

УДК 338.43. (477.83)

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-13>

Сачовський І.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки
Державного вищого навчального закладу
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

Sachovsky Igor

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Theoretical and Applied Economics
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

ДО ПИТАНЬ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ISSUES OF ANALYZING THE EFFICIENCY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN ZHYTOMYR REGION

Розгляд питань, пов'язаних з аналізом ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств на будь-якому рівні, є актуальним з огляду на такі аспекти: ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств на тому чи іншому етапі їх розвитку загалом, на наш погляд, визначається ступенем зрілості ринкових відносин в усіх сферах суспільного виробництва; однією з найважливіших передумов ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств є ступінь врахування специфіки того чи іншого регіону країни в процесі розроблення і реалізації політики їх державної підтримки, ступеня її відповідності реаліям сьогодення; ступінь розроблення економічних інструментів, зокрема ціноутворення, є одним із найважливіших факторів підвищення ефективності виробництва в сільськогосподарських підприємствах, при цьому обов'язковою умовою їх застосування є необхідність врахування взаємозв'язку, взаємообумовленості і взаємозалежності кожного з них. Метою статті є проведення аналізу основних показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств Житомирської області, оскільки їх діяльність визначається великою кількістю факторів. Таким найважливішим (чи одним з найважливіших?) є показник рентабельності виробництва як на обласному рівні, так і на районному (місцевому) рівні. Зауважимо, що водночас його розгляд потребує врахування рівня рентабельності тих чи інших видів сільськогосподарської продукції, пропорцій їх виробництва і, наважимося стверджувати, політики держави в галузі ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Основними показниками, що визначають рівень рентабельності виробництва в сільськогосподарських підприємствах, є величина отриманого ними (чи того) прибутку та їх структура, в чому можна наочно переконатись на основі даних табл. 3. Оскільки з певних причин показники рентабельності виробництва розглядалися в найбільш узагальненій, допустимій формі, структура витрат на виробництво продукції в сільськогосподарських підприємствах Житомирщини відносно деталізована й показова. Далеко не випадковим є те, що у роботі наводяться дані стосовно індексів цін на продукцію, реалізовану сільськогосподарськими підприємствами в той чи інший період. Це, на наш погляд, дає більш реалістичну картину стосовно прибутковості, зрештою, того чи іншого сільськогосподарського підприємства (з урахуванням структури витрат, про що вже частково говорилось).

Ключові слова: рентабельність основних видів сільськогосподарської продукції, структура витрат на виробництво продукції, рослинництво, тваринництво, ціноутворення.

Рассмотрение вопросов, связанных с анализом эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий на любом уровне, является актуальным с учетом таких аспектов: эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий на том или ином этапе их развития в целом, на наш взгляд, определяется степенью зрелости рыночных отношений во всех сферах общественного производства; одной из наиболее важных предпосылок эффективного функционирования сельскохозяйственных предприятий является степень учета специфики того или иного региона страны в процессе разработки и реализации политики их государственной поддержки, степени ее соответствия реалиям сегодняшнего дня; степень разработки экономических инструментов, в частности ценообразования, является одним из наиболее важных факторов повышения эффективности производства в сельскохозяйственных предприятиях, при этом обязательным условием их использования является необходимость учета взаимосвязи, взаимообусловленности и взаимозависимости каждого из них. Целью статьи является проведение анализа основных показателей эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий Житомирской области, поскольку их деятельность определяется боль-

шим количеством факторов. Таким наиболее важным (или одним из наиболее важных?) является показатель рентабельности производства как на областном уровне, так и на районном (местном) уровне. Заметим, что одновременно его рассмотрение требует учета уровня рентабельности тех или иных видов сельскохозяйственной продукции, пропорций их производства и, беремась утверждать, политики государства в области ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Основными показателями, которые определяют уровень рентабельности производства в сельскохозяйственных предприятиях, являются величина полученной ими (чистой) прибыли и их структура, в чем можно наглядно убедиться на основе данных табл. 3. Поскольку по определенным причинам показатели рентабельности производства рассматривались в наиболее обобщающей, допустимой форме, структура издержек на производство продукции в сельскохозяйственных предприятиях Житомирской области относительно детализирована и показательна. Далеко не случайным является то, что в работе приводятся данные касательно индексов цен на продукцию, реализованную сельскохозяйственными предприятиями в тот или иной период. Это, на наш взгляд, дает более реалистичную картину касательно прибыльности, в конце концов, того или иного сельскохозяйственного предприятия (с учетом структуры издержек, о чем уже частично говорилось).

Ключевые слова: рентабельность основных видов сельскохозяйственной продукции, структура издержек на производство продукции, растениеводство, животноводство, ценообразование.

A complex of issues, shown in this article, is actual in many aspects, in particular with considering the following: the efficiency of agricultural enterprises at a particular stage of their development in general, in our opinion, is determined by the degree of maturity of market relations in all spheres of social production; successful solution of the problems of steady growth of production efficiency in agricultural enterprises is possible only if they are considered in the complex of problems of the agro-industrial complex as a whole, at one or another stage of its development; one of the most important prerequisites for the effective functioning of agricultural enterprises is the degree of consideration of the specifics of a region of the country in the development and implementation of policies of state support, the degree of its compliance with today's realities. The purpose of the article, as already mentioned, is to analyze the main, most important indicators of efficiency of agricultural enterprises in Zhytomyr region, again, the most important, because their activities are determined and manifested in an extremely large number of factors. The most important (or one of the most important?) Is the indicator of profitability of production, both at the regional level and, in detail, at the district (local) level. It should be noted that, in addition, its consideration requires consideration of the level of profitability of certain types of agricultural products, the proportions of their production and, dare we say, the state policy in the field of pricing of agricultural products. The main indicators, of course, that determine the level of profitability of production in agricultural enterprises, in this case – Zhytomyr region, is the amount of their (net) profit and, in a sense, not so much the cost as their structure, in what it was possible visually verify based on the data in table. 3. And since, for some reason, the profitability of production was considered in the most generalized, acceptable form, the structure of production costs in agricultural enterprises of Zhytomyr region is relatively detailed and indicative. It is no coincidence that the proposed work provides data on price indices for products sold by agricultural enterprises in a given period. In our opinion, this gives a more realistic picture of the profitability, in the end, of an agricultural enterprise (taking into account the cost structure, which has already been partially discussed). In conclusion, we consider it appropriate to say separately about some aspects of the above system of conclusions, in particular, on the following of them: "The nature and character of the organization of production processes in modern agricultural enterprises are radically different from those that existed in the collective form of land ownership, radically changed almost all external and internal conditions of their operation". In-depth consideration here combines two more or less related conclusions. In the first part of it, we would like to emphasize the psychological implication of what has been said. Changing the form of land ownership, in fact, requires a change in the psychology of thinking of its owners, which is also not an easy question. Regarding the preconditions for the effective functioning of modern agricultural enterprises, here, as already mentioned in the introductory part, the problem of state participation in economic processes comes ahead. The state cannot let go of almost all aspects of life, especially in the economy, and in relation to agriculture, especially in the regulation of pricing of basic agricultural products.

Keywords: profitability of the main types of agricultural products, structure of costs for production, crop production, animal husbandry, pricing.

Постановка проблеми. Вступну частину пропонуваної статті ми б хотіли присвятити акцентуванню уваги на низці питань, які, на перший погляд, мають надто узагальнений характер, виходячи у відомому розумінні за її рамки. Однак вона переслідує єдину мету: показати, що ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств (у нашому випадку – на Житомирщині) слід розглядати як наслідок сукупності причин і обставин, серед яких на перший план виходить питання ролі держави в управлінні економічними процесами. Виходячи з цього, окремо виділимо такі складові частини.

По-перше, як свідчить практика, сільськогосподарські підприємства стали основною формою сільськогосподарського виробництва в Україні. Загалом по країні, наприклад, їх питома вага в загальних обсягах виробництва у 2020 році склала 64,6%. Це усереднений показник. Є низка областей, у яких вона суттєво вище, наприклад, у Чернігівській вона становить 82,2%, у Черкаській – 77,3%. Причому вихід на певний рівень у тій чи іншій області мав поступальний, здебільшого динамічний характер. Можна навести хоча б такий приклад. Якщо на початку 2000-х років на частку сільськогосподарських під-

приємств в Івано-Франківській області припало приблизно 8% загальних обсягів сільськогосподарського виробництва, то вже до 2020 року вона становила 41,6% (на Житомирщині – 54,9%). Така картина спостерігалась в усіх регіонах.

По-друге, серед найважливіших факторів підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств (зокрема, на Житомирщині) ми називаємо ступінь адекватності, відповідності державної політики щодо підтримки сільського господарства особливостям того чи іншого регіону. Логічно, що рівень ефективності діяльності підприємств зазначеного виду може виступати індикатором досконалості цієї політики (хоча це також далеко не просте питання). Конкретним проявом ступеня досконалості державної політики щодо підтримки сільськогосподарських товаровиробників чи не насамперед, на наш погляд, може виступати рівень розроблення теоретичних і практичних питань зі вдосконалення ціноутворення в АПК. У цьому аспекті ми повністю солідарні з Ю.Д. Біликом, який ще у 2000 році зазначав, що «перехід <...> до ринкових методів господарювання потребує насамперед проведення цінової політики» [1, с. 5]. Більш того, він наголошував на тому, що «функція держави у ціноутворенні та межі її впливу на рівень і динаміку цін мають надзвичайно велике значення» [1, с. 6]. Це питання не втратило своєї актуальності, більш того, воно потребує дедалі глибших розробок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку як агропромислового комплексу України загалом, так і сільськогосподарських підприємств зокрема отримують відповідне відображення в економічній літературі. Серед публікацій з цієї теми ми виділяємо перш за все роботу М.Д. Кропивко «Позитиви і негативи аграрного устрою України». Вона має низку особливостей, зокрема, в переліку проблем формування аграрного ринку значне місце посідають власне питання розвитку такої його складової частини, як сільськогосподарські підприємства, причому розглянута еволюція формування сучасного стану АПК. Однак визначальним, мабуть, є те, що вона має фундаментальний, певним чином узагальнений характер. На фоні цієї типової публікації існує численна група економістів-аграрників, які займаються теоретико-практичними питаннями, спрямованими на підвищення ефективності діяльності суто сільськогосподарських підприємств.

Тут ми виділяємо, зокрема, статтю спільного авторства І.Ф. Баланюка, І.І. Козака, Д.І. Шеленко «Формування внутрішнього економічного механізму розвитку організаційно-правових форм сільськогосподарських підприємств», низку інших, конкретизованих публікацій, зокрема роботу О.В. Захарчука «Технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні», більш того, якоюсь мірою показово статтю М.В. Руденка «Проблеми та перспективи використання інтернет-технологій у сільськогосподарських підприємствах». Залишається, мабуть, додати, що перелік аналогічних, конкретизованих робіт вищезазначеним не обмежується.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є надання повномасштабної, цілісної, завершеної характеристики особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств на Житомирщині.

Досягнення цієї мети передбачає всебічне врахування специфіки виробництва в сільськогосподарських підприємствах як важливої складової частини агропромислового комплексу; аналізу основних показників ефективності діяльності підприємств зазначеного виду; формування узагальнених висновків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основні фінансові показники діяльності сільськогосподарських підприємств Житомирської області наведено в табл. 1. Їх розгляд дає змогу висвітлити низку важливих положень.

Насамперед вважаємо за необхідне акцентувати увагу на тому, що протягом 2016–2020 років питома вага сільськогосподарських підприємств, які були збитковими, була відносно стабільною і перебувала в межах 21,7–25,9%, тобто в зазначений період кожне п'яте підприємство було збитковим, ніяких зрушень у цьому аспекті не спостерігалось. Логічно, що зазначена величина є досить значною і, мабуть, суттєво відображається у загальних показниках діяльності сільськогосподарських підприємств Житомирщини загалом.

Крім того, не можна не відзначити чітко виражену тенденцію зниження рівня рентабельності операційної діяльності сільськогосподарських підприємств у зазначений період, а саме з 30,8% у 2016 році до 18,6% у 2020 році (винятком у цьому аспекті є лише 2019 рік, рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств у якому був рекордно низьким, а саме 6,9%, але більш ніж ймовірно, що це є винят-

Таблиця 1

**Основні фінансові результати діяльності
сільськогосподарських підприємств Житомирської області**

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	2 370,4	1 845,4	2 329,9	721,9	2 306,2
Підприємства, які одержали чистий прибуток					
відсотків до загальної кількості	77,1	77,1	78,3	74,1	77,6
фінансовий результат, млн. грн.	2 610,1	2 635,3	2 845,5	1 997,0	3 329,6
Підприємства, які одержали чистий збиток					
відсотків до загальної кількості	22,9	22,9	21,7	25,9	22,4
фінансовий результат, млн. грн.	239,7	789,9	515,6	1 275,1	1 023,4
Рівень рентабельності операційної діяльності, відсотків	30,8	21,4	20,6	6,9	18,6

ком, що має пояснення). Однак факт залишається фактом: у сільськогосподарських підприємствах Житомирщини останніми роками спостерігається стійка тенденція зниження рентабельності виробництва.

Не буде, мабуть, зайвим (чи показовим?) окремо зупинитись на специфіці 2019 року. Насамперед у тому аспекті, що в цьому році порівняно з попереднім величина отриманого (чистого) прибутку сільськогосподарськими підприємствами зменшилась більш ніж у 3 рази. Це обумовлено тим, що в цьому році величина чистого прибутку була найменшою, а саме 1 997,0 млн. грн., а величина отриманих збитків була найвищою за весь період, а саме 1 275,1 млн. грн. Щоправда, в контексті вищенаведеного не можна не відзначити, що вже наступного 2020 року сільськогосподарські підприємства Житомирщини вийшли на свій звичайний рівень.

Величина отриманого (чистого) прибутку є нехай і важливою, але лише однією зі складових частин, що визначають рівень рентабельності виробництва, зокрема, в сільськогосподарських підприємствах. Останній є більш комплексним і найкращим чином відображає ефективність функціонування того чи іншого суб'єкта господарювання. Стосовно сільськогосподарських підприємств (у цьому разі – на Житомирщині) то, наскільки правомірним є твердження, що загальний рівень рентабельності того чи іншого сільськогосподарського підприємства (відповідно, на районному (обласному) рівні) визначається рівнем рентабельності того чи іншого виду продукції і співвідношенням їх обсягів виробництва? Отже, розгляд першого з них, зокрема, має інтерес. Специфіка сільськогосподарських підприємств Житомирщини наведена в табл. 2.

Вона проявляється, зокрема, в такому. Стосовно продукції рослинництва, то чітко прослідковується тенденція зниження рівня рентабельності виробництва зернових та зернобобових культур, а саме із 40,2% у 2016 році до 12,3% у 2020 році (у 2019 році вона була ще меншою, а саме лише 8,1%, але це,

як уже говорилось, був у відомому розумінні винятковий рік). Те ж саме з відповідною часткою умовності стосується вирощування соняшнику: з 56,2% у 2016 році до 19,3% у 2019 році. Хоча у 2020 році виробництво цієї культури було якоюсь мірою високорентабельним (50,4%), це, скоріше, було винятком. Цікаво те, що фактично нерентабельним стає виробництво фабричних цукрових буряків, адже його рівень понизився з -3,4% у 2017 році до -68,5% у 2020 році. Наслідки цього непередбачувані. Стосовно такого поширеного виду сільськогосподарської продукції, як картопля, то відмінною рисою її вирощування є наявність широкого діапазону коливань її рівня рентабельності в окремі роки: від -6,3% у 2017 році до 59,2% у 2019 році. Тут наявний цілий комплекс причин. Це певною мірою стосується виробництва плодівих і ягідних культур. Хоча загалом воно було рентабельним, його рівень коливався від 20,7% у 2017 році до 172,3% у 2019 році. Свою специфіку має виробництво основних видів продукції тваринництва. Складається враження, що за рідким винятком (молоко сире) виробництво всіх видів продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області є нерентабельним. Мабуть, даються взнаки недоліки в ціноутворенні, організації виробництва і збуту тощо.

Важливою складовою частиною розрахункового рівня рентабельності виступає величина витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, а за поглибленого аналізу – їх структура. Стосовно даних сільськогосподарських підприємств Житомирської області, то вони наведені в табл. 3.

Враховуючи низку причин, ми вважаємо за доцільне провести більш поглиблений аналіз структури витрат окремо на підприємствах рослинницької і тваринницької підгалузей, а не їх об'єднання. Стосовно перших із них, то тут найбільш наочним є таке. По-перше, у 2020 році на підприємствах рослинницької підгалузі структура витрат мала такий вигляд: прями матеріальні витрати склали 50,8%

Таблиця 2

Рівень рентабельності виробництва найважливіших видів продукції в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
<i>Продукція рослинництва</i>					
Культури зернові та зернобобові	40,2	24,5	23,1	8,1	12,3
Соняшник	56,2	35,6	22,4	19,3	50,4
Буряк цукровий фабричний	19,9	-3,4	-16,2	-66,3	-68,5
Картопля	-5,0	-6,3	29,0	59,2	4,0
Культури овочеві відкритого ґрунту	56,0	24,1	17,1	33,5	19,6
Культури плодіві та ягідні	–	20,7	70,3	172,3	92,8
<i>Продукція тваринництва</i>					
Велика рогата худоба на м'ясо	-29,1	32,6	-25,4	-26,1	-19,5
Свині на м'ясо	-0,4	12,1	-4,2	-12,7	-11,8
Вівці та кози на м'ясо	-48,5	-77,9	-65,1	-44,7	-79,8
Птиця на м'ясо	-10,3	-16,6	-7,3	-15,2	-3,6
Молоко від сільськогосподарських тварин усіх видів, сире	12,0	24,2	13,7	23,1	17,6
Яйця птиці свійської в шкарлупі свіжі	30,6	0,5	22,1	-22,8	–
Вовна	–	82,4	–	-15,7	–

**Структура витрат на виробництво продукції
в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області (відсотків до підсумку)**

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
<i>Продукція сільського господарства</i>				
Виробнича собівартість	100,0	100,0	100,0	100,0
Прямі матеріальні витрати	52,8	52,8	56,8	54,2
зокрема, насіння та посадковий матеріал	9,2	8,4	9,0	8,6
корми	7,1	5,8	6,8	9,0
з них покупні	1,2	1,8	3,0	3,8
інша продукція сільського господарства	1,5	2,8	3,0	1,6
мінеральні добрива	14,8	14,5	17,4	13,6
пальне і мастильні матеріали	9,7	10,8	9,9	8,0
електроенергія	0,7	0,8	0,6	0,7
паливо й енергія	0,8	0,9	0,4	0,5
запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	4,6	5,0	5,1	4,7
Прямі витрати на оплату праці	5,5	5,2	5,8	6,1
Інші прямі витрати	17,8	17,1	16,9	21,2
зокрема, відрахування на соціальні заходи	1,1	1,0	1,2	1,4
орендна плата за земельні частки (паї)	8,5	8,8	9,3	10,8
майнові паї	0,2	0,2	0,2	10,0
амортизація	4,1	4,2	4,1	5,1
Загальновиробничі витрати	23,9	24,9	20,5	18,5
з них оплата послуг сторонніх організацій	11,3	10,5	12,9	8,2
<i>Продукція рослинництва</i>				
Виробнича собівартість	100,0	100,0	100,0	100,0
Прямі матеріальні витрати	50,8	51,2	55,3	50,8
зокрема, насіння та посадковий матеріал	10,7	9,5	10,3	10,2
інша продукція сільського господарства	1,6	3,0	3,1	1,8
мінеральні добрива	17,2	16,3	20,0	16,0
пальне і мастильні матеріали	10,5	11,6	11,0	9,1
електроенергія	0,5	0,5	0,3	0,5
паливо й енергія	0,9	1,0	0,4	0,6
запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	4,8	5,3	5,4	5,0
Прямі витрати на оплату праці	4,6	4,4	4,9	5,2
Інші прямі витрати	19,2	17,9	18,2	23,4
зокрема, відрахування на соціальні заходи	0,8	0,9	1,0	1,2
орендна плата за земельні частки (паї)	9,9	9,9	10,7	12,7
майнові паї	0,3	0,3	0,2	0,0
амортизація	4,1	4,1	4,1	5,1
Загальновиробничі витрати	25,4	26,5	21,7	20,6
з них оплата послуг сторонніх організацій	12,0	11,5	13,6	9,2
<i>Продукція тваринництва</i>				
Виробнича собівартість	100,0	100,0	100,0	100,0
Прямі матеріальні витрати	65,2	65,9	67,2	73,2
зокрема, корми	52,0	52,6	52,9	59,5
з них покупні	8,5	16,6	23,0	25,1
інша продукція сільського господарства	0,7	0,6	2,1	0,6
пальне і мастильні матеріали	4,1	4,5	2,6	2,0
електроенергія	2,3	2,6	2,5	2,3
паливо й енергія	0,1	0,1	0,0	0,3
запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	3,8	3,2	2,9	3,2
Прямі витрати на оплату праці	11,1	11,2	11,7	11,3
Інші прямі витрати	9,2	10,7	8,6	8,7
зокрема, відрахування на соціальні заходи	2,5	2,5	2,6	2,5
орендна плата за майнові паї	0,0	0,0	0,0	0,0
амортизація	4,2	4,9	4,0	4,8
Загальновиробничі витрати	14,5	12,2	12,5	6,8
з них оплата послуг сторонніх організацій	7,1	2,1	8,1	2,8

собівартості, тобто половину всіх витрат. В їх складі найбільшу питому вагу займали мінеральні добрива (31,5%), а також насіння і посадковий матеріал (20,1%), пальне й мастильні матеріали (17,9%), питома вага запасних частин, будматеріалів для ремонту становила приблизно 9,8%. Так звані інші прямі витрати складали 23,4% від загальної величини витрат, тобто на них припадала четверта їх частина. Приблизно на цьому ж рівні (20,6%) перебувала питома вага загальновиробничих витрат. Прямі витрати на оплату праці у 2020 році на підприємствах рослинницької підгалузі складали 5,2%. Такою була структура витрат на сільськогосподарських підприємствах зазначеного підвиду у 2020 році. По-друге, цікавою, якщо не визначальною, особливістю структури витрат на виробництво продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах є те, що за останні 4 роки вона не зазнавала суттєвих змін, залишалась практично беззмінною з тією хіба що різницею, що наявна, мабуть, тенденція зростання питомих витрат на оплату праці (з 4,6% у 2017 році до 5,2% у 2020 році) і зменшення її в загальновиробничих витратах (з 25,4% у 2017 році до 20,6% у 2020 році).

Такою є коротка характеристика структури витрат, її динаміка за останні 4 роки в сільськогосподарських підприємствах рослинницької підгалузі в Житомирській області.

Дещо іншою є структура витрат на виробництво продукції на підприємствах тваринницької підгалузі. По-перше, на частку прямих матеріальних витрат тут припадає майже 3/4 всіх витрат (73,2%), а в їх складі основну питому вагу займають корми (81,3%).

Вищою, ніж у рослинницькій галузі є питома вага витрат на оплату праці (приблизно 11,3%). Це обумовлює те, що на підприємствах тваринницької підгалузі значно нижче величина загальновиробничих витрат, а саме лише 6,8% порівняно з підприємствами рослинницької підгалузі. По-друге, важливою особливістю структури витрат на підприємствах тваринництва є те, що наявна тенденція зростання питомих витрат прямих матеріальних витрат (з 65,2% у 2017 році до 73,2% у 2020 році), яка відбувається на тлі тенденції скорочення питомих витрат загальновиробничих витрат (з 14,5% у 2017 році до 6,8% у 2020 році). По-третє, навіть на фоні цих суттєвих змін питома вага витрат на оплату праці залишалась практично беззмінною (в межах 11,1–11,7%).

Вважаємо за необхідне доповнити наведену характеристику ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств Житомирської області розглядом особливостей ціноутворення щодо основних видів їх продукції. Більш того, можливо, ми ідеалізуємо значимість ціноутворення, але все одно дотримуємось думки про те, що в основі тих чи інших економічних процесів, тих чи інших явищ лежить питання ціноутворення, в тому числі в сільському господарстві. Про це свідчать дані табл. 4.

По-перше, протягом усього періоду з 1996 по 2020 роки, хоча із суттєвими перепадами, відбувався неухильний ріст цін на реалізовану сільськогосподарськими підприємствами продукцію, що виливалось в загальну картину «повзучої» інфляції стосовно сільськогосподарської продукції в межах країни. По-друге, це, можливо, внутрішньо обласна специфіка, але тенденція поступового росту цін нео-

Таблиця 4

Індекси цін реалізованої сільськогосподарськими підприємствами продукції (відсотків до попереднього року)

Роки	Продукція сільського господарства	У тому числі	
		продукція рослинництва	продукція тваринництва
1996	164,1	181,8	155,8
1997	109,7	115,9	105,9
1998	119,6	94,9	133,5
1999	119,5	129,4	114,6
2000	172,1	219,9	145,2
2001	113,4	90,7	135,6
2002	79,7	74,3	83,6
2003	117,5	151,3	102,8
2004	114,8	95,3	135,8
2005	115,5	96,9	132,0
2006	101,7	117,4	90,3
2007	137,2	150,8	124,8
2008	113,2	99,7	138,4
2009	100,7	99,6	103,4
2010	132,4	137,1	122,1
2011	118,3	120,8	112,7
2012	100,1	107,1	79,7
2013	89,0	85,3	104,8
2014	133,8	137,9	115,5
2015	159,0	163,5	134,6
2016	119,4	120,6	111,3
2017	113,9	120,6	111,3
2018	104,9	106,2	95,9
2019	92,3	91,7	97,5
2020	123,4	125,2	112,3

дноразово порушувалась стрибкоподібністю через певні інтервали часу (наприклад, у рослинництві у 2000 році порівняно з попереднім роком ріст цін склав 219,9% (у тваринництві він був дещо меншим, а саме 145,2%), у 2015 році в рослинництві ріст цін склав 163,5% порівняно з попереднім). Окремого розгляду на фоні наведених даних потребує специфіка 2005 року: якщо в рослинництві ціни перебували на рівні 96,9% порівняно з 2004 роком, то в тваринництві, навпаки, вони зросли на 132,0%. Причому перелік тих чи інших змін локального характеру в окремі роки можна було би продовжити.

Висновки. На основі вищезазначеного доходимо таких висновків:

– виникнення сучасних сільськогосподарських підприємств було логічним і закономірним наслідком реформування економіки України згідно з основними вимогами ринкової системи господарювання;

– природа і характер організації виробничих процесів у сучасних сільськогосподарських підприємствах кардинально відрізняються від тих, які існували за колективної форми власності на землю, адже корінним чином змінилися практично всі зовнішні і внутрішні умови їх функціонування;

– динаміка розвитку сільськогосподарських підприємств, ефективність їх функціонування можуть виступати одними з наочних показників ступеня зрілості, сформованості ринкових відносин як в агропромисловому комплексі, так і в економіці країни загалом;

– однією з найважливіших передумов підвищення ефективності виробництва в сучасних сільськогосподарських підприємствах є ступінь урахування в процесі розроблення й реалізації державної політики щодо стимулювання їх розвитку всього комплексу відповідних умов, що об'єктивно склалися в той чи інший період;

– однією з найважливіших передумов підвищення ефективності функціонування сучасних сільськогосподарських підприємств є необхідність постійного вдосконалення й комплексного використання всієї системи економічних інструментів, які застосовуються в практичній діяльності, насамперед у питанні регулювання ціноутворення на основні види сільськогосподарської продукції.

Бібліографічний список:

1. Баланюк І.Ф., Козак І.І., Шеленко Д.І. Формування внутрішнього економічного механізму розвитку організаційно-правових форм сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2019. № 5. С. 59–68.
2. Білик Ю.Д. Ціноутворення в умовах формування ринкових відносин в АПК. Київ : Урожай, 2000.
3. Захарчук О.В. Технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні. *Економіка АПК*. 2019. № 2. С. 48–57.
4. Кропивко М.Ф. Позитиви і негативи аграрного устрою України. *Економіка АПК*. 2020. № 7. С. 6–18.
5. Месель-Веселяк В.Я. Ефективність господарювання новостворених сільськогосподарських підприємств ринкового спрямування в Україні. *Економіка АПК*. 2016. № 12. С. 21–33.
6. Непочатенко О.О., Пташник С.А., Мельник К.М. Оцінка перспектив конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2019. № 6. С. 45–54.
7. Руденко М.В. Проблеми та перспективи використання інтернет-технологій у сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2019. № 10. С. 79–87.
8. Сільське господарство Житомирської області : статистичний збірник. Житомир, 2021. 328 с.

References:

1. Balanyuk I.F., Kozak I.I., Shelenko D.I. (2019) Formation of the internal economic mechanism of development of organizational and legal forms of agricultural enterprises. *Economics of agro-industrial complex*, no. 5, pp. 59–68.
2. Bilyk Y.D. (2000) Pricing in the conditions of formation of market relations in agrarian and industrial complex. Kyiv: The harvest. (in Ukrainian)
3. Zakharchuk O.V. (2019) Technical support of agricultural enterprises in Ukraine. *Economics of agro-industrial complex*, no. 2, pp. 48–57.
4. Kropivko M.F. (2020) Positives and negatives of the agrarian system of Ukraine. *Economics of agro-industrial complex*, no. 7, pp. 6–18.
5. Mesel-Veselyak V.Y. (2016) Efficiency of management of newly created market-oriented agricultural enterprises in Ukraine. *Economics of agro-industrial complex*, no. 12, pp. 21–33.
6. Nepochatenko O.O., Ptashnik S.A., Melnik K.M. (2019) Assessment of prospects for the competitiveness of agricultural enterprises. *Economics of agro-industrial complex*, no. 6, pp. 45–54.
7. Rudenko M.V. (2019) Problems and prospects of using Internet technologies in agricultural enterprises. *Economics of agro-industrial complex*, no. 10, pp. 79–87.
8. Statistical collection: Agriculture of Zhytomyr region (2021), Zhytomyr, p. 328. (in Ukrainian)

Фалдина В.В.

кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій
Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права»

Бовсунівська А.С.

студентка
Національного університету «Львівська політехніка»

Faldyna Vladymyr

Candidate of Economic Sciences,
Assistant at the Department of Business Economics
and Information Technology
Institution of higher education "Lviv University of Business and Law"

Bovsunivska Anna

Student
Lviv Polytechnic National University

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ» ТА ЇЇ КЛАСИФІКАЦІЯ

THE THEORETICAL BASIS OF THE CONCEPT OF E-COMMERCE AND ITS CLASSIFICATION

Електронна комерція набуває великого значення для підприємства, оскільки дає можливість суб'єкту господарювання набувати вагомих конкурентних переваг, які забезпечують успішне перебування на ринку. Однак значна кількість вітчизняних підприємств стикається з проблемами запровадження механізмів електронної комерції, оскільки це вимагає залучення значної кількості фінансових ресурсів. Сьогодні відбувається значне поширення електронної комерції, тому що зростає використання Інтернету. Кількість користувачів, які відвідують магазини через мережу Інтернет, останнім часом збільшується. Проаналізувавши тенденції залучення електронної комерції вітчизняними підприємствами, зазначаємо, що воно бажає кращого, тобто вони помітно відстають від підприємств розвинених країн Європи. Є низка причин цього, зокрема низький рівень фінансування технологій електронної комерції, низький рівень доходів населення, нестабільна ситуація в країні з 2008 року. У статті проаналізовано теоретичне обґрунтування поняття «електронна комерція», тенденції її розвитку на території України, а також їх класифікацію.

Ключові слова: інтернет-магазин, вебпростір, електронна комерція, підприємницькі структури, технології е-комерції.

Электронная коммерция приобретает большое значение для предприятия, поскольку дает возможность субъекту хозяйствования приобретать весомые конкурентные преимущества, которые обеспечивают успешное пребывание на рынке. Однако значительное количество отечественных предприятий сталкивается с проблемами внедрения механизмов электронной коммерции, поскольку это требует привлечения значительного количества финансовых ресурсов. Сегодня происходит значительное распространение электронной коммерции, потому что растет использование Интернета. Количество пользователей, посещающих магазины через Интернет, в последнее время увеличивается. Проанализировав тенденции привлечения электронной коммерции отечественными предприятиями, отмечаем, что оно желает лучшего, то есть они заметно отстают от предприятий развитых стран Европы. Есть ряд причин этого, в частности низкий уровень финансирования технологий электронной коммерции, низкий уровень доходов населения, нестабильная ситуация в стране с 2008 года. В статье проанализированы теоретическое обоснование понятия «электронная коммерция», тенденции ее развития на территории Украины, а также их классификация.

Ключевые слова: интернет-магазин, вебпространство, электронная коммерция, предпринимательские структуры, технологии е-комерции.

The rapid growth of force majeure (pandemic, war), as well as the intensification of competition in the market require innovative solutions. In this case, the main role of an important factor in increasing competitive advantage is given to e-commerce. It is the rapid development of digitalization, which has taken place in all sectors of the domestic economy, requires the constant growth of informatization of society. Today, communication between businesses takes place through e-commerce technology. In recent years, trade transactions have been concluded via the Inter-

net, using advanced e-commerce technologies that significantly increase the level of competitiveness of the enterprise. In Ukraine, the use of e-commerce technologies is a phenomenon that is gaining momentum, and the issue of choosing e-commerce technologies is particularly acute. Studies of the scientific literature have shown that the analysis of the theoretical foundations of e-commerce terminology has written a lot of scientific papers. However, in our opinion, the question of choosing the features by which e-commerce technologies can be classified remains little studied. The rapid development of e-commerce dictates new requirements for domestic enterprises. It is the involvement of e-commerce mechanisms that allows the company to gain a competitive advantage. Acquired advantages will allow you to gain an advantage over competitors. Becoming a leader in the use of information technology will allow you to take an active position in the implementation of new business ideas and projects. To improve the business environment using e-commerce technologies, it is necessary to improve the regulatory framework concerning the interaction of enterprises with each other, with consumers and government agencies. E-commerce technologies such as B2B, B2C and C2C are widespread in Ukraine. However, a significant percentage of trades are conducted by buyers through foreign rather than domestic sites. This is due to the difference in prices set by manufacturers. Thus, modern business without the effective use of the Internet has no future.

Keywords: online store, web space, e-commerce, business structures, e-commerce technologies.

Постановка проблеми. Стрімке зростання формажорних обставин (пандемія, війна), загострення процесів конкурентної боротьби на ринку вимагають інноваційних рішень. В такому разі основна роль у нарощенні конкурентних переваг відводиться електронній комерції. Саме бурхливий розвиток діджиталізації, який відбувся в усіх галузях вітчизняної економіки, вимагає постійного зростання інформатизації суспільства. Сьогодні комунікаційні зв'язки між підприємствами відбуваються за допомогою технологій електронної комерції. Укладення торговельних операцій останніми роками відбувається через мережу Інтернет із використанням передових технологій електронної комерції, що значно підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства. В Україні застосування технологій електронної комерції є явищем, яке набирає стрімких обертів, а особливо гостро постає питання вибору технологій електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши методичну та наукову літературу [1–10], ми побачили, що дослідженню теоретичних основ поняття електронної комерції та її класифікації приділена значна увага. Проте не існує якоїсь сталої думки. Критичний аналіз наукової літератури показав, що серед найпоширеніших предметів дослідження є вплив технологій е-комерції на інноваційність підприємств, їхню конкурентоспроможність, сталий розвиток, платіжний баланс (Р. Анварі, Д. Норузі [5], Т. Затонатська, В. Новосолова [6], К. Комберг, В. Веламурі [7]).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проведені дослідження наукової літератури показали, що аналіз теоретичних основ термінології електронної комерції є поширеним предметом робіт. Проте залишається, на нашу думку, маловивченим питання вибору ознак, за якими можна класифікувати технології електронної комерції.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичний аналіз основ технологій електронної комерції та її класифікація в умовах зростання конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Більшість науковців стверджує, що сутністю поняття «електронна комерція» є ділова активність, яка проводиться заради купівлі-продажу товарів чи послуг саме через глобальну мережу Інтернет.

Важливість запровадження вітчизняними підприємствами електронної комерції спробували довести

І. Лазнева та М. Долгополова. Вони дослідили, що ринок електронної комерції постійно зростає, а за останні роки виріс на 1/3. Це спричинено зростанням доступності інтернет-технологій, що дало поштовх зростання інтернет-магазинів. Проте існує низка причин, з яких застосування електронної комерції для вітчизняних підприємств стає неможливим або проблематичним. Ці автори виділяють такі проблеми, які «зумовлені несприятливим політичним та правовим середовищем, а також недостатнім розвитком інфраструктури сектору <...>, призвели до виникнення негативних тенденцій розвитку національної е-комерції, таких як низький регіональний розвиток ринку <...>, незначний обсяг продажу інтелектуальних продуктів» [1]. Однак існує вирішення цієї дилеми, яке можливе на рівні держави, а саме розроблення та запровадження нормативно-правових актів і законів. Юридично-правове регулювання діяльності підприємств із використанням технологій електронної комерції дасть змогу створити сприятливе середовище для фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання та мінімізує негативні ефекти в електронній комерції.

Так, на думку І. Трубіна, на ринку електронної комерції відбувається стрімке зростання торгівлі через мережу Інтернет. Так, «обсяги інтернет-торгівлі в Україні упродовж останніх п'яти років постійно зростають незалежно від економічних коливань <...>, але, незважаючи на високу динаміку, у структурі роздрібно торгівлі України е-комерції належить менше 0,4%» [2]. Використавши методи й принципи пізнання дійсності, І. Трубін довів, що існування проблеми розвитку й управління електронної комерції набуває великого значення «через інтенсифікацію процесів концентрації підприємницьких структур; розвиток і появу нових технологій, моделей застосування Інтернету в діяльності торговельних підприємств; динамічність ринку в різних його сегментах; посилення конкуренції з боку іноземних суб'єктів; модифікацію форм і видів конкурентної боротьби, зокрема активізацію інтернет-маркетингової діяльності торговельних підприємств» [2]. Як бачимо, автор навів низку нагальних перепон, що гальмують запровадження електронної комерції.

Досить вагомий внесок у дослідження розвитку електронної комерції зробили Тай Юнг Кім, Р. Деккер і Х. Хей. Вони провели ґрунтовне дослідження в п'яти країнах Європейського Союзу.

Це дослідження торкалось питання впливу електронної комерції на економічний розвиток підприємств в умовах міжрегіонального співробітництва. Зазначені автори на основі емпіричних даних довели, що завдяки економії витрат часу е-комерція у транскордонному вимірі є більш вигідною за інші форми торгівлі [3].

Р. Анварі і Д. Норузі стверджують, що «нині інформаційно-комунікаційні технології є центром уваги більшості країн світу. В минулих двох десятиліттях постійне застосування та поширення Інтернету та е-комерції, а також інформаційний прогрес технології кардинально змінили глобальну економічну діяльність. З точки зору фірми, здатність ефективного застосування Інтернету та електронних технологій стала як головною можливістю, так і великим викликом» [4]. Ці автори доводять, що використання мережі Інтернет має важливий характер, оскільки відкриває перед підприємством багато можливостей.

Дещо подібне дослідження провела Т. Затонатська, використавши функцію Коба-Дугласа. Ця функція показує вплив електронної комерції на економічний розвиток держави. Значну увагу вона акцентувала на інноваціях, які мають стати ключовими елементами розвитку електронної комерції. Т. Затонатська вважає, що «поява нових технологій та їх поширення через зростаючу кількість споживачів, які займаються покупкою через Інтернет, мали досить сильний вплив на розвиток національних секторів, <...> поява великої кількості робочих місць, створених у секторі е-комерції, <...> вплинула на параметри економіки розвитку. Електронна комерція має величезний потенціал зростання, а також породжує економічне зростання у країні» [5].

К. Комберг і В. Веламурі також досліджували застосування підприємницькими структурами технологій е-комерції через призму інновацій та їхнього впливу на конкурентоспроможність компаній. Так, у дослідженні [6] відзначається, що компанії, які застосовують технології е-комерції, працюють у жорстких конкурентних умовах ділового середовища, яке характеризується низькими бар'єрами для входу через спрощені та недорогі платформи вебпрограмування, важку диференціацію через прозорість цін, загрозу заміщення через низькі витрати на комутацію замовника. Відповідаючи на інновації, конкуренти кардинально змінюють свої бізнес-моделі або диверсифікують їх, тоді говорять про ведення подвійної бізнес-моделі [6].

Отже, на основі огляду та аналізу літературних джерел побудуємо класифікацію технологій е-комерції за сектором діяльності, характером розвитку, рівнем корпоративної інтеграції, типом кібербезпеки.

Висновки. Стрімкий розвиток інтернет-торгівлі диктує вітчизняним підприємствам нові вимоги. Саме залучення механізмів електронної комерції дає змогу підприємству набути конкурентних переваг. Набуті переваги дадуть змогу отримати переваги над конкурентами. Ставши лідером у сфері використання інформаційних технологій, підприємство зможе зайняти активну позицію у процесі реалізації нових бізнес-ідей і проєктів.

Для покращення умов ведення бізнесу з використанням технологій електронної комерції потрібно вдосконалювати нормативно-правову базу, що стосується питань взаємодії підприємств між собою, зі споживачами й органами державного управління. В Україні поширеними є такі технології електронної комерції, як B2B, B2C та C2C. Проте значний відсоток торгових операцій покупці проводять через зарубіжні, а не вітчизняні сайти. Це спричинено різницею цін, які виставляють виробники. Отже, сучасний бізнес без ефективного використання мережі Інтернет не має майбутнього.

Бібліографічний список:

1. Лазнева І., Долгополова М. Розвиток електронної торгівлі у структурі інформаційної економіки України. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 31–37.
2. Синавська О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. № 9. С. 126–132.
3. Трубін І. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія. Київ : Алерта, 2013.
4. Kim Th.Y., Dekker R., Heij Ch. CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets. *International Journal of Electronic Commerce*. 2017. № 21 (2). P. 184–218.
5. Anvari R., Norouzi D. The impact of e-commerce and R&D on economic development in some selected country. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2016. № 229. P. 354–362.
6. Zatonatska T., Novosolova V. Modeling of impact of e-commerce on economic development. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. № 1. С. 265–273.
7. Comberg C., Velamuri V.K. The introduction of a competing business model: the case of eBay. *International Journal of Technology Management*. 2017. № 73. P. 1–3, 39–64.

References:

1. Lazneva, I. & Dolgoplova, M. (2019). Rozvytok elektronnoyi torhivli u strukturi informatsiynoyi ekonomiky Ukrayiny [Development of e-commerce in the structure of information economy of Ukraine]. *Market infrastructure. Electronic scientific-practical journal*, 31, 31–37.
2. Sinyavska, O. (2019). Elektronna torhivlya v Ukrayini: tendentsiyi ta perspektyvy rozvytku [E-commerce in Ukraine: trends and prospects]. *Bulletin of KhNU named after V. Karazina. Series "International Relations. Economy. Local lore. Tourism"*, 9, 126–132. (in Ukrainian)
3. Trubin, I. (2013). Pravovi zasady funktsionuvannya elektronnykh hroshey u sferi elektronnoyi komertsiyi [Legal bases of functioning of electronic money in the field of e-commerce]: monograph. Kyiv: Alert. (in Ukrainian)
4. Thai Young Kim, Rommert Dekker & Christiaan Heij. (2017) CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets. *International Journal of Electronic Commerce*, 21 (2), 184–218.
5. Anvari, R. & Norouzi, D. (2016). The impact of e-commerce and R&D on economic development in some selected country. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 229, 354–362.
6. Zatonatska, T. & Novosolova, V. (2017). Modeling of impact of e-commerce on economic development. *Finansovo-kredytna diyal'nist': problemy teorii ta praktyky*, 1, 265–273. (in Ukrainian)
7. Comberg, C. & Velamuri, V.K. (2017). The introduction of a competing business model: the case of eBay. *International Journal of Technology Management*, 73, 1–3, 39–64.

УДК 339.173

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-15>

Фалдина В.В.

кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій
Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права»

Русин-Гриник Р.Р.

доктор філософії,
асистент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету «Львівська політехніка»

Яворський С.В.

студент
Національного університету «Львівська політехніка»

Faldyna Vladymyr

Candidate of Economic Sciences,
Assistant at the Department of Business Economics and Information Technology
Institution of higher education "Lviv University of Business and Law"

Rusyn-Hrynyk Roman

Doctor of Philosophy,
Assistant at the Department of Entrepreneurship
and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University

Yavorskyi Severyn

Student
Lviv Polytechnic National University

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

THEORETICAL ASPECTS OF THE CHOICE OF E-COMMERCE TECHNOLOGIES

Сьогодні галузь електронної комерції є важливим фактором успішного перебування на ринку, проте для більшості вітчизняних організацій залишається складним явищем, яке потребує великих фінансових вливань. Однак поширення та стрімкий розвиток електронної комерції тісно пов'язані з глобальним поширенням мережі Інтернет. Це означає, що кількість користувачів мережею Інтернет прямо пропорційно впливає на численність потенційних покупців у інтернет-магазинах. Вітчизняні підприємства помітно відстають від підприємств розвинених країн Європи та світу за ступенем використання глобального вебпростору у своїй господарській діяльності. Це показує низький рівень фінансування сфери розвитку технологій електронної комерції, низький рівень доходів населення, а також нестабільну ситуацію в країні з 2016 року. У статті проаналізовано теоретичні аспекти поняття «електронна комерція», обґрунтовано основні напрями її розвитку, проаналізовано тенденції її розвитку на території України, зокрема відзначено постійне збільшення значення електронних операцій.

Ключові слова: інтернет-магазин, вебпростір, електронна комерція, підприємницькі структури, технології е-комерції.

Сегодня отрасль электронной коммерции является важным фактором успешного пребывания на рынке, однако для большинства отечественных организаций остается сложным явлением, которое требует больших финансовых вливаний. Однако распространение и стремительное развитие электронной коммерции тесно связаны с глобальным распространением сети Интернет. Это означает, что количество пользователей сети Интернет прямо пропорционально влияет на численность потенциальных покупателей в интернет-магазинах. Отечественные предприятия заметно отстают от предприятий развитых стран Европы и мира по степени использования глобального вебпространства в своей хозяйственной деятельности. Это показывает низкий уровень финансирования сферы развития технологий электронной коммерции, низкий уровень доходов населения, а также нестабильную ситуацию в стране с 2016 года. В статье проанализированы теоретические аспекты понятия

«электронная коммерция», обоснованы основные направления ее развития, проанализированы тенденции ее развития на территории Украины, в частности отмечено постоянное увеличение значения электронных операций.

Ключевые слова: интернет-магазин, вебпространство, электронная коммерция, предпринимательские структуры, технологии e-коммерции.

The rapid growth of digitalization processes in all sectors of the domestic economy dictates the conditions for the constant growth of informatization of society, which leads to the deepening of globalization processes. The development of communications between enterprises takes place through e-commerce technologies, so managers and top managers should consider this factor as a necessity in increasing the level of competitiveness. Today, worldwide, there is a rapid increase in the number of trade transactions concluded via the Internet, as well as sales, so businesses that do not use e-commerce technology are becoming less competitive, losing previously gained market position. The main consumers are the younger generation, which actively uses modern gadgets. In Ukraine, the use of e-commerce technologies is a phenomenon that is gaining momentum, and the issue of choosing e-commerce technologies is particularly acute. Studies of the scientific literature have shown that the analysis of theoretical aspects of the terminology that characterizes e-commerce, as well as the legal aspects that form the rules of e-business written a lot of scientific papers. However, in our opinion, the question of the choice of e-commerce technologies remains little studied. The introduction of e-commerce technologies allows the company to gain new competitive advantages, become a leader in the use of information technology, take an active position in the implementation of new business ideas and projects, but e-commerce is so unpredictable, and its analysis should be permanent and monitoring systems E-commerce requires innovation and regular improvement. To improve the business environment using e-commerce technologies, it is necessary to improve the regulatory framework concerning the interaction of enterprises with each other, with consumers and government agencies. E-commerce technologies such as B2B, B2C and C2C are widespread in Ukraine. However, a significant percentage of trades are conducted by buyers through foreign rather than domestic sites. This is due to the difference in prices set by manufacturers. Thus, modern business without the effective use of the Internet has no future.

Keywords: online store, web space, e-commerce, business structures, e-commerce technologies.

Постановка проблеми. Стрімке зростання процесів діджиталізації у всіх галузях вітчизняної економіки диктує умови постійного зростання інформатизації суспільства, що спричиняє поглиблення глобалізаційних процесів. Розвиток комунікацій між підприємствами відбувається за допомогою технологій електронної комерції, тому керівники та топ-менеджери повинні розглядати цей фактор як необхідність під час зростання рівня конкурентоспроможності. Сьогодні у цілому світі відбувається стрімке зростання кількості укладених торговельних угод через мережу Інтернет, а також збільшуються обсяги продажів, тому підприємства, які не використовують технології електронної комерції, стають менш конкурентоспроможними, втрачаючи раніше здобуті ринкові позиції. Основними споживачами стає молоде покоління, яке активно застосовує сучасні гаджети. В Україні застосування технологій електронної комерції є явищем, яке набирає стрімких обертів, а особливо гостро постає питання вибору технологій електронної комерції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд та аналіз статистичної та наукової [1–10] літератури дають змогу дійти висновку, що дослідженню теоретичних аспектів розвитку та формування електронної комерції приділено значну увагу. Проведені дослідження показали, що автори розвитку електронної комерції переважно пов'язують із операціями, які відбуваються на регіональному та міжнародному рівнях (Ю. Нанехаран, Р. Ботенг), на вітчизняних ринках (В. Бабенко, О. Синявська, Н. Борейко, Л. Гліненко, Ю. Дайновський, І. Лазнева, М. Долгополова, Т. Орехова, М. Дубель, О. Синявська, І. Трубін, Т.Ю. Кім, Р. Деккер, X. Хей).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проведені дослідження наукової

літератури показали, що аналізу теоретичних аспектів самої термінології, що характеризує електронну комерцію, а також правові аспекти, які формують правила ведення електронного бізнесу, присвячено багато праць. Проте залишається, на нашу думку, маловивченим питання вибору технологій електронної комерції.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є теоретичний аналіз аспектів вибору технологій електронної комерції в умовах загострення конкурентної боротьби на ринку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Проаналізувавши наукову літературу [1–10], доходимо висновку, що більшість науковців стверджує, що електронна комерція характеризує ділову активність із купівлі-продажу через мережу Інтернет, тому спробуємо навести деякі визначення цього поняття.

Перш за все хочемо звернути увагу на те, що Ю. Нанехаран характеризує електронну комерцію «як потужну концепцією та процес, що докорінно змінив течію людського життя. Електронна комерція є одним із головних критеріїв революції <...>, що обумовлений величезними перевагами <...> електронна комерція змінила традиційний бізнес. Ці зміни є основою для будь-якого рішення в економіці» [1]. Однак, попри усі переваги, якими володіє електронна комерція, можна знайти відчутні недоліки. До цих недоліків можна віднести можливість доступу до комп'ютера, швидкісні характеристики мережі Інтернет, важкий доступ до вебсайтів в Інтернеті. На нашу думку, це стає основною перешкодою для успішного розвитку підприємництва [1].

Р. Ботенг довів, що в електронній комерції «існує гостра відсутність теоретичних рамок та емпіричних доказів, щоб зрозуміти, як компанії орієнтують ресурси на створення можливостей e-комерції та

досягнення її переваг у межах своїх національних обмежень» [2]. Р. Ботенг у дослідженнях використовував ресурсний підхід, за допомогою якого довів позитивний вплив використання електронної комерції на фінансовий розвиток підприємств і визначив такі економіко-управлінські ефекти:

- протистояти національним обмеженням або обходити їх завдяки е-комерції;
- знижувати вартість ресурсів шляхом економії часу й витрат на комунікації.

Важливим добутком цього автора є те, що він запропонував циклічну модель розвитку підприємства, яка орієнтована на електронну комерцію, що зосереджується на цільовій орієнтації на ресурси. Це привело до появи нових уявлень про розвиток електронної комерції, які мають на меті створити суттєві переваги для підприємства над конкурентами.

На думку В. Бабенка та О. Синявської, однією з пріоритетних змін для підприємництва є запровадження електронної комерції. Запровадження технологій електронної комерції стане для підприємства поштовхом, щоб отримати конкурентні переваги, які забезпечують отримання лідируючих позицій у сфері використання інформаційних технологій. Наведені автори стверджують, що «аналіз сучасного стану розвитку електронної комерції у світі та Україні дасть змогу виявити основні тенденції в цій галузі, перспективи розвитку та загрози, які виникають між всіма учасниками відносин цієї сфери. Той вплив, який здійснює е-комерція на національне господарство країни загалом, поширюється також на окремі суб'єкти господарювання» [3]. Отже, електронна комерція є нестабільною величиною, її аналіз має бути перманентним, а системи моніторингу е-комерції вимагають інновацій і регулярного удосконалення. В Україні набувають поширення такі види технологій електронної комерції, як B2B, B2C та C2C. Якщо проаналізувати ринок електронної комерції, то можна побачити, що значна частка торгових операцій відбувається через зарубіжні сайти, і це пояснюється наявністю великої різниці між цінами.

Проаналізувавши наукові дослідження Н. Борейка, відзначаємо, що «розвиток е-комерції <...> тісно пов'язаний з поширенням мережі Інтернет, адже кількість інтернет-користувачів прямо пропорційно впливає на кількість потенційних покупців у інтернет-магазинах. Незважаючи на стрімке збільшення кількості вітчизняних інтернет-користувачів, а також підвищення рейтингу України за індексом мережевої готовності, доступність Інтернету для населення залишається незадовільною» [4]. Отже, підприємства України помітно відстають від економічно розвинених країн світу за ступенем інтегрованості до глобального вебпростору.

І. Лазнева та М. Долгополова визначили, що електронна торгівля – це важливий чинник, який впливає на інноваційний розвиток підприємства. Автори висвітлили явище масового поширення технологій е-комерції з позиції причинно-наслідкових зв'язків у системі розвитку інформаційної економіки України. Проаналізувавши сучасний стан і перспективи розвитку сектору інформаційно-комунікаційних технологій та ринку е-комерції, а також виділивши

проблеми, з якими стикаються інтернет-магазини, автори виокремили категорії продуктів, які реалізуються лідерами інтернет-торгівлі в Україні, а також надали рекомендації щодо стимулювання розвитку технологій е-комерції України шляхом автоматизації бізнес-процесів [6].

Так, Т. Орехова та М. Дубель вважають, що у сфері електронної комерції Україна «випередила значну кількість більш розвинених країн. Е-комерція продовжує демонструвати зростання показників, а компанії все більше схиляються до необхідності здійснення продажів online. Значною мірою цьому сприяє <...> можливість <...> укладати договори за допомогою електронних листів, оформляти первинні документи в електронній формі і встановлювати однакові ціни для готівкових та безготівкових способів оплати товару» [7]. У продовження висновків попередніх авторів слід навести цитату О. Синявської, яка виявила, що «кожного року від 30% до 70% бізнесу всіх країн (незалежно від рівня їх розвитку) переходить в онлайн-середовище. Особливо це стосується суб'єктів господарювання, які здійснюють торгівлю діяльністю» [8].

Висновки. Запровадження технологій електронної комерції дає змогу підприємству отримувати нові конкурентні переваги, ставати лідером у сфері використання інформаційних технологій, займати активну позицію у процесі реалізації нових бізнес-ідей і проєктів, проте електронна комерція є вкрай непередбачуваною величиною, її аналіз має бути перманентним, а системи моніторингу електронної комерції вимагають інновацій і регулярного удосконалення.

Для покращення умов ведення бізнесу з використанням технологій електронної комерції потрібно удосконалювати нормативно-правову базу, що стосується питань взаємодії підприємств між собою, із споживачами та органами державного управління. В Україні поширеними є такі технології електронної комерції, як B2B, B2C та C2C. Проте значний відсоток торгових операцій покупці проводять через зарубіжні, а не вітчизняні сайти. Це спричинено різницею цін, які виставляють виробники. Отже, сучасний бізнес без ефективного використання мережі Інтернет не має майбутнього.

Бібліографічний список:

1. Nanehkaran Y. An Introduction to Electronic Commerce. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2013. № 2 (4). P. 190–193.
2. Boateng R. Resources, Electronic-Commerce Capabilities and Electronic-Commerce Benefits: Conceptualizing the Links. *Information Technology for Development*. 2016. № 22 (2). P. 242–264.
3. Бабенко В., Синявська О. Аналіз сучасного стану розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Сучасні інформаційні технології в соціально-економічних системах* : звіт про науково-дослідну роботу. Суми : Сумський державний університет, 2019. С. 48–60.
4. Борейко Н. Специфіка електронної комерції у вітчизняному сегменті мережі Інтернет. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 2 (58). С. 87–93.
5. Hlinenko L.K., Daynovskyy Y.A. State-of art and prospects of development of Ukrainian electronic commerce. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. № 1. P. 83–102.

6. Лазнева І., Долгополова М. Розвиток електронної торгівлі у структурі інформаційної економіки України. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 31–37.
7. Орехова Т., Дубель М. Вплив процесу діджиталізації на розвиток електронної комерції в Україні. *Економіка і організація управління*. 2018. № 4 (32). С. 17–25.
8. Синявська О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. № 9. С. 126–132.
9. Трубін І. Правові засади функціонування електронних грошей у сфері електронної комерції : монографія. Київ : Алерта, 2013.
10. Kim Th.Y., Dekker R., Heij Ch. CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets. *International Journal of Electronic Commerce*. 2017. № 21 (2). P. 184–218.
4. Boreyko, N. (2020). Spetsyfika elektronnoyi komertsiiyi u vitchyznyanomu sehmenti merezhi Internet [Specifics of e-commerce in the domestic segment of the Internet]. *Business Navigator*, 2 (58), 87–93. (in Ukrainian)
5. Hlinenko, L. & Daynovskyy, Y. (2018). State-of art and prospects of development of Ukrainian electronic commerce. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 83–102. (in Ukrainian)
6. Lazneva, I. & Dolgopolova, M. (2019). Rozvytok elektronnoyi torhivli u strukturі informatsiynoyi ekonomiky Ukrayiny [Development of e-commerce in the structure of information economy of Ukraine]. *Market infrastructure. Electronic scientific-practical journal*, 31, 31–37.
7. Orekhova, T. & Dubel, M. (2018). Vplyv protsesu didzhitalizatsiyyi na rozvytok elektronnoyi komertsiiyi v Ukrayini [The impact of the digitalization process on the development of e-commerce in Ukraine]. *Economics and Organization of Management*, 4 (32), 17–25. (in Ukrainian)
8. Sinyavska, O. (2019). Elektronna torhivlya v Ukrayini: tendentsiyyi ta perspektyvy rozvytku [E-commerce in Ukraine: trends and prospects]. *Bulletin of KhNU named after V. Karazina. Series "International Relations. Economy. Local lore. Tourism"*, 9, 126–132. (in Ukrainian)
9. Trubin, I. (2013). Pravovi zasady funktsionuvannya elektronnykh hroshey u sferi elektronnoyi komertsiiyi [Legal bases of functioning of electronic money in the field of e-commerce]: monograph. Kyiv: Alert. (in Ukrainian)
10. Thai Young Kim, Rommert Dekker & Christiaan Heij. (2017) CrossBorder Electronic Commerce: Distance Effects and Express Delivery in European Union Markets. *International Journal of Electronic Commerce*, 21 (2), 184–218.

References:

1. Nanekaran, Y. (2013). An Introduction to Electronic Commerce. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2 (4), 190–193.
2. Richard Boateng. (2016) Resources, Electronic-Commerce Capabilities and Electronic-Commerce Benefits: Conceptualizing the Links. *Information Technology for Development*, 22 (2), 242–264.
3. Babenko, V. & Snyavska, O. (2019). Analiz suchasnoho stanu rozvytku rynku elektronnoyi komertsiiyi v Ukrayini [Analysis of the current state of development of the e-commerce market in Ukraine]. *Report on research work of modern information technologies in socio-economic systems*. Sumy State University, 48–60. (in Ukrainian)

УДК (338.45:69.003)

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-16>

Шпаков А.В.

доцент кафедри менеджменту в будівництві
Київського національного університету будівництва і архітектури

Шпакова Г.В.

професор кафедри будівельних технологій
Київського національного університету будівництва і архітектури

Shpakov Andrii

Senior Lecturer at the Department of Management in Construction
Kyiv National University of Construction and Architecture

Shpakova Hanna

Professor at the Department of Building Technologies
Kyiv National University of Construction and Architecture

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

EVOLUTION OF MANAGEMENT THEORY IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION PROCESSES BY THE EXAMPLE OF ENTERPRISES OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY

У статті розглянуто еволюцію розвитку управлінської думки, систему знань про менеджмент. Проаналізовано найефективніші методики управління змінами з точки зору стратегічного та оперативного управління організаційним розвитком, а також причини нереалізованості стратегій в минулому та систематизовано умови впровадження стратегій розвитку сьогодні. Виокремлено оптимальні теорії залежно від рівня виникнення загроз процесу організаційних змін. Визначено етапи запровадження змін, розглянуто прикладні інструменти їх запровадження та умови раціонального застосування під час трансформації на прикладі будівельних підприємств. Закладено теоретичне підґрунтя для формування вдосконаленої організаційно-інституціональної платформи економічного управління процесами діяльності будівельного підприємства за допомогою механізмів резонансного управління в умовах розвитку світової економіки.

Ключові слова: трансформація управлінської системи, стратегія розвитку, опір змінам, управління будівельним підприємством, стратегія підприємства.

В статье рассмотрены эволюция развития управленческой мысли, система знаний о менеджменте. Проанализированы наиболее эффективные методики управления изменениями с точки зрения стратегического и оперативного управления организационным развитием, а также причины нереализованности стратегий в прошлом и систематизированы условия успешного внедрения стратегий развития сегодня. Выделены оптимальные теории в зависимости от уровня возникновения угроз процессу организационных изменений. Определены этапы внедрения изменений, рассмотрены прикладные инструменты их внедрения и условия рационального применения при трансформации на примере строительных предприятий. Заложена теоретическая основа для формирования усовершенствованной организационно-институциональной платформы экономического управления процессами деятельности строительного предприятия с помощью механизмов резонансного управления в условиях развития мировой экономики.

Ключевые слова: трансформация управленческой системы, стратегия развития, сопротивление изменениям, управление строительным предприятием, стратегия предприятия.

The article discusses the evolution of the development of management thought, the system of knowledge about management, experience about which has been accumulated sequentially. Until the middle of the twentieth century, management science developed from several relatively independent directions at once, each of which focused on various aspects of management. Given the definition of strategy as a model of interaction of all resources, allowing the organization the best way to fulfill its mission and achieve sustainable competitive advantages, the author analyzed the most effective methods of change management from the point of view of strategic and operational

management of organizational development. The reasons for the failure to implement strategies in the past are analyzed and the reasons for the need to develop and implement development strategies today are systematized. Not a single large or even medium-sized organization will be able to exist long enough without looking into the future and without systematically preparing for changes that will allow them, at least, to stay on the market, and as a maximum, to break out into leaders. Among the existing concepts and methods of management, the optimal theories are highlighted depending on the level of threats to the process of organizational change. The stages of the introduction of configurations are determined as a sequence of stages: preparation – implementation – implementation. Also, the applied tools for the implementation of strategic changes are considered and the conditions for their rational use during transformation are determined on the example of construction enterprises. The expediency of orienting the change management system of the situational and systemic approach in the analysis of the external environment and the use of synergetic effects in their complex (combined) use using the theory of strategies has been proved. A theoretical basis has been laid for the formation of an improved organizational and institutional platform for economic management of the processes of a construction enterprise using the mechanisms of resonant management in the context of the development of the world economy along a trajectory that takes into account the points and periods of key changes.

Keywords: transformation of the management system, development strategy, resistance to change, management of a construction company, enterprise strategy.

Постановка проблеми. Будь-який сучасний виробничий менеджмент поєднує поточний раціоналізм оперативного управління зі стратегією постійного оновлення. Однак класичні теорії, що існують понад сотню років, потребують не тільки адаптаційних трансформацій до потреб сучасності. Сприйняття будь-якої організації як відкритої системи, що взаємодіє в умовах внутрішнього й зовнішнього середовищ і потребує корегування системи управління на різних рівнях планування діяльності виробництва, змушує шукати новації в запровадженні не тільки сучасних технологій, матеріалів, але й стратегій розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Застосування системного підходу тісно пов'язане з використанням загальної теорії систем до ухвалення управлінських рішень. Величезний внесок у цей науковий напрям зробили такі вчені, як Дж. Лорш, П. Лоренс, А. Арменакіс, І. Ансофф, М. Бір [1; 2]. Основні теоретичні концепції організації виробництва визначено у роботах Ф. Тейлора. Серед сучасних науковців у царині управління змінами слід відзначити таких, як С.Г. Турчіна, О.В. Мілінчук, М. Галлі, П. Лотіч [3–5].

Формування цілей статті (**постановка завдання**). У зв'язку із сучасними вимогами впровадження принципів сталого розвитку в усі сфери людської діяльності, наближенням нового періоду збігу циклів і, як наслідок, спадом виробництва на тлі зростання

темтів модернізації виробничих технологій скорочення життєвих циклів інноваційних продуктів масового вжитку приводить до дисонансу в оцінюванні діяльності підприємства та суттєво ускладнює розроблення стратегічних планів розвитку організації. З одного боку, здатність виробничої системи гнучко сприймати модернізаційні перетворення, стрімко змінювати технології та адаптуватись до нових умов є безперечним позитивним показником діяльності, але з іншого боку, така ж стрімка зміна зовнішнього середовища, на яке реагує внутрішнє середовище організації, вимагає моментальної зміни стратегії управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спільним для всіх ранніх теорій менеджменту було те, що кожна з них пропонувала свій єдиний «рецепт» підвищення ефективності управління. Не можна стверджувати, що вони були помилковими, оскільки зробили колосальний внесок у розвиток менеджменту як галузі знань. З іншого боку, будь-яка з наведених далі теорій розглядає організацію лише під одним кутом зору, начебто це лише одна проєкція об'ємної фігури [6]. Орієнтовні часові проміжки панування тієї чи іншої наукової школи наведені на рис. 1.

Наприкінці 1961 року Гарольд Кунц опублікував статтю, де охарактеризував наявний тоді спектр підходів до вивчення менеджменту як «джунглі теорій менеджменту». Він дійшов висновку, що наявні ідеї є наслідком спроб кожної школи, кожного напрямку

Основні напрями	XIX ст.	XX ст.								Початок XXI ст.
	1885 рік	20-і роки	30-і роки	40-і роки	50-і роки	60-і роки	70-і роки	80-і роки	90-і роки	
Науковий менеджмент	██████████									
Класична школа		████████████████████								
Школа людських відносин			████████████████████							
Школа поведінкових наук					████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████	
Кількісний підхід					████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████	
Системний підхід						████████████████████	████████████████████	████████████████████	████████████████████	
Ситуаційний підхід тощо							████████████████████	████████████████████	████████████████████	
Теорії стратегій								████████████████████	████████████████████	

Рис. 1. Еволюція управлінської думки у XX ст.

створити досконалу теорію менеджменту, а цим ідеєю не вистачає системності.

Зазначені недоліки ранніх теорій менеджменту певною мірою долаються розвиненими трохи пізніше інтегрованими підходами до управління, а саме процесним, системним, ситуативним (або ситуаційним).

Водночас процесний підхід до управління складається з цілей, законів, принципів, методів і функцій, технологій управління та практики управлінської діяльності. Основним завданням системи управління організації за такого підходу є формування професійної управлінської діяльності, оскільки діяльність із виконання функцій – це процес, що вимагає певних витрат ресурсів та часу. Саме процесний підхід до менеджменту дав змогу побачити взаємозв'язок та взаємозалежність функцій управління, коли існує рекомендована послідовність виконання основних функцій управління. Якість виконання попереднього етапу – це необхідна умова забезпечення якості виконання наступного етапу (функції). В цьому полягає взаємозалежність функцій. Однак в організації протікає безліч процесів. М. Портер пропонує класифікацію процесів, що базуються на їх ролі у створенні додаткових цінностей. Основна портерівська ідея полягає в тому, що кожен процес щодо попереднього має здійснювати додатковий внесок у цінність кінцевого продукту.

Відповідно до цього критерія всі процеси поділяються на три групи, такі як основні, допоміжні та управлінські (рис. 2). За такої схеми координація виконується за рахунок сполучних процесів, тобто процесів комунікації та прийняття рішень.

Всі ці процеси взаємопов'язані та утворюють єдину систему.

Дослідження управління як процесу привело до поширення системних методів аналізу. Отже, у

60–70-ті роки системний підхід стає універсальною ідеологією менеджменту, а системний аналіз – загальноновизнаним інструментарієм. Застосування системного підходу тісно пов'язане з використанням загальної теорії систем до ухвалення управлінських рішень. Величезний внесок у цей науковий напрям зробили такі вчені, як Дж. Лорш, П. Лоуренс, Е.Г. Юдін. Застосування теорії систем управління дало змогу керівникам побачити організацію як єдине ціле, що складається з різних частин, які мають різночасові динаміки.

Методологія системності допомогла інтегрувати внесок усіх шкіл, що в різні часи домінували в теорії та практиці управління, не протиставляючи, а об'єднуючи найкраще. Підприємство за цього підходу розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів (підсистем, наприклад, підсистеми управління персоналом, підсистеми комунікацій, організаційної структури, функцій, процесів, методів). Основна ідея системної теорії полягає в тому, що будь-яке рішення чи дія має наслідки для всієї системи.

Системний підхід до управління дає змогу уникнути ситуації, коли ухвалене рішення в одній царині перетворюється на проблему для іншої, коли, наприклад, зміна стратегії підприємства до більшої клієнтоорієнтованості входить у конфлікт із системою винагород співробітників, заточеною на норми виробітку або чітке та своєчасне виконання стандартизованих функцій. За системного підходу основне завдання менеджера полягає в забезпеченні взаємодії всіх взаємозалежних частин організації, щоб досягти поставлених перед нею цілей. Якщо приймається будь-яке рішення про дію щодо одного елементу (підсистеми) в організації, то всі інші елементи (підсистеми) також відчувають вплив тією чи іншою мірою.



Рис. 2. Поділ процесів за критеріями черговості та відповідальності

З часом зі зростанням різноманіття зв'язків організації із зовнішнім середовищем акцент переносився на виявлення та опис нерозривного зв'язку із зовнішнім світом. В результаті цього у 70-х роках ХХ ст. сформувалися риси моделі організації як відкритої системи, на яку впливають і сили конкуренції, і державна політика, і ставлення до організації суспільства загалом, і навіть міжнародна політика. На рис. 3. представлено схему організації як відкритої системи. Введеними ресурсами будь-якої фірми будуть сировина, людські ресурси, капітал, технологія, інформація. В контексті підприємств будівельної галузі ними, наприклад, є конструкції, матеріали, вироби, чисельно-кваліфікаційні одиниці виконавців, матеріально-технічні бази.

В процесі перетворення ці ресурси стають готовими товарами чи послугами, які розподіляються у середовищі [7].

Таким чином, значення системного підходу полягає в тому, що менеджери можуть простіше узгоджувати свою конкретну роботу з роботою організації загалом, якщо вони розуміють бізнес як цілісну систему, що складається з безлічі окремих елементів і зв'язків, та ідентифікують свою роль у ній як об'єктів комунікативно-керуючої ланки.

Проте слід зазначити, що системний підхід до управління не дає відповіді на питання про те, чому підприємства, подібні за устроєм і в одному і тому ж зовнішньому середовищі, можуть функціонувати по-різному, бути успішними або неуспішними.

Цю проблему намагається вирішити ситуаційний підхід. Ситуаційний підхід концентрується на ситуа-

ційних відмінностях між підприємствами та всередині самих підприємств, намагається визначити значні змінні ситуації та їх вплив на ефективність діяльності підприємства. Послідовниками ситуаційного підходу були сформульовані такі внутрішньо організаційні змінні, як цілі, структура, ресурси, культура організації [7].

Ситуаційний підхід, на відміну від процесного та системного, частіше використовують у нестандартних випадках, у ситуаціях невизначеності, які потребують несподіваного нестандартного реагування на виклики довкілля. Якщо розглядати підприємства будівельної галузі, зокрема будівельний майданчик, то саме тут якомога яскравіше можна продемонструвати принципи роботи ситуаційного підходу. Такий підхід вимагає від менеджерів розвитку особливих якостей, таких як гнучкість, передбачення, вміння приймати рішення у нестандартних ситуаціях, бути оригінальними та креативними щодо пошуку засобів та інструментів досягнення цілей [8].

Якщо розглянути модель організації як відкритої системи (рис. 3), то, крім внутрішніх процесів перетворення, особливий вплив на організацію та її розвиток буде здійснювати зовнішнє середовище.

Загалом усе зовнішнє середовище можна охарактеризувати таким чином:

- існує взаємозв'язок між факторами середовища чи сила впливу, з якою зміна одного фактору діятиме на інші;
- середовище представлено великою кількістю різноманітних факторів, які впливають на організацію, що свідчить про його складність;

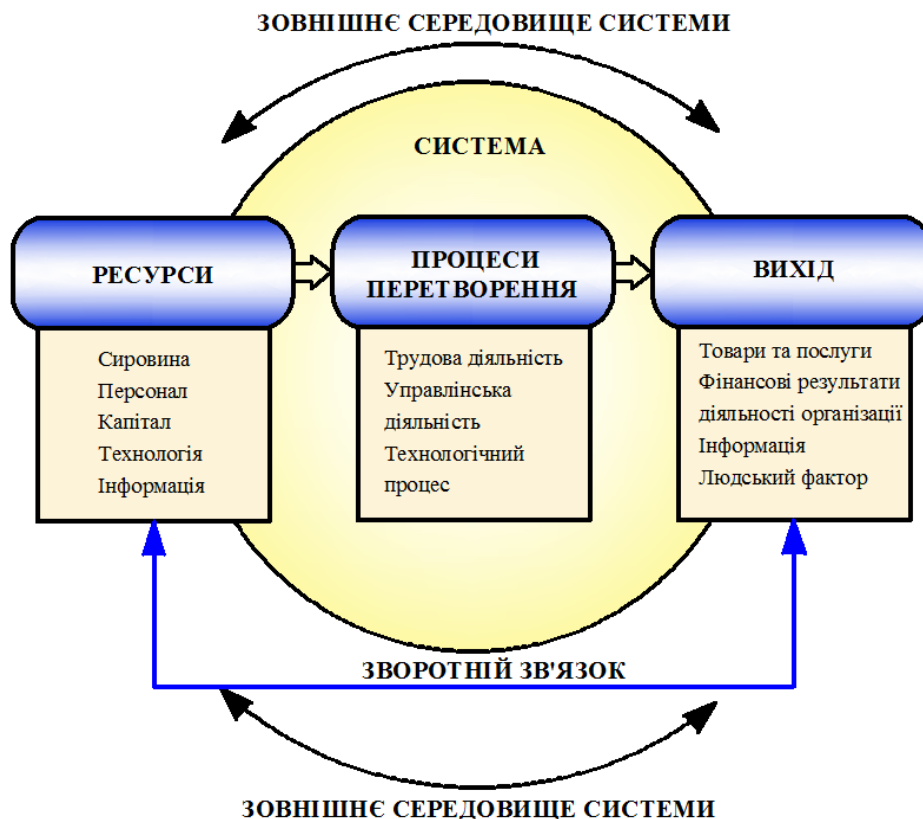


Рис. 3. Організація як відкрита система

– середовище характеризується високим ступенем мінливості чи рухливості;

– велика кількість факторів та їх мінливість приводять до того, що втрачається точність інформації про процеси, які відбуваються в середовищі, і, як наслідок, підвищується невизначеність середовища та ускладнюється процес прийняття рішень.

Які ж найбільш суттєві внутрішні змінні організації впливають на її функціонування? Загалом уся організація складається з кількох рівнів управління та різних підрозділів, пов'язаних між собою. Усі підрозділи організації можна зарахувати до тих чи інших функціональних галузей.

За визначенням М. Мескона, М. Альберта та Ф. Хедоурі, основні внутрішні змінні організації – це цілі, структура, завдання, технологія та люди (персонал організації) [9]. Ця думка є розвитком відомого «алмазу» Гарольда Лівітта, який виділив чотири «внутрішні» змінні організації, такі як завдання (місія), структура, технологія та індивіди. Дослідник наголошував на значенні кожного елементу та наявних між ними взаємозв'язках, адже зміна в одному з них веде до трансформації інших.

У 60–70-х роках менеджери та науковці усвідомили суттєвість впливу вибраної підприємством стратегії на його успішність чи неуспішність. Тоді почали з'являтися школи стратегічного менеджменту [2; 10], такі як школа моделювання (дизайну) («Керівництво в адмініструванні» (Ф. Селзнік), «Стратегія та структура» (А. Чандлер)); школа стратегічного планування – («Корпоративна стратегія» (І. Ансофф), «Планування для вищого керівництва» (Дж. Стейнер)); школа ринкового позиціонування; школа підприємництва (Й. Шумпетер, О. Коул, Г. Мінцберг).

Основна думка шкіл стратегічного менеджменту полягає в тому, що здебільшого стратегії виникають тоді, коли люди приходять до вивчення ситуації, яка складається навколо організації, вивчення здібностей організації і потенційних можливостей впоратися з нею і, зрештою, до якогось плану [11].

Висновки. Одним із варіантів стратегічного менеджменту як реакції на «подразники» внутрішнього та зовнішнього середовища є ситуативне управління, що змінює стратегію на мікрорівні задля покращення загального функціонування організації на мезо- та макрорівнях. Автором пропонується розроблення науково-методичного комплексу, який дав би змогу використовувати властивості циклічності управлінських, виробничих, організаційних та економічних процесів у функціональних галузях діяльності на прикладі будівельного підприємства для найбільш повного використання конкурентного потенціалу задля максимізації результатів господарської діяльності за одночасного збереження певного рівня стабільності та економічної безпеки.

Цьому комплексу надано назву «резонансно-компенсаційне управління» [12].

Резонансним управлінням вважатиметься комплекс методів прийняття управлінських рішень, прогнозування, планування та оперативного управління у різних функціональних видах діяльності будівельної організації, які спрямовані на найбільш ефективне використання як довготривалих тенденцій на

ринку, так і тимчасових трендів для максимізації економічного ефекту від наявної ресурсної бази підприємства та інших видів конкурентного потенціалу.

Компенсаційне управління – це, на думку автора, система методів класифікації, формування, планування та розподілу різних видів резервів підприємства задля збереження фінансової та конкурентної його стабільності, в тому числі під час використання елементів резонансного управління. Синергетичне поєднання цих комплексів має забезпечити сталу адаптивність та конкурентоспроможність підприємства, максимізацію економічних результатів діяльності разом із забезпеченням достатнього рівня фінансової стабільності та економічної безпеки в процесі високоактивних динамічних дій підприємства в ринковому швидкозмінному середовищі.

Бібліографічний список:

1. Хміль Ф.І. Управління персоналом. Київ : Академвидат, 2006. 488 с.
2. Фламгольц Э., Рэнделл И. Управление стратегическими изменениями: от теории к практике. Москва : Эксмо, 2011. 320 с.
3. Мілінчук О.В. Методичні аспекти визначення стадії життєвого циклу організації. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 4 (16). С. 90–100.
4. Турчина С.Г. Управління змінами в контексті стратегічного розвитку підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2016. Вип. (67). С. 11–14.
5. Lotich P. Steps to implementing successful organizational change. URL: <http://thethrivingsmallbusiness.com/8-steps-to-implementing-successful-organizational-change> (дата звернення: 12.11.2021).
6. Верхоглядова Н.І., Кононова І.В. Оцінка впливу стейкхолдерів на управління стійкістю функціонування будівельного підприємства. *Економічний простір*. 2011. № 53. С. 187–197.
7. Блейк Р.Р., Моутон Д.С. Научные методы управления. Киев : Научная мысль, 1990. 247 с.
8. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. Как делать карьеру. Как строить организацию. Киев, 1994. 399 с.
9. Hunter D. Working Hard – and Working Well: A Practical Guide to Performance Management. 2013. URL: <http://leapofreason.org/get-the-books/workinghard-and-working-well/get-working-hard-and-working-well> (дата звернення: 12.11.2021).
10. Mintzberg H., Lampel J.P., Quinn J. The Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases. 5th edition. London: City University, 2014. 744 p.
11. Mescon M.H., Khedouri F., Albert M. Management. Addison-Wesley Educational Publishers, Incorporated, 1988. 288 p.
12. Шпаков А.В., Шпакова Г.В. Концептуальні особливості атрибуції стратегічних планів стейкхолдерів будівельної галузі. Будівельні конструкції. *Теорія і практика*. 2020. Вип. 7. С. 66–75. DOI: <https://doi.org/10.32347/2522-4182.7.2020.66-75> (дата звернення: 12.11.2021).

References:

1. Khmil, F.I. (2006) *Upravlinnia personalom* [Personnel Management]. Kyiv: Akademvydat. (in Ukrainian)
2. Flamgoltz, E., Rendl, I. (2011) *Upravlenie strategicheskimi izmeneniyami: ot teorii k praktike* [Strategic change management: from theory to practice]. Moscow: Eksmo. (in Russian)
3. Milinchuk, O.V. (2012) *Metodychni aspekty vyznachenia stadii zhyttievoho tsykladu orhanizatsii* [Methodological aspects of determining the stage of the life cycle of an organization]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho uni-*

- versytetu [Bulletin of Zaporizhzhya National University]. Vol. 4 (16), pp. 90–100.
4. Turchina, S.H. (2016) Upravlinnia zminamy v konteksti stratehichnoho rozvytku pidpriemstv [Change management in the context of the strategic development of enterprises]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu* [Bulletin of the Sumy National Agrarian University]. Vol. 67, pp. 11–14.
 5. Lotich, P. (august 5, 2014) *Steps to implementing successful organizational change* [Electronic resource]. Available at: <http://thethrivingsmallbusiness.com/8-steps-to-implementing-successful-organizational-change> (accessed 19 November 2021).
 6. Verkhohliadova, N.I., Kononova, I.V. (2011). Otsinka vplyvu steikkholderiv na upravlinnia stiiikistiu funktsionuvannia budivelnoho pidpriemstva [Assessment of the impact of stakeholders on the management of the sustainability of the functioning of a construction enterprise]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic space], vol. 53, pp. 187–197.
 7. Bleyk, R.R., Mouton, D.S. (1990) *Nauchnyie metodyi upravleniya* [Scientific management methods]. Kyiv: Nauk, dumka. (in Russian)
 8. Schekin, G.V. (1994) *Prakticheskaya psihologiya menedzhmenta. Kak delat kareru. Kak stroit organizatsiyu* [Practical psychology of management. How to make a career. How to build an organization]. Kyiv. (in Russian)
 9. Hunter, David (2013). *Working Hard – and Working Well: A Practical Guide to Performance Management*. Available at: <http://leapofreason.org/get-the-books/working-hard-and-working-well/get-working-hard-and-working-well> (accessed 19 November 2021).
 10. Mintzberg, Henry & Lampel, Joseph B. & Quinn, James (2014) *The Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases*. 5th edition. London: City University. (in English)
 11. Mescon, Michael H. & Khedouri, Franklin & Albert, Michael (1988) *Management*. Addison-Wesley Educational Publishers, Incorporated.
 12. Shpakov, A.V., Shpakova, H.V. (2020) Kontseptualni osoblyvosti atrybutsii stratehichnykh planiv steikkholderiv budivelnoi haluzi [Conceptual Peculiarities of Attribution of Strategic Plans by Stakeholders in the Construction Industry]. *Budivelni konstruksii. Teoriia i praktyka*, vol. 7, pp. 66–75. Available at: <https://doi.org/10.32347/2522-4182.7.2020.66-75> (accessed 12 November 2021).

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 005.332.4-005.342

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-17>

Полянська А.С.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та адміністрування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Михайлишин Х.В.

магістр
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Polyanska Alla

Doctor of Economics, Professor,
Professor at the Management and Administration Department
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Mykhailyshyn Khrystyna

Master
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ РЕГІОНУ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

MANAGEMENT OF REGIONAL COMPETITIVENESS ON THE BASIS OF SMART SPECIALIZATION

У статті досліджено поняття «конкурентоспроможності регіону» та «с마트-спеціалізації». Обґрунтована актуальність дослідження смарт-спеціалізації в контексті забезпечення конкурентного розвитку регіонів. Зроблено аналіз публікацій обраної тематики. Розглянуто особливості концепції «с마트-спеціалізації» регіону. Узагальнено передумови смарт-спеціалізації. Досліджено регіональні стратегії розвитку українських регіонів, виокремлено стратегії, що відповідають концепції «с마트-спеціалізації». Проаналізовано інноваційну активність Івано-Франківської області в порівнянні з сусідніми регіонами (Львівською та Тернопільською), як пріоритетний стратегічний напрям реалізації концепції смарт-спеціалізації. Проаналізовано стратегію розвитку Івано-Франківської області на відповідність основним критеріям смарт-спеціалізації. Досліджено конкурентні переваги регіону, що формуються на засадах смарт-спеціалізації.

Ключові слова: смарт-спеціалізація, влада, бізнес, наука, конкурентоспроможність, розвиток регіонів, конкурентоспроможність регіону, конкурентний розвиток.

В статье исследованы понятия «конкурентоспособности региона» и «с마트-специализация». Обоснована актуальность исследования смарт-специализации в контексте обеспечения конкурентного развития регионов. Произведен анализ публикаций выбранной тематики. Рассмотрены особенности концепции «с마트-специализации» региона. Обобщены предпосылки смарт-специализации. Исследованы региональные стратегии развития украинских регионов, выделены стратегии, соответствующие концепции «с마트-специализации». Проанализирована инновационная активность Ивано-Франковской области по сравнению с соседними регионами (Львовской и Тернопольской), как приоритетное стратегическое направление реализации концепции смарт-специализации. Проанализирована стратегия развития Ивано-Франковской области на соответствие основным критериям смарт-специализации. Исследованы конкурентные преимущества региона, формируемые на основе смарт-специализации.

Ключевые слова: смарт-специализация, власть, бизнес, наука, конкурентоспособность, развитие регионов, конкурентоспособность региона; конкурентное развитие.

The article examines the concept of "competitiveness of the region" and "smart specialization". The relevance of the study of smart specialization in the context of ensuring the competitive development of regions is substantiated. The analysis of publications on the chosen subject is made. Features of the concept of "smart specialization" of the region are considered. The preconditions of smart specialization are generalized. The regional strategies of development of the Ukrainian regions are investigated, the strategies corresponding to the concept of "smart specialization" are singled out. The innovative activity of Ivano-Frankivsk region in comparison with the neighboring regions (Lviv and Ternopil) is analyzed as a priority strategic direction of the concept of smart specialization. The development strategy of Ivano-Frankivsk region for compliance with the main criteria of smart specialization is analyzed. The competitive advantages of the region, which are formed on the basis of smart specialization, are studied.

Keywords: smart specialization, power, business, science, competitiveness, regional development, competitiveness of the region, competitive development.

Постановка проблеми. В конкурентному середовищі успіху досягають ті регіони, які володіють інноваційними галузями, є креативними і прагнуть до постійного розвитку. Досягненню цієї мети сприяє концепція «смарт-спеціалізація» (S3), (від англ Smart Specialisation Strategy) – сучасна політика інноваційного регіонального розвитку, ініційована Європейським Союзом з метою сприяння економічного зростання в регіонах через краще розкриття його потенціалу. Однак, в Україні практика реалізації даної концепції для стимулювання розвитку регіонів перебуває на етапі становлення, що значно сповільнює їх конкурентний розвиток, стримує процес ефективного використання ресурсів на засадах сталого розвитку, не дозволяє у повній мірі реалізувати потенціал розвитку інноваційних галузей. Таким чином, смарт-спеціалізація є сучасним напрямком розвитку регіонів в Україні, що дозволяє сфокусуватися на тих конкурентних перевагах, які є характерними для кожного регіону, з пріоритетним фокусуванням на інноваційних сферах, що здатні забезпечити динамічний розвиток та зацікавленість потенційних інвесторів. Відтак досліджуване питання є актуальним і на часі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значимо, що дослідженням питання конкурентоспроможності займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці як І.В. Сіменко, Т.Д. Косова, Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова, О.В. Войчак, В. Я. Кардаш, Б. Шлюсарчик, М. Портер, Б. Карлофф та інші. Широкий спектр визначень та трактувань поняття конкурентоспроможності у наукових джерелах дає усебічну характеристику поняття «конкурентоспроможність», тому розглянемо окремі з них. На думку М. Портера, конкурентоспроможність – це «властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин». В джерелі [9] конкурентоздатність, розглядається як, «ступінь реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Маренич А. та Астахова І. вважають, що конкурентоспроможність слід розглядати як «комплексну характеристику діяльності підприємства, яка ґрунтується на аналізі виробничо-господарської діяльності, дає змогу визначити «сильні сторони» підприємства у конкурентній боротьбі і знайти переваги над конкурентами [11]. Б. Карлофф розглядає конкурентоспроможність як «здатність забезпечити кращу позицію в порівнянні з конкуруючим підприємством» [12].

Разом з тим, поняття «конкурентоспроможність регіону» має свою характерну особливість. Дослідженням поняття «конкурентоспроможність регіону» займалися такі науковці, як Н.Б. Ярошевич, З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська, М. Портер, М.В. Винокурова, а також Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова та інші. Зокрема, М. Портер розглядає дане поняття як «продуктивність використання регіональних продуктів, і в першу чергу, робочої сили та капіталу, порівняно з іншими регіонами, яка реалізується у величині валового регіонального продукту (ВРП) на душу населення, а також в його динаміці» [13]. В свою чергу, Н.Б. Ярошевич вважає, що конкурентоспроможність регіону – це комплексне поняття, яке «включає в себе не тільки певний рівень розвитку окремих підприємств, галузей чи виробничо-господарських комплексів (кластерів), але й конкурентопридатність ресурсів, досягнення певного рівня соціальних стандартів життя населення та досягнення певного рівня збалансованості територіального розвитку» [14]. В той же час, автори джерела [1], розуміють дане поняття як «спроможність протягом тривалого часу на основі, насамперед, власних, а також залучених можливостей продукувати товари та послуги для регіонального, національного і зовнішнього ринків, забезпечуючи водночас стабільність і зростання реальних доходів власних жителів».

Поряд з вивченням думок науковців щодо визначення понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність регіонів», також доцільно звернути увагу на думку вчених щодо поняття «смарт-спеціалізація». Згідно з нормативами ЄС, смарт-спеціалізація є «підходом Європейського Союзу до виявлення унікальних функцій і активів кожної країни і регіону, підкреслення конкурентних переваг промисловості кожного регіону і зосередження уваги регіональних партнерів на баченні майбутніх досягнень» [2].

Ряд авторів активно вивчають та мають своє бачення щодо поняття «смарт-спеціалізація», зокрема, О. Яцюк [3] вважає, що це «інноваційний інструмент Євросоюзу для розбудови регіональної спроможності завдяки двом ключовим підходам, зокрема, урахуванню місцевих умов та економіці знань». Одотюк І. розуміє смарт-спеціалізацію як «стратегічний підхід до економічного розвитку через цільову підтримку досліджень та інновацій, що включає в себе процес розробки концепції, визначення конкурентної переваги, встановлення стратегічних пріоритетів і використання розумної політики для максимізації потен-

ціалу розвитку на основі знань будь-якого регіону, сильного або слабкого, високотехнологічного або низькотехнологічного» [4].

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Попри розгляд та вивчення понять «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність регіону» та «смарт-спеціалізації» не приділено уваги дослідженню їх зв'язку та взаємозалежності. На нашу думку, їх комплексний розгляд сприятиме розширенню та формуванню конкурентних переваг українських регіонів із урахування переваг їх соціального, економічного та екологічного станів та унікальності.

Формулювання цілей статті. Виходячи із викладеного вище, метою статті є дослідження та обґрунтування значення смарт-спеціалізації для конкурентного розвитку регіону. Для досягнення мети передбачено вирішення таких завдань: дослідити формування конкурентних переваг регіону; визначити зміст смарт-спеціалізації як інструменту досягнення конкурентних переваг; дослідити передумови смарт-спеціалізації; обґрунтувати вплив смарт-спеціалізації на формування конкурентних переваг регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки поняття розвитку розглядається системно і комплексно, то майбутній розвиток суспільства, економік, галузей, організацій не можливий без розвитку окремих територій. Гармонізувати потреби і можливості розвитку регіонів відповідно до сучасних викликів можливо з допомогою реалізації концепції смарт-спеціалізації, що є важливим орієнтиром у сфері конкурентного розвитку регіонів.

Кожен регіон є унікальним, з власними резервами ресурсів, що створює цю унікальність та формує конкурентну перевагу регіону, яка є необхідною передумовою для його конкурентного розвитку. Конкурентні переваги регіону – це фактори-стимулятори, вплив яких більший, або фактори-дестимулятори, вплив яких менший за значення аналогічних факторів інших регіонів [5]. Смарт-спеціалізація, яка виділяє ці переваги через критерій інноваційних та прогресивних для певного регіону ресурсів та видів діяльності, дозволяє підкреслити ці унікальні переваги та конкурувати в такому середовищі. Звідси, виділимо основні напрями дослідження концепції смарт-спеціалізації для досягнення конкурентоспроможності регіону:

1. Визначення конкурентних переваг регіону для дослідження економічно-соціальних умов та стану розвитку регіону як передумови смарт спеціалізації.

2. Дослідження взаємозв'язку та співпраці між представниками бізнес-середовища та регіональної влади.

3. Характеристика стратегії розвитку інноваційного потенціалу регіону.

4. Застосування передового зарубіжного досвіду смарт спеціалізації для зміцнення регіональної конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що особливістю застосування інструменту смарт-спеціалізації для конкурентного розвитку регіону є створення передумов для формування чи посилення його інвестиційної привабли-

вості на основі виділення та підтримки пріоритетних галузей на видів діяльності, які потребують для розвитку залучення інвестицій. Важливою умовою успішності смарт-спеціалізації є зосередження уваги на конкурентних перевагах регіонів та реалістичних потенціалах зростання, підтримуваних підприємницькою активністю, творчою ініціативою та унікальними ресурсами. При цьому визначення пріоритетів має супроводжуватись не процесом управління зверху-вниз, а базуватись на процесі комплексного залучення зацікавлених сторін, який зосереджується на «підприємницькому пошуку», базується на інтерактивних заходах виділення конкурентних сил через взаємодію приватного сектору як рушійної підприємницької сили, влади через повноваження інформаційного супроводу та створення умов для розвитку підприємницької ініціативи і науки як генератора інноваційного потенціалу реалізації концепції смарт спеціалізації.

Досвід смарт-спеціалізації у європейських країнах, що націлена на конкурентний розвиток, має пріоритетність до інновацій, підтримує технологічні, а також практично-орієнтовані соціальні інновації, визначає необхідною умовою її реалізації наявність відповідної стратегії. Це дозволяє кожному регіону формувати політику смарт спеціалізації відповідно до його унікальних соціально-економічних умов, створити надійну систему моніторингу та оцінки, а також механізми перегляду для оновлення стратегічного плану розвитку.

В Україні вже є досвід стратегічного планування розвитку регіонів із урахуванням концепції смарт спеціалізації. Контент-аналіз затверджених обласних радами стратегій розвитку регіону (табл. 1) засвідчив, що більшість з них розроблено відповідно до чинного нормативного забезпечення, методичних вказівок Мінрегіону та рекомендацій JRC (The Joint Research Centre) при визначенні смарт-спеціалізації розвитку області, хоча у змісті стратегії окремих регіонів важко визначити врахування у ній критерії смарт-спеціалізації (наприклад, Вінницька, Донецька, Чернівецька області). Важливо і те, що при визначенні спеціалізації регіону більшість областей України орієнтувалася на «традиційну спеціалізацію», що в принципі і не дивує, позаяк і країни ЄС свої перші інноваційні стратегії планували аналогічно [10].

Отже, аналізуючи табл. 1 зазначимо, що смарт-стратегія наявна в 19 регіонах України (76%), що є перспективним показником на шляху до імплементації концепції смарт спеціалізації для розвитку конкурентоспроможності регіонів. Однак зазначимо, що смарт-стратегія 14 регіонів (56%) в більшій мірі відповідає принципам традиційної стратегії регіонів, ніж смарт-підходу.

Для вивчення передумов смарт-спеціалізації у контексті дослідження конкурентоспроможності регіону розглянемо Стратегію розвитку Івано-Франківського регіону до 2027 року. Відповідно до першого етапу реалізації концепції смарт-спеціалізації, робочою групою за участю науковців проведено аналіз особливостей території та її інноваційного потенціалу. Серед галузей, які мають унікальний

інноваційний потенціал для регіону виокремлено виробництво основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас і синтетичного каучуку в первинних формах; виробництво цементу, вапна та гіпсових сумішей; виробництво електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільчої та контрольної апаратури; виробництво машин і устаткування загального призначення; виробництво ігор та іграшок; забір, очищення та постачання води тощо [15].

Таблиця 1

Регіональні смарт-стратегії розвитку до 2027 року

Регіон/область (станом на травень 2020 р.)	Наявність смарт-стратегії	Відповідність смарт-стратегії
“традиційній стратегії”		
Вінницька	+	
Волинська	+	+
Дніпропетровська		
Донецька	+	
Житомирська	+	+
Закарпатська	+	+
Запорізька	+	+
Івано-франківська	+	+
Київська	+	+
Кіровоградська		
Луганська	+	+
Львівська	+	+
Миколаївська		
Одеська	+	
Полтавська	+	+
Рівненська	+	+
Сумська		
Тернопільська		
Харківська	+	+
Херсонська	+	+
Хмельницька	+	+
Черкаська		
Чернівецька	+	
Чернігівська	+	+
м. Київ	до 2025 року	

Джерело: [10]

Однак в процесі розробки стратегії смарт-спеціалізації не дотримано важливої її складової, а саме синергії бізнесу-науки-влади, оскільки Стратегія розроблялась з мінімальною участю представників науки та бізнесу. Ідеї та напрями розвитку стратегії не мають підтримки з боку бізнесу, оскільки питання не набуло достатнього розголосу, і значна частка бізнесу не розуміє цілей та потенційних переваг цієї концепції, а також переваг для власного бізнесу. Ця ситуація потребує уваги з боку влади, оскільки змінивши рівень обізнаності та мотивації бізнесу, влада може отримати підтримку щодо розвитку галузей смарт спеціалізації та досягнути цілей стратегічного розвитку.

Зазначимо, що Стратегія включає в себе бачення майбутнього розвитку регіону на основі врахування попереднього досвіду та пріоритетних стратегічних цілей, що відповідають критерію смарт-спеціалізації. Серед трьох обраних стратегічних пріоритетних цілей є такі: конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації, розвиток інфраструктури області, створення комфортних та безпечних умов проживання на території Івано-Франківської області. Також Стратегією передбачено систему моніторингу і оцінки її результатів на основі врахування індикаторів результативності до кожної стратегічної цілі.

Досліджуючи концепцію смарт спеціалізації для зміцнення конкурентоспроможності регіону слід зазначити, що кожен регіон конкурує, щоб отримувати додаткові ресурси, зокрема інвестиції та стати привабливим для інвесторів. Смарт-спеціалізація в цьому контексті необхідна, щоб показати інвестору ті галузі, які потенційно можуть розвиватися і куди інвестору буде вигідно інвестувати ресурси. Смарт-спеціалізація націлена на підсилення конкурентних переваг, тому цей інструмент активно використовують європейські регіони, щоб зацікавити та залучити інвестора, а ті можливості та ресурси, що вже є в регіону і надалі розвивались.

Таким чином, можемо підсумувати, що розгляд концепції смарт-спеціалізації у питанні конкурентоспроможності регіону дозволяє виділяти, формувати та використовувати ті переваги, які створюють унікальну цінність для регіону, використовуючи ресурсний потенціал та локацію, є способом виділити конкурентні переваги, за рахунок яких сформується рівень конкурентоспроможності регіону. Конкурентоспроможність передбачає формування та використання конкурентних переваг, а смарт-спеціалізація є передумовою формування конкурентних переваг, з високою пріоритетністю інноваційних сфер та напрямів розвитку регіонів.

Звернемо увагу на те, що, як зазначалось у статті раніше, реалізація концепції смарт спеціалізації потребує узгодженої взаємодії влади в особі органів місцевого самоврядування, бізнесу в особі підприємницьких структур та ініціативи та науки в особі наукових інституцій, що займаються питаннями вивчення досвіду та передумов смарт спеціалізації та конкурентного розвитку регіонів. При цьому, одним із визначальних критеріїв концепції смарт спеціалізації є стан та умови інноваційного розвитку регіону. З метою дослідження даного взаємозв'язку, у статті проведено порівняльний аналіз інноваційної активності Івано-Франківської області, а також розглянуто ситуацію у даній сфері у сусідніх регіонах, а саме у Тернопільській та Львівській областях. Аналіз показників інноваційної активності дозволяє виокремити конкурентні переваги регіону та вказати на слабкі місця. Оскільки в контексті дослідження умов смарт-спеціалізації критерій інноваційності регіону має високий пріоритет та впливає на привабливість для інвесторів, для порівняльного аналізу регіонів обрано такі показники, як загальні витрати на фінансування наукових досліджень та розробок (в т.ч. іноземні джерела, кошти бюджету, кошти організацій державного та підприємницького секторів), кількість пра-

цівників, задіяних у виконанні наукових розробок та винаходів, кількість організацій, які здійснювали наукові розробки і винаходи, а також обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції.

Оскільки наукова діяльність традиційно вважається основним джерелом нових та креативних ідей, інноваційних підходів у розвитку усіх видів діяльності, то її підтримки потребує належного фінансування, що і є значною мірою передумовою до смарт спеціалізації регіону. Враховуючи зазначене, сформовано діаграму фінансування науки Львівської, Івано-Франківської та Тернопільської областей протягом 2018–2020 рр. (рис. 1).

Беручи до уваги те, що науковці, які працюють в галузях інноваційних досліджень, відіграють важливу роль у формуванні інноваційного потенціалу регіону та мають вплив на реалізацію концепції смарт-спеціалізації у регіоні, на рис. 2 представлено дані про кількість задіяних в інноваційних дослідженнях

людей, зокрема Львівської, Івано-Франківської та Тернопільської областей протягом 2018–2020 рр.

Смарт-спеціалізація базується на діяльності інноваційних організацій, в яких зосереджені науковий потенціал регіонів, що генерує смарт-ідеї, інноваційні продукти, тому рис.3 демонструє динаміку інноваційно активних організацій в розглянутих регіонах протягом 2017–2020 років.

Враховуючи, що інноваційні продукти та ідеї є результатом діяльності наукових організацій та науковців, на рис. 4 представлена динаміка їх реалізації для Львівської, Івано-Франківської та Тернопільської областей протягом 2017–2019 років.

Таким чином, аналіз рисунків 1–4 дозволяє підсумувати:

– Львівський регіон займає лідируюче місце серед регіонів протягом досліджуваного періоду, що забезпечує йому конкурентні переваги, а також значно вищу інвестиційну привабливість, ніж інші досліджу-

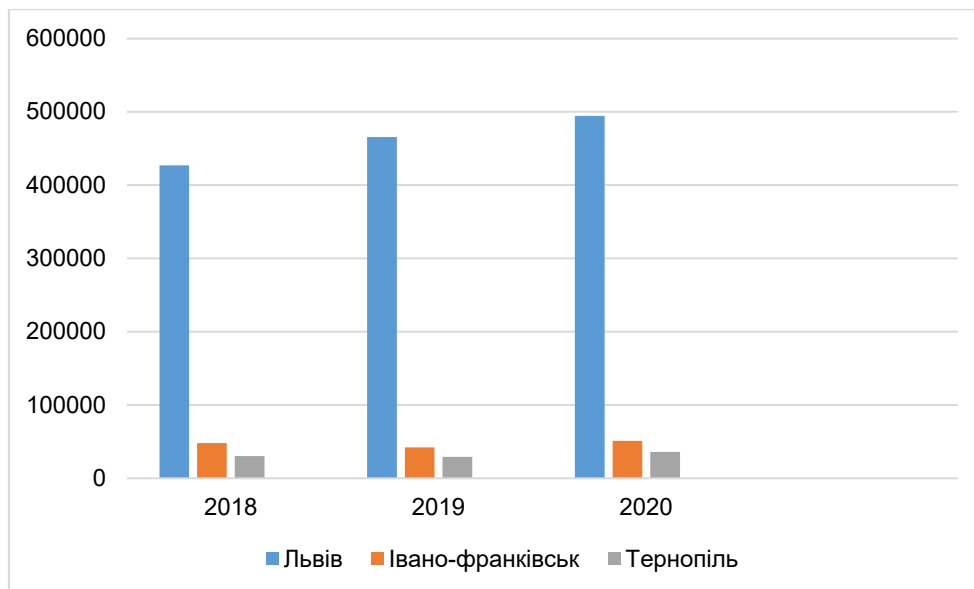


Рис. 1. Загальні витрати на фінансування наукових досліджень та розробок (в т.ч. іноземні джерела, кошти бюджету, кошти організацій державного та підприємницького секторів), тис. грн.

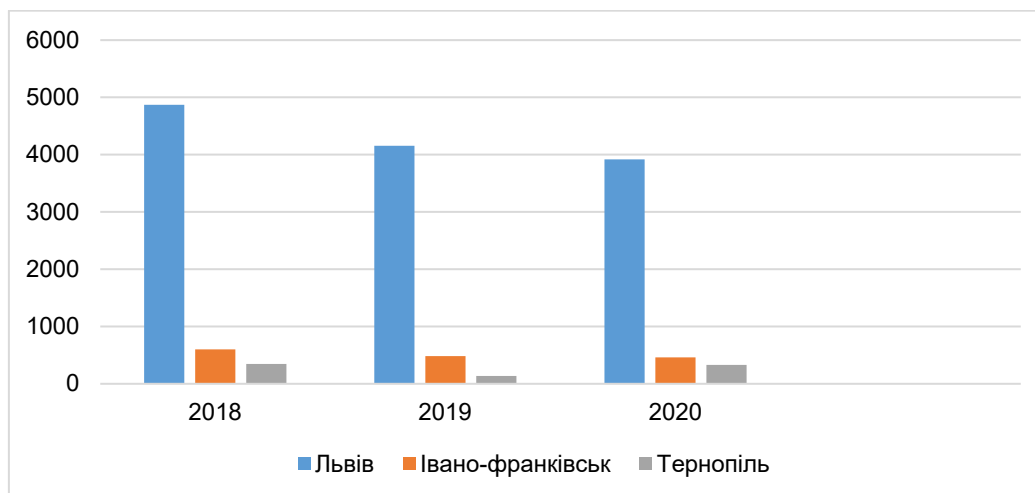


Рис. 2. Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових розробок та винаходів, осіб

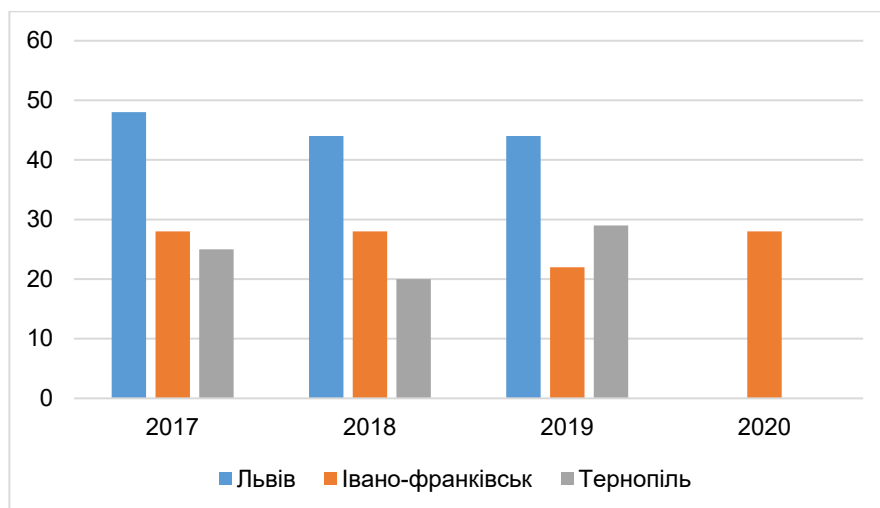


Рис. 3. Кількість організацій, які здійснювали наукові розробки і винаходи, од

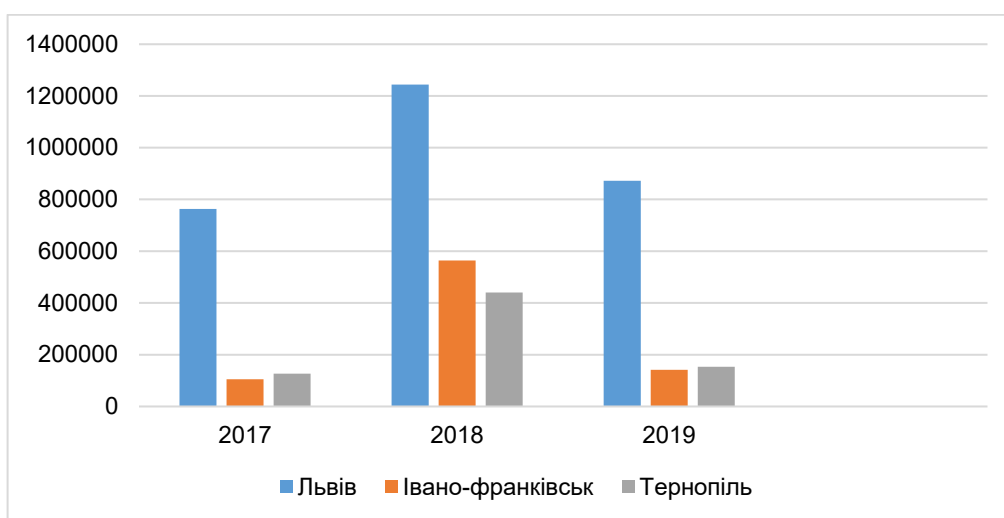


Рис. 4. Обсяг реалізованої інноваційної промислової продукції (товарів, послуг), тис. грн.

вані регіони, і відповідно вищий рейтинг конкурентоспроможності регіону, однак згідно з результатами досліджень, м. Івано-Франківськ посідає вищу позицію, ніж м. Львів (рис. 5);

– для Львівського та Івано-Франківського регіонів спостерігається спадаюча динаміка кількості працівників, задіяних у наукових дослідженнях і розробках;

– загальні витрати на наукові дослідження і розробки, а також кількість задіяних у них осіб у Івано-Франківського регіону вища, ніж у Тернопільського, що створює конкурентні переваги для регіону;

– у трьох регіонах спостерігається ріст обсягу реалізованої інноваційної промислової продукції у період 2017–2018 рр., а також спад у період 2018–2019 рр.; через різкі спади обсягів реалізованої інноваційної промислової продукції у період 2018–2019 рр. (що зумовлено зменшенням кількості організацій, що здійснювали наукові розробки і винаходи), Тернопільському регіону вдалось отримати вищий результат, ніж Івано-Франківському.

Таким чином, смарт-спеціалізація необхідна регіонам для того, щоб виділити конкурентні галузі та види діяльності, які потенційно можуть створювати

прибуток, бути потенційно привабливими для розвитку підприємницької ініціативи та залучення інвесторів. В цей же час, смарт-спеціалізація дозволяє виділити смарт галузі, які дозволять регіонам краще розвивати їх ресурсний потенціал, використовуючи можливості збалансованого розвитку, розумного споживання ресурсів, екологічних проектів тощо. Враховуючи передумови інноваційного розвитку, використовуючи критерії смарт-спеціалізації, які формуються за рахунок організацій та людей, які займаються інноваційними розробками та інноваційними продуктами, що є результатом їх діяльності, сформовані стратегії розвитку регіонів забезпечать їм довгостроковий розвиток та формування конкурентних переваг не тільки на рівні країни, але і за її межами.

Висновки. Таким чином, дослідження та обґрунтування значення смарт-спеціалізації для конкурентного розвитку регіону дозволило отримати такі результати:

– під поняттям смарт-спеціалізації, розуміємо системний підхід, запропонований ЄС, що базується на інноваціях, креативних індустріях та унікальних особливостях кожного регіону;

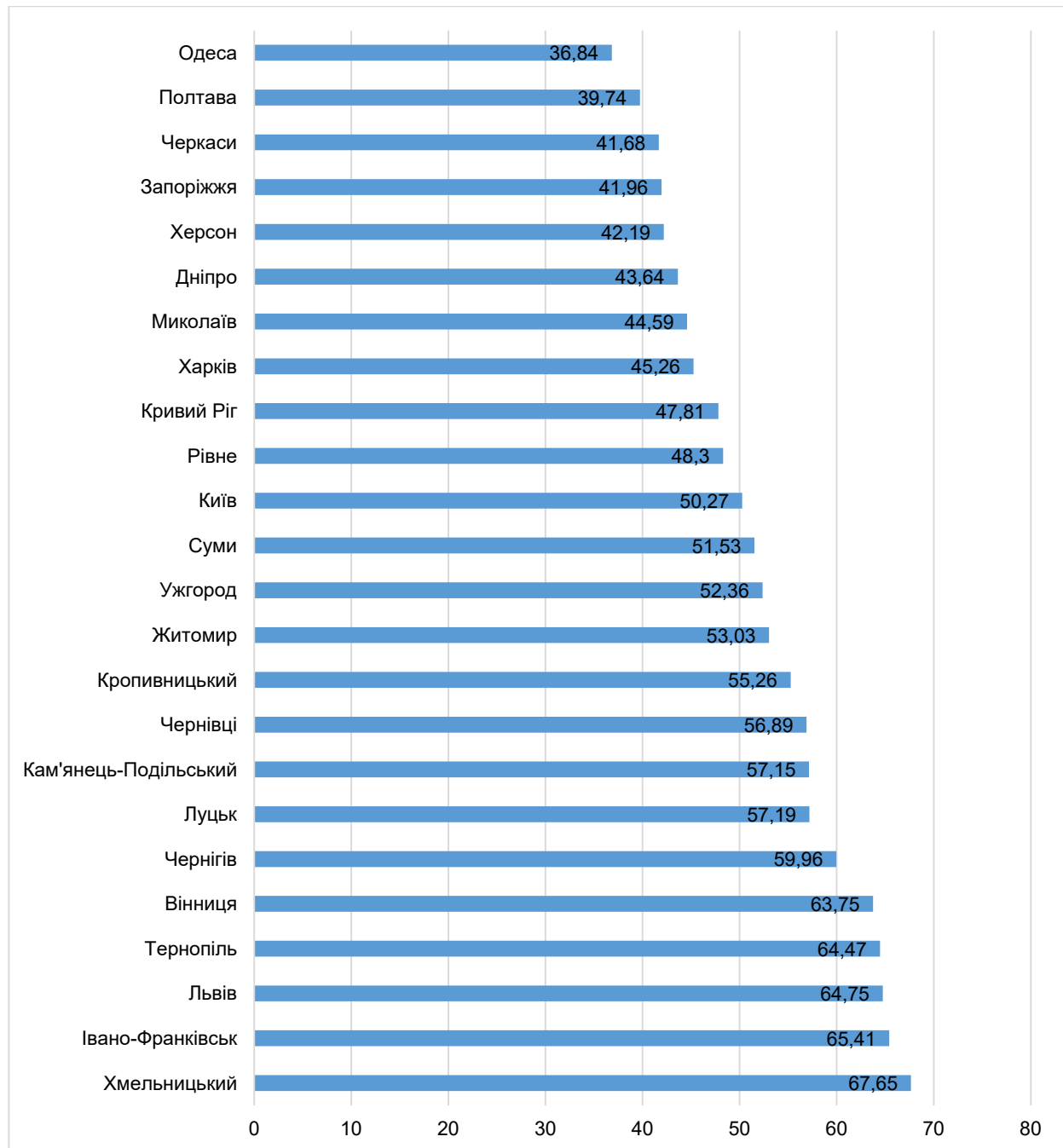


Рис. 5. Рейтинг конкурентоспроможності українських міст [16]

– вивчаючи концепцію смарт спеціалізації у контексті конкурентоспроможності окремих регіонів, визначено, що формування конкурентних переваг регіону доцільно здійснювати із врахуванням критеріїв смарт-спеціалізації;

– виділено, що конкурентний розвиток регіону на засадах смарт спеціалізації вимагає відповідної стратегії розвитку регіону, у якій би мали місце стратегічні цілі та пріоритети смарт розвитку. Зокрема досліджено, що смарт-стратегія наявна в 19 регіонах України (76 %); разом з цим смарт-стратегія 14 регіонів (56 %) в більшій мірі відповідає принципам традиційної стратегії регіонів, ніж смарт-спеціалізації;

– на основі застосування контент та порівняльного аналізу передумов реалізації концепції смарт-спеціалізації для трьох областей Західного регіону України визначено, що масштаб врахування критеріїв смарт спеціалізації у питанні регіонального розвитку впливає на рейтинг конкурентоспроможності регіону.

Таким чином, розвиваючи елементи концепції смарт-спеціалізації, регіон отримає конкурентні переваги, які виділятимуть його з поміж інших регіонів, стимулюватимуть надходження інвестицій в регіон та покращуватимуть його конкурентні позиції в Україні та за її межами.

Бібліографічний список:

1. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. *Національна безпека і оборона*. 2008. № 4 (98). URL: <http://surl.li/axrvk>.
2. У трьох регіонах України розпочнуться пілотні проекти смарт-спеціалізації промисловості. *Міністерство економіки України*. URL: <http://surl.li/axrvp>.
3. Яцюк О.С. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності. *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2018. № 2 (18). С. 54–60. URL: <http://surl.li/axrvp>.
4. Одотюк І.В. Розумна спеціалізація в сучасних українських реаліях: прискорення чи консервація темпів інноваційного розвитку промисловості *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: <http://surl.li/axgho>.
5. Шпильова В., Малуков В. Стратегія та фактори конкурентоспроможності регіону. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. Вип. 40(4). С. 141–146. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/88103>.
6. Наукова та інноваційна діяльність України 2019. Державна служба статистики України. URL: <http://surl.li/axrvz>.
7. Наукова та інноваційна діяльність України 2018. Державна служба статистики України. URL: <http://surl.li/axrwi>.
8. Наукова та інноваційна діяльність України 2017. Державна служба статистики України. URL: <http://surl.li/axrwn>.
9. Сіменко І.В., Косова Т.Д. Аналіз господарської діяльності [текст] : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 384 с. URL: <http://surl.li/axrww>.
10. Сторонянська І. З. Територіальний розвиток і регіональна політика. Стратегування регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації : наукова доповідь. Львів : ІРД НАНУ. 2020. 141 с. URL: <http://surl.li/axryg>.
11. Маренич А., Астахова І. Управление конкурентоспроможністю підприємств. *Бізнес-Інформ*. 1996. № 5. С. 24.
12. Карлоф Б. Ділова стратегія. Москва : Економіка, 2006. 296 с.
13. Портер М. Міжнародна конкуренція; пров. з англ. ; за ред. В. Д. Щетиніна. Москва : Міжнародні відносини, 2004. 896 с.
14. Ярошевич Н.Б. Визначення основних засад конкурентоспроможності регіону. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2006. № 56 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 333–338. URL: <http://surl.li/axrww>.
15. Іващенко А., Корнилюк А. Звіт з визначення економічного та інноваційного потенціалу Івано-Франківської області. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. 2019. URL <http://surl.li/axrxd>.
16. USAID «Конкурентоспроможна економіка України», Info Sapiens, «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій». Індекс конкурентоспроможності міст України. 2020. URL: <http://surl.li/axrxg>

References:

1. Ukrainian Center for Economic and Political Studies named after Alexander Razumkov (2008). National Security and Defense, no. 4 (98). URL: <http://surl.li/axrvk>.
2. Ministry of Economy of Ukraine. "Pilot projects of smart specialization of industry to be launched in three regions of Ukraine". URL: <http://surl.li/axrvk>.
3. Yatsiuk O.S. (2018). Smart-specialisation of regional development as an important direction of improvement its competitiveness and innovative activit. *Scientific Bulletin IFNTUNG. Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry*, no. 2 (18), pp. 54–60. URL: <http://surl.li/axrvp>.
4. Odotyuk I.V. (2020). Reasonable specialization in modern Ukrainian realities: accelerating or conserving the pace of innovative development industry. *Effective economy*, no. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/7.pdf.
5. Shpylyova V., Malyukov V. (2015). Strategy and factors of competitiveness of the region. *Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences*. Issue. 40 (4). P. 141–146. URL: <http://surl.li/axrvp>.
6. State Statistics Service of Ukraine. Scientific and innovative activities of Ukraine 2019. URL: <http://surl.li/axrvz>.
7. State Statistics Service of Ukraine. Scientific and innovative activities of Ukraine 2018. URL: <http://surl.li/axrwi>.
8. State Statistics Service of Ukraine. Scientific and innovative activities of Ukraine 2017. URL: <http://surl.li/axrwn>.
9. Simenko I.V., Kosovo T.D. (2013) Analysis of economic activity. Kyiv: Center for Educational Literature. 384 p. URL: <http://surl.li/axrww>.
10. Storonyanska I.Z. (2020) Territorial development and regional policy. *Strategization of regional development on the basis of smart specialization: scientific report*. Lviv, IRD NASU. Series «Problems of regional development». 141 p. URL: <http://surl.li/axryg>.
11. Marenych A., Astakhova I. (1996) Management of enterprise competitiveness. *Business Inform*, no. 5, pp. 24.
12. Karloff B. (2006) Business strategy. Moscow: Economics, 296 p.
13. Porter M. (2004) International competition; transl. from English ; for ed. V. Shchetinin. Moscow: International Relations, 896 p.
14. Yaroshevich N. (2006) Determining the basic principles of competitiveness of the region. Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic. *Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development*, no. 56, pp. 333–338. URL: <http://surl.li/axrvz>.
15. Ivashchenko A., Kornilyuk A. (2019) Report on determining the economic and innovation potential of Ivano-Frankivsk region. Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman. URL: <http://surl.li/axrxd>.
16. USAID "Competitive Economy of Ukraine", Info Sapiens, "Institute for Economic Research and Policy Consulting". Index of competitiveness of Ukrainian cities. 2020. URL: <http://surl.li/axrxg>.

УДК 338.486

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-18>

Шелеметьєва Т.В.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національного університету «Запорізька політехніка»

Трохимець О.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри національної економіки,
маркетингу та міжнародних економічних відносин
Класичного приватного університету

Shelemetieva Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
National University «Zaporizhzhia polytechnic»

Trokhymets Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of National Economy,
Marketing and International Economic Relations
Classic Private University

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДНИК РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

EVENT TOURISM AS A COMPONENT OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті проаналізовано сучасний стан та особливості розвитку внутрішнього туризму в Україні. Досліджено динаміку частки внутрішнього туризму в загальній кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності впродовж 2015–2020 рр. Зазначено роль подієвого туризму як важливого елементу в розвитку внутрішнього туризму в Україні, її туристичних дестинацій, залученні споживачів, пошуку інвестицій та поліпшенні локального і регіонального рівнів економіки. Запропоновано використання подієвого туризму в місті Запоріжжя як перспективного напрямку розвитку внутрішнього туризму. Розглянуто тематичні види подієвого туризму міста Запоріжжя. Запропоновано створення «Каталогу подій міста Запоріжжя», який дасть змогу активно розвивати подієвий туризм у регіоні, сприяти формуванню туристичного бренду міста Запоріжжя, позиціонувати місто як туристичну дестинацію на туристичному ринку не лише в Україні, а й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, отримувати додаткові кошти до місцевих бюджетів від туристичного збору.

Ключові слова: подієвий туризм, внутрішній туризм, аналіз, показники, динаміка, потік, перспективи, події.

В статье проанализированы современное состояние и особенности развития внутреннего туризма в Украине. Исследована динамика доли внутреннего туризма в общем количестве туристов, обслуживаемых субъектами туристической деятельности за период 2015–2020 гг. Предложено использование событийного туризма в Запорожье как перспективного направления развития внутреннего туризма. Рассмотрены тематические виды событийного туризма города Запорожья. Предложено создание «Каталога событий города Запорожья», который позволит активно развивать событийный туризм в регионе, способствовать формированию туристического бренда города Запорожья, позиционировать город как туристическую дестинацию на туристическом рынке не только в Украине, но и в мире, привлекать потенциальных туристов в город и регион, получать дополнительные средства в местные бюджеты от туристического сбора.

Ключевые слова: событийный туризм, внутренний туризм, анализ, показатели, динамика, поток, перспективы, события.

The article analyzes the current state and features of domestic tourism in Ukraine. The dynamics of the share of domestic tourism in the total number of tourists served by tourism entities during 2015–2020 was studied. The share of domestic tourism in the total number of tourists served by tourism entities during 2015–2020 changed, and in 2020 amounted to 9.4%. The role of event tourism as an important element in the development of domestic tourism in Ukraine, its tourist destinations, attracting consumers, finding investment and improving the local and regional level of the economy. For example, event tourism is really one of the promising areas of development of tourism in the

city of Zaporizhzhia, an important component of its tourism brand. The use of event tourism in the city of Zaporizhzhia as a promising area of domestic tourism is proposed. The organization of large-scale events has a very positive effect on the image of the city. Thematic types of event tourism in the city of Zaporizhzhia are considered. Examples are the All-Ukrainian Cossack Festival «Protection on Khortytsya», the festival «Protection Fair», music festivals «Khortytsia Freedom» and «Zaporizhzhia Jazzy», Zaporozhye International Film Festival «ZIFF», regular performances of the equestrian theater « Zaporizhzhia Cossacks' Festival» on the Rainbow», literary and artistic festival» Toloka «and many others. It is proposed to create a «Catalog of events in the city of Zaporizhzhia», which will actively develop event tourism in the region, promote the formation of the tourist brand of Zaporizhzhia, position the city as a tourist destination in the tourist market not only in Ukraine but also in the world., receiving additional funds to local budgets from the tourist tax. Event tourism is undoubtedly a very promising direction in the development of domestic tourism in Ukraine and in the regional tourism development policy of Zaporizhzhia region, because brand events are not only high cultural significance for locals, but also attract tourists and guests from other cities of Ukraine, life of the region.

Keywords: event tourism, domestic tourism, analysis, indicators, dynamics, flow, prospects, events.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні вже не можна назвати жодної сфери суспільного життя, яка б не зазнала впливу коронавірусної пандемії. Прямо чи опосередковано наслідки поширення світом вірусу COVID-19 відчувають усі, і туризм не є винятком. Обмеження на пересування, які були впроваджені державами для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян унаслідок економічної кризи та рецесії, потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок в межах України [1, с. 5]. Внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження туристичної галузі в Україні. Упровадження подієвого туризму на території України сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристичних потоків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженню питань організації та розвитку подієвого туризму в сучасних економічних умовах присвятили свої праці такі вчені, як О. Бабкін, К. Вовк, І. Давиденко, В. Ключковська, О. Ключковський, К. Наумік-Гладка, Ю. Ніколаєв, Н. Паньків, П. Тищенко, Т. Шелеметьєва, О. Шикіна та ін. Проте на даний момент багато питань залишилося відкритими, зокрема значення, аналіз сучасного стану та перспективи розвитку подієвого туризму в регіонах України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження розвитку внутрішнього туризму в Україні та виявлення значення подієвого туризму як перспективного напрямку розвитку на прикладі міста Запоріжжя.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В Україні за географічною ознакою розрізняють міжнародний (віізний, виізний) та внутрішній види туризму. Відповідно до ст. 4 Закону України «Про туризм», внутрішній туризм – подорожі в межах території країни її громадян та осіб, які постійно проживають на її території [2]. Ураховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку внутрішнього туризму як складника туристичної діяльності. Сьогодні наслідки пандемії коронавірусної хвороби, закриття кордонів підштовхнули людей подорожувати Україною, оскільки кількість звернень до туроператорів щодо

відпочинку в Україні зросла, окрім того, сучасна фінансова та політична криза в нашій державі, а також нестабільна ситуація на популярних іноземних курортах змушують вітчизняних туристів відмовлятися від подорожей за кордон та тим самим популяризувати внутрішні туристичні маршрути й напрямки. Існує низка туроператорів, які пропонують різноманітні види внутрішнього туризму. У сучасній літературі види туризму практично не підлягають жорсткій класифікації, тим паче що все більшої популярності набувають комбіновані тури. Головними цілями сучасного туризму є пізнавальні, рекреаційні та розважальні. Окрім того, люди відправляються в подорожі з метою оздоровлення, а також у професійно-ділові, спортивні, весільні та гостьові поїздки [3].

За даними Державного агентства розвитку туризму України, найпопулярнішими місцями відпочинку в Україні у 2020 р. були Одеса, Карпати, Херсонщина [4].

Обсяги внутрішнього туризму в різних країнах неоднакові. На їхні показники впливають розміри країни, наявність на її території унікальних туристичних ресурсів, що систематично приваблюють туристів, навіть державний устрій. Він популярний серед населення країн світу, адже не вимагає оформлення документів на переїзд чи права на перетин внутрішніх адміністративних кордонів тощо. В організації внутрішнього туризму задіяні майже всі види туризму.

Проаналізуємо рівень розвитку внутрішнього туризму в Україні за даними Державної служби статистики України. Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, починаючи з 2016 р. збільшується до 2019 р. (становить 520 тис осіб), а в 2020 р. становить 222 тис осіб. Причому кількість туристів, які виїжджають за кордон, також збільшується до 2019 р. – 5 525 тис осіб, а в 2020 р. – 2 126 тис осіб (табл. 1) [5].

Порівнюючи з 2020 р. кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності в Україні, значно зменшилася (–61,5%), внутрішніх туристів – на 57,2%. Очевидно, що українському туристичному бізнесу потрібно застосовувати різні шляхи залучення місцевих туристів та поліпшувати якість обслуговування.

Для більш наглядного аналізу зміни у розвитку внутрішнього туризму України зобразимо графічно на рис. 1.

Частка внутрішнього туризму в загальній кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності в Україні впродовж 2015–2020 рр., змінювалася та в 2020 р. становила 9,4% (табл. 2).

Таблиця 1

Аналіз внутрішніх туристичних потоків України, тис осіб

Показники	Рік						Відносне відхилення, % 2020/2019
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності у тому числі	2 019	2 550	2 806	4 557	6 132	2 360	- 61,5%
іноземні туристи	15	35	39	76	87	12	- 86,2%
туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	1 647	2 061	2 290	4 024	5 525	2 126	- 61,5%
внутрішні туристи	357	454	477	457	520	222	- 57,2%

Таблиця 2

Частка внутрішнього туризму (виїзний, в'їзний) в Україні за 2015–2020 рр., %

Показники	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Внутрішній потік	17,8	17,8	17	10	8,4	9,4
Виїзний потік	81,5	80,8	81,6	88,3	90,1	90,1
В'їзний потік	0,7	1,4	1,4	1,7	1,5	0,5

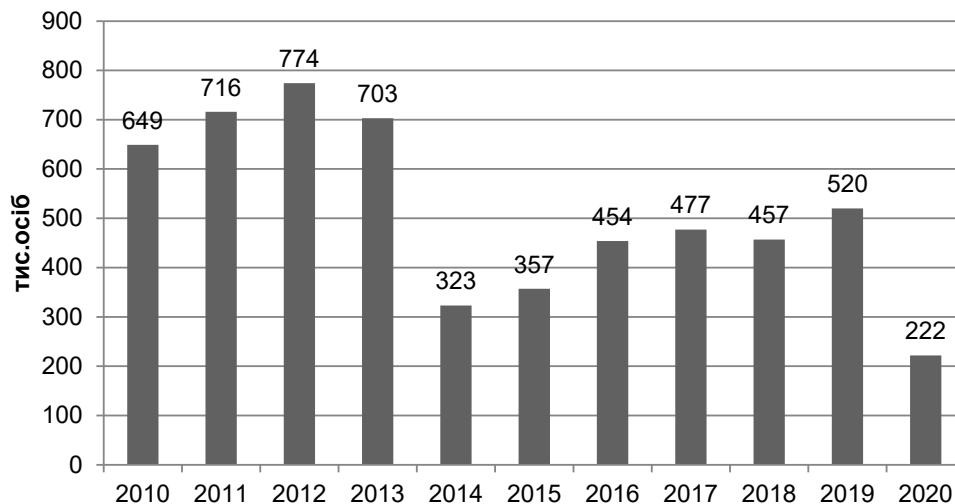


Рис. 1. Динаміка розвитку внутрішнього туризму в Україні, 2010–2020 рр., тис осіб

Як бачимо з табл. 2, якщо у 2015 р. внутрішній туризм в Україні займав приблизно 18% від загального туризму, то в 2020 р. – лише 9,4%.

У 2019 р. частка внутрішнього туризму в Україні становила майже 9% від загальної кількості туристів, що обслуговувалися туроператорами. За I півріччя 2021 р. було придбано майже 20 млн квитків, що у 1,5 рази більше, ніж за 2020 р. У 2020 р. 82% українців подорожували Україною, а 53% планували відпустку в 2021 р.

Останніми роками подієвий туризм виступив як важливий елемент розвитку внутрішнього туризму в Україні, її туристичних дестинацій, залученні споживачів, пошуку інвестицій та поліпшенні локального і регіонального рівнів економіки. Так, наприклад, подієвий туризм дійсно є одним із перспективних напрямів розвитку сфери туризму у місті Запоріжжя, важливим складником його туристичного бренду.

Місто має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним розташуванням, особливостями

історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно бренд-ових туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями [6].

Запоріжжя є одним із найбільших адміністративних, індустріальних і культурних центрів Півдня України. Це неповторне та багатогранне місто, яке має невичерпний туристичний потенціал, багатомірову історичну та культурну спадщину і входить до числа найбільш економічно розвинених міст країни. Запорізька область входить до першої десятки провідних областей за обсягами реалізованих послуг і кількістю ліцензіатів, що працюють на території України. Динаміка основних показників туристичної діяльності в межах області є типовою для України (табл. 3) [7].

Як показали дані державної статистики, динаміка туристичної діяльності в Запорізькій області за останні два роки, на жаль, негативна, що, скоріше за

все, пов'язано з епідеміологічною ситуацією у країні та світі. Але крім того потрібна підтримка з боку органів місцевого самоврядування муніципальних утворень, які в умовах децентралізації можуть самостійно визначати форми підтримки туристичної галузі та її розвитку, зокрема встановлювати пільги з оплати комунальних послуг та орендної плати туристичним об'єднанням та ін. Регіональна політика розвитку туризму Запорізької області активно спрямована на поліпшення стану туристичної сфери в регіоні.

Таблиця 3

Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Запорізькій області, од. [8]

Роки	Запорізька область	Приріст, %
2011	60 055	0
2012	35 428	-41,0
2013	54 415	+53,5
2014	39 010	-28,3
2015	30 922	-20,7
2016	40 376	+30,5
2017	47 675	+18,1
2018	31 679	-33,5
2019	31 521	-0,5
2020	17 984	-43

Організація масштабних заходів досить позитивно впливає на імідж міста. Зазначимо, що бренд подій (events brand) – це події, що періодично проходять, як правило, у світі спорту, індустрії розваг і мистецтва (наприклад, фестивалі, концерти, спортивні заходи тощо). Цілі організаторів подібних заходів найчастіше досягаються за рахунок використання традиційних інструментів брендинга. Вартість такого роду брендів становлять суми, які рекламодавці платять за право показати свій продукт у перервах під час трансляції, наприклад, престижного спортивного турніру. Прикладом таких брендів є Суперкубок у бейсболі, Олімпійські ігри, чемпіонат світу з футболу, пісенний конкурс «Євробачення» тощо.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації різноманітних заходів, яка поділяється за характером цих заходів та їхньою кінцевою метою. Зміст event-туризму зводиться до відвідування подій, які відбуваються в інших країнах, а отже, основна ціль подорожі присвячена цій події, в якій турист прийматиме пасивну (у ролі спостерігача) або активну участь. Event-туризм можна розглянути за категоріями, що відібрані за масштабом подій. За цією ознакою виділяють національні та міжнародні події [9, с. 112].

Місто Запоріжжя вже має позитивний туристичний імідж завдяки не лише багатій історико-культурній спадщині: прославлена Хортиця, монументальний Дніпрогес, 700-річний Запорізький дуб, мальовничі пейзажі та архітектурні пам'ятки, а й подіями, які вже стали брендовими. У Запорізькій області часто проходять заходи, спрямовані на розвиток подієвого туризму. Прикладом є Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці», фестиваль «По-

кровський ярмарок», музичні фестивалі Khortytsia Freedom та Zaporizhzhia Jazzy, Запорізький міжнародний кінофестиваль ZIFF, регулярні вистави кінного театру «Запорозькі козаки», фестиваль вуличної їжі «Пікнік на Райдузі», літературно-мистецький фестиваль «Толока» та багато інших. Портал Zruchno. Travel відзначив Запоріжжя у ТОП-10 українських міст із найкращими напрацюваннями та перспективами розвитку туризму. Відзначено, що в 2019 р. Запоріжжя отримало парламентську нагороду «За розвиток туристичної індустрії» як прорив року.

Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці» – це щорічний іміджевий багатокомпонентний культурологічний проект міста Запоріжжя. Під час фестивалю в навчальних закладах області відбуваються тематичні заходи, спрямовані на підвищення ролі традиційної культури, формування патріотизму та духовності. У бібліотеках області проходять виставки краєзнавчої літератури, у музеях – тематичні виставки та експозиції. Обласний художній музей готує виставки. У виставковій залі Запорізької організації Спілки художників України проходять тематичні виставки запорізьких митців. На VII Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці» завітало понад півтисячі учасників із шести областей України, для яких знаменною подією стало побувати на Хортиці на Покрову – найголовніше свято запорізьких козаків. Туристи приїздили з багатьох міст країни. Ця культурно-мистецька подія під гаслом «Хортиця єднає Україну!» є яскравим свідченням єднання, національного та духовного відродження країни.

Не менш масштабною, брендовою подією є традиційні святкування, приурочені до Дня міста Запоріжжя, а саме «Покровський ярмарок». На ярмарку презентують свої товари всі райони міста та гості з області, облаштовують інтерактивні намети, велику сцену, на якій виступають творчі колективи міста та області, дитячу зону, фотозону, виставки техніки тощо. Останній ярмарок відбувся в 2019 р., участь у якому взяли понад 500 мейстрів. Також було організовано виставку квітів, великий фестиваль меду, локації з дитячими майстер-класами від найкращих майстрів України та презентовано крафтові продукти від резидентів Всеукраїнського фестивалю домашньої консервації в Запоріжжі.

Музичний фестиваль Khortytsia Freedom – це вже традиційна подія для мешканців міста Запоріжжя та гостей. Так, наприклад, на Khortytsia Freedom – 2019 приїхали понад 30 музичних гуртків із різних міст, 80 тис глядачів. Також кожен охочий міг зареєструватися на безкоштовні авторські екскурсії містом від Туристичного інформаційного центру. Серед туристів були гості зі 100 міст України, загальна їх кількість становила 7 тис осіб, було заброньовано 5 тис місць у готелях і хостелах міста, скоштовано 5 тис кг страв на грилі, а також 5 тис бургерів, морозива та бельгійських вафель. На пам'ять гості міста везуть додому сувеніри (магнітики, рушники) та стильні брендovanі речі. У міста з'явилися власні ідентифікаційні сувеніри, які досить швидко стали популярними серед туристів далеко за межами Запоріжжя.

Zaporizhzhia Jazzy – це сучасний фестиваль атмосферної музики. Фестиваль такого високого рівня – подія для шанувальників музики, можливість послухати улюблених співаків або зарубіжних виконавців. У 2019 р. Zaporizhzhia Jazzy відвідало понад 60 тис осіб. Для гостей виступали співачка Jamala, ТНМК&Схід Side, київська дрім-поп-рок група Latexfauna, джаз-оркестр Zaporizhzhia City Big Band, український співак LAUD – учасник «Голосу країни» і нацвідбору на «Євробачення», група The Nurnotunez – учасник шоу «Х-фактор» та група «ЦеШо», яка теж брала участь у національному відборі «Євробачення – 2019». Гости міста мають не лише зручно дістатися міста, а й комфортно в ньому жити. У Запоріжжі є гарні готелі, серед яких – найстаріший у регіоні готель «Театральний» [10].

Із 2017 р. у Запоріжжі відбувається міжнародний кінофестиваль ZIFF. Метою фестивалю є пропаганда вітчизняного кіно, підтримка національного кіно, а також фільмів та відеоробіт спільного та іноземного виробництва, які зберігають традиції українського кінематографу. Це платформа для збору професіоналів, пропаганди цікавого, культурного, просвітницького кіно в Україні та за кордоном. За дні проведення кінофестивалю (покази фільмів, майстер-класи) кількість відвідувачів становить понад 1 000 осіб. У 2021 р. відбувся П'ятий запорізький кінофестиваль ZIFF, який проходив 17–19 вересня в кіноконцертному залі ім. О. Довженка міста Запоріжжя [11].

Незабутньою подією для кожного туриста може стати колоритне шоу від акторів фольклорно-етнографічного комплексу «Кінний театр «Запорізькі козаки». Захопливі трюки на конях, бойові вправи зі списами, шаблями і батогами знайомлять гостей із традиціями запорізького козацтва. Виступи супроводжуються боєм барабанів та національною музикою. Глядачі можуть не лише спостерігати, а й особисто взяти участь у старовинному ритуалі – «Посвята в козаки». У виставах беруть участь професійні актори та каскадери. Усе це дійство відбувається на просторому подвір'ї, де розташовані козацькі курені, кузня, гончарня, збройова, шорня, стайні, просторий плац, на якому проходить театральне дійство, і глядацькі трибуни.

Після вистави гостям пропонують спробувати традиційні українські страви в ресторані та придбати ковані вироби і сувеніри. На території театру також розташований ангар з експонатами з історії судноплавства на Дніпрі. У 1999 р. почалися реставраційні роботи зі збереження козацької чайки, піднятої з дніпровського дна, а пізніше, у 2004 р., і бригантини XVIII ст. [12].

Найяскравішим щорічним святом, у прямому сенсі цього слова, є фестиваль фарб або «Холі-фест». Його ідея запозичена у щорічного індуїстського Фестивалю весни, чи Фестивалю фарб, під час якого прийнято мастити один одного фарбами та веселитися. Щоліта ця подія збирає велику кількість місцевих та туристів у парку Дубовий Гай та дарує незабутні емоції для кожного. Фестиваль супроводжується виступами музичних груп, танцювальними інтерактивами, веселими конкурсами і власне обкиданням кольоро-

вими фарбами. Найперший фестиваль зібрав більше двох із половиною тисяч людей і з кожним роком приймав усе більше і більше гостей. Вхід та участь у заході безкоштовна, а придбати фарби кожен охочий зможе на місці проведення фестивалю.

Окремо слід відзначити конкурс-фестиваль «Акорди Хортиці», що є одним із найвідоміших в Україні музичних проєктів для молоді. Сьогодні це потужний форум юних виконавців, який користується великим авторитетом у професійних мистецьких колах. За 18 років існування цього конкурсу-фестивалю його гостями стали понад 6 тис юних музикантів з Австрії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Китаю, Сербії, Чехії, США, Японії, Литви та всіх куточків України. Важлива роль у проведенні конкурсу-фестивалю належить академічному симфонічному оркестру Запорізької обласної філармонії. Майже 500 обдарованих юних музикантів отримали унікальний шанс виступити в якості соліста з академічним симфонічним оркестром Запорізької обласної філармонії [13].

Головною туристичною подією 2020 р. стали «Дні гостинності у Запоріжжі 2020» – туристичний бізнес-форум у новому форматі. Протягом трьох днів на чотирьох тематичних локаціях можна було почути поради від підприємців-професіоналів індустрії, людей з унікальним досвідом. Усі гості мали змогу дізнатися про новітні тренди і шляхи подолання кризи, аспекти взаємодії із владою та останні регуляторні зміни у законодавстві, що стосуються питань внутрішнього і зовнішнього туризму в період пандемії. З усіх локацій була включена пряма онлайн-трансляція, що розширило аудиторію та надало можливість усім охочим стати частиною форуму [14; 15].

Не можна не згадати ще одну масштабну подію, що збирає тисячі книголюбів щороку. Йдеться про фестиваль «Запорізька книжкова толока», що являє собою ярмарок-продаж книжок із різних куточків України, лекції та презентації від сотень діячів культури та письменників, фільмопокази та різноманітні майстер-класи. Перші роки літературне свято проводилося у приміщенні «Козак-Палац», а з 2020 р. було влаштоване просто неба на декількох локаціях у районі проспекту Маяковського. На фестивалі завжди презентують свою продукцію безліч видавництв, книгарень, бібліотек з усієї України.

Із усього цього переліку подій можна зробити висновок, що подієвий туристичний напрям Запорізької області дійсно має великі перспективи для розвитку. У міста багата історія, велика кількість свят та унікальних традицій. У Запоріжжі представлено достатню кількість просторів, що слугують відмінною базою для проведення фестивалів, як закритих приміщень, так і вільних ділянок просто неба з чудовими видами, а саме: комунальні палаци культури («Заводський», «Молодіжний», «Орбіта», «Титан», «Хортицький»); кіноконцертний зал ім. О. Довженка; театральні і концертні заклади міста (Державний цирк, Академічний обласний музично-драматичний театр ім. В. Магара, Академічний обласний театр юного глядача, Обласна філармонія, Кінний театр «Запорозькі козаки» та ін.).

Ураховуючи зазначене, пропонуємо створити «Каталог подій міста Запоріжжя», який дасть змогу позиціонувати місто як туристичний бренд не лише в Укра-

їні, а й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, а це, своєю чергою, додаткове отримання коштів до місцевих бюджетів від туристичного збору та безпосередньо на розвиток внутрішнього туризму, супутньої інфраструктури і поліпшення стану довкілля.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок. Отже, сьогодні формування туристичної політики на регіональному та місцевому рівнях залишається актуальним питанням, яке потребує прийняття обґрунтованих управлінських рішень як з урахуванням загальнодержавних завдань, так і місцевих ініціатив. Коли конкурентна боротьба переміщується в інформаційне поле, бренд як його інструмент має дуже велике конкурентне значення. Подієвий туризм, беззаперечно, є дуже перспективним напрямом у розвитку внутрішнього туризму в Україні й у регіональній політиці розвитку туризму Запорізької області, адже брендові події мають не лише велике культурне значення для місцевих жителів, а й приваблюють туристів та гостей з інших міст України, позитивно змінюючи туристичне життя регіону.

Бібліографічний список:

1. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf (дата звернення: 15.10.2021).
2. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 15.10.2021).
3. Коваленко О.В. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko.htm (дата звернення: 15.10.2021).
4. Лідери внутрішнього туризму в Україні: інфографіка. URL: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/> (дата звернення: 15.10.2021).
5. Туристична діяльність в Україні у 2020 році : статистичний збірник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publ-cat/kat_u/2020/zb/05/zb_td_2017.pdf (дата звернення: 15.10.2021).
6. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр. URL: http://isc.biz.ua/images/HB/STZ_2014-2018_main.pdf (дата звернення: 15.10.2021).
7. Офіційний сайт Запорізького туристичного інформаційного центру. URL: <https://zaporizhzhia.city> (дата звернення: 01.10.2021).
8. Офіційний сайт Запорізької обласної державної адміністрації. URL: <https://www.zoda.gov.ua/article/61/kultura-i-turizm.html> (дата звернення: 15.10.2021).
9. Ключковська В.О., Ключковський О.В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1 (33). С. 110–115.
10. Офіційний сайт Zaporizhzhia Jazzy. URL: <http://jazzy.city/> (дата звернення: 15.10.2021).
11. Офіційний сайт Запорізького кінофестивалю ZIFF. URL: <https://ziff.zp.ua/> (дата звернення: 01.10.2021).
12. Офіційний сайт кінного театру «Запорізькі козаки». URL: <https://zp-kazaki.com/> (дата звернення: 01.10.2021).
13. Офіційний сайт музичного конкурсу-фестивалю «Акорди Хортиці». URL: <http://www.chordsofkhortytsia.com/> (дата звернення: 15.10.2021).
14. Дни гостеприимства в Запорожье 21–24 ноября. URL: <https://zaporizhzhia.city/ru/news/dni-gostinnosti-u-zaporizzi-21-24-listopada> (дата звернення: 15.10.2021).
15. Шелемєтєва Т.В. Бренд подій як важливий чинник розвитку регіонального туризму. *Тиждень науки – 2021* : матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ. НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 15–17.

References:

1. National Institute for Strategic Studies. Regarding the development of tourism in Ukraine in conditions of increased epidemic risks [Nacionalijnyj instytut strategichnykh doslidzhenj. Shhodo rozvytku turizmu v Ukraini v umovakh pidvyshhenykh epidemichnykh ryzykiv]. Available at: <http://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf> (accessed 15 October 2021).
2. On Tourism: Law of Ukraine of September 15, 1995 [Pro turizm: Zakon Ukrainy vid 15 veresnja 1995 r.]. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/> (accessed 15 October 2021).
3. Kovalenko O.V. Vnutrishnij turizm za vydamy jak priorytetnyj naprijam rozvytku turystychnoji ghaluzi Ukrainy [Domestic tourism by type as a priority area of development of the tourism industry of Ukraine]. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko.htm (accessed 15 October 2021).
4. Lideri vnutrishnjogho turizmu v Ukraini: infografika [Leaders of domestic tourism in Ukraine: infographics]. Available at: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/> (accessed 15 October 2021).
5. Turystychna dijalnistj v Ukraini u 2020 roci: statystychnyj zbirnyk [Tourist activity in Ukraine in 2020: statistical collection]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publ-cat/kat_u/2020/zb/05/zb_td_2017.pdf (accessed 15 October 2021).
6. Stratehija rozvytku turizmu u misti Zaporizhzhji na 2014–2018 rr. [Tourism development strategy in the city of Zaporizhia for 2014–2018]. Available at: http://isc.biz.ua/images/HB/STZ_2014-2018_main.pdf (accessed 15 October 2021).
7. Oficijnyj sajt Zaporizkoghho Turystychnogho Informacijnogho Centru [Official site of the Zaporozhye Tourist Information Center]. Available at: <https://zaporizhzhia.city> (accessed 15 October 2021).
8. Oficijnyj sajt Zaporizkoji oblasnoji Derzhavnoji administracii [Official site of the Zaporizhia Regional State Administration]. Available at: <https://www.zoda.gov.ua/article/61/kultura-i-turizm.html> Available at: (accessed 15 October 2021).
9. Klochkovskaya V.O., Klochkovsky O.V. Stan ta perspektyvy rozvytku podijevogho turizmu u Vinnyckij oblasti [Status and prospects of event tourism in Vinnytsia region]. *Economics and organization of management*, no. 1 (33), pp. 110–115.
10. Oficijnyj sajt Zaporizhzhia Jazzy [Official site of Zaporizhzhia Jazzy]. Available at: <http://jazzy.city/> (accessed 15 October 2021).
11. Oficijnyj sajt Zaporizkoghho kinofestyvalju «ZIFF» [Official site of the Zaporozhye Film Festival «ZIFF»]. Available at: <https://ziff.zp.ua/> (accessed 15 October 2021).
12. Oficijnyj sajt kinnogho teatru «Zaporizki kozaky» [Official site of the equestrian theater «Zaporizhzhya Cossacks»]. Available at: <https://zp-kazaki.com/> (accessed 15 October 2021).
13. Oficijnyj sajt muzychnogho konkursu-festyvalju «Akordy Khortyci» [Official site of the music competition-festival «Chords of Khortytsia»]. Available at: <http://www.chordsofkhortytsia.com/> (accessed 15 October 2021).
14. Dni Gostepriimstva v Zaporozh'e 21–24 noyabrya [Days of Hospitality in Zaporozhye, November 21–24]. Available at: <https://zaporizhzhia.city/ru/news/dni-gostinnosti-u-zaporizzi-21-24-listopada> (accessed 15 October 2021).
15. Shelemetieva T.V. (2021) Brend podij jak vazhlyvyj chynnyk rozvytku regionalnogho turizmu [Brand of events as an important factor in the development of regional tourism]. *Proceedings of the «Tyzhdenj nauky – 2021»* (Ukrainian, Zaporizhzhia, April 19–23, 2021), Zaporizhzhia National University: «Zaporizhzhia polytechnic», pp. 15–17.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.2 : [331.2+331.5]

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-19>

Богуш Л.Г.

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник
Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи
Національної академії наук України

Bogush Larysa

Candidate of Economic Sciences, Senior Research Associate
Ptoukha Institute for Demography and Social Studies
of the National Academy of Sciences of Ukraine

РЕГУЛЮВАННЯ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ ОПЛАТИ ПРАЦІ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДОЛОГІЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

REGULATION OF THE MAIN FUNCTIONS OF REMUNERATION: PROBLEMS AND METHODOLOGY TO IMPROVE SOCIO-ECONOMIC POLICY

У статті досліджено проблеми формування і реалізації соціально-економічної політики, спрямованої на регулювання основних функцій оплати праці в Україні, обґрунтовано методологію її удосконалення. Заходи щодо регулювання оплати праці в рамках національної стратегії диверсифікації економіки та забезпечення продуктивної зайнятості охоплюють законодавче збалансування унормованих базових стандартів і гарантій рівня життя та оплати праці; узгодження їх кількісно-якісних параметрів у чинних методиках соціального забезпечення; оптимізацію підходів до розподілу й перерозподілу доданої вартості та фондів споживання суб'єктів господарювання; збалансування, підвищення ефективності виконання державної стратегії інноваційної модернізації національної економіки за нагальними інвестиційними та інфраструктурними пріоритетами.

Ключові слова: функції оплати праці, сфера зайнятості, вартість робочої сили, купівельна спроможність зарплати, соціально-економічна політика, державні стандарти і гарантії.

В статье исследованы проблемы формирования и реализации социально-экономической политики, направленной на регулирование основных функций оплаты труда в Украине, обоснована методология ее совершенствования. Меры по регулированию оплаты труда в рамках национальной стратегии диверсификации экономики и обеспечения продуктивной занятости охватывают законодательное сбалансирование нормированных базовых стандартов и гарантий уровня жизни и оплаты труда; согласование их количественно-качественных параметров в действующих методиках социального обеспечения; оптимизацию подходов к распределению и перераспределению добавленной стоимости и фондов потребления субъектов хозяйствования; сбалансирование, повышение эффективности выполнения государственной стратегии инновационной модернизации национальной экономики по насущным инвестиционным и инфраструктурным приоритетам.

Ключевые слова: функции оплаты труда, сфера занятости, стоимость рабочей силы, покупательная способность зарплаты, социально-экономическая политика, государственные стандарты и гарантии.

The article examines the problems of formation and implementation of socio-economic policy aimed at regulating the remuneration's main functions in Ukraine, substantiates the methodology of its improvement. Measures to regulate remuneration under the national strategy for economic diversification and productive employment include: legislative balancing of basic standards and guarantees of living environment and wages; coordination of their quantitative and

qualitative parameters in the current methods of social protection; optimization of approaches to the distribution and redistribution of added value and consumption funds of business entities; balancing, increasing the efficiency of the state strategy of the national economy' innovative modernization according to urgent investment and infrastructure priorities. Remuneration as an economic category has an extremely significant impact on the results, achievements, prospects of the areas' set of socio-economic policy and development, assessment of their justification quality, as well as implementation, monitoring, adjustment of priorities. This connection, which is determined by the role of human potential and social capital as a whole in the functioning of neo- and post-industrial economies, is growing stronger due to the global spread of relevant technological modes. Numerous problems of achieving and balancing the sustainable socio-economic development Ukraine, unsatisfactory economic diversification, modernization, efficiency at the level of the country, its regions and individual enterprises, relatively low level of living standards, quality of reproduction and motivations of the significant part of workforce to productive labor in the national economy require radical improvement of parameters and mechanisms for regulating both the processes and amounts of remuneration, as well as its inverse positive impact on the quality of Ukrainian socio-economic policy and development in general. The wages' purchasing power is derived from the quantitative and qualitative parameters of physiologically sufficient and socially acceptable living norms and standards, embodied in the consumer basket and the subsistence minimum for able-bodied, minimum and average monthly wages.

Keywords: remuneration functions, employment, labor costs, purchasing power of wages, socio-economic policy, state standards and guarantees.

Постановка проблеми. Попри відмінності в підходах до класифікації (визначення кількості, найменувань, частки змісту) основних функцій оплати праці [1–4], загальновизнаючою є думка про надзвичайно вагомий вплив цієї категорії на результати, здобутки, перспективи сукупності сфер соціально-економічної політики й розвитку, оцінювання якості їх обґрунтування, а також впровадження, моніторингу, коригування пріоритетів. Цей зв'язок, який визначається роллю людського потенціалу і загалом соціального капіталу у функціонуванні нео- та постіндустріальних економік, посилюється в умовах поширення відповідних технологічних укладів у глобальному масштабі.

Оплата праці виконує низку значущих соціально-економічних функцій, спрямованих на узгодження й реалізацію інтересів спектру суб'єктів трудових відносин (найманих працівників, роботодавців, суспільного інституту держави, їх представництв у формі суб'єктів соціального діалогу), серед яких у контексті теми дослідження доцільно відзначити такі:

– відтворювальна, що полягає у забезпеченні працівників та їх сімей життєво та суспільно необхідними благами для відновлення та відтворення робочої сили в обсязі, який соціум визнає достатнім у конкретно-історичний період;

– стимулююча або мотиваційна, що полягає у встановленні залежності розміру зарплати та оплати праці загалом від кількості та якості роботи певного працівника, його трудового внеску в результати діяльності суб'єкта господарювання;

– соціальна або вимірювально-розподільча, що відображає суспільно прийнятні підходи до розподілу фонду споживання між найманими працівниками і власниками засобів виробництва, визначення рівня рентабельності виробництв і галузей, розподілу й перерозподілу доданої вартості;

– регулююча, у складі якої є ресурсно-розміщувальна та оптимізаційна, які відображають напрями оптимізації розміщення робочої сили й виробничих потужностей за регіонами, галузями і видами діяльності, підприємствами, що стають наслідком та впливають на зміст подальших заходів із регулювання зайнятості та ринку праці, інвестиційних та інноваційних пріоритетів національної економіки,

її територіальних підсистем; роль зарплати, тобто складової частини собівартості продукції, як чинника мотивації власника до вдосконалення технічної бази виробництва й господарювання, їх раціоналізації, підвищення продуктивності праці, що може ґрунтуватись на впровадженні різних форм і систем зарплати, вдосконаленні сукупності елементів оплати праці (зокрема, перегляді підходів до диференціації рівня зарплати в трудовому колективі), оптимізації кадрового потенціалу, техніко-технологічної бази й розширення виробництва в кількісно-якісному і територіальному масштабах.

Отже, з огляду на численні проблеми усталення та збалансування суспільно-економічного розвитку України, незадовільної диверсифікації, модернізації, ефективності господарювання на рівні країни, її регіонів та окремих підприємств, доволі низького рівня життя, якості відтворення і мотивації значної частини робочої сили до продуктивної праці в національному господарстві кардинального удосконалення потребують параметри й механізми регулювання як власне процесів і розмірів оплати праці, так і її зворотного позитивного впливу на якість вітчизняної соціально-економічної політики, суспільного і господарського розвитку загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика та методологія удосконалення соціально-економічної політики в контексті регулювання основних функцій оплати праці та якості їх реалізації виразно висвітлюються передусім у працях щодо аналізу змісту, основних функцій та результатів впливу оплати праці на процеси формування, узгодження, реалізації інтересів суб'єктів соціально-трудова відносин та інститутів трипартизму (О. Балан, О. Гадзевич, О. Петрига, Ю. Прус, Ю. Савченко, В. Слинков) [1–4]; дослідження взаємозв'язків рівня життя, кількісно-якісних параметрів відтворення робочої сили та характеристик і пріоритетів підвищення купівельної спроможності зарплати (О. Болехівський, К. Жадько, К. Ковязіна, І. Лаврук, О. Мельник, А. Сімон, А. Стасюк) [5–7]; вивчення системних і нагальних проблем та обґрунтування підходів до оптимізації та збалансування державного, корпоративного, публічного регулювання сфери зайнятості та ринку праці України (В. Андрєєв, І. Живолуп, А. Кравчук,

С. Макогонюк, Л. Остапенко, Л. Шангіна, В. Юрчишин) [8–10].

Виділення не вирішених частин загальної проблеми. На жаль, попри широту, фахові дослідження замало висвітлюють ключові проблеми незадовільного представлення основних функцій оплати праці в державній соціально-економічній політиці, отже, нагальні пріоритети її удосконалення.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Розмаїття напрямів і підходів до удосконалення соціально-економічної політики у сфері регулювання рівня життя працівників та ринку праці потребує їх подальшого узагальнення задля обґрунтування методології збалансування ключових механізмів регулювання оплати праці в рамках національної стратегії диверсифікації та забезпечення продуктивної зайнятості.

Виклад основного матеріалу дослідження. З огляду на вітчизняні реалії порівняно з кращою світовою практикою регулювання рівня життя зайнятих як стимулу сталого суспільно-економічного розвитку якість національної політики щодо регулювання оплати праці насамперед залежить від динаміки та орієнтирів коригування величин номінальної і реальної зарплати, її купівельної спроможності, сформованих на чинних державних стандартах і гарантіях вартості відтворення робочої сили; пропорцій основної та додаткової заробітної плати, інших заохочувальних і компенсаційних виплат; співвідношення власне зарплати та нормативно затвердженого і фактичного прожиткового мінімуму, а також спектру нарахувань на оплату праці, що разом із зарплатою визначають загальну величину оплати праці та спрямовуються на обов'язкове медичне, соціальне, пенсійне страхування, втілюють інші витрати роботодавця на робочу силу, зокрема її залучення, утримання, стимулювання в рамках корпоративного та індивідуальних соціальних пакетів.

Купівельна спроможність заробітної плати є похідною від кількісно-якісних параметрів фізіологічно достатніх та соціально прийнятних норм, нормативів і стандартів життєдіяльності, втілених у споживчому кошику та прожитковому мінімумі для працездатних, мінімальній та середньомісячній заробітній платі. Запропонована трактовка наголошує на необхідності оцінювання купівельної спроможності за суспільним визнанням і соціальною прийнятністю споживання, доступного за ці кошти, отже, на потреби актуалізації і впровадження відповідних норм, нормативів і стандартів, значною мірою досі навіть не розроблених. Існують лише доволі незбалансовані обриси законодавчого забезпечення, втілені передусім у Законі України «Про прожитковий мінімум» від 15 липня 1999 р. № 966-XIV, Законі України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» від 5 жовтня 2000 р. № 2017-III, Державному класифікаторі соціальних стандартів і нормативів (зведений на базі Міністерства соціальної політики та затверджений його Наказом від 17 червня 2002 р. № 293), Кодексі законів про працю України, Законі України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» від 6 грудня 2016 р. № 1774-VIII (згідно з останнім документом, що, зокрема, запрова-

див зміни до КЗпП, офіційному прожитковому мінімуму для працездатних осіб було надано функцій нормативу для встановлення мінімального посадового окладу – тарифної ставки працівника найнижчої кваліфікації (I розряду), яка є основою для формування тарифної сітки та замінила мінімальну заробітну плату), Постанові КМУ «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» від 11 жовтня 2016 р. № 780, Методиці визначення прожиткового мінімуму, затвердженій Наказом Міністерства соціальної політики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України від 3 лютого 2017 р. № 178/147/31. Протиріччя полягає в неузгодженості та суперечності низки ключових категорій державних соціальних стандартів і гарантій, застосовуваних для розроблення й реалізації соціально-економічної політики у сфері оплати праці, забезпечення купівельної спроможності зарплати та суспільно прийняттого рівня життя працівників [11].

Велике значення для оцінювання рівня й динаміки купівельної спроможності заробітної плати, розуміння державою і роботодавцями її ролі у стимулюванні та усталенні економічного розвитку, ефективності відповідних суспільних та корпоративних заходів також відіграють дослідження диференціації в оплаті праці (зокрема, співвідношення мінімальної та середньомісячної заробітної плати, їх часток порівняно із сукупним фондом оплати праці та його основною частиною, ВВП у розрахунку на пересічного працівника), динаміки споживчих цін. Такі дослідження дають змогу оцінити чинні (сформовані, трансльовані) підходи до визначення вартості робочої сили, готовності (зокрема, гарантій, стандартів) і досягнутого агрегованого рівня фінансування її відтворення порівняно з параметрами затребуваності та експлуатації.

Параметри структури і якості споживання дають змогу відтворювати сукупний трудовресурсний потенціал із певними психофізіологічними, інтелектуальними, професійно-кваліфікаційними характеристиками, прийнятний для оновлення технологічного укладу економіки. Опосередковано вартість відтворення робочої сили на макрорівні та регіональному рівні можна оцінити, наприклад, за сукупною часткою річного фонду заробітної плати, а також витрат на професійну освіту (вищу, професійно-технічну), програми обов'язкового, добровільного медичного страхування осіб працездатного і передпрацездатного віку, корпоративно організовану рекреацію щодо ВВП у розрахунку на 1 особу.

Суспільно значущі підходи до визначення вартості відтворення робочої сили у світі до початку XXI ст. усталилися у двох найбільш узагальнених моделях систем соціальних стандартів і гарантій. У першій з моделей величина мінімальної заробітної плати формується з урахуванням прожиткового мінімуму – вартісного відображення так званого споживчого кошика товарів і послуг, важливих для збереження життя та підтримання мінімально прийнятної якості життєдіяльності (при цьому в ідеалі мінімальна зарп-

лата дорівнює прожитковому мінімуму). Інший підхід охоплює різноманітні методи визначення мінімальної заробітної плати, а також базових соціальних виплат малозабезпеченим, безробітним, іншим вразливим категоріям з урахуванням не лише фізіологічних, але й соціальних у широкому розумінні потреб людини (інтелектуальних, культурно-освітніх та культурно-дозвіллевих, рекреаційних тощо). Базисною категорією для розроблення інших соціальних стандартів і гарантій у першому випадку є прожитковий мінімум, сформований з урахуванням вартості споживчого кошика, в другому – мінімальна зарплата (як прийнятна досягнута величина чи певний кількісний орієнтир для досягнення без потреби періодичної обов'язкової деталізації змістового наповнення потреб, на які вона витрачається). Загалом у кожній країні світу, як і в Україні, склалася певна специфічна практика соціального забезпечення й захисту населення, далі поширювана на стандартизацію оплати праці. Вітчизняні реалії обґрунтовують потребу збалансування вже застосовуваних категорій і механізмів соціального гарантування й забезпечення населення в більш узгоджену систему, здатну актуалізувати та порівняно швидко вжити нагальних заходів з підвищення рівня оплати праці, зокрема завдяки вирівнюванню відповідних показників у регіонах і видах діяльності з його найнижчими й близькими до середніх параметрами.

В рамках реформування прожиткового мінімуму задля підвищення його розміру та оплати праці в Держбюджетах на 2020–2022 рр. анонсувались урядові ініціативи щодо усунення цього показника як бази обчислення низки соціальних виплат, що критично налаштовані експерти продовжують оцінювати насамперед як бажання стимулювати бізнес шляхом певного зменшення/перерозподілу податкового навантаження за рахунок обмеження соціальних виплат [12]. Внаслідок відходу від використання прожиткового мінімуму задля обчислення, зокрема, спектру соціальних допомог, соціальних пенсій темпи зростання мінімального посадового окладу й мінімальної зарплати, як очікується, помітно випередять темпи підвищення таких соціальних виплат, що сприятиме покращенню позитивного статистичного тренду купівельної спроможності номінальної зарплати. Однак навантаження працездатних членів домогосподарств непрацездатними особами різних вікових категорій, зрештою, суттєво нівелюватиме реальну динаміку поліпшення купівельної спроможності працездатного населення України, адже більшість осіб перед- і післяпрацездатного віку (дітей, пенсіонерів, інвалідів тощо) перебуває на утриманні працюючих.

Зрозуміло, що періодичне підвищення мінімальної заробітної плати в подальшому (як і кардинальне її підвищення у 2017 р.) дедалі покращуватиме динаміку пов'язаних з нею номінальних вартісних показників та номінальних оцінок купівельної спроможності зарплати у пропорції з офіційним прожитковим мінімумом, МЗП, середньомісячною зарплатою. Однак поточний зріз відповідності стандарту, гарантії і вартісного показника соціально прийнятній якості задоволення спектру загальносуспільних, суспільно необхідних і приватних потреб (доцільних і необ-

хідних для задоволення індивідами та спільнотами, зайнятими у нео- і постіндустріальних економіках) засвідчив відсутність позитивних змін, виявивши навіть низку негативних тенденцій, що загострюються. Значне підвищення мінімальної зарплати суттєво пришвидшило інфляцію цін на споживчі товари й послуги, що, поєднавшись із неоднозначною у 2017–2021 рр. динамікою банківських облікових ставок (з частішим пріоритетом до зростання), не лише нівелювало очікуваний позитивний вплив такого політичного рішення на реальну купівельну спроможність працюючих, але й до певної міри ускладнило перспективи зайнятості та отримання зарплати, спричинивши згортання малих і середніх підприємств, бізнесів ФОП, інших самозайнятих, скорочення штатів великих підприємств (зокрема, за рахунок виведення частини працюючих за штат).

З огляду на зміст категорій державних соціальних стандартів, державних соціальних гарантій, соціальних норм і нормативів, нормативів витрат (фінансування) та прожиткового мінімуму, унормованих поточною редакцією від 10 червня 2018 р. ст. ст. 1, 4, 6 Закону України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», простежуються такі їх взаємозв'язки:

- соціальні норми й нормативи (серед останніх фахові статистичні дослідження та нормативна база соціального забезпечення розрізняють нормативи раціонального і мінімального споживання) трактуються як показники необхідного споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг та забезпечення освітніми, медичними, житлово-комунальними, соціально-культурними послугами;

- затверджуючись законодавчо, соціальні норми й нормативи набувають статусу державних соціальних стандартів, що використовуються для визначення основних державних соціальних гарантій, коло яких охоплює встановлені спектром нормативно-правових актів мінімальні розміри оплати праці, доходів громадян, пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, а також розміри інших видів соціальних виплат, які мають забезпечувати рівень життя, який не нижче прожиткового мінімуму (як базового державного соціального стандарту);

- реалізація державних соціальних стандартів (зокрема, нормативів), отже, державних соціальних гарантій рівня життя, не нижчого від прожиткового мінімуму, передбачає дотримання певних нормативів витрат (фінансування) як показників поточних і капітальних витрат з бюджетів усіх рівнів на забезпечення задоволення потреб в обсягах, не нижчих за визначені державними соціальними стандартами, отже, тих, які відшкодовуються відповідним розміром прожиткового мінімуму;

- вартість прожиткового мінімуму має гарантувати принаймні споживання набору продуктів харчування, якого достатньо для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження її здоров'я (отже, цей набір може двозначно трактуватися як такий, що відповідає і раціональним, і мінімальним потребам споживання), а також мінімальних наборів непродовольчих товарів і послуг, що задовольняють основні соціокультурні потреби особистості.

Адаптація взаємозв'язків основних категорій соціальної політики у сфері регулювання оплати праці дає змогу окреслити методологію забезпечення та підвищення купівельної спроможності зарплати, посилення мультивекторного позитивного впливу споживання на національне господарство (в напрямках його диверсифікації, модернізації, стимулювання продуктивної зайнятості) завдяки наповненню змісту соціального прожиткового мінімуму та його реалізації в рамках градації за поточним (офіційним) і раціональним рівнями, що відповідають мінімальним і гідним параметрам життєдіяльності, визнаним і суспільно прийнятним.

При цьому моніторинг, оцінювання, унормування спектру базових (життєвих), загальносуспільних, суспільно необхідних, приватних (мінімальних, раціональних) потреб індивідів, територіальних і функціональних спільнот у Державному класифікаторі узагальнюють суспільні уявлення про мінімально прийнятний і гідний рівень життя. Виявлені потреби конкретизуються у соціальних нормах, соціальних нормативах мінімального і раціонального споживання (із заданими термінами перегляду та оновлення від 1 до 4–5 років), які узагальнюються в сукупності державних соціальних стандартів і державних соціальних гарантій за рівнями відображення суспільно прийнятного мінімального споживання, раціонального та гідного рівнів життя й споживання. Якісні оцінки суспільно прийнятного мінімального і раціонального рівнів споживання визначають зміст фізіологічного та соціального компонентів відповідних споживчих кошків (мінімального та раціонального), вартість яких узагальнюється у величинах базисної гарантії, якими є соціальний прожитковий мінімум, динамічні та часові орієнтири його наближення до щороку індексованої величини раціонального прожиткового мінімуму. Раціональний прожитковий мінімум, диференційований за соціально-демографічними ознаками структури споживання та динамічними орієнтирами його досягнення, визначає гарантії мінімальних розмірів оплати праці, пенсій, спектру видів соціальної допомоги та інших соціальних виплат.

Соціальний прожитковий мінімум, який набуває статусу офіційного, диференціюється згідно із соціально-демографічними ознаками за коефіцієнтами, нормами й нормативами споживання для чотирьох соціальних груп, а також у середньому на 1 особу; опосередковується досягнутим фактичним рівнем оплати праці, визнаючи її варіації, номінальну динаміку й тренди купівельної спроможності доходів домогосподарств, у складі яких є працюючі особи; впливає на рівень пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, інших видів соціальних виплат, а також на реалізацію нормативів та фактичний рівень витрат (фінансування) за поточними й капітальними видатками бюджетів усіх рівнів на забезпечення державних соціальних стандартів.

Підвищення рівня і варіацій оплати праці в регіонах стимулюють перегляд змісту і вартості споживчого кошика за стратегічними орієнтирами наближення до кількісно-якісних характеристик раціонального прожиткового мінімуму; нарощування обсягів бюджетних і позабюджетних інвестицій в інфраструктуру, інші проекти та заходи із задоволення

загальносуспільних і суспільно необхідних потреб територіальних і функціональних спільнот, збільшення низки соціальних виплат.

Реалізація купівельною спроможністю населення, зростаючою за індикаторами просування до раціонального споживання і гідного рівня життя, функцій із стимулювання та збалансування соціально-економічного розвитку, забезпечує підвищення середньомісячної зарплати, подальшу диференціацію показників оплати праці у видах економічної діяльності та регіонах, отже, мотивує солідарність суспільного запиту на модернізацію стандартів задоволення загальносуспільних, суспільно необхідних, приватних потреб у рамках базових гарантій оплати праці.

Дослідження питань інфляції цін на споживчі товари й послуги, а також доцільності їх регулювання в контексті впливу на розподіл і перерозподіл доходів засвідчило, що темпи інфляції споживчих цін в Україні (зокрема, на продукти, найбільш цінні для збалансованого харчового раціону людини, та низку послуг комунального господарства) принаймні впродовж останніх двох десятиліть стали перевершувати індекси динаміки фізичного обсягу ВВП і ВРП, а в більшість років дослідженого періоду вони були більшими за індекси цін виробників промислової і сільськогосподарської продукції, а також індекси цін у будівництві. В минулому десятиріччі, особливо в останні кілька років, наша держава за темпами приросту споживчих цін часто очолювала негативний рейтинг країн світу.

Такі тенденції не лише повідомляють про послідовне подорожчання вартості життя, але й разом з даними щодо самооцінки домогосподарствами, у складі яких є працюючі особи, власного рівня доходів та економічного становища загалом свідчать про збереження та поповнення певних резервів накопичень, на споживчу, а не на інвестиційну капіталізацію яких продовжують орієнтуватися провладні кола, не роблячи ефективних кроків для посилення суспільно корисного перерозподілу доданої вартості та легалізації доходів.

Проблеми підтримання рівня життя працюючих і членів їх сімей актуалізують дискусії навколо державного регулювання цін на соціально значущі товари (продовольчі, різні види палива для населення) і послуги (ЖКГ, частина міського і приміського громадського транспорту). Така практика, яка порівняно нещодавно скасована в Україні, є напрацюванням частини транзитивних пострадянських економік, частково запозиченим з практик регулювання доступу до задоволення життєво необхідних потреб у військовий час та періоди післявоєнного відновлення. Метою впровадження державного регулювання цін стала політична відповідь на надзвичайно поширене й трансльоване ЗМІ суспільно кон'юнктурне судження щодо необхідності пом'якшення наслідків стрімкого майнового розшарування та маргіналізації вразливих верств у конкретно-історичному періоді відновлення національної державності. В країнах Балтії, Польщі, землях, що увійшли до ФРН після приєднання Східної Німеччини, державне регулювання цін на суспільно значущі товари й послуги практично не проводилося, іноді замінюючись цільовими дотаціями (державними, територіальних спільнот).

Отже, державне регулювання цін не є поширеною і визнаною ефективною практикою ринкових економік (як сформованих, так і перехідних), яку в період її існування в Україні авторитетні міжнародні інституції часто пропонували замінити саме адресними дотаціями вразливих категорій населення та окремих домогосподарств, також наводячи приклади використання в розвинутих країнах світу механізмів, що відповідають процедурі забезпечення вітчизняної вартісної межі малозабезпеченості (найхарактернішим прикладом є welfare у США). Висока ресурсоемність української практики державного регулювання цін на товари й послуги життєвої та першої соціальної необхідності в умовах гострого дефіциту бюджету та стрімкої інфляції кінця 2013–2017 рр. послужила причиною спочатку фактичної, а потім унормованої відмови від неї. Водночас іманентна ринковій економіці асиметрія цін та товари й послуги природних монополістів, тягіння до стагнації ринків збуту навіть у крупних містах та агломерованих міських системах розселення зумовлюють подальшу потребу в такому:

- субсидування для низки категорій вразливих домогосподарств товарів і послуг житлово-комунального призначення (зазначений дефіцит коштів останніми роками спричиняє частий перегляд критеріїв їх відбору за ознаками рівня й структури доходів; наявності працюючих членів сімей; володіння нерухомістю, дорогою побутовою технікою і транспортними засобами; здійснення разових покупок із перевищенням певних витрат, зокрема купівлі закордонних рекреаційних турів і нерухомості; наявності банківських депозитів на значні суми);

- укладання угод щодо регулювання цін на базові продовольчі товари, послуги проїзду в міському й приміському громадському транспорті між місцевими держадміністраціями та їх крупними постачальниками (зокрема, мережевими реалізаторами).

Висновки. Оплата праці є важливою економічною категорією, спектр функцій якої пов'язує суспільні інститути економіки, держави, соціального забезпечення, ринкові відносини та інституції самоорганізації населення, формалізуючи їх цілі та завдання в життєдіяльності соціуму, визначаючи пріоритети, напрями та механізми збалансування інтересів у національній стратегії сталого розвитку, диверсифікації та забезпечення продуктивної зайнятості.

Вартість відтворення робочої сили, прийнятна на конкретно-історичному етапі розвитку держави та суспільства, визначається потребами, стимулами й механізмами забезпечення кадрами національної економіки та їх продуктивної зайнятості; втілюється у взаємоузгоджених державних соціальних стандартах і гарантіях, методиках їх реалізації, затверджуваних міністерствами і відомствами (розрахунки прожиткового мінімуму, споживчого кошика, межі малозабезпеченості тощо); обґрунтовує розміри гідної оплати праці, купівельно спроможних мінімальної заробітної плати та мінімального посадового окладу, а також державні вартісні й часові орієнтири коригування їх номінальних та реальних величин.

Підходи до регулювання оплати праці та купівельно спроможність зарплати безпосередньо впливають на оцінки та рейтинги України за бідністю та мігра-

ційними орієнтирами населення, адже «механізм» бідності – це відсутність індивідуальних і колективних засобів та організаційно-економічних механізмів повноцінного (в контексті суджень конкретного соціуму) задоволення базових фізіологічних і соціальних потреб, що характеризує низький рівень купівельної спроможності та незадовільну якість відтворення трудового потенціалу таких категорій населення.

Отже, ключовими заходами щодо регулювання оплати праці в рамках національної стратегії диверсифікації та забезпечення продуктивної зайнятості є такі:

- збалансування на законодавчому рівні вже унормованих базових стандартів і гарантій рівня життя та оплати праці;

- узгодження їх кількісно-якісних параметрів у спектрі методик соціального забезпечення й захисту (розрахунки прожиткового мінімуму, споживчого кошика, межі малозабезпеченості, доходу, допустимого для отримувача допомоги і субсидій);

- оптимізація підходів до розподілу й перерозподілу доданої вартості, а також контролю за розподілом фондів споживання суб'єктів господарювання між найманими працівниками і власниками засобів виробництва (фіскальними засобами; посиленням повноважень інспекцій праці за дотриманням мінімальних гарантій оплати праці, зокрема в разі використання роботодавцем безтарифних і контрактних систем оплати);

- збалансування, підвищення ефективності виконання державної стратегії диверсифікації та інноваційної модернізації національної економіки за нагальними внутрішніми інвестиційними та інфраструктурними пріоритетами.

Разом із розрахунками прожиткового мінімуму для основних категорій населення (зокрема, працездатного) кількісно-якісні та вартісні характеристики найважливіших законодавчо встановлених соціальних стандартів і нормативів, агрегованих у їх Державному класифікаторі (споживчих товарів і послуг, умов життєдіяльності, що забезпечують певні гарантовані законодавством рівень і якість життя, а саме трудового, позатрудового), доцільно диференціювати за певними соціально-демографічними ознаками осіб, що суттєво підвищить рівень обґрунтованості діяльності із соціального забезпечення й захисту, планування, фінансування та прогнозування спектру суспільних витрат на реалізацію державних соціальних стандартів і гарантій. Окрім позитивної динаміки купівельної спроможності мінімальної і середньої заробітної плати, підвищення та пом'якшення диференціації в оплаті праці регіонів переважно аграрної, агропереробної, ресурсодобуваючої спеціалізації, функціонування Державного класифікатора у сфері зайнятості найшвидше і найпомітніше може проявитися стосовно оплати праці осіб, зайнятих на важких і шкідливих виробництвах та роботах (зокрема, тимчасових, сезонних, підсобних); посилення фінансових стимулів підвищення рівня безпеки праці (зокрема, жінок фертильного віку, для яких порівняно нещодавно були скасовані обмеження на низку важких, складних, екстремальних видів діяльності, відповідних професій і посад).

Бібліографічний список:

1. Балан О., Савченко Ю. Оплата праці та її соціально-економічні аспекти. *Агросвіт*. 2018. № 10. С. 22–26.
2. Гадзевич О. Оплата праці в умовах ринку: теорія, практика. Київ: Кондор, 2008. 400 с.
3. Петрига О., Прус Ю. Економічна сутність, функції і принципи оплати праці та основні заходи її покращення. *Новината за напреднали наука – 2019*: матеріали за XV Міжнародна научна-практична конференція. Софія: Бял ГРАД-БГ, 2019. № 14: Ікономики. С. 93–98.
4. Слиньков В. Мотивация, стимулирование и оплата труда: практические рекомендации. Киев: Дакор КНТ, 2010. 336 с.
5. Жадько К., Стасюк А., Сімон А. Проблеми державного регулювання оплати праці в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 12. С. 185–189.
6. Ковязіна К. Щодо удосконалення методики визначення споживчого кошику. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1233> (дата звернення: 19.11.2021).
7. Мельник О., Болехівський О., Лаврук І. Проблеми заробітної плати в Україні та шляхи їх вирішення. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6827> (дата звернення: 19.11.2021).
8. Кравчук А. Купівельна спроможність заробітної плати як основа фінансової стабільності держави. *Фінансові дослідження*. 2017. № 1 (2). С. 29–37.
9. Шангіна Л., Юрчишин В. Індекс поточної економічної спроможності: комплексна оцінка соціально-економічної ситуації в Україні. Київ: Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова; Заповіт, 2017. 44 с.
10. Андреев В. та ін. Як Україні досягти підвищення рівня реальних трудових доходів працюючих громадян? Київ: Українська сторона Платформи громадянського суспільства Україна – ЄС, 2018. 51 с. URL: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/web_final_26_12_2017_labor-incomes_2017.pdf (дата звернення: 19.11.2021).
11. Богущ Л. Забезпечення кадрами економіки України: актуальні підходи до удосконалення фінансування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 23. С. 16–22.
12. Соцвиплати «відв'язуть» від прожиткового мінімуму: що це значить для українців. *Слово і діло*. 2019. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/11/12/pogljad/ekonomika/soczvyplaty-vidvyazhut-prozhytkovoho-minimumu-ce-znachyt-ukrayincziv> (дата звернення: 19.11.2021).
13. chennia [Economic essence, functions and principles of remuneration and main measures for its improvement]. *Proceedings of the XV Mezhdunarodna nauchna-praktychna konferentsiya "Novynata za naprednaly nauka – 2019"*. Vol. 14. Ykonomyky. Sofiya: Bial HRAD-BH, pp. 93–98.
14. Slynkov V. (2010) Motyvatsiya, stymulyrovanye y oplata truda: praktycheskye rekomendatsyy [Motivation, incentives and remuneration: practical recommendations]. Kyiv: Dakor KNT, 336 p. (in Russian)
15. Zhadko K., Stasiuk A., Simon A. (2017) Problemy derzhavnoho rehuliuivannia oplaty pratsi v Ukraini [Problems of wages' state regulation in Ukraine]. *Market infrastructure*, vol. 12, pp. 185–189.
16. Koviagina K. (no data) Shchodo udoskonalennia metodyky vyznachennia spozhyvchoho koshyku [Regarding the improvement of the consumer basket determining method]. National Institute for Strategic Studies. Available at: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1233> (accessed 19 November 2021).
17. Melnyk O., Bolekhivskiy O., Lavruk I. (2019) Problemy zarobitnoi platy v Ukraini ta shliakhy yikh vyrishennia [Wage problems in Ukraine and ways to their solution]. *Efficient economy*, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6827> (accessed 19 November 2021).
18. Kravchuk A. (2017) Kupivelnna spromozhnist zarobitnoi platy yak osnova finansovoi stabilnosti derzhavy [Wages' purchasing power as a basis for the state' financial stability]. *Financial research*, no. 1 (2), pp. 29–37.
19. Shanhina L., Yurchyshyn V. (2017) Indeks potochnoi ekonomichnoi spromozhnosti: kompleksna otsinka sotsialno-ekonomichnoi sytuatsii v Ukraini [Current economic capacity' index: a comprehensive assessment of the socio-economic situation in Ukraine]. Kyiv: Ukrainian Center for Economic and Political Studies named after O. Razumkov; Zapovit, 44 p. (in Ukrainian)
20. Andriev V., Ostapenko L., Makogonyuk S., Zhyvolup I. (2018) Yak Ukraini dosiahty pidvyshchennia rivnia realnykh trudovykh dokhodiv pratsiuiuchykh hromadian? [How can Ukraine achieve an increase in the working citizens' real labor income?]. Kyiv: Ukrainian side of the Ukraine – EU Civil Society Platform, 51 p. (in Ukrainian) Available at: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/web_final_26_12_2017_labor-incomes_2017.pdf (accessed 19 November 2021).
21. Bogush L. (2020) Zabezpechennia kadramy ekonomiky Ukrainy: aktualni pidkhody do udoskonalennia finansuvannia [Staffing the Ukraine' economy: current approaches to improving funding]. *Investments: practice and experience*, no. 23, pp. 16–22.
22. Slovo i dilo [Word and deed]. (2019) Sotsvyplaty "vidv'iazhut" vid prozhytkovoho minimumu: shcho tse znachyt dlia ukraintsiiv [Social payments will be "untied" from the subsistence level: what does it mean for Ukrainians]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2019/11/12/pogljad/ekonomika/soczvyplaty-vidvyazhut-prozhytkovoho-minimumu-ce-znachyt-ukrayincziv> (accessed 19 November 2021).

References:

1. Balan O., Savchenko Yu. (2018) Oplata pratsi ta yii sotsialno-ekonomichni aspekty [Remuneration and its socio-economic aspects]. *Agrosvit*, no. 10, pp. 22–26.
2. Hadzevych O. (2008) Oplata pratsi v umovakh rynku: teoriia, praktyka [Remuneration in market conditions: theory, practice]. Kyiv: KONDOR, 400 p. (in Ukrainian)
3. Petryha O., Prus Yu. (2019) Ekonomichna sutnist, funktsii i pryntsyupy oplaty pratsi ta osnovni zakhody yii pokrash-

Гельман В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і маркетингу
Запорізького національного університету

Фоменко С.С.

студентка
Запорізького національного університету

Ghejman Valentyna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Personnel Management and Marketing
Zaporizhzhya National University

Fomenko Sofiia

Student
Zaporizhzhya National University

БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

UNEMPLOYMENT AS A SOCIOECONOMIC PROBLEM OF THE POPULATION OF UKRAINE

Безробіття є неминучим супутником ринкової економічної системи, і навіть за умови досконало-го управління його неможливо усунути. Метою та критерієм ефективного управління економікою та ринком праці, зокрема, є відповідність рівня безробіття природній нормі. Прагнення тримати безро-біття нижче природного рівня загрожує інфляцією та зниженням економічної ефективності. У стат-ті досліджено сучасний стан безробіття в Україні. Визначено причини та фактори, що формують рівень безробіття в Україні. Розглянуто кількість вакансій та число безробітних за професійними групами, проаналізовано динаміку безробіття населення за причинами незайнятості. На основі аналі-зу запропоновано основні напрями подолання безробіття як однієї з глобальних проблем світу. Акту-альність теми визначається неминучістю безробіття в сучасній ринковій економіці та необхідністю вжиття заходів щодо усунення та пом'якшення негативних наслідків безробіття. Усі країни доклада-ють чималих зусиль для подолання безробіття, але ще жодній із них не вдавалося ліквідувати його повністю.

Ключові слова: ринкова економіка, безробіття, зайнятість, вакансії, професійні групи, динаміка, еко-номічно активне населення.

Безработица является неизбежным спутником рыночной экономической системы, и даже при ус-лови совершенного управления ее невозможно устранить. Целью и критерием эффективного управ-ления экономикой и рынком труда, в частности, является соответствие уровня безработицы есте-ственной норме. Стремление держать безработицу ниже естественного уровня грозит инфляцией и снижением экономической эффективности. В статье исследовано современное состояние безработи-цы в Украине. Определены причины и факторы, формирующие уровень безработицы в Украине. Рас-смотрено количество вакансий и число безработных по профессиональным группам, проанализирована динамика безработицы населения по причинам незанятости. На основе анализа предложены основные направления преодоления безработицы одной из глобальных проблем мира. Актуальность темы опре-деляется неизбежностью безработицы в современной рыночной экономике и необходимостью приня-тия мер по устранению и смягчению негативных последствий безработицы. Все страны прикладыва-ют немало усилий для преодоления безработицы, но еще не одной из них не удалось ликвидировать ее полностью.

Ключевые слова: рыночная экономика, безработица, занятость, вакансии, профессиональные группы, динаміка, экономически активное население.

Unemployment is an inevitable companion of a market economic system, and even with good governance it cannot be eliminated. The purpose and criterion of effective management of the economy and the labor market, in particular, is the compliance of the unemployment rate with the natural norm. The desire to keep unemployment

below the natural level threatens inflation and reduced economic efficiency. The article examines the current state of unemployment in Ukraine. The causes and factors that shape the unemployment rate in Ukraine are identified. The number of vacancies and the number of unemployed by occupational groups are considered, and the dynamics of unemployment due to unemployment is analyzed. Based on the analysis, the main directions of overcoming unemployment as one of the global problems of the world are proposed. The urgency of the topic is determined by the inevitability of unemployment in the modern market economy and the need to introduce measures to eliminate and mitigate the negative effects of unemployment. All countries are making considerable efforts to overcome unemployment, but none of them has yet managed to eliminate it completely. Unemployment is a socio-economic phenomenon in which part of the labor force (economically active population) is not employed in the economy. This means that, in fact, unemployment acts as the excess of labor supply over demand for it. The experience of individual countries entering the market shows that the level of employment and unemployment fluctuates significantly in each period, which is the result of the combined influence of many factors. The causes of unemployment and its types can be very different. There is overt and covert unemployment. Open unemployment means the presence of a clearly unemployed population, hidden – the presence of an officially employed population. Unemployment is becoming massive and permanent, especially in the least developed regions. The unemployed are dominated by women, specialists with higher education. The age structure is dominated by young people. To solve the problems of the current state of the labor market, it is necessary to develop new strategic directions for the development of the labor market of Ukraine.

Keywords: market economy, unemployment, employment, vacancies, professional groups, dynamics, economically active population.

Постановка проблеми. Дослідження проблеми безробіття в Україні є досить актуальним, оскільки воно створює низку проблем як у соціальному, так і в економічному аспектах, таких як скорочення купівельної спроможності населення, утрата платників податків для бюджету й персоналу для підприємств. Усі країни світу докладають чималих зусиль для подолання цього явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю.

Отже, безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства. Причинами цього поширеного явища є неефективне використання робочої сили в минулому та відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за гідну плату. Регулювання зайнятості на державному рівні – це процес впливу на трудову сферу для досягнення цілей та задоволення потреб суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій та методичній літературі наведено багато прикладів вивчення та аналізу проблем безробіття, що знайшло відображення в низці публікацій вітчизняних та іноземних науковців і практиків, таких як Л. Транченко, О. Майсюра, І. Давидова, Д. Богиня, Г. Волинський, В. Геєць, В. Герасимчук, О. Грішнова. Аналіз еволюційних підходів до вирішення проблем безробіття відображений у працях визначних зарубіжних учених, таких як А. Сміт, Т. Мальтус, Ф. Кене, Д. Рікардо, К. Маркс, Дж. Кейнс. Однак слід зазначити, що, незважаючи на велику кількість наукових досліджень, аналіз причин та методів подолання безробіття як однієї з глобальних проблем світу, на сучасному етапі економічної реформи в Україні безробіття залишається актуальною проблемою і потребує подальшого дослідження та додаткових наукових і практичних досягнень.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Для вирішення проблем сучасного стану ринку праці необхідно розробити нові стратегічні напрями розвитку ринку праці України. Незважаючи на значне коло досліджень, пов'язаних з оцінюванням, розробленням заходів подолання безробіття, доводиться стверджувати, що досі не за-

пропоновано ефективних універсальних механізмів протидії безробіттю в Україні та забезпечення ефективною зайнятості.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є вивчення проблеми безробіття у глобальному та національному вимірах, оцінювання причин безробіття за професійними групами, з'ясування навантаження незайнятих на вільні робочі місця та перспектив можливостей працевлаштування безробітних. Головними аспектами статті є дослідження та аналіз сучасного стану вітчизняного ринку праці, з'ясування особливостей і проблем економічної активності населення в Україні, пошук основних шляхів його подолання на основі зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі дослідження та проведення аналізу безробіття України потрібно визначити саме поняття «безробіття населення».

Безробіття – це соціально-економічне явище, в якому частина робочої сили (економічно активне населення) не зайнята в економіці. Це означає, що фактично безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї.

В Україні вперше у 1991 році з прийняттям Закону «Про зайнятість населення» законодавчо визначається безробіття. Згідно з нашим законодавством, безробітними вважаються люди працездатного віку, які втратили роботу з незалежних від них причин, не мають заробітку, а також ті громадяни, що виходять вперше на ринок праці, зареєстровані в центрах зайнятості, шукають роботу і здатні приступити до праці. Безробітними, зареєстрованими в державній службі зайнятості, є особи, які є безробітними, шукають роботу та були офіційно безробітними у державній службі зайнятості у встановленому порядку [1].

Факторами формування безробіття можуть бути такі:

- нестача сукупного ефективного попиту;
- негнучкість системи відносних цін і ставок заробітної плати, викривлення в ній, пов'язані з грошовою експансією держави й подальшою інфляцією;
- недостатня мобільність робочої сили;
- структурні зрушення в економіці;

Держава та регіони

- дискримінація на ринку праці щодо жінок, молоді та національної меншості;
- демографічні зміни в чисельності та складі робочої сили;
- сезонні коливання в рівнях виробництва окремих галузей економіки [2].

Досвід переходу окремих країн на ринок показує, що рівень зайнятості та безробіття істотно коливається в кожен період, що є результатом спільного впливу багатьох факторів. Причини безробіття та його види можуть бути різними. Існує відкрите й приховане безробіття. Відкрите безробіття означає наявність явно безробітного населення, приховане – наявність офіційно зайнятого населення [3].

Безробіття стає масовим і постійним, особливо це стосується найменш розвинених регіонів. Серед безробітних домінують жінки, фахівці з вищою освітою. У віковій структурі домінують молоді люди.

Згідно із Законом України «Про зайнятість населення», безробітними вважаються працездатні громадяни працездатного віку, які з незалежних від них причин не мають заробітку або інших передбачених

чинним законодавством доходів через відсутність підходящої роботи, зареєстровані у державній службі зайнятості, тобто це особи, що справді шукають роботу та здатні приступити до праці. Не можуть бути визнані безробітними такі громадяни:

- віком до 16 років, за винятком тих, які працювали і були вивільнені у зв'язку зі змінами в організації виробництва і праці;
- які вперше шукають роботу і не мають професії (спеціальності), в тому числі випускники загальноосвітніх шкіл, якщо вони відмовляються від проходження професійної підготовки або від оплачуваної роботи, включаючи роботу тимчасового характеру;
- які відмовилися від двох пропозицій підходящої роботи з моменту реєстрації їх у службі зайнятості як осіб, котрі шукають роботу;
- які мають право на пенсію відповідно до законодавства України [4].

Гострою сьогодні є проблема високої частки безробітних з вищою освітою в Україні, оскільки виникає питання про раціональність державної політики щодо фінансування навчання такої великої кількос-

Таблиця 1

Динаміка безробіття населення за причинами незайнятості у 2016–2020 роках

Рік	Причини незайнятості, %			
	вивільнені з економічних причин	звільнені за станом здоров'я, через оформлення пенсії	звільнені за власним бажанням	не працевлаштовані після закінчення закладів освіти
2016	22,4	1,8	33,0	15,6
2017	23,2	2,0	34,5	12,2
2018	20,7	1,1	38,0	9,8
2019	21,5	3,4	39,6	9,4
2020	22,9	3,0	34,1	9,3

Джерело: складено авторами на основі джерела [5]

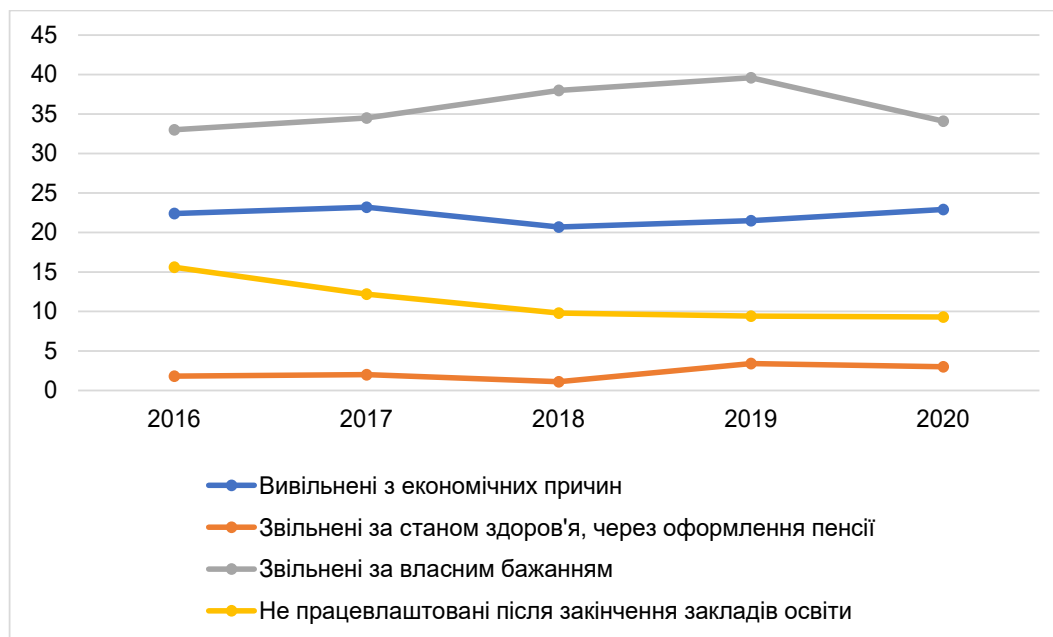


Рис. 1. Динаміка безробіття населення за причинами незайнятості у 2016–2020 роках

Джерело: складено авторами на основі джерела [5]

ті місць для різних спеціальностей у системі вищої освіти.

Проаналізуємо динаміку безробіття населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2016–2020 роках (табл. 1). Дані наведено за результатами обстеження робочої сили без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя.

Розглянувши дані, наведені у табл. 1, доходимо висновку, що відсоток безробітних, які не працевлаштовані після закінчення закладів освіти, з кожним роком стає меншим. Спостерігаємо збільшення відсотку звільнених за власним бажанням з 2016 року по 2019 рік, у якому він сягнув відмітки у 39,6%, але вже у 2020 році відбувається зниження відсотку звільнених за власним бажанням до 34,1%. Проаналізувавши останні два роки, бачимо тенденцію до збільшення звільнених з економічних причин із 21,5% до 22,9% та зменшення звільнених за станом здоров'я, через оформлення пенсії з 3,4% до 3,0%.

Задля наочного представлення інформації, наведеної у табл. 1, побудуємо графік (рис. 1).

Процеси, що відбуваються в економіці регіону чи країни, закономірно впливають на ситуацію у сфері зайнятості. Якщо торік через пандемію та її наслідки фірми та компанії вимушено скорочували обсяги виробництва, а рівень безробіття стрімко зростає, то із січня поточного року ринок праці поволі починає відновлюватися, адже збільшується кількість заявлених працедавцями вакансій, зменшується число безробітних. Розглянемо кількість вакансій та кількість безробітних станом на 1 серпня 2021 року за професійними групами (табл. 2).

Проаналізувавши дані, наведені у табл. 2, бачимо, що є три професійні групи, які мають найбільшу кількість претендентів на 1 вакансію, а саме законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі); кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства

ри (управителі); кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства; технічні службовці, і це свідчить про те, що число безробітних набагато більше, ніж представлених вакансій названих груп. Слід зазначити, що існує професійна група, у якій на 1 вакансію представлено лише 2 особи, до якої належать кваліфіковані робітники з інструментом. Розглядаючи дані таблиці загалом, можемо спостерігати несприятливу картину занадто малої кількості вакансій щодо числа безробітних, яке поступово збільшується.

Задля наочного представлення інформації, наведеної у табл. 2, побудуємо графік (рис. 2).

Основним джерелом створення робочих місць у зарубіжних країнах є інвестиції. Інвестиційні вкладення є індикатором розвитку національної економіки та мають значний вплив на функціонування ринку праці в Україні. Регулювання зайнятості на державному рівні – це процес впливу на сферу роботи для досягнення цілей та задоволення потреб суспільства.

Висновки. Сьогодні проблема безробіття вимагає розроблення та реалізації соціальних гарантій як із боку держави, так і з боку регіональної влади. Проблема безробіття нині потребує негайного вирішення та поглибленого наукового аналізу, який може бути використаний для розроблення та впровадження ефективної соціально-економічної політики, що буде спрямована на забезпечення продуктивності праці, зайнятості економічно активного населення країни та скорочення рівня безробіття до мінімального соціально допустимого рівня.

На нашу думку, основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні можуть бути надання премій підприємствам, які сплачують страхові внески більше двох років, без звільнення працівників, стимулювання розвитку малого та середнього

Таблиця 2

Кількість вакансій та кількість безробітних станом на 1 серпня 2021 року за професійними групами

Професійні групи	Кількість вакансій, одиниць	Кількість безробітних, осіб	Кількість претендентів на 1 вакансію, осіб
Усього	73 149	321 233	4
Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)	3 575	52 089	15
Професіонали	8 744	36 865	4
Фахівці	7 525	37 070	5
Технічні службовці	2 459	19 857	8
Працівники сфери торгівлі та послуг	10 549	52 527	5
Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства	808	8 278	10
Кваліфіковані робітники з інструментом	16 289	24 665	2
Робітники з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин	13 271	51 781	4
Найпростіші професії	9 929	38 101	4

Джерело: складено авторами на основі джерела [6]

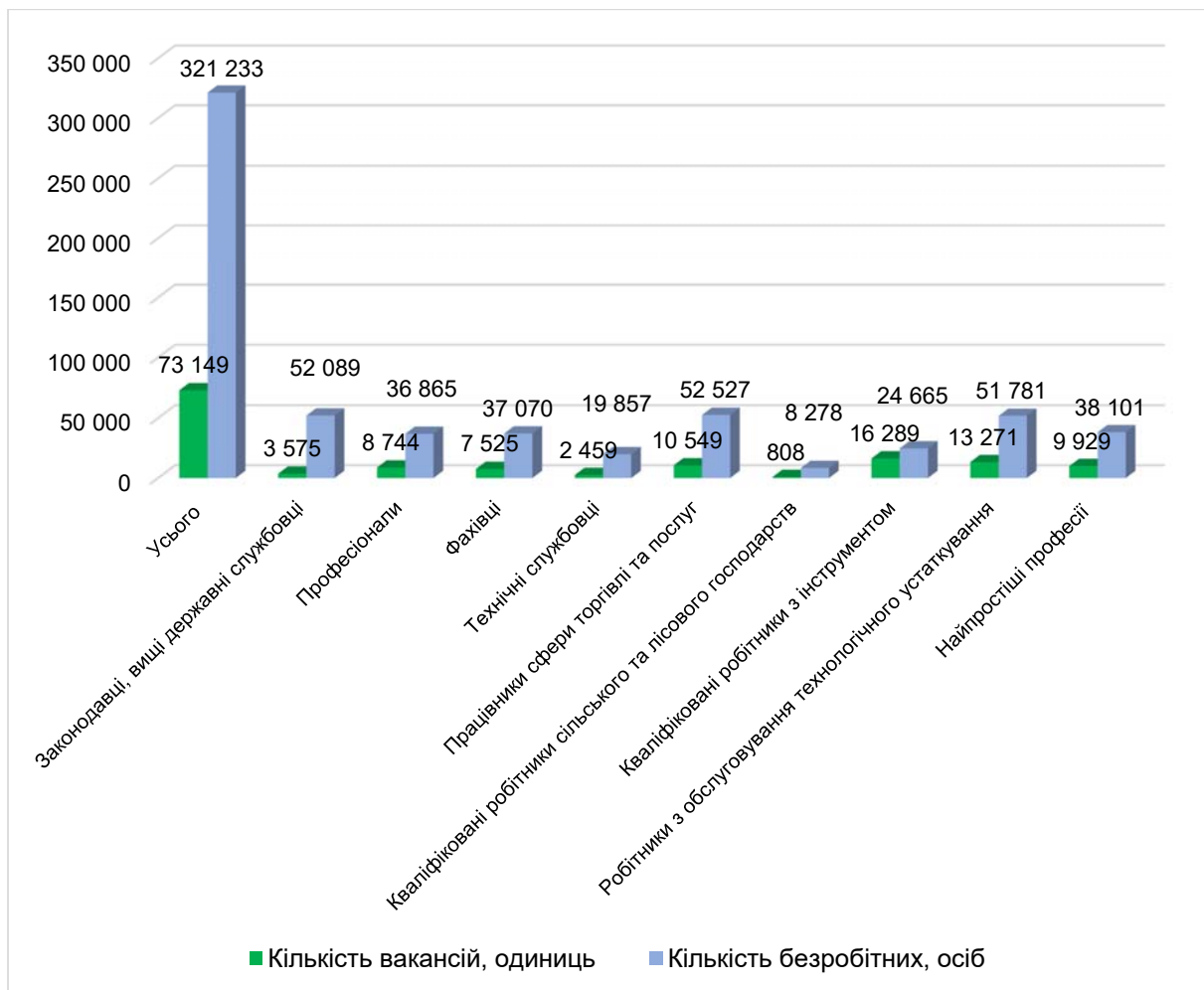


Рис. 2. Динаміка кредитів, наданих домашнім господарствам, за цільовим спрямуванням

Джерело: складено авторами на основі джерела [6]

бізнесу, заохочення підприємців до навчання, перепідготовки, подальше працевлаштування додаткової робочої сили, надання підприємцям субсидій, бонусів та податкових пільг під час працевлаштування додаткової робочої сили. Таким чином, вжиття вищезазначених заходів значно покращить ситуацію зайнятості населення на національному ринку праці.

Бібліографічний список:

1. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / ред. О. Майсюра. *Економіка та держава*. 2010. № 8. С. 60–61.
2. Безробіття як економічна категорія. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19414.
3. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства / ред. Л. Транченко. *Економіка та держава*. 2012. № 4. С. 12–13.
4. Про зайнятість населення : Закон України. Документ № 5067-VI, чинний, поточна редакція – редакція від 14 серпня 2021 року, підстава № 1667-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>.
5. Безробітне населення за причинами незайнятості. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/rp/ean/ean_u/arh_brnpr_rik_u.htm.
6. Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості у січні-серпні 2021 року. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>.

References:

1. Majsjura O. (2010) Bezrobittja ta naslidky jogho vplyvu na ekonomiku krajiny [Unemployment and its effects on the country's economy]. *Economy and state*, no. 8, pp. 60–61.
2. Bezrobittja jak ekonomichna kateghorija [Unemployment as an economic category]. Available at: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19414 (accessed 8 September 2021).
3. Tranchenko L. (2012) Bezrobittja jak socialjna problema rynkovogho suspiljstva [Unemployment as a social problem of a market society]. *Economy and state*, no. 4, pp. 12–13.
4. Zakon Ukrainy "Pro zajnjatistj naselennja" [Law of Ukraine "On Employment"]. Document 5067-VI, current, current version – edition dated 14.08.2021, basis № 1667-IX. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (accessed 17 September 2021).
5. Bezrobittne naselennja za prychnamy nezajnjatosti [Unemployed population due to unemployment]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/rp/ean/ean_u/arh_brnpr_rik_u.htm (accessed 26 September 2021).
6. Sytuacija na zarejestrovanomu rynku praci ta dijalnistj Derzhavnoji sluzhby zajnjatosti u sichni-serpni 2021 roku [The situation on the registered labor market and the activities of the State Employment Service in January-August 2021]. Available at: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68> (accessed 1 October 2021).

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 658.15

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-21>

Витвицька У.Я.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Пукіш О.В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Мухаїр Х.М.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Vytvytska Uliana

PhD in Economics, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Finance
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Pukish Oleksandra

Applicant of the second (masters) level of Higher Education
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Mukhair Khrystyna

Applicant of the second (masters) level of Higher Education
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ

PROBLEMS AND OPPORTUNITIES OF APPLYING THE CONCEPT OF VALUE-BASED MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF DOMESTIC COMPANIES

У статті проведено аналіз зарубіжної практики впровадження вартісно-орієнтованого управління на прикладі окремих компаній. Висвітлено переваги цього підходу та встановлено основні об'єктивні причини, які перешкоджають переходу вітчизняних підприємств від традиційного управління до управління на основі концепції VBM. Зазначено, що ключовим моментом у процесі переходу до VBM є формування системи показників, які б дали змогу оцінити зміну вартості компанії. Запропоновано здійснювати процес імплементації вартісно-орієнтованого управління в практичну діяльність вітчизняних компаній за такими етапами, як розроблення відповідної корпоративної стратегії, створення цільових показників ефективності, формування операційних планів, вимірювання ефективності на основі ключових показників, у тому числі нефінансових.

Ключові слова: *вартісно-орієнтоване управління, оцінка вартості компанії, показники ефективності, етапи імплементації.*

В статье проведен анализ зарубежной практики внедрения стоимостно-ориентированного управления на примере отдельных компаний. Освещены преимущества этого подхода и установлены основные объективные причины, препятствующие переходу отечественных предприятий от традиционного управления к управлению на основе концепции VBM. Указано, что ключевым моментом в процессе перехода к VBM является формирование системы показателей, которые бы позволили оценить изменение стоимости компании. Предложено осуществлять процесс имплементации стоимостно-ориентированного

управления в практическую деятельность отечественных компаний по таким этапам, как разработка соответствующей корпоративной стратегии, создание целевых показателей эффективности, формирование операционных планов, измерение эффективности на основе ключевых показателей, в том числе нефинансовых.

Ключевые слова: стоимостно-ориентированное управление, оценка стоимости компании, показатели эффективности, этапы имплементации.

The rapid development of globalization and increased competition in domestic and foreign markets, including financial markets, has prompted a change in traditional approaches to managing modern business structures. There was a need to form a new approach that would not only ensure the growth of the company's value in the long term, but also balance the interests of stakeholders and managers. This article analyzes the foreign practice of implementing value-oriented management on the example of individual companies. The advantages of this approach, which determine its active application in foreign practice of activity, are highlighted. The main objective reasons that prevent the transition of domestic enterprises from traditional management to management based on the concept of VBM are: the need to completely replace the old corporate culture with a new one and the formation of value-oriented thinking of all employees; insufficient development of the stock market in Ukraine and related difficulties in forecasting cash flows and calculating discount rates; the dominance among domestic business entities of small and medium-sized limited liability companies, whose activities in conditions of economic instability are focused on obtaining short-term financial and economic benefits; imperfect domestic financial statements, as a small proportion of domestic companies use reports prepared according to international standards; the "human factor", that is, a lack of understanding of the financial essence of VBM and lack of awareness of its possible effect, respectively, is the disinterest of managers and managers in the development of this area. It is noted that the key point in the transition to VBM is the formation of a system of indicators that would allow us to assess changes in the company's value. It is proposed to implement the process of implementing value-oriented management in the practical activities of domestic companies at the following stages: development of an appropriate corporate strategy, creation of performance targets, formation of operational plans, and measurement of efficiency based on key indicators, including non-financial ones.

Keywords: value based management, company valuation, efficiency indicators, stages of implementation.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток глобалізаційних процесів, посилення конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках, у тому числі на фінансовому, спонукали до зміни традиційних підходів до управління компаніями. У таких умовах орієнтація виключно на фінансовий результат у вигляді чистого прибутку достовірно не відображає реальний стан речей компанії, рівень ефективності її діяльності та конкурентоспроможності. Необхідний інший критерій, який би настільки не залежав від короткострокових коливань процентних ставок, курсу валют і був захищений від можливих маніпуляцій як з боку самої компанії та її менеджменту, так і з боку зовнішніх зацікавлених осіб (споживачів продукції компанії, постачальників, конкурентів).

Виникла потреба формування нового підходу, який не тільки забезпечив би зростання вартості компанії у довгостроковій перспективі, але й збалансував би інтереси стейкхолдерів та менеджерів компанії. Внаслідок цього на початку 80-х років ХХ століття на запити стратегічного й фінансового консалтингу виникла концепція вартісно-орієнтованого управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що вперше термін "Value Based Management" застосував у 1994 році Джон Елліс Мактаггарт у монографії «Імператив вартості» [1]. Ним було доведено, що грошові потоки формують вартість компанії, а також показано, як сформулювати таке завдання для менеджменту, що дасть змогу максимізувати акціонерну вартість та встановити взаємозв'язок між прийнятою компанією стратегією та її вартістю на ринках капіталу.

Теоретичне обґрунтування концепції вартісно-орієнтованого управління було здійснено Альфредом Раппапортом у праці «Створення вартості для

акціонерів: новий стандарт ведення бізнесу» [2], а у статті «Десять принципів створення вартості для власників» [3] цей автор першим сформулював основні принципи зазначеної концепції.

Вперше абревіатура VBM (Value-Based Management) була використана у 1990-х роках, коли Б. Стюарт, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррін опублікували працю «Вартість компанії: оцінка та управління», що стала фундаментом вартісно-орієнтованого менеджменту у світі, а у 2020 році була перевидана всьоме [4].

Серед вітчизняних учених, які зробили вагомий внесок у розвиток та популяризацію вартісно-орієнтованого управління в Україні, слід відзначити таких, як О.Г. Мендрул [5], О.О. Терещенко [6], Т.В. Момот [7], Л.А. Костирко [8], О.О. Захаркін [9], В.В. Чепка [10], Д.В. Коробков [11].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, незважаючи на чималу кількість наукових публікацій, присвячених концепції VBM, їх більшість спрямована на дослідження її теоретичних аспектів, а проблеми, які стосуються практичного впровадження вартісно-орієнтованого підходу у діяльність вітчизняних підприємств, залишаються невирішеними.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є проведення аналізу зарубіжної практики впровадження вартісно-орієнтованого управління на прикладі окремих компаній, висвітлення переваг цього підходу та встановлення основних об'єктивних причин, що перешкоджають переходу вітчизняних підприємств від традиційного управління до управління на основі концепції VBM, а також здійснення характеристики основних етапів його імплементації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зарубіжний досвід практичного застосування вартісно-

орієнтованого менеджменту представлений різними бізнес-структурами промислового, транспортного й фінансового секторів економіки: від найбільших компаній, корпорацій, державних підприємств до малих фірм та підприємців.

На прикладі окремих компаній розглянемо причини, які спонукали до впровадження вартісно-орієнтованого управління у їх діяльність.

Найбільш яскравим прикладом успішного впровадження концепції VBM, який можна вважати класичним, є компанія “Coca-Cola”, що, використавши показник доданої економічної вартості (Economic Value Added, EVA), з 1981 року забезпечила зростання своїх акцій у ціні у 20 разів, а саме з \$3 до майже \$60 [12].

Ще одним прикладом є нідерландська транснаціональна корпорація “AkzoNobel” [13], яка виробляє фарби та хімічну продукцію. Ця компанія працює у більш ніж 80 країнах світу та налічує близько 35 700 працівників, а її штаб-квартира знаходиться в Амстердамі. Впровадження вартісно-орієнтованого управління компанія здійснювала впродовж 1999–2003 років, зазначивши у своєму щорічному звіті за 1999 рік так: «наші амбіції у 2000 році – здійснити подальший перехід до створення вартості як рушійної сили нашого бізнесу» [14, с. 115]. До того “AkzoNobel” зосереджувала більшу увагу на фінансових показниках, а саме рентабельності продаж та рентабельності інвестицій.

Першою і основною причиною впровадження вартісно-орієнтованого управління цією компанією була необхідність зосередження уваги на ефективності використання наявного капіталу, оскільки великі придбання компанії у попередні роки діяльності привели до посиленого тиску з боку ринку капіталу.

Другою причиною впровадження VBM було заохочення до участі у вартісно-орієнтованому управлінні працівників. Оскільки всі бізнес-одиниці компанії характеризувались дуже високим рівнем автономії, управління на основі вартості мало стати поштовхом до зміни мислення менеджерів та працівників, а також їх стимулювання до нарощування вартості капіталу.

Третя причина полягала в тому, що ціна акцій “AkzoNobel” на ринку була заниженою, через що компанія могла стати об’єктом ворожого поглинання. Це змусило більше уваги приділяти корпоративній ефективності.

Четвертою і найбільш вагомою причиною була необхідність установити зв’язок між вартістю капіталу та її прибутками і збитками [14, с. 115–116].

У результаті впровадження VBM у 2017 році обіг компанії “AkzoNobel” склав 9,6 млрд. євро [13], а додана економічна вартість EVA зросла з 270 млн. євро у 1999 році до 520 млн. євро у 2003 році [14, с. 116].

Також як приклад успішного переходу до вартісно-орієнтованого управління слід розглянути “Schiphol Group” – нідерландську компанію з управління аеропортами, яка позиціонує себе як компанія, що виконує важливу соціально-економічну функцію [15]. “Schiphol Group” належить міністерству фінансів Нідерландів (69,77%), муніципалітетам Амстердама (20,03%) і Роттердама (2,2%), а також 8% її активів

належать міжнародному оператору “Paris Aéroport” [16]. Водночас “Schiphol Group” є 100% акціонером амстердамського аеропорту Схіпхол, аеропортів Роттердам-Гаага та Лелістад. Вона також володіє 51% активів аеропорту Ейндховена, 19,6% аеропорту Брісбена та 35% аеропорту Хобарт. Крім того, компанія має операційну франшизу терміналу 4 міжнародного аеропорту імені Джона Ф. Кеннеді в Нью-Йорку. Дохід компанії у 2018 році становив 1,5 млрд. євро, активи оцінюються в 7,354 млрд. євро [16].

Перехід “Schiphol Group” до вартісно-орієнтованого управління відбувався упродовж 1998–2000 рр., а його основними причинами стали такі [14, с. 164–183]:

- насамперед нова організаційна структура, що набула реалізації у 1998 році, коли керівництво компанії поставило перед бізнес-одиницями завдання продемонструвати свої економічні здобутки; окрім того, впровадження VBM дало змогу враховувати аспекти, яким за традиційного інвестиційного аналізу не приділялось належної уваги, зокрема тому факту, що розподіл активів та плата за капітал мають суттєвий вплив на рентабельність інвестицій;

- майбутня приватизація і, як наслідок, посилена увага до прибутковості акцій, оскільки фондовий ринок вимагав певну норму прибутку на вкладений у компанію капітал;

- необхідність єдиної інформаційної системи управління, яка б узгоджувала зовнішню та внутрішню звітність і контроль; така система спрощувала прийняття рішень, пов’язаних з управлінням вартістю, в результаті полегшеного пошуку даних, необхідних для проведення розрахунків вартісних показників;

- юридичні вимоги Нідерландського антимонопольного органу щодо механізму ціноутворення, оскільки компанія отримувала максимальну норму прибутку від авіаційної діяльності; також VBM розглядався як ефективний інструмент протистояння владі.

Наступний приклад успішного впровадження концепції вартісно-орієнтованого управління у Нідерландах – один із найбільших банків “ABN AMRO” [17]. Станом на 2017 рік активи “ABN AMRO” оцінюються в 393 млрд. євро. Банк діє у 63 країнах світу та налічує близько 110 тис. працівників [18].

Основною причиною переходу цим банком до вартісно-орієнтованого управління була необхідність здійснювати більш обґрунтоване інвестування та посилення контролю над витратами. Це було спричинено загостренням конкуренції у банківській сфері внаслідок подальшої глобалізації, що привело до інтеграції та дерегуляції ринків капіталу; збільшення ефекту масштабу та консолідації постачальників фінансових послуг за рахунок злиття, поглинання та об’єднання банківських інститутів, що привело до створення транснаціональних банків; зростання вимог до якості фінансових послуг з боку клієнтів; технологічної революції (діджиталізації), що привела до зменшення витрат на комунікації [14, с. 93].

Отже, перехід до вартісно-орієнтованого управління став важливим та необхідним етапом у функціонуванні розглянутих компаній, які за певних причин мали труднощі у своїй діяльності. Застосування цього підходу дало змогу підвищити ефективність їх

роботи, зменшити тиск із боку ринків капіталу, забезпечити зростання прибутковості та вартості, а також впровадити позитивні зміни у внутрішньому середовищі серед працівників з урахуванням інтересів власників.

Як зазначається у роботі М.К. Ізмайлова та В.В. Кобзева [19], нині 75% компаній Німеччини, Ірландії, Швейцарії та Австрії повністю перейшли на VBM. Серед британських компаній таких виявилось 65%, французьких – 50%, італійських – 40%. Щодо скандинавських країн, то бізнес Норвегії та Швеції охоплено цією практикою поки що тільки на третину.

У США вартісно-орієнтоване управління має статус найбільш респектабельної та адекватної наукової концепції після публікації дослідження американських учених. Ефективність концепції, за їх підрахунками, становить від 25% до 40% у торгівлі та страхуванні, у банківській сфері та будівництві – до 100–200% [19, с. 203].

Також дієвість вартісно-орієнтованого управління підтверджено у дослідженні [20], згідно з яким компанії, що застосовують у своїй діяльності принципи VBM, мають суттєві переваги внаслідок зростання ефективності використання ресурсів (82%); збільшення дохідності акцій порівняно з конкурентами (73%); більш обґрунтованого планування інвестицій (69%); орієнтації на довгострокову, а не миттєву вигоду (68%); підвищення прозорості процесів створення і руйнування вартості на підприємстві (87%).

Отже, Т. Коупленд, Т. Коллер і Дж. Муррін зазначають, що керівництво компаній, акції яких вільно обертаються на ринку цінних паперів, рано чи пізно приходять до необхідності створення системи управління вартістю [21, с. 82].

Водночас відомі приклади невдалого впровадження VBM. Зокрема, керівництво однієї з найбільших американських телекомунікаційних компаній "AT&T" у 1994 році прийняло рішення про перехід до вартісно-орієнтованого управління, базуючись на використанні показника EVA. Однак через три роки компанія відмовилась від цього підходу через, по-перше, невідповідність EVA створенню акціонерної вартості; по-друге, труднощі під час формування мотивації для менеджерів на основі EVA. Саме ці причини привели до того, що за період використання VBM-підходу вартість компанії "AT&T" знизилась на 9% [22].

Окрім того, як показує світовий досвід, застосування VBM має деякі інші обмеження, і не всі компанії можуть мати однаковий зиск під час використання цього інструменту. Вважається, що цей підхід більше придатний для компаній, які функціонують у капіталомістких, виробничих галузях, на відміну від компанії сфери послуг, де зазвичай більше уваги приділяється розвитку людських ресурсів. Окрім того, існує думка про те, що впровадження VBM доцільне лише на підприємствах, які мають певні фінансові труднощі, а також у новостворених компаніях, яким не потрібно кардинально змінювати норми корпоративної культури, що вже склалися [22].

Підсумовуючи проведений аналіз, зазначаємо, що загалом використання вартісно-орієнтованого управління у практичній діяльності компанії має низку переваг, серед яких слід виділити такі:

- узгодження інтересів не тільки акціонерів та менеджерів компанії, але й інших зацікавлених сторін, а саме стейкхолдерів (працівників, кредиторів, постачальників, споживачів, органів місцевої влади, держави);

- орієнтація на підвищення ефективності діяльності компанії у довгостроковій перспективі, гармонізація стратегічних, поточних і тактичних цілей, оскільки основним критерієм їх формування є максимізація вартості;

- створення конкурентних переваг за рахунок підвищення капіталізації компанії;

- висока інформативність вартісно-орієнтованих показників, адже жоден інший показник оцінки результатів функціонування компанії не інтегрує в собі такий масив інформації про її інвестиційну привабливість, склад і рівень основних ризиків, можливі резерви більш ефективного використання ресурсного потенціалу тощо;

- підвищення рівня транспарентності компанії, тобто прозорості ведення бізнесу за рахунок ефективної комунікації між керівництвом компанії та її акціонерами, кредиторами, засобами масової інформації, іншими ринковими агентами і суспільством загалом;

- формування системи мотивації персоналу, за якої розмір винагороди буде безпосередньо залежати від величини вартості, створеної кожним працівником (шляхом визначення, планування й контролю ключових факторів вартості на кожній ділянці роботи, яку виконують працівники відповідної бізнес-структури) [23];

- формування дієвої системи моніторингу діяльності компанії, що значно підвищує якість і ефективність ухвалення управлінських рішень.

Якщо у діяльності зарубіжних компаній вартісно-орієнтоване управління є доволі поширеним, то вітчизняні підприємства користуються цим інструментом вкрай рідко. Основними об'єктивними причинами, які перешкоджають активній імплементації вартісно-орієнтованого управління у діяльність вітчизняних компаній, є такі [6; 9; 10]:

- 1) VBM є всеохоплюючою та цілісною системою менеджменту, для ефективного впровадження якої необхідна повна заміна старої корпоративної культури на нову й формування вартісно-орієнтованого мислення, яке базується на наявності двох компонентів, а саме системі оцінювання вартості та вартісно-орієнтованому управлінні; здебільшого менеджери чітко не уявляють, як створюється вартість, які фактори на це впливають, як ринок оцінює компанію;

- 2) недостатній розвиток фондового ринку в Україні не дає змоги точно визначити ринкову вартість власного капіталу та, відповідно, правильно оцінити зміну вартості компанії; труднощі під час прогнозування грошових потоків, на яких ґрунтується така оцінка, ускладнюють отримання достовірних результатів; крім того, в українських реаліях розрахунок ставок дисконту для врахування фактору часу часто супроводжується високим рівнем суб'єктивізму;

- 3) більшість бізнес-структур в Україні (понад 50%) – це товариства з обмеженою відповідальністю, а саме малі та середні підприємства; в умовах

нестабільної економіки, несприятливої політичної ситуації, перманентних змін у законодавстві відбувається генерування високих операційних, фінансових, комерційних та інших ризиків, тому діяльність підприємств спрямована зазвичай на одержання прибутку в короткостроковому періоді, причому переважно за рахунок оптимізації витрат, а не на отримання позитивних економічних ефектів у довгостроковій перспективі;

4) базою для проведення розрахунку вартісно-орієнтованих показників є недосконала вітчизняна фінансова звітність, оскільки тільки незначна частина вітчизняних підприємств використовує звітність, сформовану за міжнародними стандартами; також вартісно-орієнтоване управління передбачає переведення показників фінансового обліку в показники управлінського обліку [10, с. 237].

Окрім того, російські вчені М.К. Ізмайлов та В.В. Кобзев вважають, що основним стримуючим фактором впровадження вартісно-орієнтованого підходу в діяльність компаній на пострадянському просторі є «людський фактор», тобто нерозуміння

фінансової сутності VBM та відсутність усвідомлення його можливого ефекту, звідки випливає незацікавленість керівників і менеджерів у розвитку цього напрямку [19, с. 205]. До того ж рівень заробітної плати та інших винагород більшості менеджерів не залежить від їх внеску в зростання вартості компанії. Не менш важливу роль у цьому відіграє відсутність необхідних компетенцій та навичок фінансових фахівців компаній, необхідних для практичної реалізації цієї концепції.

Українські вчені вважають, що приблизний термін переходу вітчизняних компаній на систему VBM за стабільної економіки становить один рік. Однак, як показав висвітлений досвід окремих зарубіжних компаній, цей процес є значно тривалішим. Ключовим моментом у процесі переходу до VBM є формування системи показників, які б дали змогу оцінити зміну вартості компанії. Ці показники мають бути інтегровані в систему фінансової звітності, а також у систему фінансового планування й бюджетування.

Окрім цього, велике значення має сам процес переходу компаній до вартісно-орієнтованого управлін-

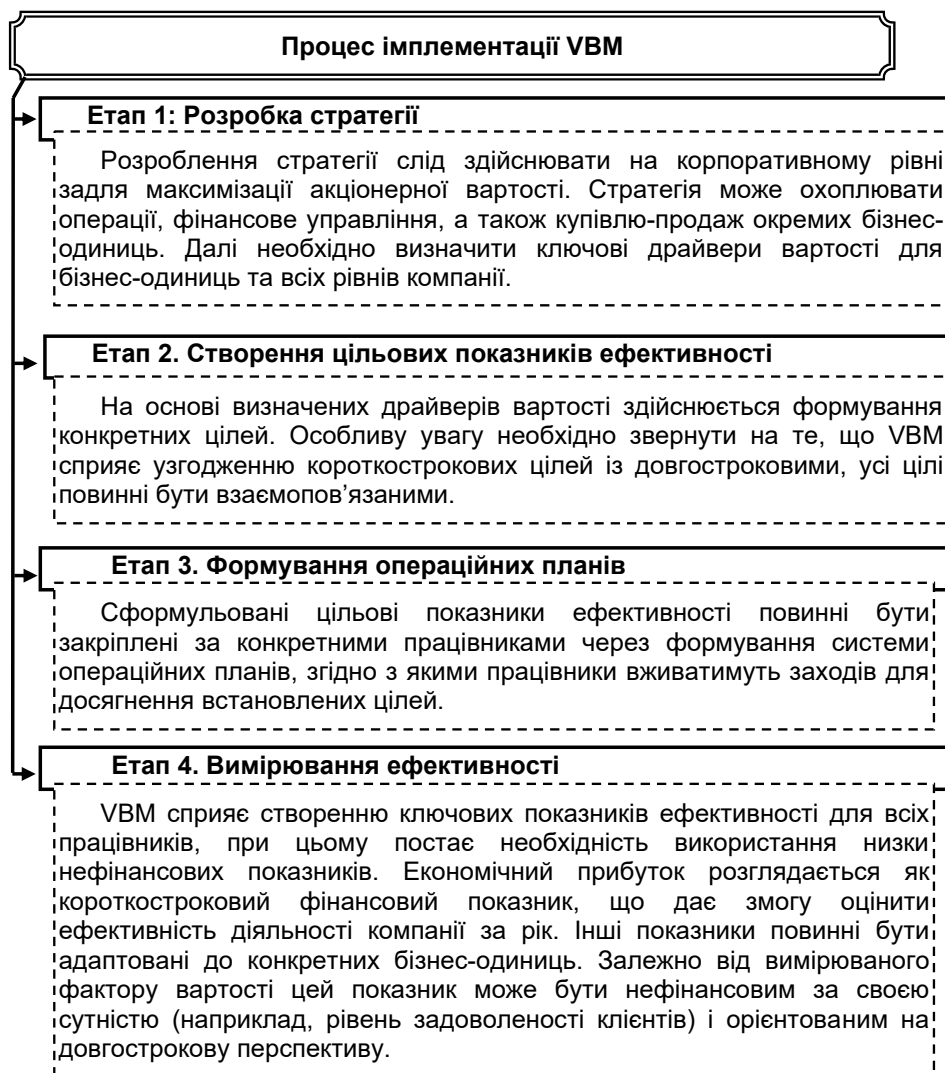


Рис. 1. Характеристика етапів імплементації вартісно-орієнтованого управління в практичну діяльність компаній

Джерело: розроблено авторами на основі джерел [6; 24]

ня, імплементацію якого в Україні пропонуємо здійснювати за такими основними етапами (рис. 1).

Також ефективність реалізації системи управління, націленої на зростання вартості, залежить від низки як зовнішніх (розвитку фондового ринку, ринку корпоративного контролю, активності інституціональних інвесторів), так і внутрішніх факторів (стадії життєвого циклу компанії, її прозорості, можливості й бажання керівників підтримувати стійкий цикл створення вартості шляхом використання ключових елементів VBM, а саме стратегії, що акумулює пріоритетні фактори вартості, систематичного визначення вартості й побудови відповідної системи винагород) [25].

Висновки. Отже, вартісно-орієнтований менеджмент є сучасним та ефективним інструментом управління діяльністю компаній у цілому світі. Його використання не тільки забезпечує поліпшення фінансових показників, але й приводить до посилення конкурентоспроможності сучасних бізнес-структур, компаній різних галузей, банківських установ.

Хоча активне впровадження цього підходу у світовій практиці господарювання набуває все більших масштабів, вітчизняні підприємства досі залишаються на рівні переходу між традиційним та вартісно-орієнтованим менеджментом. Імплементація концепції VBM в Україні потребує формування відповідної методологічної основи, поліпшення інформаційної системи фінансового менеджменту, систематизації моделі вартісно-орієнтованого управління та коригування показників ефективності, а також удосконалення законодавства, відновлення та розвитку фондового ринку, зменшення впливу корупційних ризиків.

Бібліографічний список:

1. McTaggart J., Kontes P., Mankins M. The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns. *New York* : The Free Press, 1994. 367 p.
2. Rappaport A. Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance. *New York* : The Free Press, 1998. 205 p.
3. Rappaport A. Ten ways to create shareholder value. *Harvard Business Review*. 2006. Sep. № 84 (9). P. 66–77.
4. Koller T., Goedhart M., Wessels D. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 7th Edition. *New York* : John Wiley & Sons Inc., 2020. 896 p.
5. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств : монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 272 с.
6. Терещенко О.О., Савчук Д.Г. Вартісно-орієнтований контролінг – інноваційний ресурс управління корпоративними фінансами. *Фінанси України*. 2011. № 12. С. 77–88.
7. Momot T., Tumietto D., Rodchenko S., Lelyuk N. Value-based Security System of the Commercial Bank. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2019. June. № 2 (29). P. 44–54. URL: <https://www.researchgate.net/publication/337122137> (дата звернення: 15.11.2021).
8. Костирко Л.А., Велентейчик Н.Ю. Формування механізму управління капіталізацією підприємств. *Часопис економічних реформ*. 2017. № 1. С. 50–59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2017_1_12 (дата звернення: 15.11.2021).
9. Захаркін О.О. Вартісно-орієнтоване управління на основі стейкхолдерського підходу в контексті інноваційного розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 10 (160). С. 149–157.

10. Чепка В.В., Павлюк Т.С. Проблеми та перспективи впровадження вартісно-орієнтованого управління на вітчизняних підприємствах. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 234–238.
11. Коробков Д.В., Сотніков А.В. Особливості впровадження та використання вартісно-орієнтованого управління на українських підприємствах. *Актуальні проблеми управління*. 2012. № 11. С. 1–9.
12. Шатило Л.В. Value-Based Management в українських реаліях: чи варто вітчизняним компаніям добре вартувати? URL: http://ua.prostobiz.ua/layout/set/print/biznes/rozvitok_biznesu/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiyah_chi_varto_vitchiznyanim_kompaniyam_dobre_vartuvati (дата звернення: 15.11.2021).
13. AkzoNobe I: веб-сайт. URL: <https://www.akzonobel.com> (дата звернення: 15.11.2021).
14. Bouter L.M. Value-based Management Control Systems: An Analysis of Design and Use. URL: http://www.claesconsulting.nl/full_text.pdf (дата звернення: 15.11.2021).
15. Schiphol Group : веб-сайт. URL: <https://www.schiphol.nl/en/schiphol-group/page/company> (дата звернення: 15.11.2021).
16. Schiphol Group. *Wikipedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Schiphol_Group (дата звернення: 16.11.2021).
17. ABN AMRO Bank : веб-сайт. URL: <https://www.abnamro.com> (дата звернення: 16.11.2021).
18. ABN AMRO. *Вікіпедія*. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/ABN_AMRO (дата звернення: 16.11.2021).
19. Измайлов М.К., Кобзев В.В. Проблемы и перспективы внедрения стоимостно-ориентированного управления на отечественных промышленных предприятиях. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2019. Т. 102. № 5. С. 199–208. URL: <https://elib.spbstu.ru/dl/2/j19-496.pdf/view> (дата звернення: 16.11.2021).
20. Haspeslagh Philippe, TomoNoda, and Fares Boulos. Managing for Value: It's Not Just About the Numbers. *Harvard Business Review*. 2007. July – August. P. 65–73.
21. Коупленд Т., Колер Т., Муррин Дж. Управление стоимостью компании. *Вестник МакКинси*. 2002. № 1. С. 82–111.
22. Value-Based Management в украинских реалиях: стоит ли отечественным компаниям хорошо стоить? URL: https://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie_biznesa/stati/value_based_management_v_ukrayinskih_realiyah_stoit_li_otchestvennym_kompaniyam_horosho_stoit (дата звернення: 16.11.2021).
23. Ткачук Н.М. Переваги та недоліки впровадження вартісно-орієнтованого управління в банках України. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_54 (дата звернення: 17.11.2021).
24. Demystifying value-based management. ACCA Think Ahead : веб-сайт, 2020. URL: <https://www.accaglobal.com/pk/en/student/exam-support-resources/professional-exams-study-resources/p5/technical-articles/demystifying-vbm.html> (дата звернення: 16.11.2021).
25. Рыбин В.Н., Скобелева И.П. Ценностно-ориентированный менеджмент и оценка стоимости страховых компаний. URL: <https://laws.studio/uslugi-strahovanie/tsennostno-orientirovannyiy-menedjment-otsenka-43848.html> (дата звернення: 16.11.2021).

References:

1. McTaggart J., Kontes P., Mankins M. (1994) The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns. NY.: The Free Press, 367 p.
2. Rappaport A. (1998) Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance. NY.: The Free Press, 205 p.
3. Rappaport A. (2006) Ten ways to create shareholder value. *Harvard Business Review*, Sep; 84 (9), pp. 66–77.

4. Koller T., Goedhart M., Wessels D. (2020) Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 7th Edition. NY.: John Wiley & Sons Inc., 896 p.
5. Mendrul O.G. (2002). *Upravlinnia vartistiu pidpriemstv* [Enterprise Value Management]. Kyiv: KNEU, 272 p. (in Ukrainian)
6. Tereshchenko O.O., Savchuk D.G. (2011) Vartisno-orientovanyi kontrolinh – innovatsiyniy resurs upravlinnia korporatyvnymy finansamy [Value-Oriented Controlling is an innovative resource for corporate finance management]. *Finance of Ukraine*, no. 12, pp. 77–88.
7. Momot T., Tumietto D., Rodchenko S., Lelyuk N. (2019) Value-based Security System of the Commercial Bank. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, June, no. 2 (29), pp. 44–54. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/337122137> (accessed 15 November 2021).
8. Kosturko L.A., Velenteychuk N.U. (2017) Formuvannya mehanizmy upravlinnya kapitalizacieu pidpruemstv [Formation of the mechanism of management of capitalization of the enterprises]. *Journal of Economic Reforms*, no. 1, pp. 50–59. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2017_1_12 (accessed 15 November 2021).
9. Zakharin O.O. (2014) Vartisno-orientovane upravlinnia na osnovi steikkholderskoho pidkhodu v konteksti innovatsiynoho rozvytku pidpriemstva [Value-based management based on a stakeholder approach in the context of enterprise innovation development]. *Current problems of the economy*, no. 10, pp. 149–157.
10. Chepka V.V., Pavlyuk T.S. (2016) Problemy ta perspektyvy vprovadzhennia vartisno-orientovanoho upravlinnia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh [Problems and prospects of implementation of cost-oriented management at domestic enterprises]. *Black Sea Economic Studies*, no. 10, pp. 234–238.
11. Korobkov D.V., Sotnikov A.V. (2012) Osoblyvosti vprovadzhennia ta vukorustannya vartisno-orientovanoho upravlinnia na ukrainckux pidpruemstvax [Features of implementation and use of cost-oriented management at Ukrainian enterprises]. *Current management issues*, no. 11, pp. 1–9.
12. Shatulo L.V. Value-Based Management v ukrainskux realiyax: chu varto vitchuznynum kompaniyam dobre vartuvatu? [Value-Based Management in Ukrainian realities: should domestic companies be well worth it?]. Available at: http://ua.prostobiz.ua/layout/set/print/biznes/rozvitok_biznesu/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiiyah_chi_varto_vitchiznyanim_kompaniyam_dobre_vartuvati (accessed 15 November 2021).
13. AkzoNobel: web-site. Available at: <https://www.akzonobel.com> (accessed 15 November 2021).
14. Bouter L.M. Value-based Management Control Systems: An Analysis of Design and Use. Available at: http://www.claesconsulting.nl/full_text.pdf (accessed 15 November 2021).
15. Schiphol Group: web-site. Available at: <https://www.schiphol.nl/en/schiphol-group/page/company> (accessed 15 November 2021).
16. Schiphol Group. *Wikipedia*. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Schiphol_Group (accessed 16 November 2021).
17. ABN AMRO Bank: web-site. Available at: <https://www.abnamro.com> (accessed 16 November 2021).
18. ABN AMRO. *Wikipedia*. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/ABN_AMRO (accessed 16 November 2021).
19. Ismayilov M.K., Kobzev V.V. (2019) Problemy i perspektivu vnedrenuya stoumostno-orientirovannogo upravliniya na otechestvinox promushlenux predpriyatiyax [Problems and prospects for the implementation of value-based management at domestic industrial enterprises]. *Scientific and technical statements of SPbSPU. Economic sciences*, no. 5 (12), pp. 199–208. Available at: <https://elibr.spbstu.ru/dl/2/j19-496.pdf/view> (accessed 16 November 2021).
20. Haspeslagh Philippe, TomoNoda, and Fares Boulos (2007) Managing for Value: It's Not Just About the Numbers. *Harvard Business Review*. July – August, pp. 65–73.
21. Koumplend T., Koler T., Myrrin J. (2020) Upravlenie stoumostu kompanii. [Company value management]. *McKinsey Herald*, no. 1, pp. 82–111.
22. Value-Based Management v ukrainskux realiyax: stoit lu otechestvennum kompaniyam xorosho stoit? [Value-Based Management in Ukrainian realities: should domestic companies be worth well?]. Available at: https://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie_biznesa/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiiyah_stoit_li_otchestvennym_kompaniyam_horosho_stoit (accessed 16 November 2021).
23. Tkachyk N.M. (2013) Perevagu ta nedoliki vprovadzhennia vartisno-orientovanoho upravlinnia v bankah Ukrainu [Advantages and disadvantages of implementing cost-oriented management in Ukrainian banks]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_54 (accessed 17 November 2021).
24. Association of Chartered Certified Accountants (2020). Demystifying value-based management. Available at: <https://www.accaglobal.com/pk/en/student/exam-support-resources/professional-exams-study-resources/p5/technical-articles/demystifying-vbm.html> (accessed 16 November 2021).
25. Pubun V.N., Skoboleva I.P. Cennostno-orientirovannuy menegment I oenka ctoimosti straxovux kompaniy [Value-Based Management and assessment of the cost of insurance companies]. Available at: <https://laws.studio/uslugi-strahovanie/tsennostno-orientirovannyiy-menedjment-otsenka-43848.html> (accessed 16 November 2021).

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.47

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-22>

Голуб Н.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

Golub Nataliia

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Finance, Accounting and Taxation
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

MANAGEMENT ASPECTS OF ACCOUNTING FOR INLINE LIABILITIES

У статті досліджено основні положення обліку зобов'язань, а саме обліку поточних зобов'язань. Розглянуто основні аспекти впливу на прийняття управлінських рішень щодо обліку поточних зобов'язань. Здійснено порівняння бухгалтерської та юридичної точок зору на сутність поняття та визначення моменту виникнення зобов'язань, розглянуто можливі шляхи врівноваження невідповідності між моментом виникнення облікових та юридичних зобов'язань. Проаналізовано класифікацію поточних зобов'язань у розрізі вітчизняного та міжнародного законодавства, наведено класифікацію за іншими можливими критеріями. Розглянуто види оцінок поточних зобов'язань. Обґрунтовано організаційні та методичні аспекти обліку поточних зобов'язань у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: зобов'язання, поточні зобов'язання, короткострокові зобов'язання, управління, оцінка, заборгованість.

В статье исследованы основные положения учета обязательств, а именно учета текущих обязательств. Рассмотрены основные аспекты влияния на принятие управленческих решений по учету текущих обязательств. Осуществлено сравнение бухгалтерской и юридической точек зрения на сущность понятия и определение момента возникновения обязательств, рассмотрены возможные пути согласования несоответствия между моментом возникновения учетных и юридических обязательств. Проанализирована классификация текущих обязательств в разрезе отечественного и международного законодательства, приведена классификация по другим возможным критериям. Рассмотрены виды оценок текущих обязательств. Обоснованы организационные и методические аспекты учета текущих обязательств в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: обязательства, текущие обязательства, краткосрочные обязательства, управление, оценка, задолженность.

Studies of the work of leading scientists have shown that the theoretical provisions on current liabilities are controversial, and the issues of definition, classification, definition, evaluation, methods of their accounting require further study and improvement. The main provisions of accounting for liabilities are explored. Accounting for current liabilities is discussed in detail. They provide an opportunity to expand the economic activity of the enterprise and at the same time increase the profitability of the enterprise and increase equity. The article discusses the main aspects of the impact on management decisions regarding the accounting of current liabilities. At the current stage of development of economic relations, the uncontrolled growth of liabilities, especially current ones, may threaten the loss of the company's financial stability and solvency. The comparison of accounting and legal points of view on the essence of the concept and determination of the moment of occurrence of obligations is made. In accounting, liabilities arise simultaneously with the acquisition of assets and are recognized if it is probable that future economic benefits associated with the item will flow to the entity. From a legal point of view, the obligation arises from the moment of signing the contract, regardless of whether certain actions have already been taken to fulfill it. Possible

ways to balance the mismatch between the time of occurrence of accounting and legal obligations are considered. The classification of current liabilities is also analyzed. The classification according to possible criteria is given. Types of estimates of current liabilities are considered. A classification of an enterprise's liabilities is necessary to understand how to manage them in an accounting information system. An assessment of current liabilities and the impact on enterprise management is considered. The application of the precautionary principle when evaluating a company's liabilities is important. Organizational and methodological aspects of accounting for current liabilities in modern business conditions are substantiated.

Keywords: *liabilities, current liabilities, current liabilities, management, valuation, arrears.*

Постановка проблеми. Зобов'язання мають велике значення, оскільки вони тісно взаємопов'язані з основними напрямками, а саме прибутковості та ліквідності підприємства. Зобов'язання – це джерело коштів для операційної, інвестиційної діяльності з фінансування, коли вони нараховані, але також зобов'язання є заборгованістю, що погашається за рахунок коштів. Для досягнення успіху підприємству необхідно досягти відповідного рівня зобов'язань. Підприємства, зобов'язання яких дуже високі, мають надмірний ризик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий інтерес до питань теорії та методології обліку поточної заборгованості простежується в працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Питання обліку поточних зобов'язань розглядаються в роботах Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, Н.М. Грабова, Р.О. Грачова, В.П. Завгороднього, В.М. Івахненка, М.В. Кужельного, А.М. Кузьмінського, Н.М. Ткаченка, С.В. Кузнєцовой, М.С. Пушкаря, А.Р. Макміна, Б. Райана, В.Г. Швеця.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження праць провідних учених показали, що теоретичні положення щодо поточних зобов'язань викликають дискусію, а питання визначення, класифікації, оцінювання, методики їх обліку вимагають подальшого вивчення та вдосконалення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз теоретичних основ поточних зобов'язань, методу обліку поточних зобов'язань та визначення основних факторів, які впливають на управління поточними зобов'язаннями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною причиною виникнення короткострокових зобов'язань є забезпечення потреб підприємства у грошових коштах протягом операційного циклу. Операційний цикл – це процес перетворення коштів на купівлю, продаж, рахунки для отримання й назад на кошти. Більшість короткострокових зобов'язань виникає внаслідок підтримки цього циклу: рахунки отримання виникають внаслідок купівлі запасів, нараховані доходи – внаслідок авансових платежів покупців. Короткострокові позики використовуються тоді, коли необхідні кошти у періоди надлишкових рівнів запасів чи очікування отримання дебіторської заборгованості. Іноді кошти витрачаються на оплату поточної частини довгострокової заборгованості, інвестиції у довгострокові активи чи виплату дивідендів [8, с. 415].

Неспроможність управляти грошовими потоками, пов'язаними з короткостроковими зобов'язаннями, може мати серйозні наслідки для підприємства (вчасно не сплачені рахунки можуть призупинити необхідне постачання; нездатність оплачувати рахунки про-

тягом тривалого часу може привести до банкрутства підприємства). Щоб оцінити здатність підприємства покрити короткострокові зобов'язання, часто застосовуються три показники, такі як оборотний капітал, коефіцієнт поточної ліквідності й коефіцієнт термінової ліквідності. Поточні зобов'язання є основним елементом у цих показниках. Показники демонструють платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Вони дають змогу визначити частку короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів. Чистий оборотний капітал необхідний для підтримки фінансової стійкості підприємства, оскільки перевищення оборотних коштів над короткостроковими зобов'язаннями означає, що підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але й має резерви для розширення діяльності [7, с. 333–334].

Для правильного визначення короткострокових зобов'язань та управління ними необхідно розуміти, як вони виникають, оцінюються, класифікуються та розкриваються. Під час визнання зобов'язань важливим елементом є час. Нездатність відобразити зобов'язання у певному обліковому періоді часто приводить до нездатності відобразити витрати. Це веде до заниження витрат та завищення прибутку. Зобов'язання реєструються в обліку тоді, коли виникає заборгованість у ньому [9].

Для належної організації бухгалтерського обліку зобов'язань важливо визначити, коли виникають зобов'язання, оскільки юридичний та економічний аспекти цього питання різняться. Отже, під час підписання договору на поставку товару існує юридичне зобов'язання, сутність якого полягає в тому, що воно може бути виконане в майбутньому. Таке зобов'язання не відображається в бухгалтерському обліку, оскільки воно є боргом. У бухгалтерському обліку зобов'язання відображається тільки тоді, коли у зв'язку з ним виникає заборгованість. Зазвичай заборгованість виникає після переходу права власності (одержання прав використання) на товари й послуги.

У бухгалтерському обліку джерелом виникнення зобов'язань є факт проведення господарської операції, інформація про яку служить підставою для бухгалтерських записів, що відображають зобов'язання підприємства.

В обліку зобов'язання зазвичай оцінюються за сумою погашення, яка потрібна для погашення боргу по рахунках.

Як правило, підприємство має кілька видів зобов'язань і значну кількість кредиторів. Отже, ко-

Держава та регіони

ристувачам фінансової звітності необхідно мати можливість визначити типи й величини зобов'язань підприємства з фінансових звітів. Облікова модель і перевірка фінансової звітності є достатніми для впевненості користувачів фінансової звітності в тому, що всі зобов'язання підприємства належним чином визначено, оцінено і включено до фінансових звітів відповідно до принципу повного розкриття інформації. Щоб задовольнити ці вимоги, зобов'язання класифікуються на поточні зобов'язання та довгострокові зобов'язання.

Згідно з НП(С)БО 11 «Зобов'язання», поточні зобов'язання – це зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу [4].

Класифікація зобов'язань повністю відповідає класифікації активів. Поточні зобов'язання включають заборгованість, погашення якої очікується протягом року. Здебільшого вона погашається за рахунок поточних активів або отриманих під час поточної діяльності.

Інформаційні потреби потенційних користувачів базуються на умові відповідності бухгалтерського

обліку вимогам економічної системи, оскільки саме бухгалтерський облік виступає забезпечувальною ланкою управління цією системою. У табл. 1 наведено в розрізі категорій підприємств динаміку поточних зобов'язань.

Немалу частку серед зобов'язань займають такий їх вид, як поточні зобов'язання. Відповідно до НП(С)БО 11 «Зобов'язання», поточні зобов'язання – це зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу [4].

Структура поточної заборгованості впливає на рух обігових коштів, тому ефективне управління нею є актуальною задачею будь-якого підприємства. У табл. 2 представлено стан поточних зобов'язань за видами діяльності.

Важливу роль у бухгалтерському обліку відіграє оцінка поточних зобов'язань. Вона необхідна під час виникнення прав і зобов'язань підприємства, відображення розрахункових операцій, що приводять до утворення й погашення зобов'язань.

Кожен господарюючий суб'єкт повинен створити систему обліку короткострокових зобов'язань та-

Таблиця 1

Поточні зобов'язання і забезпечення підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2013–2020 роки, тис. грн.

Категорія підприємств	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Всього	5 769 538 995,9	6 408 553 734,3	6 764 591 798,3	7 424 970 644,4
Великі підприємства	1 827 293 401,0	1 865 475 972,9	2 060 182 878,8	1 983 351 343,8
Середні підприємства	2 050 138 307,8	2 458 800 493,6	2 535 053 545,3	2 823 312 832,3
Малі підприємства	1 892 107 287,1	2 084 277 267,8	2 169 355 374,2	2 618 306 468,3
зокрема, мікропідприємства	1 054 077 828,7	1 194 712 493,9	1 237 015 038,1	1 498 631 061,1

Джерело: сформовано автором на підставі джерела [1]

Таблиця 2

Поточні зобов'язання за видами діяльності, млн. грн.

Вид діяльності	Код КВЕД	Поточні зобов'язання і забезпечення	
		на 1 січня 2021 року	на 30 червня 2021 року
Всього		3 998 012,3	4 180 737,5
сільське, лісове та рибне господарство	A	11 505,1	11 176,6
промисловість	B+C+D+E	1 968 955,8	2 057 157,9
будівництво	F	133 567,3	153 756,8
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	G	1 220 653,5	1 298 648,6
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	H	265 479,5	259 333,9
тимчасове розміщування й організація харчування	I	12 321,9	12 875,6
інформація та телекомунікації	J	58 178,7	61 532,5
фінансова та страхова діяльність	K	62 336,1	67 886,2
операції з нерухомим майном	L	76 638,2	73 530,6
професійна, наукова та технічна діяльність	M	127 563,3	118 444,0
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	N	30 879,2	35 368,2
освіта	P	1 135,4	1 232,6
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	Q	14 870,9	16 433,9
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	R	12 836,1	12 543,3
надання інших видів послуг	S	1 091,3	816,8

Джерело: сформовано автором на підставі джерела [1]

ким чином, щоб вона максимально швидко фіксувала облікову інформацію про наявність та рух поточних зобов'язань на підприємстві, адже дані про зобов'язання є підставою для прийняття управлінських рішень та проведення подальшого контролю й аналізу стану підприємства, тому кожен суб'єкт господарювання повинен постійно здійснювати діяльність щодо вдосконалення обліку короткострокових зобов'язань.

Для ефективного управління поточною заборгованістю необхідні раціональна організація обліку, постійний контроль, проведення аналізу боргів, термінів сплати та документальне підтвердження [6].

Раціональна організація поточної заборгованості підприємства передбачає вжиття таких заходів:

- вибір найбільш сприятливих для суб'єкта господарювання форм розрахунків щодо погашення зобов'язань;

- формування методичних підходів і техніки аналітичного та синтетичного обліку;

- встановлення регламенту документування операцій щодо постачання (надходження) товарно-матеріальних цінностей та оперативного контролю за станом розрахунків.

В кінці звітної періоду для визначення стану поточної заборгованості кожне підприємство має проводити інвентаризацію заборгованості за чинними договорами. В ході інвентаризації перевіряються дотримання термінів позовної давності, обґрунтованість сум цих зобов'язань. Якщо в результаті інвентаризації було виявлено, що зобов'язання не можуть бути погашені, то керівником приймається управлінське рішення щодо її списання.

Висновки. Отже, раціонально організований бухгалтерський облік зобов'язань на підприємстві сприятиме виявленню найбільш ефективних форм та умов залучення позикових ресурсів, забезпеченню своєчасності розрахунків за короткостроковими зобов'язаннями підприємства, вжиттю заходів щодо зменшення розміру заборгованості та забезпеченню виконання зобов'язань перед кредиторами. Управління поточними зобов'язаннями має бути націлене на оптимізацію її розміру, визначення джерел, скорочення строків погашення та своєчасність її погашення.

Чітка організація й методика обліку дають змогу забезпечити отримання об'єктивної інформації для аналізу та контролю поточних зобов'язань, проведення яких сприяє ефективному формуванню, підготовці та прийняттю управлінських рішень щодо діяльності підприємств, підтриманню їхньої фінансової стійкості та платоспроможності на високому рівні.

Бібліографічний список:

1. Статистична інформація. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html.
2. Про фінансовий облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996. *Ліга закону*. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14&p=1306924068985324> (дата звернення: 06.11.2021).

3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 року № 291 *Ліга закону*. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0892-99> (дата звернення: 06.11.2021).
4. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 року № 20. *Ліга закону*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0085-00> (дата звернення: 06.11.2021).
5. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань : Наказ Міністерства фінансів України від 2 вересня 2014 р. № 879. *Ліга закону*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text> (дата звернення: 07.11.2021).
6. Кузнецова С.В. Управлінська бухгалтерська звітність: проблеми створення. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2008. № 11. С. 15–24.
7. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д. Принципы бухгалтерского учета / пер. с англ. Я.В. Соколова. Москва : Финансы и статистика, 2004. 496 с.
8. Райан Б. Стратегический учет для руководителя / пер. с англ. под ред. В.А. Микрюкова. Москва : Аудит, ЮНИТИ, 1998. 616 с.
9. Чоренька О.Б. Аналіз наукових підходів щодо сутності кредиторської заборгованості та її класифікації. *Наукові записки*. 2017. № 2. С. 207–214.

References:

1. Statystychna informacija. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html.
2. Pro finansovij oblik ta finansovu zvitnistj v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 roku № 996. *Ligha zakonu*. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14&p=1306924068985324> (accessed 06 November 2021).
- Plan rakhunkiv bukhghaltersjkojho obliku aktyviv, kapitalu, zobov'jazanj i ghospodarsjkykh operacij pidpryjemstv i orghanizacij: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.11.99 roku № 291. *Ligha zakonu*. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0892-99> (accessed 06 November 2021).
3. Nacionaljne Polozhennja (standart) bukhghaltersjkojho obliku 11 "Zobov'jazannja": Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.01.2000 roku № 20 / Ligha zakonu. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0085-00> (accessed 06 November 2021).
4. Polozhennja pro inventaryzaciju aktyviv ta zobov'jazanj: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 02.09.2014 roku № 879. Ligha zakonu. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text> (accessed 07 November 2021).
5. Kuznjecova S.V. (2008) Upravljinsjka bukhghaltersjka zvitnistj: problemy stvorennja [Management accounting: problems of creation]. *Bukhghaltersjkyj oblik i audyt*, no. 11, pp. 15–24.
6. Nydlz B., Anderson Kh., Kolduell D. (2004) Pryntsyry bukhghalterskojho ucheta [Principles of accounting] / per. s anhl. Ya.V. Sokolova. Moscow: Fynansy y statystyka. (in Russian)
7. Raj'an B. (1998) *Strateghycheskyj uchet dlja rukovodytelja* [Strategic accounting for the head] / per. s anghl. pod red. V.A. Mykrjukova. Moscow: Audyt, JuNYTY. (in Russian)
8. Chornenka O.B. (2017) Analiz naukovykh pidkhodiv shhodo sutnosti kredytorskoj zaborghovanosti ta jiji klasyfikaciji [Analysis of scientific approaches to the nature of accounts payable and its classification]. *Naukovi zapysky*, no. 2, pp. 207–214.

УДК 657.62:658.

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-23>

Крупельницька І.Г.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Krupelnytska Iryna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department of Accounting and Taxation
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

ФАКТОРИ РИЗИКУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ ТА ЗАВДАННЯ АУДИТУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

RISK FACTORS FOR THE FINANCIAL CONDITION OF INTERNATIONAL COMPANIES AND AUDIT TASKS IN A PANDEMIC CONTEXT

Метою публікації є дослідження сучасних нестандартних умов в міжнародному бізнесі великих корпорацій та завдань аудиту. Криза, зумовлена COVID-19, похитнула впевненість фахівців у зростанні світової економіки. Сьогодні приблизно третина опитаних (32%) визнає, що порівняно з початком року менше вірить у перспективи світового зростання у найближчі три роки. Втім, втрата впевненості не настільки вражаюча, коли йдеться про міркування керівників щодо майбутнього їхніх компаній, адже тут лише 17% заявляють про зменшення впевненості. Керівники, поза сумнівом, більше впевнені саме в добробуті своїх компаній, оскільки мають більше контролю й важелів впливу. Відповідно, завданнями статті є дослідження основних факторів, що характеризують та розкривають проблеми сучасного аудиту фінансової звітності міжнародних компаній; визначення та характеристика основних ризиків, що виникають у міжнародному бізнесі за умов пандемії; формування основних вимог аудиту для забезпечення мінімізації зазначених ризиків.

Ключові слова: аудит, безперервність діяльності, надання впевненості, компанія, управління, аналіз, прогноз, пандемія.

Целью публикации является исследование современных нестандартных условий в международном бизнесе крупных корпораций и заданий аудита. Кризис, обусловленный COVID-19, пошатнул уверенность специалистов в росте мировой экономики. Сегодня примерно треть опрошенных (32%) признает, что по сравнению с началом года меньше верит в перспективы мирового роста в ближайшие три года. Впрочем, потеря уверенности не столь впечатляющая, когда речь идет о рассуждениях руководителей касательно будущего их компаний, ведь здесь только 17% заявляют об уменьшении уверенности. Руководители, несомненно, больше уверены именно в благополучии своих компаний, поскольку имеют больше контроля и рычагов влияния. Соответственно, заданиями статьи являются исследование основных факторов, характеризующих и раскрывающих проблемы современного аудита финансовой отчетности международных компаний; определение и характеристика основных рисков, возникающих в международном бизнесе в условиях пандемии; формирование основных требований аудита для обеспечения минимизации указанных рисков.

Ключевые слова: аудит, непрерывность деятельности, придание уверенности, компания, управление, анализ, прогноз, пандемия.

The purpose of the publication is to study modern non-standard conditions in the international business of large corporations and audit tasks. The crisis caused by COVID-19 has shaken the confidence of experts in the growth of the world economy. Today, about a third of respondents (32%) admit that compared to the beginning of the year, they have less faith in the prospects for global growth in the next three years. However, the loss of confidence is not so impressive when it comes to the views of managers about the future of their companies: here only 17% say a decrease in confidence. Managers are undoubtedly more confident in the well-being of their companies because they have more control and leverage. Accordingly, the task was to study the main factors that characterize and reveal the problems of modern audit of financial statements of international companies; identified and characterized the main

risks that arise in international business in a pandemic; the main requirements of the audit are formed to ensure the minimization of these risks. The relevance of this topic is that it provides an overview and analysis of current security challenges in the context of global change. The article summarizes current issues for research and development of strategies for storage and growth of business, considers the main responsibilities of management of international business and audit in COVID-19, identifies the characteristics of auditing in high risk, formed additional audit tasks in a pandemic and management staff, identified the main potential threats and audit objectives for their assessment, given the main recommendations of the audit based on international standards, the need to expand the report of the independent auditor. An important factor in the successful existence of a business unit with different levels of corporate organization and type of activity is a rapid response to events that affect society as a whole, not just in the economic sphere. When conducting an audit in modern conditions, the auditor takes into account the attention and expectations of a large company not only on the confirmation of financial statements, but also on the prospects for operations in non-standard conditions.

Keywords: *audit, continuity of activity, assurance, company, management, analysis, forecast, pandemic.*

Постановка проблеми. На жаль, пандемія COVID-19 внесла суттєві зміни в плани стратегічного розвитку економіки в міжнародному бізнесі сьогодні. Великі компанії мають багато проблем, які потрібно вирішувати, а саме що змінити, щоб вижити та зберегти конкурентоспроможність.

Компанії розробляють та оперативно впроваджують нові плани виконання завдань, щоб зберегти та збільшити свою частку ринку, не впливаючи на прибутковість.

Сучасні аудиторські компанії виділяють кілька таких актуальних питань для дослідження та розроблення стратегій зберігання та зростання бізнесу, щоб отримати максимально можливі переваги.

1) Прямі поставки матеріалів та продаж товарів були перервані в результаті пандемії, і вони будуть певний час порушені. Крім того, зросли інші операційні витрати. Щоб залишатися конкурентоспроможними, компаніям потрібно знайти нові канали доставки, мінімізуючи зростання додаткових витрат.

2) Для боротьби з порушеними каналами збуту компанії повинні або знаходити нові джерела доходу, або розширювати наявні. Це може означати появу нових продуктів або нових партнерських відносин через канали збуту.

3) Щоб розпочати розроблення плану, потрібно зменшити прямі матеріальні витрати та постійні витрати, збільшивши продажі та продуктивність. Це може бути автоматизація виробничих ліній, переобладнання частини компанії та відповідна перепідготовка персоналу. Якщо можливо, рішенням може бути повна зміна виробництва.

4) Важливо захистити працівників компанії, щоб зберегти продуктивність праці на майбутнє. Це особливо стосується виробничого та розподільчого секторів, оскільки більша частина цього сектору залежить від кваліфікованої робочої сили [1].

Здатність динамічно прогнозувати, змінювати умови дає змогу компаніям максимізувати оборотний капітал та уникнути вузьких місць у ліквідності. Традиційні процеси бюджетування та планування грошових потоків не дають змогу часто переглядати планування, що робить підприємство більш вразливим до змін. Гнучкість грошових потоків повинна давати можливість переглядати планування за необхідності.

Обсяг завдань аудиту для підтвердження фінансової інформації, включаючи великі міжнародні компанії, значно розширюється. Ці пропозиції розкрива-

ють нові завдання для вивчення фінансової звітності для забезпечення безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність цієї теми полягає в тому, що вона надає огляд і аналіз сучасних випробувальних завдань для забезпечення безпеки в контексті глобальних змін. Проблеми дослідження аудиторського ризику та його складових частин залишаються актуальними завжди й висвітлені в багатьох роботах вітчизняних та зарубіжних учених, таких як А.А. Адамс, В.Д. Андрєєв, Е.А. Аренс, С.Д. Давидов, Дж.К. Лоббек, В.М. О'Рейлі, С.М. Петренко, Дж. Робертсон, В.С. Рудницький, Я.В. Соколов, В.П. Суйц, А.А. Терехов, Л.С. Шатковська, Ф.Ф. Бутинець, С.Я. Зубілевич, Л.П. Кулаківська, О.А. Петрик, Ю.В. Піча, О.Ю. Редько, В.Я. Савченко, Б.Ф. Усач.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження сучасних нестандартизованих умов міжнародного бізнесу великих компаній та завдань на майбутнє. Криза, спричинена COVID-19, похитнула впевненість глав держав та урядів у зростанні світової економіки. Сьогодні близько третини респондентів (32%) визнають, що вони менш впевнені у перспективах глобального зростання протягом наступних трьох років порівняно з початком року. Однак втрата довіри не є такою вражаючою, коли справа доходить до думки менеджерів про майбутнє своїх компаній, адже лише 17% заявляють, що вони втрачають довіру. Безперечно, менеджери впевненіші в добробуті своїх компаній, оскільки вони мають тут більше контролю та впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аудит, заснований на оцінюванні ризику, – це процес, за якого враховуються позитивні аспекти підтверджуючої та системно орієнтованої оцінки. Джек Робертсон, відомий американський обліковець, писав про такий аудит, наголошуючи на тому, що аудит – це діяльність, спрямована на зменшення ділового ризику. Концепція аудиту на основі ризику базується на концепції тестування в зонах підвищеного ризику, що значно спрощує тестування в зонах низького ризику. Особливістю такого аудиту є тісна взаємодія між зовнішнім та внутрішнім аудитом, оскільки якість системи внутрішнього контролю оцінюється під час аудиту на його попередньому етапі. Крім того, аудитор визначає сфери діяльності та господарські операції, що становлять підвищений ризик, та перевіряє їх, що вимагає достатніх та відповідних аудиторських доказів. Одночасно аудиторі ознайомлюються з персо-

налом, який контролює систему, та оцінюють його управлінські рішення. Інспекція проводиться вибірково з огляду на умови роботи компанії, переважно вузькі місця (критичні моменти) у її роботі. На цьому етапі остаточно формуються основні критерії аудиту, такі як суттєвість, аудиторський ризик та вибірка. Сучасна аудиторська діяльність стає все більш різноманітною, складною та всебічною: від компанії, що здійснюють міжнародний бізнес, до малого бізнесу.

Ведення бізнесу на міжнародному рівні значно відрізняється від ведення бізнесу всередині країни. Велике значення для успішного функціонування компанії мають речі, про які національним компаніям навіть не потрібно думати. У цьому контексті стає зрозумілим, що специфіка ведення міжнародного бізнесу та управління ним вимагає ретельного підходу.

Міжнародний бізнес можна визначити як ділову взаємодію компаній з різними формами власності або їх підрозділів у різних країнах з основною метою отримання прибутку та використання переваг міжнародної ділової діяльності.

«Міжнародний бізнес – це підприємницька діяльність, пов'язана з використанням капіталу в різноманітних формах і переваг підвищеної ділової активності; здійснюється задля отримання прибутку і поширюється на міжнародну економічну сферу» [3].

Пандемія значно прискорила світові тенденції, 2019 рік запам'ятався кризою довіри, невизначеністю у майбутньому та підвищенням вимог до репутації всіх учасників міжнародного бізнесу, а саме уряду, громадських організацій, компаній, засобів масової інформації.

Згідно зі звітом «Барометр Довіри» компанії «Edelman», 64% споживачів вважають, що міжнародні приватні компанії несуть відповідальність за вирішення соціальних питань і готові «голосувати грошима» [4].

Нині економіка переживає V-подібне відновлення, що сприяє позитивному зовнішньому фоні, послабленню монетарної політики глобальними центральними банками, відскоку світових цін на метали, руду, зернові та швидкому відновленню внутрішнього попиту й довіри споживачів. Основними ризиками, які можуть зупинити або уповільнити це відновлення, є чергова хвиля пандемії, якщо рівень захворюваності буде занадто високим, що змусить держави вдаватися до жорсткого блокування, та внутрішнє політичне середовище, яке не даватиме змогу бізнесу та ринкам зростати (нереформовані суди, незрозуміла кадрова політика, відкат реформ) [5].

Деякі міжнародні компанії висловились про покращення своїх перспектив на майбутнє. Такі висловлення потребують фундаментального підтвердження для забезпечення високого рівня впевненості користувачів цієї та подібної фінансової інформації. Отже, значення аудиту як гаранта для користувачів суттєво зросло.

Навіть за стабільного економічного розвитку існує багато факторів, які впливають на здатність компанії продовжувати діяльність. Ці фактори включають галузь та географічну сферу діяльності, фінансо-

вий стан споживачів та постачальників, фінансову ліквідність та платоспроможність компанії тощо. Пандемія COVID-19 та пов'язане з цим погіршення економічного середовища, зменшення доходів та грошових потоків можуть викликати питання про здатність міжнародної компанії виконувати поточні або нові зобов'язання та боргові угоди. Сучасна практика аудиту зосереджується на впливі пандемії COVID-19 на безперервність, роботу аудитора, включаючи потенційний вплив на таке:

- відносна відповідальність керівництва та аудитора за безперервність бізнесу;
- процес оцінювання ризиків, понесених аудитором, та оцінювання керівництвом діяльності за звітний період;
- оцінювання подальших подій після звітної дати;
- виявлення подій чи умов, які ставлять під сумнів здатність компанії продовжувати бізнес, необхідність додаткових процедур;
- вплив на аудиторський звіт та розгляд аудитором іншої інформації;
- значні затримки із затвердженням фінансової звітності.

Відповідно до принципів бухгалтерського обліку, заснованих на принципі безперервності, фінансова звітність готується з припущенням, що компанія продовжить свою діяльність найближчим часом, якщо тільки керівництво не має наміру ліквідувати або закрити бізнес чи немає реальних альтернатив. Коли безперервність використовується як основа для бухгалтерського обліку, активи та зобов'язання обліковуються на підставі того, що компанія може повернути свої активи та погасити зобов'язання під час звичайної діяльності.

Своєчасне та ефективне спілкування між керівництвом та аудитором надзвичайно важливе для забезпечення того, щоб вони могли виконувати свої відповідні обов'язки щодо перевірки безперервності бізнесу в ці невизначені часи.

Оскільки обставини швидко змінюються внаслідок дії COVID-19, це може вплинути на спосіб, яким керівництво та аудитор виконують відповідні обов'язки. Отже, ці обов'язки як керівництва, так і аудитора повинні бути встановлені й повністю зрозумілі (табл. 1).

Зрозуміло, що кожна компанія має власну стратегію та довгостроковий бізнес-план, де на достатньо професійному рівні склались позиція та стратегія для кожної установи, кожної компанії, кожного керівника та менеджера. Однак глобальна пандемічна криза внесла корективи, які вимагають значного вдосконалення, а іноді й повного перегляду завдань, планів та стратегій.

Нині багато компаній поєднують свій майбутній розвиток із комунікаціями, що забезпечують надійний віддалений зв'язок, що забезпечується високим рівнем захисту інформаційних каналів та каналів постачання.

Окрім декларування відповідальності, необхідно проаналізувати умови її виконання та складність, спричинену пандемією для всіх, зокрема керівників, аудиторів, виконавців (табл. 2).

**Основні обов'язки управлінського персоналу міжнародного бізнесу та аудиту
в умовах COVID-19**

Обов'язки управлінського персоналу	Обов'язки аудитора
Оцінювати здатність суб'єкта продовжувати безперервну діяльність з точки зору чіткої вимоги установчої концептуальної основи фінансового звітування; якщо установча концептуальна основа не містить чіткої вимоги, припущення про безперервність діяльності все ж таки залишається фундаментальним принципом складання фінансової звітності.	Отримати достатню кількість відповідних аудиторських доказів та дійти висновку про доцільність використання керівництвом припущень щодо безперервності бізнесу як основи для ведення бухгалтерського обліку.
Висловлення судження в певний момент часу про майбутні невизначені результати подій чи умов.	На основі отриманих доказів дійти висновку, чи існує суттєва невизначеність стосовно здатності суб'єкта продовжувати безперервну діяльність.
Пояснення та розкриття інформації про судові рішення, що стосуються рівня невизначеності, пов'язаного з результатом події або стану (наприклад, як це збільшить майбутню подію чи стан або результат); розміру й складності предмета, характеру та умов його діяльності, ступеня впливу зовнішніх факторів; майбутнього (на основі інформації, наявної на момент винесення рішення).	Надати відповідний звіт.

Виконуючи роботу з безперервності в нинішніх умовах, маємо зосередитись на вимогах МСА 570 «Безперервність бізнесу», перш ніж формувати будь-які висновки, беручи до уваги конкретні обставини міжнародної компанії. Важливість підтримання професійного скептицизму щодо безперервності посилюється в роботі, особливо коли керівництво визначило, що нинішні обставини не мають істотного впливу на компанію, а також немає суттєвої невизначеності щодо безперервності бізнесу.

Звертаємо увагу на те, що Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) 1 «Подання фінансової звітності» вимагає від керівництва оцінювання здатності компанії продовжувати діяльність (параграфи 25–26). Відповідно до Міжнародних стандартів аудиту, під час проведення процедур оцінювання ризику аудитор зобов'язаний перевірити, чи існують події або умови, що викликають значні сумніви у здатності компанії працювати безперервно, а також оцінити прогнози та заяви керівництва щодо здатності суб'єкта продовжувати діяльність на безперервній основі [6].

Незважаючи на позитивні запевнення компаній щодо незначних змін у їх діяльності в майбутньому, пандемія COVID-19, ймовірно, матиме значний

вплив на світову економіку та ринки для деяких галузей, таких як готельний бізнес, роздрібна торгівля та туризм. Рецесія може привести до значного збільшення як обсягу, так і тяжкості подій та умов, що іноді може поставити під загрозу здатність міжнародної компанії продовжувати вести бізнес. Однак це не обов'язково означає, що автоматично виникають значні невизначеності. Швидше, підвищений ризик значних сумнівів у безперервності бізнесу залежить від характеру та обставин бізнесу, включаючи галузь, у якій він працює. Прикладами таких подій або станів, які можуть виникнути в результаті пандемії COVID-19, є такі (табл. 3).

Отже, після оцінювання управлінського персоналу аудитор повинен інформувати управлінський персонал про події чи умови, які йому відомі після періоду оцінювання та які викликають значні сумніви щодо здатності міжнародної компанії продовжувати свою діяльність.

Незважаючи на те, що довготривалі події або умови потребують ретельної оцінки аудитора, особливо після перевірки керівництвом за нинішніх обставин, пандемія COVID-19, ймовірно, матиме значний вплив на багато підприємств через тривалі перебої в постачанні. Це може привести до короточасних

Завдання для забезпечення впевненості

Управлінський персонал	Аудитори
Забезпечення управлінським персоналом спроможності міжнародної корпорації продовжувати безперервну діяльність, ймовірно, буде більш складним.	Потреба у додаткових або розширених аудиторських процедурах, щоб аудитор міг дійти висновку про доречність оцінювання управлінським персоналом безперервності діяльності.
Керівництву та особам з найвищими повноваженнями може знадобитися надати користувачам фінансової звітності додаткову та більш достовірну інформацію про події чи умови, що впливають на здатність компанії вижити.	Більш надійні процедури можуть допомогти аудитору у формуванні висновків. Внесення змін до аудиторського звіту (залежно від характеру та обставин міжнародної компанії) у вигляді абзацу «Значна невизначеність щодо безперервності бізнесу»; за необхідності зміни до аудиторського звіту (тобто із застереженнями, умовний чи з негативною оцінкою); розширення або нових важливих параграфів в аудиторському звіті.

Потенційні загрози та завдання аудиту щодо їх оцінювання

Подія чи умова	Потенційний вплив на оцінювання управлінським персоналом безперервності діяльності	Завдання для аудитора під час оцінювання дій управлінського персоналу
Втрата основного ринку, ключових клієнтів, скорочення доходів, нестача робочої сили	Пандемія COVID-19 привела до медичних втручань у багатьох країнах, які іноді приводили до закриття малого бізнесу або зміни способу заохочення робітників, або вимоги працювати на дому. Це, ймовірно, негативно позначиться на багатьох компаніях. Наприклад, дії, що вимагають закриття неважливих магазинів, можуть зменшити обсяги продажів, якщо компанія не може подолати дефіцит за допомогою онлайн-продажів. Відбудеться падіння попиту на деякі товари та послуги зараз і після пандемії.	Слід визначити, чи врахував управлінський персонал вплив зменшення доходів, планів вирішення будь-якого дефіциту, потенційних проблем у ланцюзі поставок (може вплинути на виконання замовлень), вплив нестачі трудових ресурсів для продовження діяльності на запланованій потужності, дотацій та іншої допомоги від уряду (наприклад, у формі відстрочення платежів). Треба зрозуміти, як тривалий зрив у роботі впливатиме на підприємство після скасування будь-яких обмежень.
Значне зменшення вартості активів, що використовуються для генерування грошових потоків	Оцінка активів, швидше за все, буде більш складною з огляду на поточну невизначеність на місцевих та глобальних ринках. Оцінки, що базуються, зокрема, на справедливій вартості, можуть бути більш складними, оскільки вони коливаються частіше та сильніше. Оцінки на основі прогнозованих майбутніх грошових потоків також можуть бути набагато складнішими, оскільки розроблення надійних моделей майбутніх грошових потоків може бути більш складним з огляду на поточну нестабільність та невизначеність.	Обґрунтованість припущень, що використовуються управлінським персоналом у своїх оціночних розрахунках, в тому числі послідовність використання в різних розрахунках (де необхідно). Чи наявна відома суперечлива інформація щодо використаних припущень? Якщо для надання допомоги у проведенні оцінювання залучався експерт, як він застосував їх припущення?
Затримка запуску нових товарів чи послуг	Багато компаній затримують впровадження нових продуктів або послуг через зменшення попиту або доступності деталей чи комплектуючих. Коли статус компанії залежить від швидкого впровадження товару чи послуги, її затримка може мати руйнівний вплив на здатність компанії продовжувати вести бізнес.	Як управлінський персонал взяв до уваги фінансовий вплив на суб'єкта господарювання затримки запуску, включаючи інші супутні витрати, зокрема юридичні?
Колівання обмінних курсів іноземної валюти	Компаніям, що здійснюють значні міжнародні операції, може знадобитися врахувати непередбачені збитки (або прибутки) від купівлі іноземної валюти, договорів купівлі-продажу, дебіторської заборгованості або боргів в іноземній валюті, форвардних контрактів або інших деривативних контрактів.	Як були враховані коливання валютних курсів, включаючи вплив будь-яких механізмів хеджування для зменшення невизначеності? Чи була взята до уваги чутливість до змін валютних курсів?
Кредитний ризик контрагента	Суб'єктам господарювання потрібно буде визначити, чи існує суттєвий кредитний ризик контрагента, наприклад, коли підприємство має значні фінансові активи, та чи контрагент має наміри або здатний виконати договір.	Як управлінський персонал оцінив відшкодування фінансових активів, включаючи обґрунтованість використаних припущень та відповідність іншої інформації, відомої аудитору?
Платоспроможність міжнародної корпорації	Сьогодні державна підтримка, як правило, зосереджена на забезпеченні короткострокової ліквідності компаніям, які потребують підтримки. Дії, які нині здійснюють компанії для підтримання ліквідності, такі як перенесення платежів або отримання грантів для компенсації витрат, можуть вплинути на довгострокову платоспроможність компанії.	Як керівництво оцінювало довгострокову платоспроможність компанії, включаючи управління інформацією, що надається її кредиторами (наприклад, банком та іншим кредитором)? Як керівництво проводило стрес-тести, які можуть допомогти зрозуміти ризики платоспроможності міжнародної компанії, чи адекватно відображають припущення, використані в стрес-тестах, можливі обставини? Як бізнес може повертати додаткові позики? Як компанія здійснює раніше відстрочені платежі? Як керівництво врахувало всі регулятивні рекомендації, спрямовані на зменшення впливу пандемії COVID-19?

збоїв (наприклад, багато компаній можуть конкурувати за джерела постачання), а також до тривалої нездатності виконувати замовлення, якщо ланцюг поставок повільно відновлюється. Аудитори можуть розглянути, як керівники намагаються вирішити проблеми з ланцюгами поставок, які існують альтернативи та скільки часу знадобиться для пошуку можливих рішень [7].

Застосовувана концептуальна основа для фінансової звітності визначає конкретні вимоги до розкриття інформації про безперервність діяльності міжнародної компанії, включаючи суттєві судження та припущення. Як правило, необхідне розкриття інформації, якщо керівництво вирішить, що є суттєві сумніви щодо його постійної діяльності (наприклад, протягом 12 місяців з дати звіту). Крім того, може знадобитися додаткова інформація про ризик, проте, як керівництво компанії контролює ризик ліквідності та кредитний ризик. З огляду на невизначеність щодо негайних прогнозів для багатьох компаній фінансова звітність, що перевіряється нині, за певних обставин може включати розширену інформацію про події чи умови, що викликають значні сумніви щодо тривалості діяльності компанії. Також можуть бути обставини, коли фінансова звітність, складена відповідно до концепції достовірного подання, вимагає додаткового розкриття інформації, щоби бути надійною. Наприклад, оцінюючи відповідне подання фінансової звітності, фактів та обставин, аудитор може визначити, що додаткова інформація потрібна для отримання впевненості про аудиторську практику. Відповідно до пунктів 19 та 20 МСА 570 (переглянутий), аудитор повинен визначити, чи містить фінансова звітність адекватне розкриття виявлених подій або умов безперервності, а також, якщо це можливо, відповідних планів управління [8]. Рівень розкриття інформації буде змінюватися залежно від фактів та обставин кожної компанії. Так, не на всі з них впливає однаково середовище, яке зараз змінюється. Аудитор використовує професійне судження для оцінювання доцільності розкриття інформації та наслідків неналежного розкриття інформації в аудиторському звіті.

Висновки. Сучасні умови пандемії вимагають від управління міжнародних компаній підвищеного контролю до безперервності діяльності. У статті узагальнено актуальні питання для дослідження та розроблення стратегій зберігання та зростання бізнесу, визначено характерні особливості аудиту в умовах підвищеного ризику, сформовано додаткові завдання аудиту в умовах пандемії та обов'язки управлінського персоналу, надано основні рекомендації аудиту на основі міжнародних стандартів.

Важливим фактором успішного існування бізнес-єдиниці з різним рівнем корпоративної організації та виду діяльності є швидка реакція на події, які впливають на суспільство загалом, а не лише в економічній сфері. Під час проведення аудиту в сучасних умовах аудитор враховує увагу та очікування великої компанії не лише щодо підтвердження фінансової звітності, але й щодо перспектив діяльності в нестандартних умовах.

Бібліографічний список:

1. BDO-Україна. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/home-2>.
2. Історія розвитку аудиту. URL: <https://buklib.net/books/35568>.
3. Великий економічний словник / за ред. А.Н. Азріліяна. Москва : Правова культура, 1994. 229 с.
4. Барометер Довіри 2020. URL: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/440941/Trust%20Barometer%202020/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report-1.pdf>.
5. Інсайди від CEO: як пандемія вплинула на економіку та бізнес в Україні. URL: <https://eba.com.ua/insajty-vid-seo-yak-pandemiya-vplynula-na-ekonomiku-ta-biznes-v-ukrayini>.
6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 1 «Подання фінансової звітності». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-01_ukr19.pdf.
7. Використання спеціалістів в умовах COVID-19. URL: <https://www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/FINAL-COVID-19-andEthicsUsingSpecialistsintheCOVID19Environment%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf>.
8. Міжнародний стандарт аудиту (МСА) 570 «Безперервність діяльності». URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhnarodni-standarti-auditu>.

References:

1. BDO-Ukraine. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/home-2>.
2. Istorii rozvytku audytu. URL: <https://buklib.net/books/35568>.
3. Velykyi ekonomichnyi slovnyk / za red. A.N. Azrylyiana. Moscow: Pravova kultura, 1994. 229 p.
4. Barometer Doviry 2020. URL: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/440941/Trust%20Barometer%202020/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report-1.pdf>.
5. Insaidy vid CEO: yak pandemiia vplynula na ekonomiku ta biznes v Ukraini. URL: <https://eba.com.ua/insajty-vid-seo-yak-pandemiya-vplynula-na-ekonomiku-ta-biznes-v-ukrayini>.
6. Mizhnarodnyi standart bukhhalterskoho obliku (IAS) 1 "Podannia finansovoi zvitnosti". URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-01_ukr19.pdf.
7. Vykorystannia spetsialistiv v umovakh COVID-19. URL: <https://www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/FINAL-COVID-19-andEthicsUsingSpecialistsintheCOVID19Environment%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf>.
8. Mizhnarodnyi standart audytu (MSA) 570 "Bezperervnist diialnosti". URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhnarodni-standarti-auditu>.

Орехова А.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку і оподаткування
Сумського національного аграрного університету

Толстошеева В.С.

здобувач вищої освіти
Сумського національного аграрного університету

Oriekhova Alvina

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of Accounting and Taxation
Sumy National Agrarian University

Tolstosheeva Victoria

Degree Seeking Applicant
Sumy National Agrarian University

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ORGANIZATIONAL ASPECTS AND PROBLEMS OF FINANCIAL RESULTS ACCOUNTING OF ENTERPRISES

Статтю присвячено дослідженню організаційних аспектів та проблем обліку фінансових результатів діяльності підприємств. Розкрито сутність фінансового результату, що є одним із найважливіших показників діяльності підприємства. Досліджено підходи до трактування поняття «фінансові результати» як важливого аспекту у формуванні концепції систематизації фінансових результатів підприємства. Окреслено проблемні питання організації бухгалтерського обліку фінансових результатів. Досліджено умови, що вимагають перегляду та вдосконалення системи бухгалтерського обліку, одним із центральних елементів якої є облік фінансових результатів. Визначено шляхи вдосконалення обліку фінансових результатів, що забезпечить інформацією внутрішніх користувачів для прийняття ними управлінських рішень щодо напрямів використання отриманих фінансових результатів за звітний період. На основі проведеного аналізу проблемних питань обліку об'єкта бухгалтерського дослідження визначено пріоритетні завдання, необхідні для подальшого вдосконалення обліку фінансових результатів діяльності підприємств.

Ключові слова: облік, фінансові результати, підприємство, звітність, облікова політика, МСФЗ.

Статья посвящена исследованию организационных аспектов и проблем учета финансовых результатов деятельности предприятий. Раскрыта сущность финансового результата, который является одним из важнейших показателей деятельности предприятия. Исследованы подходы к трактовке понятия «финансовые результаты» как важного аспекта в формировании концепции систематизации финансовых результатов предприятия. Обозначены проблемные вопросы организации бухгалтерского учета финансовых результатов. Исследованы условия, требующие пересмотра и усовершенствования системы бухгалтерского учета, одним из центральных элементов которой является учет финансовых результатов. Определены пути усовершенствования учета финансовых результатов, что обеспечит информацией внутренних пользователей для принятия ими управленческих решений по направлениям использования полученных финансовых результатов за отчетный период. На основе проведенного анализа проблемных вопросов учета объекта бухгалтерского исследования определены приоритетные задания, необходимые для дальнейшего усовершенствования учета финансовых результатов деятельности предприятий.

Ключевые слова: учет, финансовые результаты, предприятие, отчетность, учетная политика, МСФО.

The article is devoted to the study of organizational aspects and problems of accounting for financial performance of enterprises. Reliable calculation of the financial result of the enterprise – the key purpose of financial accounting. All accounting standards, both national and international, are aimed at determining the amount of profit. Recently, the role of the financial performance indicator of economic entities has changed. With the transition to a market economy qualitatively changes the terminological structure of this type of accounting group as profit. In this regard, there is a need to provide reliable information on the financial performance of economic entities. The essence of the financial result is one of the most important indicators of the enterprise. Approaches to the interpretation of the concept of “financial results” as an important aspect in the formation of the concept of systematization of financial results

of the enterprise are studied. It is determined that understanding the essence of this category and making effective management decisions to further achieve high financial results – the main guarantee of increasing the efficiency of business organizations. Currently, the ambiguity of definitions and calculations of the financial result indicator creates difficulties in its understanding and analysis for users interested in reporting. The problematic issues of the organization of accounting of financial results are outlined. Existing problems of accounting for financial results need to be addressed immediately, as well as the development of various mechanisms that will facilitate the adaptation of enterprises to market changes, international standards and the needs of external and internal users to obtain real information about business results. Ways to improve the accounting of financial results are identified, which will provide information to internal users for their management decisions on the use of the obtained financial results for the reporting period. Based on the analysis of problematic issues of accounting for the object of accounting research, the priority tasks necessary for further improvement of accounting for financial performance of enterprises.

Keywords: accounting, financial results, enterprise, reporting, accounting policy, IFRS.

Постановка проблеми. Ефективне управління підприємством в умовах ринкової економіки залежить від різноманітних факторів, основне місце серед яких посідає раціональна організація бухгалтерського обліку. Вона забезпечує виваженість та обґрунтованість прийнятих управлінських рішень шляхом надання об'єктивної та достовірної облікової інформації про доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства. Дослідження наукових праць вітчизняних та зарубіжних авторів, а також критична оцінка практики ведення обліку на підприємствах України дає підстави дійти висновків щодо наявності невирішених та дискусійних питань стосовно термінології, порядку визнання доходів та витрат, їх оцінювання, класифікації, накопичення на рахунках, обчислення та розподілу прибутку (покриття збитків) і навіть формування звітної інформації. Оскільки доходи, витрати та фінансові результати є найскладнішими об'єктами обліку, то вони потребують постійного вдосконалення, яке можливе шляхом застосування системного підходу.

Нині неоднозначність визначень та розрахунків показника фінансового результату створює складності у його розумінні та аналізі зацікавленим у звітності користувачам.

Достовірне обчислення фінансового результату діяльності підприємства є ключовою метою фінансового обліку. Усі облікові стандарти, як національні, так і міжнародні, спрямовані на визначення суми прибутку. Останнім часом роль показника фінансового результату економічних суб'єктів змінилася. З переходом до ринкової економіки якісно змінюється термінологічний устрій такої групи обліку, як прибуток. У зв'язку з цим виникла потреба надання надійної інформації щодо фінансових результатів діяльності економічних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретико-методичних засад обліку фінансових результатів здійснили такі вчені, як М. Білик, С. Голов, В. Дерій, З.-М. Задорожний, С. Івахненко, Г. Кірейцев, Г. Крамаренко, Л. Лахтіонова, Г. Ліхоносова, Є. Мних, Г. Назарова, Ю. Пеняк, В. Плаксієнко, П. Попович, І. Прокопенко, Г. Пчелинська, М. Пушкар, В. Сопко, М. Чумаченко, Ю. Цал-Цалко, К. Шевчук.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Високо оцінюючи здобутки названих науковців, зазначаємо, що проблеми обліку фінансових результатів та їх відображення у фінансовій звітності потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є розкриття організаційних аспектів та визначення проблемних питань обліку фінансових результатів діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий результат є узагальнюючим показником аналізу та оцінювання ефективності (неефективності) функціонування підприємства на відповідних стадіях (етапах) його формування. Всі організації та підприємства, що функціонують на ринку, так чи інакше піддаються оцінюванню одного й того самого показника – фінансового результату. Показник фінансового результату є одним із найважливіших показників діяльності, оскільки будь-яка комерційна діяльність ведеться з однією головною метою, якою є отримання прибутку та його максимізація. Оцінка цього показника дає змогу користувачам внутрішньої звітності зрозуміти сутність змін, що відбуваються в показниках, розглянувши їх у динаміці, виявити сприятливі для підприємства напрями та фактори розвитку.

Дослідження поняття «фінансовий результат», вивчення класифікації доходів і витрат, а також грамотний підхід до формування та читання даних звітності дають можливість керівництву суб'єкта господарювання отримувати детальну інформацію про фінансовий стан економічного суб'єкта, його рентабельність, конкурентоспроможність на ринку товарів, робіт та послуг.

Питання, які пов'язані з обліком фінансових результатів, є предметом постійного обговорення серед науковців та практиків у сфері економіки та управління підприємством. Сутність та поняття фінансового результату для господарюючих суб'єктів наочно відображаються під час формування й відображення його в бухгалтерському обліку. Проте слід зауважити, що ринкові відносини вимагають перегляду та вдосконалення системи бухгалтерського обліку, одним із центральних елементів якої є облік фінансових результатів.

Як зазначає Г. Пчелинська [1], чинна в Україні методика відображення фінансових результатів діяльності підприємств в бухгалтерському обліку та надання цієї інформації у Звіті про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) регламентуються значною кількістю нормативно-правових актів. Сучасне активне реформування облікового законодавства супроводжується внесенням змін та доповнень до чинної правової бази задля її удосконалення. Проте досі існує низка невідповідностей між окремими нормами. Зокрема, НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до

фінансової звітності» [2] визначає трактування категорій «прибуток», «збиток», але не наводить значення терміна «фінансовий результат», що обумовлює відсутність єдиної думки науковців про економічний зміст цього поняття.

Трактування поняття «фінансові результати» є важливим аспектом у формуванні концепції систематизації фінансових результатів підприємства. Розуміння сутності цієї категорії і прийняття дієвих управлінських рішень для подальшого досягнення високих фінансових результатів є запорукою збільшення ефективності бізнесу організацій.

Більшість науковців переважно відносять появу поняття «фінансові результати» до часів виникнення початкових форм капіталу та товарного виробництва. Дослідження тлумачень, представлених у табл. 1, дає підстави розуміти, що в ході розвитку економічної теорії зміст і наповнення категорії «фінансові результати» трансформувалися. Спостерігається певний перехід від визначення фінансового результату як прибутку, що є джерелом багатства, до його тлумачення з точки зору додаткової вартості, яка створюється працею найманих робітників [3].

Г. Ліхоносова [3] справедливо констатує, що організація бухгалтерського обліку на підприємстві, у тому числі фінансових результатів, передбачає передусім розроблення облікової політики, що забезпечує ефективність ведення бухгалтерського обліку.

Облікова політика перетворилась на реальний інструмент управління організацією. Так, на її основі здійснюється фінансове та податкове планування діяльності організації, що дає змогу істотно знижувати податковий тягар, підвищувати гнучкість, оперативність і ефективність прийнятих управлінських рішень. Беручи до уваги неврегульованість на практиці облікової політики щодо фінансових результатів діяльності, вважаємо доцільним у Наказі про облікову політику підприємства виділити методичний та технічний блоки щодо цих об'єктів, що забезпечить оперативне формування достовірної звітності про фінансові результати. При цьому методичний блок визначає вибір із запропонованих Національними

положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку прийомів і способів конкретного варіанта відображення господарських операцій у системі рахунків бухгалтерського обліку. Оскільки фінансові результати – це кінцеві результати роботи підприємства, на які впливають усі види здійснюваної ним діяльності, а також методика обліку не лише його складників, а саме доходів і витрат, але й активів і пасивів, використання яких, відповідно, дає змогу отримувати підприємству доходи й спричиняє понесення витрат, доцільно запропоновану методичну частину облікової політики поділити на такі дві групи:

- елементи облікової політики, які безпосередньо впливають на формування фінансових результатів;
- елементи облікової політики, які впливають на доходи й витрати, що формують фінансові результати.

Таким чином, застосовуючи методи й принципи облікової політики, підприємства повинні враховувати її вплив на суми витрат чи доходів, фінансові результати, а також на суму оподаткованого прибутку, тому облікова політика дає можливість законного способу коригування фінансового результату і оподаткованого прибутку.

До сучасних проблем організації бухгалтерського обліку фінансових результатів також слід віднести такі:

- відсутність повноти висвітлення інформації щодо ефективності діяльності підприємства у звітності;
- неефективна система оподаткування прибутку;
- відсутність оперативної облікової інформаційної бази доходів і витрат;
- відсутність затверджених спеціальних документів для обліку фінансових результатів, отже, невизначеність напрямів використання прибутку та відсутність його деталізації на облікових рахунках;
- проблема захисту облікової інформації.

Наявні проблеми обліку фінансових результатів потребують негайного вирішення, а також розроблення різноманітних механізмів, які сприятимуть адаптації підприємств до ринкових змін, міжнародних стандартів та потреб зовнішніх і внутрішніх користувачів щодо отримання реальної інформації про

Таблиця 1

Концепція трактування економічного змісту фінансових результатів різними науковими школами

№	Назва школи економічної теорії	Концепція трактування змісту поняття «фінансовий результат»
1	Школа меркантилізму	Фінансові результати, що проявляються у вигляді прибутку, формуються у сфері обігу та торгівлі, які є джерелом багатства.
2	Школа фізіократів	Прибуток як основна форма фінансових результатів виникає за рахунок природної родючості землі, тобто аграрне виробництво є основним джерелом багатства.
3	Школа політекономії (класична)	Формування фінансових результатів відбувається у сфері виробництва, а прибуток як заробітна плата і рента є частиною вартості, що створюється працею.
4	Школа марксизму	Основним джерелом формування фінансових результатів є додаткова вартість, що створюється працею найманих працівників у процесі виробництва та реалізується через сферу обігу.
5	Неокласична школа	З одного боку, фінансові результати формуються за рахунок капіталу та є ціною цього виробничого фактору, а з іншого боку, вони створюються за рахунок комплексу всіх задіяних виробничих факторів.
6	Школа інституціоналізму	Фінансові результати формуються під впливом різних суспільних неекономічних інститутів (НТП, держава, соціальні групи, профспілки тощо).

Джерело: [3]

результати діяльності суб'єктів господарювання [4].

Г. Назарова, Л. Кононенко, А. Калашнікова [5] зазначають, що фінансовий результат визначається шляхом порівняння доходів та витрат. Отже, назва субрахунків рахунку 79 «Фінансові результати» передбачає визначення кінцевого наслідку дій певного виду діяльності, а саме операційної, фінансової, іншої звичайної. Таким чином, після списання на відповідні субрахунки рахунку 79 «Фінансові результати» доходів і витрат відповідного виду діяльності необхідно визначити між ними різницю й закрити на інший рахунок, а саме на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», тому доцільно запровадити до рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» субрахунки з обліку прибутку чи збитку за таким напрямом:

– 441 «Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) за всіма видами діяльності»;

– 442 «Коригування прибутку (збитку) від вправлення помилок та зміни облікової політики»;

– 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді».

Така класифікація фінансових результатів за всіма видами діяльності на рахунку 44 «Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)» дасть змогу контролювати вплив окремих видів господарських операцій на загальний результат діяльності підприємства. Це забезпечить інформацією внутрішніх користувачів для прийняття ними управлінських рішень щодо напрямів використання отриманих фінансових результатів за звітний період.

Варто відзначити, що, відповідно до вимог Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [6], визначено перелік підприємств, які мають складати та оприлюднювати фінансову звітність і консолідовану фінансову звітність за МСФЗ, інші українські підприємства можуть самостійно приймати рішення щодо застосування МСФЗ під час складання фінансової звітності. В Україні спостерігається позитивна динаміка до збільшення кількості підприємств, що складають фінансову звітність за МСФЗ. Основні відмінності між національними та міжнародними стандартами щодо розкриття інформації про фінансові результати у фінансовій звітності стосуються складу фінансової звітності, концептуальних положень та принципів фінансової звітності, понять суттєвості у фінансовій звітності, звітної дати та грошового вимірника, ступеня деталізації статей, порядку відображення доходів і витрат [7].

Таким чином, впровадження МСФЗ у вітчизняну практику відповідає підходу більшості європейських країн, отже, сприяє економічній інтеграції, гармонізації систем обліку та звітності.

Висновки. Враховуючи вищезазначене, відзначаємо, що фінансовий результат є досить складною та багатогранною обліковою категорією.

До основних напрямів удосконалення обліку об'єкта бухгалтерського дослідження слід віднести розвиток послідовних теоретичних концепцій, за допомогою яких можна оцінити вже усталені, нещодавно виниклі та запропоновані практичні процедури; розроблення на цій основі відповідного нормативно-правового та методичного забезпечення бухгалтерського обліку фінансових результатів.

Бібліографічний список:

1. Пчелинська Г., Кирилова М. Сучасна проблематика обліку фінансових результатів за видами діяльності підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 6. С. 97–102.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
3. Ліхоносова Г., Лазебна І. Організаційні засади обліку та аудиту фінансових результатів підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 25 (1). С. 144–148.
4. Пеняк Ю., Гороховацька Н. Сучасні проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами. *Економічний простір*. 2020. № 159. С. 97–101.
5. Назарова Г., Кононенко Л., Калашнікова А. Облікові процедури формування фінансових результатів: сучасний стан та напрями їх вдосконалення. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 206–212.
6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
7. Шевчук К., Бондар В. Фінансові результати як економічна категорія та особливості відображення їх в обліку та звітності підприємства. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*. 2019. Вип. 16. С. 158–166.

References:

1. Pchelinskaya G., Kirilova M. (2020) Suchasna problematyka obliku finansovykh rezul'tativ za vydamy dijajlnosti pidpryjemstva [Modern issues of accounting for financial results by type of enterprise]. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, no. 6, pp. 97–102. (in Ukrainian)
2. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy "Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghalters'koghho obliku 1 "Zaghaljni vymoghy do finansovoji zvitnosti"" (vid 07.02.2013 r. № 73). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
3. Likhonosova G., Lazebna I. (2019) Orghanizacijni zasady obliku ta audytu finansovykh rezul'tativ pidpryjemstv [Organizational principles of accounting and auditing of financial results of enterprises]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, vol. 25 (1), pp. 144–148. (in Ukrainian)
4. Penyak Yu., Gorokhovatska N. (2020) Suchasni problemy oblikovo-analitychnogho zabezpechennja upravlinnja finansovymy rezul'tatamy [Modern problems of accounting and analytical support of financial results management]. *Economic space*, no. 159, pp. 97–101. (in Ukrainian)
5. Nazarova G., Kononenko L., Kalashnikova A. (2020) Oblikovi procedury formuvannja finansovykh rezul'tativ: suchasnyj stan ta naprjamy jikh vdoskonalennja [Accounting procedures for the formation of financial results: current status and areas for improvement]. *Economic space*, no. 156, pp. 206–212. (in Ukrainian)
6. Zakon Ukrainy "Pro bukhghalters'kyj oblik ta finansovu zvitnistj v Ukraini" (vid 16.07.1999 r. № 996-XIV). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
7. Shevchuk K., Bondar V. (2019) Finansovi rezul'taty jak ekonomichna kateghorija ta osoblyvosti vidobrazhennja jikh v obliku ta zvitnosti pidpryjemstva [Financial results as an economic category and features of their reflection in the accounting and reporting of the enterprise]. *Economic sciences. Series: Accounting and Finance*, vol. 16, pp. 158–166. (in Ukrainian)

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 338+658

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-25>

Андрієнко В.М.

кандидат економічних наук, доцент
Державного університету «Одеська політехніка»

Савенко В.О.

магістрант
Державного університету «Одеська політехніка»

Andrienko Valentyna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Odessa Polytechnic State University

Savenko Vladyslav

Master
Odessa Polytechnic State University

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF LOGISTICS PROCESSES

Робота присвячена актуальній проблемі впровадження нових інформаційних технологій для підвищення конкурентоспроможності логістичної компанії. На прикладі Одеської філії відомої німецької транспортної компанії "Hellmann" для аналізу наявних інформаційних потоків побудовано модель бізнес-процесу. Для полегшення аналізу проведено його декомпозицію на чотири частини. У статті детально розглянуто діаграму ключового процесу. На основі аналізу діаграми визначено недоліки та показано необхідність використання хмарної технології для його вдосконалення. Наведено модель інформаційної системи на платформі "Amazon Web Services" (AWS) із використанням дискового сховища "Google". "Amazon" надає послуги інфраструктури та послуги на рівні платформи. Чат-боти на "Google Drive" здійснюють спілкування з клієнтами та співробітниками. Доступ забезпечується підтримкою термінальних пристроїв (персональних комп'ютерів, мобільних телефонів, інтернет-планшетів).

Ключові слова: логістичні процеси, бізнес-процес, віртуальна інфраструктура, інформаційна система, хмарні сервіси.

Робота посвящена актуальній проблемі внедрения новых информационных технологий для повышения конкурентоспособности логистической компании. На примере Одесского филиала известной немецкой транспортной компании "Hellmann" для анализа существующих информационных потоков построена модель бизнес-процесса. Для облегчения анализа произведена его декомпозиция на четыре части. В статье подробно рассмотрена диаграмма ключевого процесса. На основе анализа диаграммы определены недостатки и показана необходимость использования облачной технологии для его совершенствования. Приведена модель информационной системы на платформе "Amazon Web Services" (AWS) с использованием дискового хранилища "Google". "Amazon" предоставляет услуги инфраструктуры и услуги на уровне платформы. Чат-боты на "Google Drive" осуществляют общение с клиентами и сотрудниками. Доступ обеспечивается поддержкой терминальных устройств (персональных компьютеров, мобильных телефонов, интернет-планшетов).

Ключевые слова: логистические процессы, бизнес-процес, виртуальна інфраструктура, інформаційна система, облачные сервіси.

The work is devoted to the urgent problem of introducing new information technologies to increase the competitiveness of a logistics company. On the example of the Odessa branch of the well-known German transport company Hellmann, a model of the company's business process was built to analyze the existing information flows. To facilitate the analysis, it was decomposed into four parts. The article provides a detailed diagram of the key process. Based on the analysis of the diagram, shortcomings are identified (a huge amount of time is spent on manual operations) and the need to use cloud technology to improve it is shown. A model of an information system based on the Amazon Web Services (AWS) platform using Google disk storage is presented. Amazon provides infrastructure services (virtual servers, storage) and platform-level services (cloud databases, cloud software, cloudless server computing, and development tools). Chatbots on Google Drive provide communication with customers and employees. The model containing cloud services provides the consumer with access to the use of information technology platforms: operating systems, database management systems, middleware, development and testing tools hosted by a cloud provider. In this model, the entire information technology infrastructure, including computer networks, servers, storage systems, is entirely controlled by the provider, while the provider determines the set of platform types available to consumers and the set of controlled platform parameters. The consumer is given the opportunity to use platforms, create their virtual copies, install, develop, test, operate application software on them, while dynamically changing the amount of consumed computing resources. Convenience and versatility of access is ensured by the wide availability of services and support for various classes of terminal devices (personal computers, mobile phones, Internet tablets). This solution significantly simplifies the business process, eliminates disadvantages and gains additional business benefits that will increase the competitiveness of Hellmann.

Keywords: logistics process, business process, virtual infrastructure, CRM information system, cloud services.

Постановка проблеми. Останнім часом у логістичних процесах зростає обсяг даних, які підлягають обробленню, і традиційними засобами вже не вдається швидко з потоку даних отримати потрібну інформацію та використовувати її для управління логістикою. Усі учасники логістичного ланцюжка (постачальник, перевізник, споживач) безперервно взаємодіють. Крім цього, постійний зв'язок один з одним і доступ до єдиної бази даних потрібні співробітникам логістичної компанії. Забезпечити взаємодію у режимі реального часу можливо, коли робочий процес не залежить від місцезнаходження учасників. Організувати таку роботу можна у хмарній інфраструктурі, тому проблема створення інтегрованих інформаційних логістичних систем і нових технологій є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам інформаційного забезпечення логістики й створення інтегрованих інформаційних логістичних систем присвячені праці таких науковців, як А.Ю. Берко, О.Є. Васильєва, В.А. Висоцька, Д.А. Гаврилов, Н.Г. Георгіаді, О.О. Коваленко, Д. О'Лірі, Т.О. Марценюк, Н.С. Меджибовська, В.В. Пасічник, С.В. Пітеркін, О.І. Рибніков [1].

Ідея «хмари» існує вже багато років (наприклад, доступ до електронної пошти). Перевагами хмарних технологій користується один із лідерів логістичного ринку України – «Нова пошта». Компанія застосовує хмарні рішення для роботи одного зі своїх сервісів, тому що це забезпечує стабільну й швидку роботу. Група компаній «Delivery» також активно застосовує хмарні технології. Компанія впевнена, що «хмари» забезпечують стабільну роботу та безпечно зберігання даних. Крім того, вони дають змогу керувати всіма робочими процесами, організувати та контролювати роботу всіх співробітників, а найбільшим замовником «хмари» в Україні є «Укрпошта» [2].

Нині логістичні компанії використовують низку специфічних для бізнесу додатків. Розглянемо найбільш значущі. «Yard Management System» (YMS) відповідає за керування складською територією та розміщення на ній транспортних засобів. «Transportation Management System» (TMS) – система для управлін-

ня переміщенням вантажу з пункту відвантаження до пункту вивантаження. «Warehouse Management System» (WMS) регулює знаходження та рух товарних і матеріальних цінностей безпосередньо на складі. Такі програми критичні для бізнес-системи, і від їхньої якісної роботи залежить ефективність діяльності транспортної компанії, тому компанії вважають за краще розвивати подібні системи та керувати ними переважно самостійно [3].

Компанія «GetRelog» пропонує програму «Relog» для внутрішньої міської маршрутизації [4]. Її доцільно використовувати в кур'єрських та дистрибуторських компаніях, у сервісах із доставки продуктів та їжі. Завдяки таким рішенням оператори отримують можливість швидше і раціональніше планувати маршрути. У результаті цього хмарна система забезпечує автоматизацію та контроль усього ланцюжка доставки.

Компанія «Tucha» пропонує два варіанти віртуальних серверів, такі як «TuchaFlex+» і «TuchaBit» [2]. Різниця між ними полягає у географічному розташуванні дата-центрів (Європа та Україна відповідно). Хмарні сервіси – це потужний інструмент, який дає змогу вирішити низку таких важливих завдань для бізнесу:

- надійно розмістити програми та дані для роботи;
- організувати зберігання резервних копій, документів та файлів;
- забезпечити стабільну роботу сайту та корпоративної пошти.

«Amazon Web Services» (AWS) – це комерційна публічна хмарна платформа з найширшими можливостями, що надає понад 200 повнофункціональних сервісів для центрів оброблення даних по всій планеті. Підтримується і розвивається компанією «Amazon» з 2006 року [5], надає передплатникам послуги як за інфраструктурною моделлю (віртуальні сервери, ресурси зберігання), так і платформного рівня (хмарні бази даних, хмарне програмне забезпечення, хмарні безсерверні обчислення, засоби розроблення).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Загалом проблема раціоналіза-

ції логістичного процесу сьогодні погано досліджена, є лише окремі рекомендації щодо їх організації, засновані на практичному досвіді. Крім того, незважаючи на велику теоретико-методологічну базу сучасної логістики, питання управління послугами логістики досліджені фрагментарно, ще не створено єдиної методології управління системою логістичного сервісу на базі сучасних інформаційних технологій.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). У роботі на основі аналізу логістичних бізнес-процесів на прикладі Одеської філії відомої німецької транспортної компанії "Hellmann" запропонована модель інформаційної системи з використанням хмарних сервісів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одеська філія німецької транспортної компанії "Hellmann" є досвідченим транспортним партнером зі знанням місцевих та регіональних нормативних актів і спеціальностей по всьому світі. Бізнес-процес компанії складається з чотирьох взаємопов'язаних етапів, таких як підготовка, зв'язок з клієнтом, класифікація клієнта і фінальний етап.

Процес підготовки складається з презентації компанії, тобто зазначається, що це за компанія, надається історія компанії, визначається, для яких клієнтів потрібна компанія, наводиться інформація про клієнта (новий або відомий компанії клієнт, структура й сильні сторони клієнта).

На етапі «Зв'язок з клієнтом» здійснюються налаштування зв'язку з клієнтом і налагодження співпраці. В цьому процесі представлений план дій для зв'язку з клієнтом і подальшого ставлення клієнта до компанії, а також обговорення комфортних умов для нього.

У момент класифікації клієнта перевіряється його історія, як судова, так і фінансова, визначаються його слабкі сторони й потреби, на основі цього створюється пропозиція, обговорюється ціна, а також збираються необхідні документи. Після цього клієнт визначає, чи хоче він співпрацювати.

Фінальний процес складається з укладання договору після згоди клієнта.

На рис. 1 зображено ключовий у компанії фінальний бізнес-процес із надання послуг логістики.

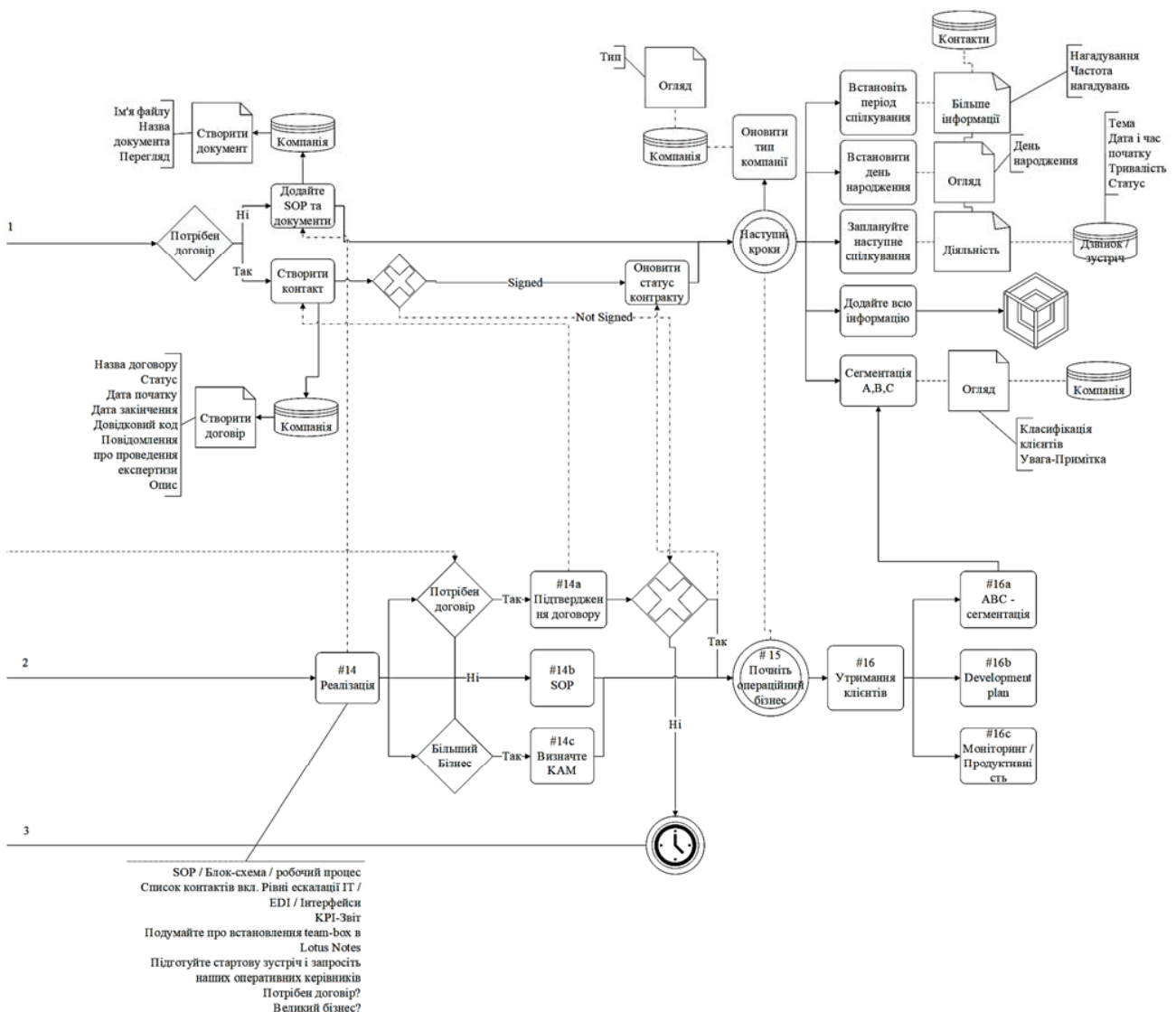


Рис. 1. Діаграма фінального процесу

Перша лінія (1) позначає дії системи управління відносинами з клієнтами (CRM), друга лінія (2) – це процес продажу (тобто ті процеси, які виконують саме менеджери відділу продажу), третя лінія (3) – це процес, за якого можливий вибір між двома й більше процесами, фіолетовим (піктограма файлу) позначено фізичну документацію, яка надходить до архіву/ баз даних компанії, а також має високу цінність як для відділу продажу, так і для CRM-процесу.

Всі операції виконуються в додатку «1С: Підприємство.8» З рисунку видно, що у цього бізнес-процесу наявні операції, які забирають значний час у співробітників фірми. До таких дій належать заповнення документів на паперових носіях і перенесення інформації з них в інформаційну систему. На діаграмі їм відповідають фігури синього кольору. Аналогічних висновків можна дійти з інших бізнес-процесів компанії.

Для успішного розвитку компанії потрібні цілодобовий доступ до серверів, безпечно зберігання даних та достатні ресурси для їхнього розміщення. Організувати роботу у режимі реального часу можна у хмарній інфраструктурі. Зберігання даних у «хмарі» дає змогу отримати доступ до них у будь-який час та на будь-якому пристрої. При цьому забезпечуються їхня безпека та надійність, а для доступу до даних достатньо інтернет-підключення. З іншого боку, зберігання даних на віртуальних серверах економічно вигідно, що показано в публікаціях [4; 6].

Компанія «Hellmann» використовує інформаційну систему CRM (Customer Relationship Management)

для автоматизації логістичних бізнес-процесів. Хмарна технологія може бути інтегрована до цієї системи. Нижче, на рис. 2, наведено модель хмарних сервісів для компанії.

Чат-бот – це віртуальний менеджер, який розташований на Google-диску. Він автоматично відповідає на повідомлення. Це для клієнта простий та зручний спосіб отримання й надіслання потрібної інформації. Компанія використовує чат-боти для налагодження контактів, збирання інформації та взаємодії з клієнтами.

Обчислювальна «хмара» «Amazon Elastic Compute Cloud» (Amazon EC2) – це вебсервіс, що надає безпечні масштабовані обчислювальні ресурси у «хмарі». «Amazon EC2» пропонує обчислювальну платформу, що дає змогу вибрати процесор, сховище, мережу, операційну систему [7].

«Amazon LightSail» – це провайдер віртуального приватного серверу (VPS), який простий у використанні та пропонує всі необхідні інструменти для створення програми або вебсайту [8].

У базі даних зберігається інформація, що надходить з митниці та портів про перевезення та контейнери, що пересуваються територією України. Усі дані вносяться до системи перевізником. Алгоритми вибірки даних поряд із класами даних використовуються у специфікаціях на розроблення для визначення порядку добору та оброблення таблиць баз даних. Найпростіша форма запису представляється блоком-схемами алгоритмів або SQL-запитами як англійською, так і українською мовами. Програмне забезпечення та

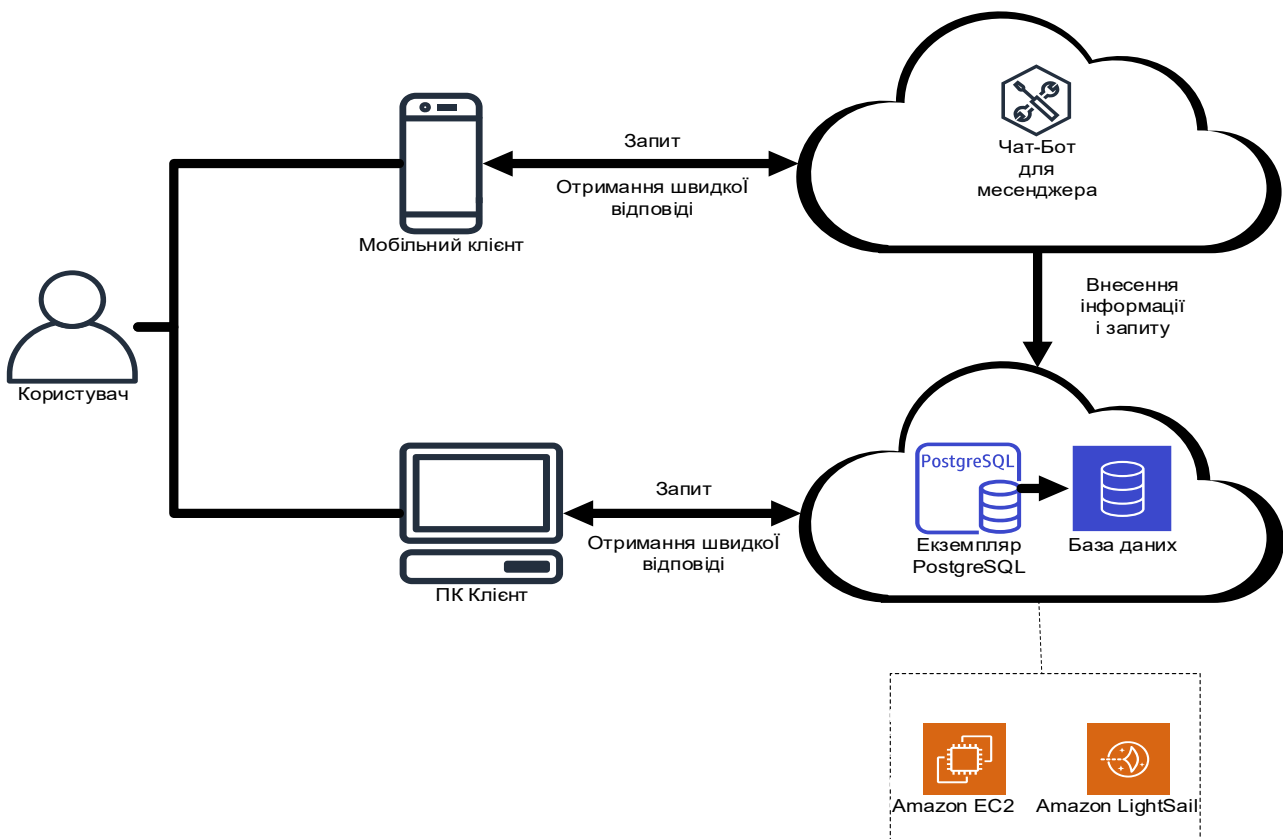


Рис. 2. Модель хмарних сервісів

весь інструментарій для роботи з базою даних, а саме “PostgreSQL”, “Python”, “Javascript”, “Django”, знаходяться у «хмарі», тобто на сервері “Amazon”.

Від самого початку на сервері “PostgreSQL” встановлюється “PgAdmin” і через візуалізований інтерфейс створюється скелет бази даних, свого роду папка для таблиць. Для розроблення та адміністрування серверних баз даних “PostgreSQL” використовується програмне забезпечення “EMS SQL Manager”. Тепер у базу даних можна без проблем додавати дані, видаляти і редагувати їх.

Після того як усі дані оброблені, вони експортуються в Excel-файл для підключення до програмного забезпечення “QlikView”. У “QlikView” використовується система масової фільтрації, завдяки якій можна отримати точну інформацію з бази даних щодо портів та митниць [9].

У системі “QlikView” застосовується запатентована технологія, що дає змогу зберігати дані та обробляти їх безпосередньо в оперативній пам'яті сервера. Ця технологія дає можливість об'єднувати великі масиви даних, що завантажуються в аналітичні програми з різних джерел, а саме баз даних (“MS SQL Server”, “Oracle” тощо), інформаційних систем (“1C”, “SAP”, “Business Objects” тощо), табличних файлів (“Excel”, “CSV” тощо), вебсторінок (html, xml тощо). Програма дає змогу за секунди проаналізувати дані за довільними критеріями, відфільтрувати і відобразити їх у вигляді наочних таблиць та діаграм, а також зберегти результати аналізу у вигляді закладки чи звіту.

Висновки. Хмарні сервіси дали змогу бізнесу прискорити отримання необхідної інформації, що сприяло скороченню часу та вартості укладання угод. Компанія отримала додатковий бізнес-ефект, який підвищує її конкурентоспроможність. Однак існує проблема документообігу. Для здійснення перевезення потрібна велика кількість документів, зокрема товарні накладні, товарно-транспортна накладна, описи вантажу, копії паспортів. У компанії протягом місяця кількість вантажоперевезень може обчислюватися тисячами, а для того, щоби вносити всі ці дані до комп'ютера, потрібен цілий штат співробітників. Зберігання документації на перевезення також є великою проблемою, тому робота продовжується. Надалі компанія планує за допомогою хмарних тех-

нологій вирішити проблему документообігу, тобто суттєво скоротити наявність паперових документів у логістичній системі.

Бібліографічний список:

1. Курносова-Юркова О.А. Современные информационные технологии в системе логистического сервиса предприятия. *Вестник ДНТУ*. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201481/73.html>.
2. Облачные сервисы и решения для бизнеса. URL: <https://tucha.ua/uk/node/1529>.
3. Облачные технологии в сфере логистики. URL: <https://trademaster.ua/articles/312507>.
4. Програма Relog. URL: <https://getrelog.com>.
5. Amazon. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Amazon_Web_Services.
6. Земцова А.В., Иванова Т.В., Шевень Л.Н. Роль «облачных технологий» в логистической деятельности. *Современные научные исследования и инновации*. 2015. № 4. Ч. 3. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2015/04/41290>.
7. Amazon EC2. URL: <https://aws.amazon.com/ru/ec2/?hp=tile&so-xp=below&ct=fs&ec2-whats-new.sort-by=item.additionalFields.postDateTime&ec2-whats-new.sort-order=desc>.
8. Amazon LightSail. URL: <https://aws.amazon.com/ru/lightsail/?hp=tile&so-exp=below&ct=fs>.
9. QlikView. URL: <http://www.sovtex.ru/products/qlikview>.

References:

1. Kurnosova-Yurkova O.A. Sovremennyye informatsionnyye tekhnologii v sisteme logisticheskogo servisa predpriyatiy. *Vestnik DNTU*. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201481/73.html>.
2. Oblachnye servisy i resheniya dlya biznesa. URL: <https://tucha.ua/uk/node/1529>.
3. Oblachnyye tekhnologii v sfere logistiki. URL: <https://trademaster.ua/articles/312507>.
4. Programa Relog. URL: <https://getrelog.com>.
5. Amazon. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Amazon_Web_Services.
6. Zemtsova A.V., Ivanova T.V., Sheven' L.N. (2015) Rol' "oblachnykh tekhnologiy" v logisticheskoy deyatelnosti. *Sovremennyye nauchnyye issledovaniya i innovatsii*, no. 4. Ch. 3. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2015/04/41290>.
7. Amazon EC2. URL: <https://aws.amazon.com/ru/ec2/?hp=tile&so-xp=below &ct=fs&ec2-whats-new.sort-by=item.additionalFields.postDateTime&ec2-whats-new.sort-order=desc>.
8. Amazon LightSail. URL: <https://aws.amazon.com/ru/lightsail/?hp=tile&so-exp=below&ct=fs>.
9. QlikView. URL: <http://www.sovtex.ru/products/qlikview>.

УДК 657.004.056

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-26>

Антоненко Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національного транспортного університету

Пасічник П.А.

студент
Національного транспортного університету

Antonenko Nadiia

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Finance,
Accounting and Auditing
National Transport University

Pasichnyk Pavlo

Student
National Transport University

КІБЕРЗАГРОЗИ В ОБЛІКОВИХ СИСТЕМАХ CYBER THREATS IN ACCOUNTING SYSTEMS

У статті здійснено аналіз кібернетичних загроз, які можуть зруйнувати облікові системи, та запропоновано заходи щодо кіберзахисту облікової інформації. Визначено сутність облікових систем підприємства, а також обґрунтовано актуальність впровадження на підприємствах системи кібербезпеки облікової інформації. Обґрунтовано необхідність розроблення заходів щодо захисту облікової інформації в контексті кібербезпеки та розглянуто деякі питання її організації. Акцентовано увагу на тому, що проблеми захисту від несанкціонованого доступу не лише зводяться до технічних аспектів захисту інформаційних ресурсів, але й потребують врахування людського фактору. Визначено, що найбільш значущими серед кіберзагроз для користувачів облікової інформації є комп'ютерні віруси та несанкціонований доступ до бази даних з боку осіб, які не мають на це прав. Подальші дослідження проблеми запропоновано зосередити на розробленні сучасних антивірусних засобів підтримки кібербезпеки облікової інформації.

Ключові слова: кіберзагроза, облікова система, комп'ютерний вірус, кібербезпека, захист інформації, антивірусна програма.

В статье осуществлен анализ кибернетических угроз, которые могут разрушить учетные системы, и предложены меры по киберзащите учетной информации. Определена сущность учетных систем предприятия, а также обоснована актуальность внедрения на предприятиях системы кибербезопасности учетной информации. Обоснована необходимость разработки мер по защите учетной информации в контексте кибербезопасности и рассмотрены некоторые вопросы ее организации. Акцентировано внимание на том, что проблемы защиты от несанкционированного доступа не только сводятся к техническим аспектам защиты информационных ресурсов, но и требуют учета человеческого фактора. Определено, что наиболее значимыми среди киберугроз для пользователей учетной информации являются компьютерные вирусы и несанкционированный доступ к базе данных со стороны лиц, не имеющих на это прав. Дальнейшие исследования проблемы предложено сосредоточить на разработке современных антивирусных средств поддержки кибербезопасности учетной информации.

Ключевые слова: киберугроза, учетная система, компьютерный вирус, кибербезопасность, защита информации, антивирусная программа

The article analyzes the cyber threats that can destroy accounting systems, and proposes measures to cyber protect accounting information from unauthorized access by unauthorized persons, as well as viruses. The urgency of the topic is due to the fact that the modern development of information technology has led to the emergence of cybercriminals who, through illegal actions and technologies, interfere in the work of information systems and commit theft and destruction of information. The above fact indicates a significant increase in the number of crimes in the field of information technology in the near future, especially in the accounting systems of economic entities. Thus, the relevance of the research topic is beyond doubt. The article defines the essence of accounting systems of the enterprise, as well as substantiates the relevance of the introduction of cyber security systems of accounting information in enterprises. Based on a study of the work of scientists and taking into account the situation in which businesses operate today, the threat of cyber-attacks is assessed in the context of the consequences for accounting

and reporting. Computer viruses and unauthorized access to the database by unauthorized persons have been identified as the most significant cyber threats to users of accounting information. It has been proven that the greatest threat to software users is posed by such virus programs as spyware, Trojan horse programs, worms, invisible viruses, and virus logic bombs. The implementation of measures to protect accounting information in the context of cyber security is substantiated and some aspects of its organization are considered. It is noted that to ensure the security of computer systems and networks, it is necessary to install a licensed version of the antivirus on the computer and refuse to download free programs from suspicious sites. Emphasis is placed on the fact that the problems of protection against unauthorized access are not only reduced to the technical aspects of protection of information resources, but also require consideration of the human factor. Further research on the problem is proposed to focus on the development of modern anti-virus tools to support cybersecurity of accounting information.

Keywords: *cyber threat, accounting system, computer virus, cybersecurity, information protection, antivirus program.*

Постановка проблеми. Поява у світі останнім часом величезної кількості нових ІТ-компаній та програмних продуктів свідчить про стрімкий розвиток інформаційних технологій, які посідають в економіці будь-якої держави одне з найважливіших місць. Із впровадженням у бізнес-процеси суб'єктів господарювання повної або часткової автоматизації у керівництва компаній з'являється більше свободи й ресурсів для розв'язання складних управлінських задач, що впливають на економічний розвиток країни. Дедалі активніше застосовують цифрові технології державні та місцеві органи влади. Засобами підвищення ефективності та прозорості усіх фінансових операцій, що здійснюють підприємства, є використання банками цифрових платіжних інструментів та інноваційних платіжних послуг.

Проте стрімкий розвиток інформаційних технологій зумовив появу кіберзлочинців, які за допомогою незаконних дій і технологій здійснюють розкрадання та руйнування інформації в інформаційних системах і мережах. Вищезазначений факт свідчить про те, що найближчим часом може суттєво збільшитись кількість злочинів у сфері інформаційних технологій, особливо в облікових системах суб'єктів господарювання.

З огляду на суттєву роль захисту програмного забезпечення від несанкціонованого доступу виникає необхідність визначення основних кіберзагроз, що виникають у ході роботи фахівців в облікових системах підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами кібербезпеки інформаційного простору займалися такі науковці, як Д.О. Ричка [1], І.Л. Грабчук [2], С.А. Вітер [3], І.І. Світличин [3], В.І. Клименко [4]. Питання визначення загроз кібербезпеки під час захисту облікової інформації розглядали у своїх дослідженнях Ю.Ю. Мороз [5], Ю.С. Цаль-Цалко [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте нині проблеми захисту облікової інформації від кіберзагроз, що являють собою віруси і несанкціонований доступ до баз даних, залишаються малодослідженими.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз кібернетичних загроз, що можуть зруйнувати облікові системи, та визначення заходів щодо кіберзахисту облікової інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Невід'ємним елементом облікової політики України є облікова система, яка слугує інформаційною базою для управління господарською діяльністю

суб'єктів господарювання. Більшість підприємств для здійснення облікових процесів застосовує комп'ютеризовану форму ведення бухгалтерського обліку, що передбачає використання таких програмних продуктів, як «1С:Підприємство.8», «BAS Бухгалтерія», «BAS Бухгалтерія КОРП», «BAS Комплексне управління підприємством», «Бухгалтерська програма SAP». Ці комп'ютерні системи працюють із великими обсягами інформації, і будь-яке несанкціоноване втручання у роботу вищезазначених програм може привести до втрати облікової інформації, що впливає на достовірність фінансової звітності підприємств і організацій.

З того часу як комп'ютерна техніка увійшла в усі сфери людського життя й перестала бути прерогативою великих компаній, перед розробниками програмного забезпечення і користувачами локальних та глобальних мереж гостро постало питання кібербезпеки. Про важливість захисту інформації сьогодні свідчать такі факти: у 2020 році було зафіксовано 1 120 витоків інформації і кібератак, а також зламано близько 20,1 млрд. записів, що на 50% більше, ніж у 2019 році [6]. Зазвичай кількість кібератак та інформаційних витоків приблизно однакова, але у 2020 році кількість кібератак (349) перевищила кількість витоків (771) вдвічі [6]. Причиною такого різкого скачку кіберзлочинності став COVID-19, оскільки через вірус значна кількість організацій перейшла на дистанційну форму роботи через комп'ютерну мережу Інтернет, а зловмисники отримали більше можливостей несанкціонованого доступу до баз даних. Зазвичай зловмисники цікавлять приватна інформація, яка стосується управлінського обліку великих, середніх та малих підприємств і містить комерційну таємницю.

Існує багато способів викрадення інформації через комп'ютер, але найголовнішою проблемою для користувачів є віруси. Д.О. Ричка трактує поняття комп'ютерного вірусу як «спеціально створеної програми, яка сама здатна приєднуватися до інших програм і у разі запуску спричиняє різні негативні наслідки (псує файли і каталоги, перекидає інформацію) та створює інші перешкоди у роботі ЕОМ» [1]. У статті Д.О. Ричка [1] зауважує, що існують різні види вірусів, які поділяються на серйозні віруси й віруси-жарти. Віруси-жарти особливої загрози користувачеві не несуть, але можуть спричинити певні незручності. Найгірше, що можуть зробити віруси-жарти, – це зламати операційну систему, але після її переустановлення комп'ютер буде працювати, як зазвичай.

Найбільшу загрозу для користувачів програмних продуктів мають такі серйозні віруси:

- програми, що після проникнення в комп'ютер нейтралізують паролі та інші види захисту комп'ютерних програм;

- програми-шпигуни – програми, що проникають на електронно-обчислювальний пристрій і пересилають інформацію власника комп'ютера сторонній особі;

- вірусні програми «троянський кінь», які відрізняються від інших вірусів тим, що не можуть копіювати самі себе і являють собою шкідливу програму; вірус «троянський кінь» захоплює окремі файли, видозмінює або руйнує його; найнебезпечнішим є те, що цей вірус, перебуваючи у вихідному коді ліцензійної програми, може її імітувати й навіть повністю замінювати; зазвичай такі програми використовуються для викрадення паролів і надсилання їх зловмиснику задля проведення банківського шахрайства; в деяких версіях цього вірусу є система самознищення, коли програма не залишає ніяких слідів;

- програми-«хробаки» – ще один вид вірусних програм, які схожі на програми «троянський кінь», бо не можуть реплікувати самі себе: вони проникають у програму оброблення даних і можуть змінювати або знищувати дані в обліковій системі;

- вірусні програми «логічні бомби» – програми, які створені за принципом програм «троянський кінь», проте містять таймер, який запускається у визначений час;

- віруси-невидимки – віруси, що уникають антивірусу і приховують усі зміни, що вносять в розділи операційної системи.

Отже, комп'ютерний вірус – це програми, що проникають до електронно-обчислювального механізму, зменшують продуктивність роботи приладу й можуть знищити або змінити інформацію на ньому [7].

Наочним прикладом нищівної дії комп'ютерного вірусу є вірус “Pety.A”, який завдав шкоди 12,5 тисячам комп'ютерів у нашій державі та поширився на

64 країни світу [2]. Вірус “Pety.A” розпочав свою діяльність в Україні 27 червня 2017 року, а потім поширився на інші країни. Як показало розслідування, вірус поширився через програму “М.Е.Дос”. Під час установлення оновлення ця програма запрошувала дозвіл на внесення змін у комп'ютер із правами адміністратора. Зловмисники скористались цією вразливістю і вписали вірусний код у останнє оновлення програми. На рис. 1 і рис. 2 представлено сучасний процес оновлення програми “М.Е.Дос”.

Відмовитися від оновлення користувачі не можуть, оскільки воно містить актуальні довідники, бланки для подачі звітності та зміни до вже наявних форм документів. Таким чином, у 2017 році програма “М.Е.Дос” виявила свої слабкі сторони, а дозволом її подальшого використання з боку держави стала вимога доведення рівня її захисту до рівня гарантій Г-3 [2]. Нормативний документ ТЗІ 2.5-004-99 «Критерії оцінки захищеності інформації в комп'ютерних системах від несанкціонованого доступу» встановлює критерії оцінки захищеності інформації. Рівень Г3 відповідає рівню EAL 4 міжнародного стандарту ISO/IEC 15408 “Common Criteria for Information Technology Security Evaluation”.

Автори статті «Захист облікової інформації та кібербезпека підприємства» С.А. Вітер та І.І. Світличин [3] рекомендують для захисту комп'ютерів установлювати антивірусні програми, але зазначають, що не від усіх шкідливих програм може захистити антивірус, адже принцип його роботи полягає в пошуку вірусного коду, який деякі програми-шпигуни маскують. Дослідники доходять висновку, що для гарантування безпеки комп'ютерних систем і мереж необхідно встановлювати на ЕОМ ліцензійну версію антивірусу і відмовитись від скачування з підозрілих сайтів безкоштовних програм. Проте абсолютного захисту від несанкціонованого доступу до інформації не існує, адже повністю захищений комп'ютер – це той, що знаходиться в броньованому сейфі і не підключений до жодної мережі, навіть

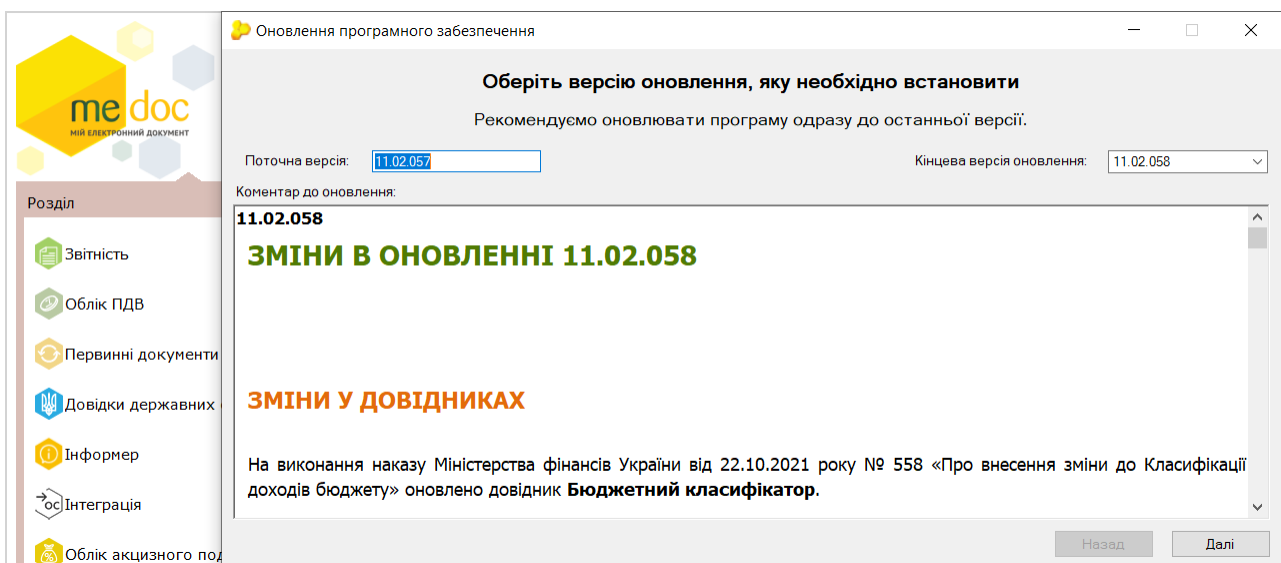


Рис. 1. Початок оновлення програмного забезпечення “М.Е.Дос”

Джерело: створено авторами

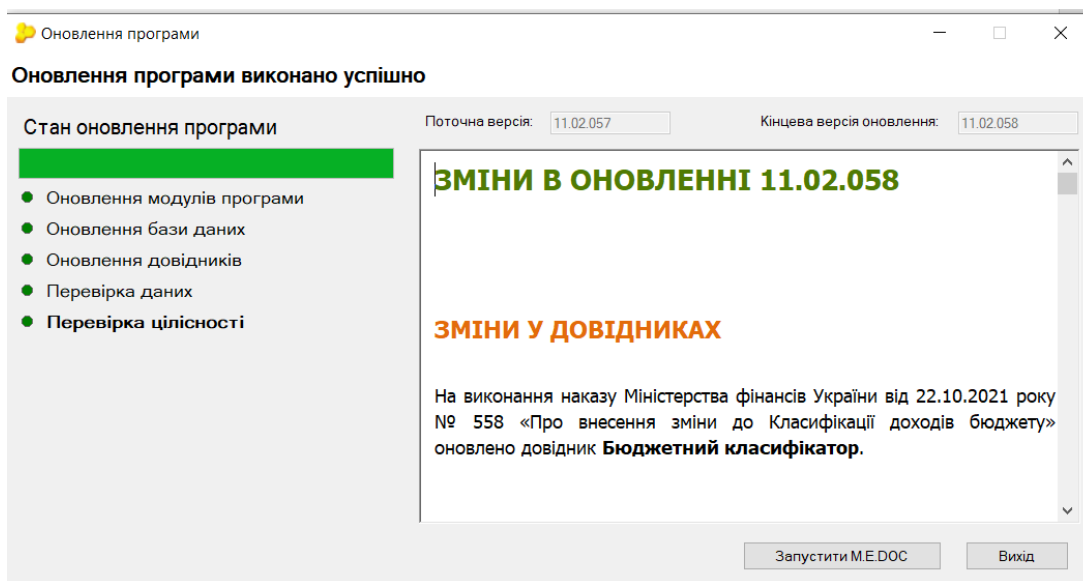


Рис. 2. Закінчення оновлення програмного забезпечення “М.Е.Doc”

Джерело: створено авторами

електричної. Зазвичай таким приладом користуватися не можна. Таким чином, найкращий захист від нападу на облікові системи – недопущення його усіма способами.

Як ми вже зазначали, для хакерів найбільш привабливою є інформація щодо управлінського обліку підприємства, яка містить комерційну таємницю. Захист облікової системи потрібно здійснювати також тому, що більша частина інформації знаходиться в електронному вигляді і має високий ступінь вразливості до хакерських атак. Проте не тільки хакери становлять загрозу інформації в облікових системах. У осіб, які працюють на підприємстві, зловмисники можуть безпосередньо викрасти інформацію на цифрових носіях, здійснивши крадіжку ноутбуку, флешки, токена тощо.

Ще однією причиною витоку інформації є інсайдери – зловмисники, що знаходяться всередині організації. Для того щоб уникнути несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, деяким співробітникам компанії обмежують доступ до певного функціоналу програми.

Розглянемо порядок обмеження прав користувачів на прикладі організації доступу до довідників і документів у програмі «1С:Підприємство.8». Ця процедура дає змогу керівнику підприємства розмежувати доступ до бази даних, стежити за зміною документів, організувати ведення журналу реєстрації роботи з програмою, визначати коло користувачів, яким надано право на видалення документів і записів з бази даних підприємства.

На рис. 3 представлено скріншот екрану з програми «1С: Управління торговим підприємством для України. 8.3», який містить список користувачів і журнал реєстрації роботи з програмою. У програмі «1С:Підприємство.8» для керування доступом користувачів використовується окремий об'єкт метаданих, який називається роллю. Роль визначає набір прав користувача, які він має. Так, для кожного з

об'єктів (довідників, документів) розробник установлює свій набір прав, таких як читання, запис, додавання, зміна. Набір доступних прав – це сукупність усіх дозволів у ролях користувача. Кожному користувачеві, відповідно до посади, надані певні права доступу: повні права доступу надаються адміністратору й головному бухгалтеру, а всі інші співробітники мають обмежені права доступу.

Вищезазначені заходи дають змогу під час роботи з обліковими системами уникнути несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації з боку співробітників підприємств і організацій.

Розглянемо причини витоку інформації в банківських та фінансових секторах. Автор статті «Внутрішні загрози інформаційній безпеці організації» В.І. Клименко [4] зазначав, що більшість випадків витоку інформації, які трапилися в облікових системах банків і фінансових установ, виникла не через вразливість інформаційних систем, а через недбалість працівників. Найпопулярнішими з них є такі:

- відкриття файлів від невідомих адресатів, які надійшли через пошту або через інший вид швидкого обміну повідомленнями;
- встановлення неліцензійного програмного забезпечення;
- використання простих паролів (наприклад, 12345678 чи 11111111) або використання одного й того самого пароля впродовж тривалого часу;
- «запам'ятовування» паролів у публічних місцях (ресторанах, кафе, бібліотеках);
- робота з конфіденційними документами в публічних місцях;
- завантажування розважальних програм та відвідування розважальних сайтів;
- винесення конфіденційної інформації за межі організації.

Далі зупинимось на питаннях забезпечення кіберзахисту баз даних облікових систем. Погоджуємось із дослідниками С.А. Вітер та І.І. Світличин, які про-

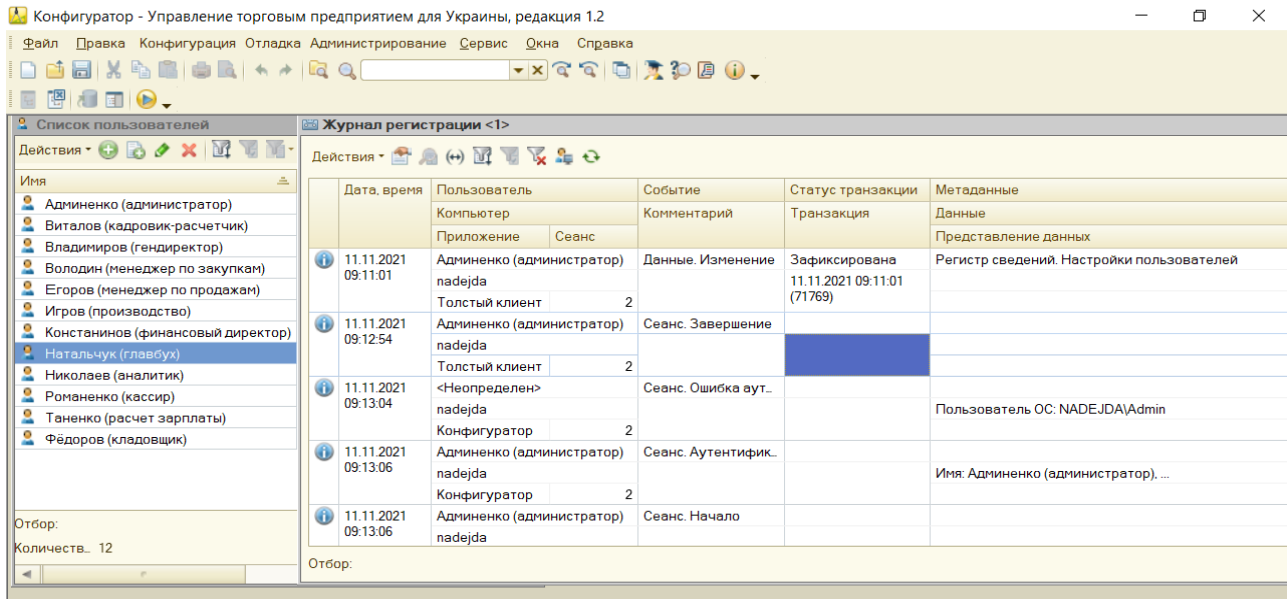


Рис. 3. Налаштування прав доступу у режимі користувача в конфігураторі програми «1С: Управління торговим підприємством. 8.3»

Джерело: створено авторами

понують такі заходи щодо захисту облікової інформації від кіберзлочинців [3]:

- організаційні (обмеження незаконного доступу до приватної інформації);
- технічні (попередження несанкціонованих осіб щодо навмисного вторгнення в облікову інформацію за допомогою технічних засобів або програмного забезпечення);
- кадрові (підвищення компетентності та відповідальності у використанні інформаційних технологій працівниками організації).

Крім зараження облікових систем вірусами внаслідок некомпетентних дій працівників підприємств, відбувається витік, втрата або викривлення інформації [8], тому для надійного зберігання бази даних потрібно на електронно-обчислювальний пристрій встановлювати якісне програмне забезпечення. Програмні продукти повинні відповідати стандарту ISO/IEC 25010 щодо забезпечення високого рівня таких характеристик якості [9]:

- придатність, точність, інтероперабельність, безпечність (невід’ємна частина існування набору функцій та їх заданих властивостей, які характеризують функціональність інформаційного простору);
- відмовостійкість, відновлюваність (складові частини надійності, що впливають на здатність програмного забезпечення підтримувати високий рівень продуктивності за певних умов протягом зазначеного періоду часу);
- зрозумілість, привабливість, працездатність (атрибути зручності, які впливають на зусилля, необхідні для використання, та на індивідуальну оцінку такого використання заявленим набором користувачів);
- утилізація ресурсів (складова частина ефективності, яка впливає на взаємозв’язок рівня продуктивності програмного забезпечення та кількості ресурсів, що використовуються за зазначених умов);

– атрибути ремонтпридатності, що впливають на зусилля, необхідні для внесення певних змін до бази даних;

– адаптивність, можливість безперешкодного встановлення програмного забезпечення (складові частини переносності, що впливають на можливість передачі програмного забезпечення з одного середовища до іншого).

В стандарті ISO/IEC 25010 наголошується на важливості постійного підвищення якості, зниження ризиків, пов’язаних із розробленням та обслуговуванням програмного забезпечення, а також на необхідності систематичного визначення якості елементів бази даних. Все програмне забезпечення, що створюється сьогодні, повинно відповідати вимогам вищезазначеного стандарту.

Висновки. В результаті здійснення аналізу кіберзагроз в облікових системах пропонується виділяти логічний та фізичний види захисту облікової інформації.

Логічна безпека реалізується за допомогою технології, яка обмежує доступ до системи та інформації суб’єкта господарювання. Фізична безпека використовує заходи, яких підприємство чи установа вживає для захисту своїх даних, об’єктів або ресурсів, що зберігаються на фізичних носіях. Логічна безпека полягає в такому:

– визначення слабких сторін діяльності підприємства для забезпечення захисту облікової інформації від кібератак;

– інформування працівників підприємств про загрози витоку інформації через доступ до їх особистих сторінок у соціальних мережах, поштових скриньок тощо; в межах цього заходу необхідно ознайомити працівників з інтернет-ресурсами, які слід використовувати на робочому місці, а надати їм інформацію щодо тих типів електронних листів та вкладень

до них, які можна відкривати без страху отримати вірус.

З точки зору фізичної безпеки слід наголосити на таких особливостях:

– найважливіша інформація повинна зберігатися у зашифрованому вигляді;

– загрозою пошкодження або доступу до конфіденційної інформації є не тільки програмне забезпечення, але й викрадення носіїв, на яких зберігають інформацію; у зв'язку з цим адміністратори внутрішніх мереж підприємств повинні використовувати фізичні засоби, що блокують доступ до бази даних.

Як висновок з дослідження необхідно зазначити, що для створення кібернетичного захисту облікової інформації на кожному підприємстві потрібно розробити відповідну програму дій, сфера застосування яких не обмежується виключно технічними аспектами, а поширюється також на людські ресурси. Перспективою подальших досліджень може бути розроблення сучасних антивірусних засобів підтримки кібербезпеки облікової інформації.

Бібліографічний список:

1. Ричка Д.О. Комп'ютерні віруси – шкідливі програмні засоби, рушійна сила модифікації. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 1. Т. 2. С. 89–93.
2. Грабчук І.Л. Організація захисту облікової інформації в умовах гібридної війни. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналіз*. 2018. Вип. 3 (41). С. 20–24.
3. Вітер С.А., Світличин І.І. Захист облікової інформації та кібербезпека підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 497–502.
4. Клименко В.І. Внутрішні загрози інформаційній безпеці організації. *Вісник НБУ*. 2008. № 5. С. 62–63.
5. Цаль-Цалко Ю.С., Мороз Ю.Ю. Облікова політика підприємства та її кібербезпека. *Облік, аналіз і контроль в умовах сучасних концепцій управління економічним потенціалом і ринковою вартістю підприємства* : збірник наукових праць. Т. IV. Ч. I. Житомир : Рута, 2017. С. 8–11.
6. Статистика з кібербезпеки за 2020 рік. 10 Guards. URL: <https://10guards.com/ua/articles/2020-cybersecurity-statistics> (дата звернення: 10.11.2021).
7. Види комп'ютерних вірусів і способи боротьби з ними. URL: https://web-3.ru/comp/virus/?act=full&id_article=1411 (дата звернення: 12.11.2021).
8. Поняття, сутність, значення захисту інформації. ІнфоБезпека. URL: <http://www.infobezpeka.com/publications/?id=102> (дата звернення: 12.11.2021).
9. ISO/IEC 25010. ISO 25000. URL: <https://iso25000.com/index.php/en/iso-25000-standards/iso-25010?limit=3&limitstart=0> (дата звернення: 15.11.2021).

References:

1. Rychka D.O. (2018) Komp'yuterni virusy – shkidlyvi programni zasoby, rushiyna sila modifikacii [Computer viruses are malicious software, the driving force of modification]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, rel. 1, vol. 2, pp. 89–93.
2. Ghrabchuk I.L. (2018) Orghanizacija zakhystu oblikovoi informacii v umovakh ghibrydnoji vijny [Organization of protection of accounting information in the conditions of hybrid war]. *Problems of theory and methodology of accounting, control and analysis*, vol. 3 (41), pp. 20–24.
3. Viter S.A., Svitlyshyn I.I. (2017) Zakhyst oblikovoi informacii ta kiberbezpeka pidpryemstva [Protection of accounting information and cybersecurity of the enterprise]. *Economy and society*, vol. 11, pp. 497–502.
4. Klymenko V.I. (2008) Vnutrishni zagrozy informacijnij bezpeci orghanizaciji [Internal threats to information security of the organization]. *Bulletin of the NBU*, no. 5, pp. 62–63.
5. Calj-Calko Ju.S., Moroz Ju.Ju. (2017) Oblikova polityka pidpryemstva ta jiji kiberbezpeka [Accounting policy of the enterprise and its cybersecurity]. *Accounting, analysis and control in the context of modern concepts of managing the economic potential and market value of the enterprise: a collection of scientific papers*, vol. IV, part 1, Zhytomyr: "Ruta", pp. 8–11.
6. Statystyka z kiberbezpeky za 2020 rik [Cybersecurity statistics for 2020]. 10 Guards. URL: <https://10guards.com/ua/articles/2020-cybersecurity-statistics>.
7. Vydny komp'yuternykh virusiv i sposoby borotjby z nymy [Types of computer viruses and ways to fight them]. URL: https://web-3.ru/comp/virus/?act=full&id_article=1411.
8. Ponjattja, sutnistj, znachennja zakhystu informacii [The concept, essence, importance of information protection]. *InfoSecurity*. URL: <http://www.infobezpeka.com/publications/?id=102>.
9. ISO/IEC 25010. ISO 25000. URL: <https://iso25000.com/index.php/en/iso-25000-standards/iso-25010?limit=3&limitstart=0>.