

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ  
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ  
В ЕКОНОМІЦІ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

Випуск 2(76)



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2020

**Головний редактор: Смерічевський Сергій Францович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

**Заступник головного редактора: Засанський Володимир В'ячеславович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Національного авіаційного університету.

**Відповідальний секретар: Радченко Ганна Анатоліївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

**Редакційна колегія:**

**Ареф'єва Олена Володимирівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою Економіки повітряного транспорту Національного авіаційного університету.

**Дергачова Вікторія Вікторівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

**Іващенко Алла Іванівна**, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.

**Кривов'язюк Ігор Володимирович**, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету.

**Окландер Михайло Анатолійович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету.

**Паливода Олена Михайлівна**, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та економіки водного транспорту Державного університету інфраструктури та технологій.

**Петровська Світлана Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету.

**Прохорова Вікторія Володимирівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії.

**Сохацька Олена Миколаївна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету.

**Хлобистов Євген Володимирович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри екології Національного університету «Киево-Могилянська академія».

**Igor Britchenko**, Doctor Habil., Professor of State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski, Poland.

**Vladimir Glonti**, Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

Електронна сторінка видання: [www.psae-jrnl.nau.in.ua](http://www.psae-jrnl.nau.in.ua)

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:  
<https://doi.org/10.32782/2520-2200>

Збірник наукових праць «**Проблеми системного підходу в економіці**» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 18 грудня 2018 року № 1412.

Наукове видання включено до міжнародних, закордонних, національних реферативних та наукометричних баз даних: НБУ ім. В.І. Вернадського, Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index.

**Затверджено до друку та поширення через мережу Internet відповідно до рішення Вченої ради Національного авіаційного університету (від 29 квітня 2020 року протокол № 2)**

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 8776, видане Державною реєстраційною службою України 24.05.2004 р.

## ЗМІСТ

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ****Бервено О.В., Броницький О.М.**

ЗАЙНЯТІСТЬ У СТРУКТУРІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ.....7

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ****Захарченко Н.В., Маслій Н.Д., Жаданова Ю.О.**ВПЛИВ ЗМІН УПРОВАДЖЕННЯ ВАЛЮТНОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ  
НА РОЗВИТОК ТА СТАБІЛІЗАЦІЮ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ..... 13**Ніконенко У.М.**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МАКРОФІНАНСОВІЙ СТАБІЛЬНОСТІ  
В КРАЇНАХ – ЕКСПОРТЕРАХ СИРОВИННИХ РЕСУРСІВ..... 20**Ткаліч Т.І.**

УПОВІЛЬНЕННЯ ЗРОСТАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОЗНАКА ГЛОБАЛЬНОЇ РЕЦЕСІЇ.....27

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Доценко А.Ю.**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОЯВИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФЕНОМЕНА  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ..... 31**Лаврик В.В.**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ  
ПОКАЗНИКІВ НА ІНДЕКС ТАРИФНОГО НАВАНТАЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ..... 37**Положенцева К.Л.**

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ..... 42

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ****Алієв Раміль Айдин**

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ.....47

**Білорус Т.В., Фірсова С.Г.**МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ  
ПРАЦІВНИКІВ ВНУТРІШНІМ HR-БРЕНДОМ КОМПАНІЇ..... 54**Данілова Е.І.**

УМОВА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ АВІАКОМПАНІЇ..... 62

**Пістунів І.М., Железнякова К.О.**

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗДРІБНИХ ЦІН..... 69

**Раменська С.Є., Хороших В.В., Радченко Г.А.**

ПОЄДНАННЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ І МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ..... 74

**Стукан Т.М.**ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ПОЗИЦІЙ ..... 80**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА****Беля А.Р.**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ТА ВИКОРИСТАННЯ  
НИМИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ РЕФОРМ ..... 88**ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ****Ліснічук О.А., Сотник О.О.**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄС  
ТА УКРАЇНИ У СФЕРІ ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ..... 97

**Чмерук Г.Г.**

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN НА ТРАНСФОРМАЦІЮ  
ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....104

**БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ****Височан О.С., Оліховський В.Я.**

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ЛОУКОСТ-СЕГМЕНТІ.....113

**Дорош Н.І., Кізенко Є.С.**

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....117

**Мазуренок О.Р., Плекан У.М.**

СТРАТЕГІЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БУХГАЛТЕРСЬКИМ ОБЛІКОМ .....126

**Соколенко Л.Ф.**

ОБ'ЄКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРУЮЧИХ КОМПАНІЙ  
СФЕРИ ЖКГ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДУ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ.....131

**МАРКЕТИНГ****Багорка М.О., Юрченко Н.І.**

МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК АДАПТАЦІЙНИЙ СКЛАДНИК  
СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....137

**Вовчанська О.М., Іванова Л.О.**

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТАЦІЙНИХ ЗМІННИХ  
НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ .....145

**Капінус Л.В., Лабінська Н.О., Скригун Н.П.**

МАРКЕТИНГОВА ПОВЕДІНКА ПОКУПЦІВ ТОВАРІВ У МАРКЕТПЛЕЙСІ.....154

**Князєва Т.В., Шевченко А.В.**

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ  
ЗАХИСТУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....161

**Пчелянська Г.О.**

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ  
СПОЖИВАЧІВ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ.....169

**Чорнописька Н.В., Болібрux Л.І.**

ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ РИНКУ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ:  
ВПЛИВ ІНТЕРЕСІВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ.....175

**Алексєєнко Д.Д.**

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ ВИРОБНИЦТВА ЛОКАЛЬНИХ СУСПІЛЬНИХ БЛАГ.....181

**Мушнікова С.А.**

СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З КОНФІГУРУВАННЯ  
АЛГОРИТМІВ ГЕНЕРУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ВПЛИВІВ  
НА БЕЗПЕКУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....186

**Проценко В.М.**

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА ОСНОВА ІНТЕНСИФІКАЦІЇ УПРАВЛІННЯ  
ЕКОНОМІЧНОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ  
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....194

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ  
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ****Ащеулова О.М., Мамайкін О.Р., Медяник В.Ю.**

ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДНИКІВ ВНУТРІШНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ  
ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ.....202

**Барна М.Ю.**

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ  
АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....208

## CONTENTS

**ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA****Berveno Oksana, Bronitsky Alexander**

EMPLOYMENT IN THE STRUCTURE OF LIFE QUALITY OF THE POPULATION.....7

**WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS****Zakharchenko Natalia, Maslii Natalia, Zhadanova Yulia**IMPACT OF CHANGES IN IMPLEMENTATION OF FOREIGN LIBERALIZATION  
ON THE DEVELOPMENT AND STABILIZATION  
OF THE REAL SECTOR OF THE UKRAINE'S ECONOMY.....13**Nikonenko Uliana**MODERN CHALLENGES OF MACRO-FINANCIAL STABILITY  
IN COMMODITY – EXPORTING COUNTRIES..... 20**Tkalich Tetiana**

WORLD ECONOMY GROWTH SLOW AS A SIGN OF GLOBAL RECESSION.....27

**ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT****Docenko Anton**TRENDS AND SHARES OF THE SHADOW ECONOMY  
AS A PHENOMENON OF SOCIO-ECONOMIC SPACE OF UKRAINE..... 31**Lavryk Volodymyr**THEORETICAL PRINCIPLES OF THE INVESTIGATION OF THE INFLUENCE  
OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS ON THE TARIFF LOAD INDEX.....37**Polozhentseva Kateryna**

MODERN PROBLEMS OF LABOR PAYMENT IN UKRAINE.....42

**ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES****Aliyev Ramil Aydin**METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING  
THE REGION'S TOURISM POTENTIAL .....47**Bilorus Tetiana, Firsova Svitlana**METHODOLOGICAL TOOLSET FOR EVALUATING THE LEVEL  
OF EMPLOYEE SATISFACTION WITH COMPANY INTERNAL HR-BRAND.....54**Danilova Elvira**CONDITION OF THE BALANCE OF ECONOMIC INTERESTS  
OF AVIATION ENTERPRISE.....62**Pistunov Igor, Gzelezniakova Kristina**

OPTIMIZATION OF RETAIL PRICES.....69

**Ramenska Svitlana, Khoroshykh Vikroriia, Radchenko Hanna**

DECENTRALIZATION IN UKRAINE VS MARKETING OF AREAS.....74

**Stukan Tatyana**INNOVATIVE TYPE OF DEVELOPMENT OF AGRARIAN ENTERPRISES  
AS A FACTOR OF STRENGTHENING COMPETITIVE POSITIONS..... 80**PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT  
AND REGIONAL ECONOMY****Belya Andriana**PECULIARITIES OF AMALGAMATED HROMADA'S FORMATION  
AND IT'S FINANCIAL RESOURCES USING IN THE CONTEMPORARY  
OF MODERN UKRAINIAN REFORMS.....88

**MONEY, FINANCES AND CREDIT****Lisnichuk Oksana, Sotnik Olha**

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE IMPLEMENTATION OF THE EU AND UKRAINE BUDGETARY POLICY IN THE FORMATION OF THE REVENUE BUDGET.....97

**Chmeruk Halyna**

THE INFLUENCE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY ON THE TRANSFORMATION OF FINANCIAL RELATIONS OF BUSINESS ENTITIES.....104

**ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT****Vysochan Oleh, Olikhovskiy Volodymyr**

ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF TOURIST SERVICES IN LOW-COST SEGMENT.....113

**Dorosh Nina, Kizenko Yevheniia**

PECULIARITIES OF ACCOUNTANT AND TAXATION TREATMENT OF COMPANY'S PROFITS.....117

**Mazurenok Oksana, Plekan Ulyana**

STRATEGY FOR EFFECTIVE ACCOUNTING MANAGEMENT.....126

**Sokolenko Lyudmyla**

ACCOUNTING OBJECTS IN HOUSING AND UTILITY MANAGEMENT COMPANIES: TRANSFORMATION OF THE IDENTIFICATION APPROACH.....131

**MARKETING****Bahorka Mariia, Yurchenko Nataliy**

MARKETING POTENTIAL AS AN ADAPTING COMPONENT OF MODERN ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES.....137

**Vovchanska Olha, Ivanova Liliya**

MARKETING RESEARCH OF SEGMENTATION VARIABLES IN THE WORLD MARKET OF WELLNESS TOURISM.....145

**Kapinus Larysa, Labinska Natalia, Skrygun Natalia**

MARKETING BEHAVIOR OF GOODS BUYERS IN MARKETPLACE.....154

**Kniazieva Tetiana, Shevchenko Anna**

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MEASURES OF THE FOREIGN ECONOMIC REGULATION FOR THE PROTECTION OF THE CONSUMER UKRAINIAN MARKET.....161

**Pchelianska Galyna**

THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINING CONSUMER LOYALTY IN THE FOOD MARKET.....169

**Chornopyska Nataliya, Bolibrukh Lidiya**

RAILWAY MARKET LIBERALIZATION IN UKRAINE: INFLUENCE OF STAKEHOLDERS INTERESTS .....175

**Aliexsieienko Daria**

INSTITUTIONAL MECHANISM OF LOCAL PUBLIC GOODS PRODUCTION.....181

**Mushnykova Svitlana**

DECISION SUPPORT SYSTEM FOR CONFIGURATION OF ALGORITHMS FOR GENERATING MANAGEMENT INFLUENCES ON THE SECURITY OF INDUSTRIAL INDUSTRY.....186

**Protsenko Valentyna**

KNOWLEDGE ECONOMY AS A STRATEGIC BASIS FOR INTENSIFICATION OF MANAGEMENT OF ECONOMIC BEHAVIOR OF INDUSTRIAL RAILWAY ENTERPRISES.....194

**MATHEMATICAL METHODS, MODELS****AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMY****Asheulova Oleksandra, Mamaikin Oleksandr, Medyanyk Volodymyr**

RESEARCH OF THE COMPONENTS OF INTERNAL POTENTIAL OF MINING-AND-CONCENTRATING COMPLEX ENTERPRISES.....202

**Barna Marta**

STATE POLICY OF REALIZING THE POTENTIAL OF AIR TRANSPORT FOR THE DEVELOPMENT OF INBOUND TOURISM IN UKRAINE.....208

---

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

---

УДК 330.59+331.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-1>**Бервено О.В.**

доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри економічної теорії та міжнародної економіки  
Харківського національного університету  
міського господарства імені О.М. Бекетова

**Броницький О.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та підприємництва  
Харківського інституту  
Міжрегіональної академії управління персоналом

**Berveno Oksana**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**Bronitsky Alexander**

Kharkiv Institute of Interregional Academy of Personnel Management

**ЗАЙНЯТІСТЬ У СТРУКТУРІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ****EMPLOYMENT IN THE STRUCTURE OF LIFE QUALITY  
OF THE POPULATION**

У статті розглянуто взаємозв'язок якості життя та зайнятості населення. Обґрунтовано, що найбільш дієвий вплив на зростання якості життя мають заходи регулювання зайнятості населення. Серед основних напрямів впливу зайнятості на якість життя населення виокремлено: формування якості трудового життя, формування доходів населення, сприяння людському розвитку, формування якості соціально-економічного середовища. Доведено, що зростання якості життя населення потребує комплексного підходу до модернізації сфери зайнятості. Обґрунтовано необхідність створення ефективного механізму управління соціально-трудою сферою, спроможного забезпечити зростання показників, які визначають її ефективність: якості трудового життя, продуктивності праці, гідної оплати праці, через які забезпечуються економічний розвиток та якість життя.

**Ключові слова:** якість життя, зайнятість, якість трудового життя, трудовий потенціал, людський розвиток, доходи населення.

В статье рассмотрена взаимосвязь качества жизни и занятости населения. Обосновано, что наиболее действенное влияние на повышение качества жизни имеют меры регулирования занятости населения. Среди основных направлений влияния занятости на качество жизни населения выделены: формирование качества трудовой жизни, формирование доходов населения, содействие человеческому развитию, формирование качества социально-экономической среды. Доказано, что рост качества жизни населения требует комплексного подхода к модернизации сферы занятости. Обоснована необходимость создания эффективного механизма управления социально-трудою сферой, способного обеспечить рост показателей, определяющих ее эффективность: качества трудовой жизни, производительности труда, достойной оплаты труда, через которые обеспечиваются экономическое развитие и качество жизни.

**Ключевые слова:** качество жизни, занятость, качество трудовой жизни, трудовой потенциал, человеческое развитие, доходы населения.

The quality of life of the population is one of the most pressing problems, an important indicator of the viability of society. Employment is also one of the most important macroeconomic indicators, reflecting the effectiveness of the functioning of the national economy and having a significant impact on the quality of life of the population. Through the qualitative and quantitative indicators of employment, indirectly and directly, the quality of life of individual segments of society and the population as

a whole is formed. The relationship between the quality of life of the population and the parameters of employment has not yet been fully reflected in scientific research. The aim of the article is a systematic analysis of the multi-vector effect of employment parameters on the quality of life of the population. The most effective influence on the growth of the quality of life has measures to regulate the employment of the population. The article discusses the main directions of the impact of employment on the quality of life. First, employment forms one of the dominant elements of the quality of life - the quality of working life. Secondly, in the sphere of employment there is a predominant formation of incomes of the population, and the level of incomes of the population mainly forms the standard of living, the total well-being. Thirdly, the sphere of employment, with its proper functioning, creates opportunities for the qualitative improvement of man through intellectual and creative development. Fourth, the structural parameters of employment form a socio-economic environment. Of great importance for Ukraine is the achievement of effective employment criteria, which will contribute to the rationalization of the use of human resources and their full involvement in the sphere of social production. For this, it is necessary to create an effective mechanism for managing the social and labor sphere, capable of ensuring the growth of indicators that determine its effectiveness - the quality of working life, labor productivity, decent wages, through which economic development and the quality of life of the population are ensured.

**Key words:** quality of life, employment, quality of working life, labor potential, human development, incomes of the population.

**Постановка проблеми.** Якість життя населення є однією з найбільш актуальних проблем сьогодення, дослідженню якої та інструментів забезпечення її зростання присвячено чисельні дослідження науковців, представників різних наукових напрямів та практиків публічного управління.

Якість життя є важливим показником життєздатності суспільства, гармонійності людських взаємин, соціальних і культурних цінностей. Якість життя населення сьогодні є провідною характеристикою розвитку, що відображає кінцевий результат функціонування економіки – добробут населення. Серед важливих макроекономічних показників, що відображають ефективність функціонування національної економіки, перше місце поряд з економічним зростанням займають показники зайнятості та безробіття, саме тому вони мають значний вплив на якість життя населення. Зайнятість на макрорівні являє собою сукупну частку трудового потенціалу країни, що бере участь у суспільному відтворенні, а на мікрорівні – умови реалізації трудового потенціалу індивідів та їхніх груп. Через якісні та кількісні показники зайнятості опосередковано та безпосередньо відбувається формування якості життя окремих верств суспільства та населення у цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сьогодні економічною наукою накопичено значну кількість аналітичної інформації стосовно якості життя населення. Серед вітчизняних учених, чії праці віддзеркалюють стан сучасної науки з дослідження сутності, складників та механізмів забезпечення якості життя населення слід відзначити В. Базилевича, Л. Ємельяненко, П. Єщенко, М. Кіма, Е. Лібанову, І. Малого, О. Новікову, Я. Остафійчука,

Ю. Петруню, В. Тарасевич, С. Тютюнникову. Значну кількість наукових досліджень вітчизняних учених присвячено й актуальним проблемам зайнятості населення. Так, вагомий внесок у розв'язання цього питання зробили такі дослідники, як О. Грішнова, М. Долішній, М. Кім, А. Колот, І. Малий, В. Мандибура, С. Тютюнникова та ін. Однак взаємозв'язок якості життя населення та параметрів зайнятості ще не знайшов свого повного відображення в наукових дослідженнях.

**Метою дослідження** є системний аналіз багатовекторного впливу параметрів зайнятості на якість життя населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одним із важливих параметрів якості життя населення є його зайнятість. Л. Стрембіцька визначає зайнятість як ступінь участі населення у суспільно-корисній діяльності, його забезпеченість робочими місцями та економічну активність, що засвідчує наявність ресурсів праці в умовах добровільності трудової діяльності [1]. Від її якісних та кількісних ознак залежать ефективність функціонування національної економіки, формування нового технологічного укладу, добробут населення та інші соціальні параметри розвитку. Проаналізуємо основні напрями впливу зайнятості на якість життя.

По-перше, зайнятість формує один із домінуючих елементів якості життя – якість трудового життя. Якість трудового життя є ядром, системоутворюючим елементом, від якого залежить якість життя. Саме тому теоретичні розробки змісту та оцінки якості трудового життя, виявлення причин його низького рівня в економіці України мають вагоме значення для вдосконалення сфери зайнятості, що, своєю чергою, буде сприяти гармонізації соціально-трудова



відносин, підвищенню ефективності трудової діяльності та зростанню добробуту населення. Історично і логічно підвищення якості життя здійснюється за допомогою підвищення якості трудового життя. Відповідно до науково-технічного прогресу умови протікання трудового життя ускладнюються й якісно підвищуються, що додає особливої актуальності сфері зайнятості населення та якісним умовам праці. Однак цей процес протікає вкрай нерівномірно та суперечливо. Забезпечення високих стандартів і якості трудового життя для України сьогодні не тільки побажання, а й вимога часу, необхідна умова формування конкурентоздатної економічної системи. Глибинною сутнісною підставою категорії «якість трудового життя» є людські потреби і ступінь їх задоволення в процесі праці й опосередковано через працю. Якість трудового життя – це ступінь задоволення потреб працівника через трудову діяльність, її рівень формує трудову активність і забезпечує реалізацію трудового і творчого потенціалу працівника, що сприяє більш повному задоволенню його потреб. Якість трудового життя слід розглядати як систему взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою і зовнішнім середовищем елементів. Найбільш значущими для визначення сутності якості трудового життя є такі елементи: якісні умови та зміст праці, гідне місце роботи, можливості професійного зростання, безпечні умови праці, соціальна корисність праці, справедлива винагорода за працю, правова захищеність працівника. Ця категорія є складною, її системоутворюючий характер проявляється у поширенні її дії на всі елементи соціально-трудових відносин та соціально-трудої сфери.

У Доповіді про людський розвиток за 2015 р. «Праця задля людського розвитку» [2] зазначається, що праця – це важливий фундамент як багатства економік, так і багатства людського життя. Важливим виміром, що забезпечує підвищення рівня людського розвитку в процесі трудової діяльності, є якість праці. Стійка праця сприяє розширенню можливостей сучасного покоління, не зменшуючи можливості прийдешніх поколінь, у забезпеченні стійкого розвитку, скороченні й подоланні негативних чинників і наслідків економічної діяльності та невизначеності сучасного розвитку.

Це потребує створення ефективного механізму управління соціально-трудою сферою, спроможного забезпечити зростання показників, які визначають її ефективність: якості трудового життя, продуктивності праці, гідної оплати праці, через які забезпечуються економічний розвиток та якість життя населення. Ефективність механізму управління соціально-трудою

сферою вимірюється також спроможністю подолання кризових наслідків і негативних тенденцій сучасного ринку праці. Для підвищення якості трудового життя значну роль відіграють розвиток та ефективне використання інтелектуального потенціалу працівника, постійне вдосконалення організації праці та стилю управління. Процес формування та розвитку трудового потенціалу залежить від усіх сфер життєдіяльності людини, а від якості трудового життя людини – працездатність працівника, умови для відновлення фізичних і духовних сил для подальшої повноцінної участі у виробництві. Якість трудового життя можна розглядати як результат доцільної взаємодії суб'єктів соціально-трудових відносин із приводу формування і розвитку елементів трудового середовища, які забезпечують необхідні умови для реалізації здібностей людини до праці.

Якість трудового життя є важливим чинником національної продуктивності. Вплив якості трудового життя на національну продуктивність відбувається шляхом формування розгалуженої системи каналів взаємодії. Передусім це прямий зв'язок між рівнем мотиваційних установок людини та результативністю праці. Великий вплив мають також соціальна різноманітність праці, подолання відчуження праці, забезпечення гідної праці як комплексної вимоги до її змісту, умов та одержуваної за працю винагороди. Усі перелічені вище тенденції актуалізують необхідність системного розроблення механізмів управління соціально-трудою сферою.

По-друге, у сучасній сфері зайнятості відбувається переважне формування доходів населення, а рівень доходів населення, головним чином, формує рівень життя, сукупний добробут. Якість життя як головний елемент включає в себе рівень доходів населення та їх диференціацію між різними групами. Рівень доходів населення – один із головних параметрів, що відрізняє рівень задоволення потреб. Доходи не тільки віддзеркалюють матеріальне забезпечення населення, а й можливості задоволення духовних потреб, реалізації людського потенціалу населення. Якщо основна зайнятість не забезпечує достатнього доходу для повноцінного задоволення основних потреб людини на достатньому рівні, то вона вимушена шукати додаткову роботу, щоб збільшувати свій матеріальний добробут, а це додатковий час, який би мав використовуватися як вільний – час для саморозвитку та накопичення людського капіталу. Так, на думку Т. Павлюк, зайнятість населення, забезпечуючи людину певним заробітками і тим самим створюючи можливість задоволення її матеріальних і духовних потреб,

виконує таку важливу соціальну функцію, як самореалізація особи через суспільно корисну діяльність [3].

Стан доходів населення України є незадовільним через низку причин: низьку національну продуктивність, низьку продуктивність праці, нестійкий стан фінансово-кредитної системи, політичну нестабільність, наслідки глобальної економічної кризи тощо. Нижча планка рівня якості життя за показником доходів залежить від розміру прожиткового мінімуму, який покликаний регулювати ефективність механізму оплати праці. Однак повноцінно виконувати свою функцію прожитковий мінімум може тільки якщо він реально відповідає життєвим стандартам. Прожитковий мінімум в Україні істотно відстає від життєвих стандартів у розвинених країнах і включає в себе «мінімальний» набір благ, недостатній для ефективного відтворення робочої сили. Незадовільний рівень оплати праці в сучасній економіці України сприяє розповсюдженню соціально-економічного феномену працюючих бідних, зниженню обсягу заощаджень, а інфляційні тенденції в економіці призводять до зниження реальних доходів громадян.

По-третє, саме сфера зайнятості за її належного функціонування створює можливості якісного вдосконалення людини через інтелектуальний та творчий розвиток протягом усього життя. Якість людського розвитку являє собою компліментарну єдність з якістю життя. Концепція людського розвитку підкреслює пріоритетність ролі людини, визначаючи, що людина – мета економічного зростання, а не його ресурс. Більшою мірою стан суспільства визначається відповідним доступом до ресурсів, що забезпечують людський розвиток та гарантують можливість вести гідне життя. Суперечливість сучасного стану людського розвитку та якості життя населення України можна проілюструвати цілою системою протиріч. За показниками останньої доповіді про людський розвиток (Індекс людського розвитку належить до числа найбільш відомих показників якості людських ресурсів країни), яка щорічно складається фахівцями ПРООН, Україна посідає 88-е місце з показником індексу 0,751 [4]. За останні роки Україна знизилася свої позиції за Індексом людського розвитку, тобто Україні вдалося наростити набагато менше, ніж прогрес інших країн за даний термін. Так, для бідних або порівняно бідних членів суспільства духовні та соціальні цінності можуть бути не тільки недоступні, а й унаслідок низького рівня освіченості не завжди є прийнятними.

Однак наявний людський потенціал надає можливості сформулювати дієву та ефективну

модель соціально-економічного розвитку країни, яка буде органічно відображати взаємопроникнення економіки і соціальної сфери, вбрати в себе комплекс морально-психологічних, етичних і духовних відносин, в якій людський розвиток у всьому своєму різноманітті стане безпосередньою підставою піднесення якості життя. Завданням номер один для держави має стати досягнення максимальної віддачі від її функціонування для всіх членів суспільства. На цій основі держава здатна подолати стихію ринку, створити рівні економічні та соціальні можливості для всіх верств суспільства, забезпечити максимальну соціальну справедливість і вільний розвиток людини. У сфері зайнятості відбувається (або не відбувається за її належного стану) постійне вдосконалення та реалізація людського потенціалу. Саме творчий характер праці, її соціальна значущість та відповідність новим технологічним вимогам створюють умови повноцінної реалізації людського потенціалу. На мікрорівні це задоволеність власними здобутками, від творчої компоненти та соціальної значущості своєї праці, на макрорівні – це новий якісний стан виробничих сил суспільства.

Саме праця, її різноманітність і творчий характер інтегрують у собі частку трансцендентального досвіду людства. Саме їй належить першість у формуванні людини, її постійному вдосконаленні. У трудовій діяльності людини формуються такі компоненти якості життя: характер духовних цінностей, норми поведінки і форми спілкування, зміст та творчі моменти праці й вільного часу, якісний бік умов праці, соціальна ефективність тощо. Науково-технічна творчість є запорукою прогресу сучасної цивілізації, що має забезпечити розвиток людини й якості її життя.

В умовах постіндустріального розвитку формується новий тип трудової мотивації – постматеріальної за своєю суттю, яка спрямована саме на цінності людського розвитку. Для більшості постматеріалістів характерно прагнення власного розвитку та самовдосконалення, досягнення унікальних і соціально значущих результатів. Найбільш актуальними мотивами трудової діяльності такого типу працівника виступають: зміст праці, її творчий характер; розвиток особистих здібностей у процесі трудової діяльності, самореалізація, тобто потреба у самоствердженні та соціальної значущості; наявність вільного часу, який працівник може присвятити саморозвитку та самовдосконаленню. Творчість на відміну від інших видів трудової діяльності не може існувати примусово, вона потребує особливого змісту та умов праці, додаткового вільного часу.

По-четверте, структурні параметри зайнятості впливають не лише на економічні параметри розвитку країни та окремих територій, а й також беруть участь у формуванні соціально-економічного середовища – середовища життєдіяльності людини. «Мета розвитку, – зазначається в Доповіді про людський розвиток 2010 р., – повинна полягати у створенні сприятливого середовища, що дає змогу людям вести довге, здорове і творче життя» [5]. Саме таке життя є основою реалізації життєвих можливостей, максимального розкриття людських здібностей, запорукою економічної та соціальної ефективності господарського розвитку. Якість людського потенціалу стає цільовою функцією публічного управління, що забезпечує економічний розвиток та реальну можливість підвищення якості життя людей.

До організаційного механізму забезпечення якості життя належать категорії «життєвий простір» та «життєвий потенціал», що характеризують сукупність зовнішніх і внутрішніх умов її формування. Життєвий простір являє собою весь навколишній світ (соціально-економічне середовище), в якому розгортається людське життя. Його якість забезпечує людині необхідні для повноцінної життєдіяльності ресурси та умови. Однак ефективність їх використання залежить не тільки від зовнішніх умов, а й від життєвого потенціалу людини. Зайнятість формує не тільки соціально-економічний простір, а й сприяє розвитку життєвого потенціалу людей. Завдяки розвитку сфери зайнятості відбувається перехід до нових технологічних укладів, формується конкурентоспроможність національних економік.

Велике значення для України має досягнення критеріїв ефективної зайнятості, що сприятиме раціоналізації використання людських ресурсів та їх найповнішому залученню у сферу суспільного виробництва. Сучасний стан ринку праці в Україні, на думку дослідників, характеризується переважно негативними тенденціями [6]: скорочується чисельність зайнятих осіб, триває процес закриття підприємств, зокрема через звуження сфери підприємницької діяльності, прогресує міграція найбільш активної частини населення за кордон, значно збільшується рівень внутрішньої, у тому числі вимушеної, міграції населення. Незмінними у негативному сенсі залишаються високий рівень прихованого безробіття, поширення неформальної зайнятості, старіння населення та депопуляція, що значно скорочує чисельність трудового потенціалу України та його можливості [7, с. 200].

Якість трудового життя як системоутворюючий елемент якості життя є головним складником розвитку соціально-трудова відносин,

провідним критерієм та інтегральним показником ефективності їхнього розвитку. Тільки комплексне і системне дослідження чинників формування якості трудового життя дасть змогу сформуванню комплексу дієвих заходів, спрямованих на якісне використання трудового потенціалу, регулювання сфери зайнятості. Однак у сьогоденній Україні, як відзначає О. Мельниченко, більшість людей неспроможні належним чином реалізувати своє право на працю, що актуалізує проблему втручання держави у формування умов використання робочої сили [8, с. 80]. Найбільш дієвий вплив на зростання якості життя населення мають заходи регулювання зайнятості населення. Саме тому такої важливості набувають інституційні чинники впливу на сферу зайнятості та доходів, через які держава сприяє зростанню якості життя. Прагнення до більш якісного життя спонукає в людях творчі сили, створює передумови гармонійного розвитку всіх сфер життєдіяльності людини. Якісне життя стимулює людину до більш плідної діяльності, насамперед трудової, що сприяє подальшому зростанню добробуту. Якість життя як соціально-економічна стратегія створює стійкі передумови для збалансованого гармонійного розвитку суспільства. Саме тому досягнення максимально високої якості життя населення у сучасних неоднозначних умовах стає пріоритетною метою соціально-економічного розвитку і глибокою підставою теоретичного розроблення концепцій соціально-економічного розвитку, заснованого на компліментарності соціального та економічного складників.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Якість життя населення є однією з найбільш актуальних проблем сьогодення, важливим показником життєздатності суспільства. Через якісні та кількісні показники зайнятості опосередковано та безпосередньо відбувається формування якості життя окремих верств суспільства та населення у цілому. Серед основних напрямів впливу зайнятості на якість життя населення слід відзначити формування якості трудового життя, формування доходів населення, сприяння людському розвитку, формування якості соціально-економічного середовища. Оскільки найбільш дієвий вплив на зростання якості життя населення мають заходи регулювання зайнятості населення, у реалізації економічної політики держави завданнями першорядної важливості повинні стати поліпшення загальних умов зайнятості та відновлення відтворювальної функції оплати праці, розвиток та гармонізація соціально-трудова відносин як основи подальшого розвитку трудового потенціалу країни.

**Список використаних джерел:**

1. Стрембіцька Л.Л. Сучасні тенденції ринку праці в аспекті загроз економічній безпеці України. *Економічні горизонти*. 2017. № 1. URL: [https://library.udpu.edu.ua/library\\_files/ekonomichniy\\_gorizont/2017/1/15.pdf](https://library.udpu.edu.ua/library_files/ekonomichniy_gorizont/2017/1/15.pdf) (дата звернення: 20.03.2020).
2. Human Development Report 2015: Work for Human Development / United Nations Development Programme. New York, 2015. 288 p.
3. Павлюк Т.І. Зайнятість як економічна категорія: її роль у функціонуванні ринкової економіки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/6.pdf> (дата звернення: 20.03.2020).
4. Human Development Indices and Indicators 2018 Statistical Update. URL: [http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/2018\\_human\\_development\\_statistical\\_update.pdf](http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf) (дата звернення: 20.03.2020).
5. Human Development Report 2010. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development / 20th Anniversary Edition. URL: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr\\_2010\\_en\\_complete\\_reprint.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr_2010_en_complete_reprint.pdf) (дата звернення: 20.03.2020).
6. Мельник І.О., Берднікова О.В. Сучасні тенденції формування ринку праці і зайнятості населення України. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2018/49.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/49.pdf) (дата звернення: 20.03.2020).
7. Котляревська К.Ю. Безробіття та зайнятість: стан і виклики сучасності. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 199–207.
8. Мельниченко О.А. Зайнятість населення: сутність, форми, механізми державного регулювання. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія «Державне управління»*. 2016. Вип. 1. С. 78–85.

**References:**

1. Strembitska L. L. (2017) Suchasni tendentsii rynku pratsi v aspekti zahroz ekonomichnii bezpetsi Ukrainy [Current trends in the labor market in terms of threats to the economic security of Ukraine]. Retrieved from: [https://library.udpu.edu.ua/library\\_files/ekonomichniy\\_gorizont/2017/1/15.pdf](https://library.udpu.edu.ua/library_files/ekonomichniy_gorizont/2017/1/15.pdf) (accessed 20 March 2020). (in Ukrainian)
2. Human Development Report 2015: Work for Human Development / United Nations Development Programme. New York, 288 p.
3. Pavliuk T. I. (2016) Zainiatist yak ekonomichna katehoriia: yii rol u funktsionuvanni rynkovoї ekonomiyi. [Employment as an economic category: its role in the functioning of a market economy]. Retrieved from: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/6.pdf> (accessed 20 March 2020). (in Ukrainian)
4. Human Development Indices and Indicators 2018 Statistical Update. Retrieved from: [http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/2018\\_human\\_development\\_statistical\\_update.pdf](http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf) (accessed 20 March 2020).
5. Human Development Report 2010. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development / 20th Anniversary Edition. Retrieved from: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr\\_2010\\_en\\_complete\\_reprint.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr_2010_en_complete_reprint.pdf) (accessed 20 March 2020).
6. Melnyk I. O., Berdnikova O. V. (2018) Suchasni tendentsii formuvannia rynku pratsi i zainiatosti naseleennia Ukrainy [Current trends in the formation of the labor market and employment of the population of Ukraine]. Retrieved from: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2018/49.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/49.pdf) (accessed 20 March 2020). (in Ukrainian)
7. Kotliarevska K. (2016) Bezrobittia ta zainiatist: stan i vyklyky suchasnosti. Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka [Unemployment and employment: the state and challenges of modern times]. *Social-labor relations: theory and practice*, 2, 199–207. (in Ukrainian)
8. Melnychenko O. A. (2016) Zainiatist naseleennia: sutnist, formy, mekhanizmy derzhavnoho rehuliuвання. [Employment of the population: essence, forms, mechanisms of state regulation]. *Bulletin of the National University of Civil Protection of Ukraine. Series: Public Administration*, 1, 78–85. (in Ukrainian)

---

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО  
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

---

УДК 336.748.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-2>**Захарченко Н.В.**

доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

**Маслій Н.Д.**

доктор економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;  
старший науковий співробітник відділу ринку транспортних послуг  
Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

**Жаданова Ю.О.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства  
та корпоративного управління  
Одеської національної академії зв'язку імені О.С. Попова

**Zakharchenko Natalia**

Odessa I.I. Mechnikov National University

**Maslii Natalia**

Odessa I.I. Mechnikov National University;  
Institute of Market Problems and Economic-Ecological Research,  
National Academy of Sciences of Ukraine

**Zhadanova Yulia**

Odessa National A.S. Popov Academy of Telecommunications

**ВПЛИВ ЗМІН УПРОВАДЖЕННЯ ВАЛЮТНОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ  
НА РОЗВИТОК ТА СТАБІЛІЗАЦІЮ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ  
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ****IMPACT OF CHANGES IN IMPLEMENTATION OF FOREIGN  
LIBERALIZATION ON THE DEVELOPMENT AND STABILIZATION  
OF THE REAL SECTOR OF THE UKRAINE'S ECONOMY**

У статті представлено нововведення щодо лібералізації руху капіталу, яка продиктована необхідністю переходу до режиму вільного руху капіталу. Визначено законодавчі зміни щодо регулювання валютних операцій, а саме порядку та процедури проведення операцій з іноземною валютою для резидентів та нерезидентів, юридичних та фізичних осіб, іноземних та вітчизняних інвесторів, уведення і скасування заходів захисту та ін. Проаналізовано актуальні питання та надано роз'яснення, які стосуються всього населення України, а також компаній та підприємств, щодо впровадження та наслідків нововведень. Обґрунтовано, що інноваційність упровадження валютної лібералізації сприятиме інтеграції України у світовий фінансовий простір, допоможе задіяти іноземний капітал, що позитивно впливатиме на розвиток та стабілізацію реального сектору економіки України.

**Ключові слова:** валютне регулювання, лібералізація, валютні операції, зміни, законодавство, іноземний капітал.

В статье представлены нововведения по либерализации движения капитала, которая продиктована необходимостью перехода к режиму свободного движения капитала. Определены законодательные изменения относительно регулирования валютных операций, а именно порядка и

процедури проведення операцій с иностранной валютой для резидентов и нерезидентов, юридических и физических лиц, иностранных и отечественных инвесторов, введения и отмены мер защиты и прочее. Проанализированы актуальные вопросы и даны разъяснения, касающиеся всего населения Украины, а также компаний и предприятий, по внедрению и последствиям нововведений. Обосновано, что инновационность внедрения валютной либерализации будет способствовать интеграции Украины в мировое финансовое пространство, поможет задействовать иностранный капитал, что положительно повлияет на развитие и стабилизацию реального сектора экономики Украины.

**Ключевые слова:** валютное регулирование, либерализация, валютные операции, изменения, законодательство, иностранный капитал.

The purpose of the article is to determine the impact of changes in foreign exchange operations, their economic and legal regulation on the development of the real sector and macroeconomic stabilization of the Ukrainian economy. The need to amend the currency regulation system of Ukraine is dictated by the requirements of the European Union within the framework of the Association Agreement between Ukraine and the European Union. Bans on restricting capital flows, which were strengthened after 2014 prevented the tides of foreign investment in Ukraine, increased activity on the black currency market, which stimulated the shadow economy and facilitated the transition to offshore operations. Given the low mobility of capital flows, the interest rate policy was less effective. In general, control over the movement of capital made it difficult to do business in Ukraine, imposed an additional burden on transactions and, as a result, made local companies less competitive on the world stage. This negatively affected economic growth. The article presents innovations on the liberalization of capital flows, which is dictated by the need to switch to a free capital movement regime. Legislative changes were identified to regulate foreign exchange transactions, namely, the procedure and procedures for conducting foreign currency transactions for residents and non-residents, legal entities and individuals, foreign and domestic investors, the introduction and cancellation of protection measures, etc. The current issues are analyzed and clarifications are given that relate to the entire population of Ukraine, as well as companies and enterprises for the implementation and consequences of innovations. The authors substantiated that the innovativeness of introducing currency liberalization will contribute to Ukraine's integration into the global financial space, will help to attract foreign capital, since the inflow of foreign investment allows financing the structural deficit of current accounts, which are formed as a result of the rapid growth of investment and consumer activity. Free international capital movement also allows diversification of investments. In general, changes in currency regulation will lead to a positive impact on the development and stabilization of the real sector of the Ukrainian economy and macroeconomic stabilization.

**Key words:** currency regulation, liberalization, currency transactions, changes, legislation, foreign capital.

**Постановка проблеми.** Протягом 2014–2018 рр. Україна пережила багато економічних шоків, серед яких провідне місце займають валютні. Неспроможність НБУ впоратися із цими проблемами призвела до валютної кризи, наслідком якої стала девальвація національної грошової одиниці.

Однак економічні проблеми не є результатом останніх чотирьох років. Негаразди накопичувалися впродовж десятиліття і зумовлені нераціональною макроекономічною політикою, за якої економічна стійкість була підмінена утриманням фіксованого курсу національної валюти за рахунок утрати резервів країни. При цьому досвід розвинених країн світу у реалізації макроекономічної стабільності і підтримці національної грошової одиниці був проігнорований.

У сучасних умовах фінансової інтеграції, а також глобалізації вирішального значення набувають зовнішньоекономічні відносини країн із ринковою економікою з іншими країнами, що залежать від напрямів використання іноземних інвестицій, ефективного функціонування валютного регулювання й економічного зростання у цілому.

У нашій країні валютне регулювання недостатньо досконале. Воно супроводжується багатьма проблемами, які проявляються у знеціненні національної валюти, застосуванні обмежень валютних операцій, а також значному рівні доларизації національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загалом проведені дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Значну увагу дослідженню валютних відносин, організації міжнародної торгівлі, руху інвестицій та капіталів приділили такі зарубіжні вчені, як: Г. Авагян, М. Артемов, Дж.М. Кейнс, П. Кругман, Р. Манделл, О. Некіпелов та ін.

У розвиток теоретико-методологічних засад валютної політики, валютних операцій та механізму валютного регулювання в Україні зробили й українські науковці: О. Береславська, Г. Веріга, В. Геєць, Ф. Журавка, А. Кузнецова, Р. Лавров, Н. Місяць, В. Міщенко, І. Садчикова, І. Сердюк, О. Шаров та ін.

**Метою дослідження** є визначення впливу змін валютних операцій, їх економіко-правового регулювання на розвиток реального сек-

тору та макроекономічну стабілізацію економіки України.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Валютна лібералізація в Україні – великий крок. В Угоді про асоціацію «Валютна лібералізація в Україні» закладено дві основні речі щодо валютного регулювання: вільний рух капіталу та національний режим доступу до ринків фінансових послуг. Обидві мають кардинально змінити світ для українського бізнесу та людей. Але до повного впровадження Європейських директив нашій країні ще далеко. До вступу в силу нового закону валютні операції в Україні регулювалися старим Декретом Кабінету Міністрів від 1993 р., який мав юридичну силу закону, іншими законами і численними актами та положеннями. Пострадянські валютні правила забороняли інвестиції за кордон як фізичним, так і юридичним особам і дозволяли купувати іноземну валюту лише для обмеженого переліку цілей. Порушники валютного законодавства несли адміністративну відповідальність.

Під час кризи, що розпочалася у 2014 р., НБУ довелося ввести додаткові валютні обмеження, щоб уникнути неконтрольованого відтоку капіталу та знецінення гривні. Ці заходи передбачали введення максимальних лімітів на зняття готівки, введення триденного періоду резервування під час купівлі іноземної валюти, а також заборону на репатріацію дивідендів.

Але такі жорсткі заходи контролю над рухом капіталу мали свою ціну:

- політика процентних ставок була менш ефективною через низьку мобільність руху капіталу;

- обмеження 2014–2015 рр. значно збільшили активність на чорному валютному ринку, стимулювали тіньову економіку та сприяли збільшенню офшорних операцій;

- перешкоджання припливу іноземних інвестицій в Україну [4].

Загалом контроль над рухом капіталу ускладнив ведення бізнесу в Україні, наклавши додатковий тягар на здійснення транзакцій і, як наслідок, зробивши місцеві компанії менш конкурентоспроможними на світовій арені. Це негативно вплинуло на економічне зростання.

Із початку 2019 р. валютні операції в Україні відбуваються згідно з новим Законом «Про валюту і валютні операції» [7]. У банківських колах кажуть про «історичність» запровадження нового регулювання і що тепер «тотальний валютний контроль» буде замінено на правило «що не заборонено – дозволено», а країна поступово наблизиться до вільного руху капіталу, який потрібен для внутрішніх і зовнішніх інвесторів [8].

Внесення змін у систему валютного регулювання продиктовано вимогами Європейського

Союзу (ЄС) у межах Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що вимагає адаптації українського законодавства до Директиви Ради ЄС 88/361/ЄЕС «Щодо імплементації ст. 67 Договору» від 24.06.1988 (вільний рух капіталу) та зняття заборон в обмеженні руху капіталу.

Водночас Законом було відмінено 56 профільних нормативно-правових актів, серед яких – Декрет № 15-93, Закон про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті № 185, Правила використання готівкової валюти № 200 тощо. НБУ було затверджено вісім основних постанов, які і становлять нову систему валютного регулювання. Понад 20 послаблень на валютному ринку було введено в дію, метою яких є спрощення транскордонних операцій із валютними цінностями, розширення переліку доступних валютних операцій.

Закон «Про валюту і валютні операції» передбачає такі зміни:

- збільшено граничний строк здійснення розрахунків за експортно-імпортними контрактами до 365 днів;

- скасовано валютний нагляд для експортно-імпортних операцій до 150 тис грн;

- знижено з 1 березня норму обов'язкового продажу валюти бізнесом з 50% до 30%;

- скасовано вимогу щодо попереднього резервування коштів у гривні для купівлі валюти (так звану T+1);

- надано можливість бізнесу репатріювати дивіденди за 2018 р. включно (у сумі 7 млн євро на місяць);

- скасовано індивідуальні ліцензії – замінено системою е-лімітів (2 млн євро на рік для юридичних осіб, 50 тис євро на рік для фізичних осіб);

- скасовано санкції у вигляді припинення зовнішньоекономічної діяльності за порушення строків розрахунків;

- скасовано ліміт на дострокове погашення зовнішніх зобов'язань;

- дозволено укладання форвардів для хеджування експортно-імпортних та боргових операцій із поставкою та без поставки (розрахункові);

- спрощено та лібералізовано здійснення операцій за рахунками юридичних осіб нерезидентів у банках України;

- реєстрацію зовнішніх запозичень замінено на повідомчий характер надання інформації (по суті, скасовано дозвільну систему);

- дозволено онлайн-купівлю іноземної валюти фізичними особами аналогічно до ліміту купівлі готівкової валюти (сьогодні до 150 тис грн на день в еквіваленті);

- дозволено резидентам розмішувати власні кошти в іноземній валюті на депозитних рахун-

ках у банках України і закордонних банках (окрім розміщення фізичними особами коштів на рахунках за кордоном. Такі операції можуть здійснюватися як за рахунок власної, так і купленої іноземної валюти);

– дозволено банкам продавати своїм клієнтам державні цінні папери, номіновані в іноземній валюті, як у гривні, так і в іноземній валюті. Купівля банками таких цінних паперів у клієнтів (окрім банків) може здійснюватися лише у гривнях;

– дозволено банкам укладання валютних СВОП із резидентами та нерезидентами;

– збільшено ліміт на перекази іноземної валюти за кордон без відкриття рахунку для фізосіб (з 15 до 150 тис грн на рік);

– збільшено ліміт на купівлю банківських металів фізичними та юридичними особами з 3,21 тройської унції на тиждень (100 г) до еквівалента 150 тис грн на день (без обмежень для юридичних осіб, що ведуть пов'язану з використанням банківських металів діяльність);

– юридичним особам дозволено вв'їз/вив'їз готівкової іноземної валюти та банківських металів (якщо це передбачено їх статутом);

– дозволено внесення платежів в іноземній валюті під час страхування життя;

– лібералізовано операції за ЛОРО-рахунком – дозволяється здійснювати інвестиції та

кредитувати резидентів із рахунку ЛОРО в гривнях банку-нерезидента;

– купівля валюти в межах залишку на ЛОРО-рахунку – банкам-нерезидентам дозволено купувати валюту на всю суму залишку в гривнях на рахунку;

– накопичення валюти для погашення зовнішніх запозичень – дозволено купувати і накопичувати іноземну валюту на рахунку для виплат за зовнішніми запозиченнями;

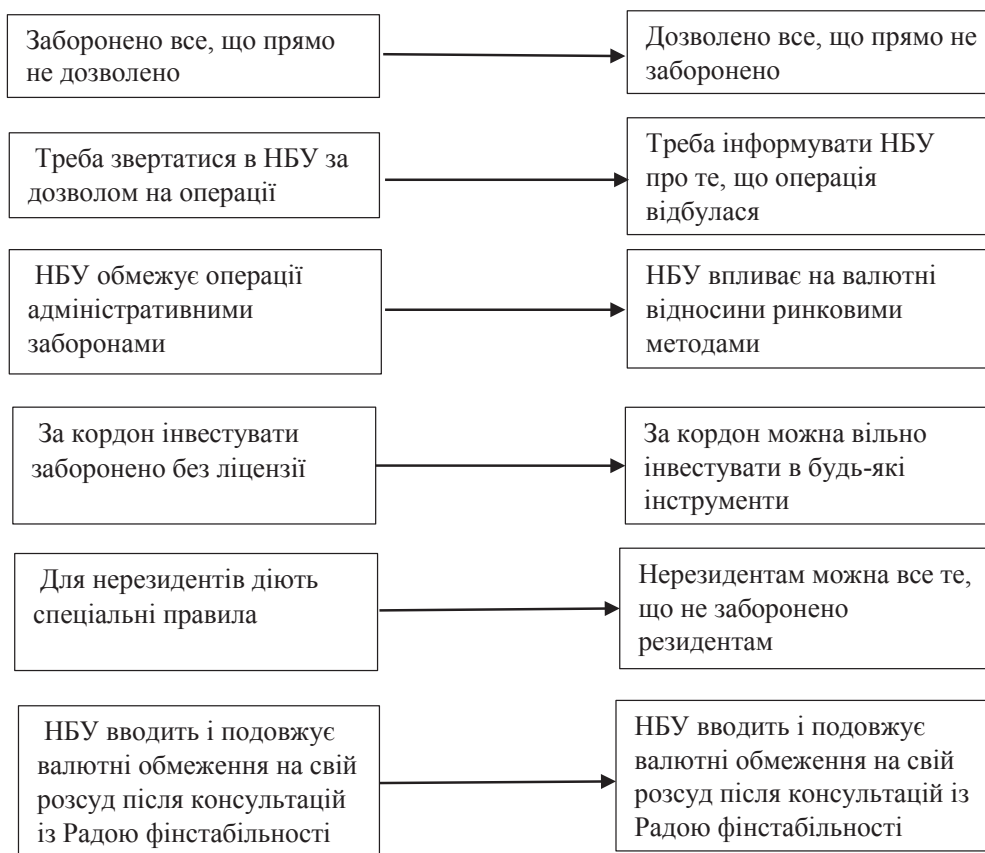
– скасовано подвійний контроль (у разі надходження ВМД до іншого банку) – валютний нагляд здійснює лише банк, який отримав ВМД;

– дозволено здійснювати інвестиції в Україну у валютах I та II груп класифікатора валют;

– заборонено резидентам інвестувати кошти в країну-агресора/окупанта, офшорні зони та країни, що не виконують/неналежно виконують рекомендації FATF;

– уніфіковано переміщення валютних цінностей через кордон – обов'язкове декларування для всіх цінностей вартістю 10 тис євро та більше (за курсом НБУ) [7].

Система змін усе ще перебуває у режимі stand-by, тому що треба повністю переглянути свої підходи до роботи і звикнути до того, що все, що не заборонено – дозволено. Інтерес



**Рис. 1. Законодавчі зміни щодо регулювання валютних операцій**

*Джерело: розроблено авторами*



до нових інструментів, таких як хеджування валютних ризиків, буде зростати [3].

Законодавчі зміни щодо регулювання валютних операцій представлено на рис. 1.

BBC News Україна звернулися до НБУ із запитаннями, які їм надіслали користувачі соцмереж. Запитання стосуються всього населення України, а також компаній та підприємств. Наведемо найцікавіші (табл. 1) [1].

Отже, розглянемо зміни за категоріями:

1) для населення: є можливість інвестувати за кордон, для цього збільшено ліміти на перекази в 10 разів – з 15 тис грн до 150 тис грн на рік), вкладати у цінні папери іноземних компаній, розраховуватися в іновалюті за полісами страхування життя, а також самостійно без

банку-посередника купувати ОВДП та без отримання індивідуальних ліцензій, які замінені на електронні ліміти у розмірі до 2 млн євро на рік для юридичних і 50 тис. євро на рік для фізичних осіб;

2) для бізнесу: збільшено строк здійснення розрахунків за експортно-імпортними контрактами – зі 180 днів до 365 днів; змінилися правила для ЗЕД-розрахунків щодо збільшення періоду до року для захисту окремих товарів та галузей економіки [5]; скасування індивідуальних ліцензій на валютні операції та заміна їх електронними лімітами (для юридичних осіб це 2 млн євро на рік); валютний контроль замінюється валютним наглядом, якому підлягають тільки ЗЕД-операції, які потрапляють під фінан-

Таблиця 1

## Відповіді на питання, що стосується змін для населення і бізнесу

Питання	Відповідь
1) Чи зможе українець відкрити рахунок у закордонному банку?	Відкриття рахунку для фізичних осіб не було заборонено і раніше. Але щоб перерахувати кошти на нього з України, потрібна була ліцензія. Сьогодні ці перерахування відбуватимуться в рамках е-лімітів – 50 тис євро на рік
2) Чи можна буде оплатити навчання чи лікування за кордоном? Який ліміт?	Операції з оплати навчання чи лікування відносяться до поточних неторговельних операцій. Лімітів за такими операціями не встановлено. Здійснити такі перекази у сумі до 150 тис грн (в еквіваленті) на день можна без відкриття рахунку. Перекази на суму понад 150 тис грн повинні здійснюватися вже з рахунку клієнтів
3) Чи можна буде з доларової картки пересилати гроші на гривневу?	Для здійснення такої операції іноземна валюта має бути продана за гривні для подальшого перерахування гривень на рахунок, відкритий у гривнях, а не в іноземній валюті
4) Чи можна з гривневої картки поповнити доларовий депозит?	Якщо йдеться про онлайн-купівлю валюти, яка дозволена в межах ліміту на один календарний день, то спочатку буде з картки списано гривню для купівлі валюти та перераховано на поточний валютний рахунок, а потім – на депозитний
5) Чи можна пересилати валюту в межах України?	Зберігається той самий режим, що був і раніше. Тобто це можливо між власними картками клієнта та його родичів, щоб не було можливості використовувати це для оплати товарів чи послуг. Підхід зберігається такий: операція можлива, якщо це власний рахунок або родича, або юридичної особи, якщо це передбачено законодавством
6) Чи можна буде підприємцям виплачувати чистий дохід у валюті?	Рахунок підприємців діє у режимі рахунку юридичної особи. Після того як підприємець сплатив податки, інші платежі, він може перерахувати дохід на власний рахунок лише у гривні. Ця позиція не змінилася порівняно з тим, що було раніше
7) Чи обов'язковий продаж 50% доходу у валюті далі в силі?	З 1 березня норматив обов'язкового продажу валюти буде знижено до 30%. У подальшому НБУ планує взагалі відмовитися від обов'язкового продажу валюти
8) Чи можна буде компаніям розміщувати валюту на депозитному рахунку?	Так, компанія може розмістити на депозитному рахунку власну іноземну валюту (купівля валюти з такою метою поки що не дозволяється). У разі якщо депозитний рахунок відкритий за кордоном, компанія може перерахувати з України на такий депозит кошти в межах загального е-ліміту в 2 млн євро на рік. Цей ліміт, окрім переказів на депозитні рахунки за кордоном, поширюється також на деякі інші операції (інвестиції за кордон, позики нерезидентам, виплати бонусів тощо). Тому компанії мають визначитися, що є для них пріоритетом

Джерело: складено авторами

совий моніторинг, тобто перевищують еквівалент 150 тис грн [6].

Після запровадження нововведень загальна сума інвестицій становила понад 70 млн. євро. Підприємці активно користуються спрощеною повідомною системою інформування про зовнішні залучення (з початку введення змін отримано повідомлення про 782 нові зовнішні залучення, а також 1 771 зміну до попередньо укладених кредитних договорів). Іноземні інвестори вітають повне скасування ліміту на репатріацію дивідендів. Із початку року вони перерахували за кордон близько \$1,7 млрд з отриманого в Україні прибутку. Фізичні особи активно використовують нові можливості з купівлі-продажу валюти онлайн. Кожного дня вони купують і продають приблизно співставні суми у \$3–4 млн на день. Разом із цим зросли адміністративні штрафи із 510–748 грн до 8 500–17 000 грн [2].

Однак це тільки перші кроки на шляху до повної лібералізації. Залишаються принципові обмеження на репатріацію дивідендів в іноземній валюті (до 7 млн євро на місяць) та інвестицій (5 млн євро на місяць), продаж корпоративних прав і нелістингових цінних паперів, надання кредитів у національній валюті нерезидентам, купівля валюти за рахунок кредитних ресурсів для українських бізнесменів. Можливо з поліпшенням макрофінансових показників ці обмеження будуть зняті і введений поживний режим вільного руху капіталів.

Таким чином, більшість новацій спрямована на поліпшення інвестиційного клімату в Україні. Підсумки першого півріччя валютної лібералізації, яка відбувається відповідно до темпів зміцнення макрофінансової стабільності, показали, що вона не спричиняє суттєвого відтоку капіталу і тиску на валютний ринок. Натомість вона має велике значення для поліпшення бізнес-клімату, створює стимули для посилення довіри до національної валюти і передумови для притоку капіталу в країну [2].

Утім, кінцева мета валютної лібералізації – зняття всіх наявних обмежень і перехід до режиму вільного руху капіталу, який стане підґрунтям для

полегшення ведення бізнесу та інвестиційного клімату в Україні (валютні обмеження не викликали в іноземного бізнесу бажання інвестувати в Україну), припливу іноземного капіталу, стійкого економічного зростання.

Проте Україні ще необхідно впровадити шляхи щодо імплементації в національне законодавство Мінімального стандарту Плану дій BEPS та підписати Багатосторонню конвенцію щодо плану дій ОЕСР із протидії корупції щодо розмивання податків та переміщенню прибутків за кордон, що передбачає регулярний обмін податковою інформацією між фіскальними органами держав-учасниць. Саме тому перехід до повної валютної лібералізації України відбудеться лише за умови проведення ефективною податкової реформи та деофшоризації економіки, що призведе до макроекономічної стабільності України. Внесення змін до Закону України «Про валюту і валютні операції» стало початком трансформації українського бізнес-середовища до європейських стандартів ринкової економіки.

**Висновки з проведеного дослідження.** Нове валютне законодавство є великим кроком у напрямі економічної свободи. Утім, чинні валютні правила встановлюють поки що більше обмежень, аніж ті, що існують у державах ЄС чи прописані у зобов'язаннях, взятих у рамках Угоди про асоціацію. Економічне зростання України можливе тільки завдяки впровадженню комплексних структурних реформ та системного розгляду і розв'язання низки питань, пов'язаних з удосконаленням валютної політики Національного банку України, податкового законодавства, поліпшенням формування бюджетів державного і місцевого рівнів та відновлення ефективності взаємодії між банками й виробничими підприємствами. Саме поетапне впровадження валютної лібералізації сприятиме інтеграції України у світовий фінансовий простір. А інноваційний принцип такого впровадження допоможе задіяти іноземний капітал, що позитивно впливатиме на розвиток та стабілізацію реального сектору економіки України.

#### Список використаних джерел:

1. Валютна лібералізація в Україні: крок у Європу [Currency liberalization in Ukraine: a step to Europe]. URL: [https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/бріф\\_валюта.pdf](https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/бріф_валюта.pdf) (дата звернення: 11.02.2020).
2. Валютна лібералізація сприяє поліпшенню бізнес-клімату в Україні. URL: <https://finpost.com.ua/news/14052> (дата звернення: 20.02.2020).
3. Закон про валюту та валютні операції: що він означає та на кого вплине. URL: [https://24tv.ua/ru/zakon\\_pro\\_valjutu\\_i\\_valjutnye\\_operacii\\_ukraina\\_tekst\\_zakona\\_cho\\_jeto\\_n1104662](https://24tv.ua/ru/zakon_pro_valjutu_i_valjutnye_operacii_ukraina_tekst_zakona_cho_jeto_n1104662) (дата звернення: 22.02.2020).
4. Зануда А. Валютні операції по-новому: що зміниться у валютному регулюванні. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47135068> (дата звернення: 11.02.2020).

5. Національний банк затвердив нову систему валютного регулювання та оприлюднив дорожню карту валютної лібералізації. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/natsionalniy-bank-zatverdiv-novu-sistemu-valyutnogo-regulyuvannya-ta-oprilyudniv-dorojnyu-kartu-valyutnoyi-liberalizatsiyi> (дата звернення: 30.03.2020).
6. Кузнецова А.Я., Місяць Н.О. Концептуальні засади формування механізму валютного регулювання в Україні. *Бізнес Інформ*. 2017. № 9. С. 215–220.
7. Лавров Р.В., Садчикова І.В., Сердюк І.О. Сучасні тенденції валютного регулювання в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 8. С. 4–11.
8. Особливості правового регулювання валютних операцій у 2019 році. URL: [https://ukrainepravo.com/scientific-thought/legal\\_analyst/osoblyvosti-pravovogo-regulyuvannya-valyutnykh-operatsiy-u-2019-rotsi-/](https://ukrainepravo.com/scientific-thought/legal_analyst/osoblyvosti-pravovogo-regulyuvannya-valyutnykh-operatsiy-u-2019-rotsi-/) (дата звернення: 10.03.2020).
9. Про валюту і валютні операції: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19> (дата звернення: 27.02.2020).
10. Щодо особливостей уведення в дію Закону України «Про валюту і валютні операції». URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiini-povidomlennia/27195.html> (дата звернення: 03.03.2020).

#### References:

1. Valyutna liberalizaciya v Ukrayini: krok u Yevropu URL: [https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/brif\\_valyuta.pdf](https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/brif_valyuta.pdf) (accessed 11.02.2020).
2. Valyutna liberalizaciya spry`yaye polipshennyu biznes-klimatu v Ukrayini [Currency liberalization contributes to improving the business climate in Ukraine]. URL: <https://finpost.com.ua/news/14052> (accessed 20.02.2020).
3. Zakon pro valyutu ta valyutni operaciyi: shho vin oznachaye ta na kogo vply`ne [Currency Law and Currency Transactions: what it means and who it will affect]. URL: [https://24tv.ua/ru/zakon\\_pro\\_valjutu\\_i\\_valjutnye\\_operacii\\_ukraina\\_tekst\\_zakona\\_cho\\_teto\\_n1104662](https://24tv.ua/ru/zakon_pro_valjutu_i_valjutnye_operacii_ukraina_tekst_zakona_cho_teto_n1104662) (accessed 22.02.2020).
4. Zanutda A. Valyutni operaciyi po-novomu: shho zmyni`t`sya u valyutnomu reguluyvanni [Currency operations in a new way: what to do with currency regulation]. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47135068> (accessed 11.02.2020).
5. Nacional`ny`j bank zatverdyl`v novu sy`stemu valyutnogo reguluyvannya ta opryl`yudny`v dorozhnyu kartu valyutnoyi liberalizaciyi [National bank approves new currency regulation system and unveils currency liberalization roadmap]. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/natsionalniy-bank-zatverdiv-novu-sistemu-valyutnogo-regulyuvannya-ta-oprilyudniv-dorojnyu-kartu-valyutnoyi-liberalizatsiyi> (accessed 30.03.2020).
6. Kuznietsova A. Ya. and Misiats N. O. (2017) Conceptual principles of the formation of the currency regulation mechanism in Ukraine. *Biznes Inform*, vol. 9, pp. 215–220.
7. Lavrov R. V., Sadchy`kova I. V., Serdyuk I. O. (2019) Suchasni tendenciyi valyutnogo reguluyvannya v Ukrayini. *Ekonomika ta derzhava*, 8, 4–11.
8. Osobly`vosti pravovogo reguluyvannya valyutny`x operacij u 2019 roci [Features of the legal regulation of foreign exchange transactions in 2019]. URL: [https://ukrainepravo.com/scientific-thought/legal\\_analyst/osoblyvosti-pravovogo-regulyuvannya-valyutnykh-operatsiy-u-2019-rotsi-/](https://ukrainepravo.com/scientific-thought/legal_analyst/osoblyvosti-pravovogo-regulyuvannya-valyutnykh-operatsiy-u-2019-rotsi-/) (accessed 10.03.2020).
9. Pro valyutu i valyutni operaciyi: Zakon Ukrayiny` [About currency and foreign exchange operations: Law of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19> (accessed 27.02.2020).
10. Shhodo osobly`vostej vvedennya v diyu Zakonu Ukrayiny` «Pro valyutu i valyutni operaciyi» [Regarding the peculiarities of the Law of Ukraine "On Currency and Currency Transactions"]. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiini-povidomlennia/27195.html> (accessed 03.03.2020).

**Ніконенко У.М.**

доктор економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки,  
обліку і оподаткування  
Української академії друкарства

**Nikonenko Uliana**

Ukrainian Academy of Printing

## СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МАКРОФІНАНСОВІЙ СТАБІЛЬНОСТІ В КРАЇНАХ – ЕКСПОРТЕРАХ СИРОВИННИХ РЕСУРСІВ

### MODERN CHALLENGES OF MACRO-FINANCIAL STABILITY IN COMMODITY – EXPORTING COUNTRIES

У статті узагальнено основні виклики макрофінансовій стабільності в країнах – експортерах сировинних ресурсів, серед яких виокремлено сучасні (нові) виклики, а саме: підвищена волатильність цін на сировину, феномен екстремально низької процентної ставки на світових фінансових ринках та зростаюча вага інституційного чинника. Обґрунтовано, що для підвищення стійкості до «раптових зупинок» потоків капіталу і нестабільності цін на сировину доцільним є обмеження проциклічності фіскальної політики, використання монетарної політики для збільшення валютних резервів та запобігання надмірному підвищенню обмінного курсу, а для профілактики реверсів платіжного балансу необхідні значні внутрішні заощадження, які дадуть змогу обмежити потребу у зовнішніх запозиченнях. Установлено, що для підвищення стійкості до мінливості потоків капіталу потрібні не лише макроекономічні, а й інституційні гарантії.

**Ключові слова:** макрофінансова стабільність, країни – експортери сировинних ресурсів, волатильність цін на сировину, рівновага платіжного балансу, реверс платіжного балансу, «раптова зупинка» потоків капіталу, інституційні чинники.

В статье обобщены основные вызовы макрофинансовой стабильности в странах – экспортерах сырьевых ресурсов, среди которых выделены современные (новые) вызовы, а именно: повышенная волатильность цен на сырье, феномен экстремально низкой процентной ставки на мировых финансовых рынках и возрастающая весомость институционального фактора. Обосновано, что для повышения «внезапных остановок» потоков капитала и нестабильности цен на сырье целесообразными являются ограничение процикличности фискальной политики, использование монетарной политики для увеличения валютных резервов и предотвращения чрезмерного повышения обменного курса, а для профилактики реверсов платежного баланса необходимы значительные внутренние сбережения, которые позволят ограничить потребность во внешних заимствованиях. Установлено, что для повышения изменчивости потоков капитала нужны не только макроэкономические, но и институциональные гарантии.

**Ключевые слова:** макрофинансовая стабильность, страны – экспортеры сырьевых ресурсов, волатильность цен на сырье, равновесие платежного баланса, реверс платежного баланса, «внезапная остановка» потоков капитала, институциональные факторы.

Basic challenges of macro-financial stability in commodity exporting countries, among which current (new) challenges have been pointed out, namely: increased volatility in commodity prices, the phenomenon of extremely low interest rates in the global financial markets and the growing institutional market, have been summarized in the article. It has been noted that traditional and new challenges are united by the problematic of balance of payments equilibrium in general and its reversal in particular, which can occur even in a relatively successful economy. It has been grounded that in order to increase resistance to «sudden stops» of capital flows and volatility of commodity prices, it is advisable to limit fiscal policy pro-cyclicality, use the monetary policy to increase foreign exchange reserves and to prevent excessive exchange rate fluctuations. It has been mentioned that the public sector borrowing practice mainly in the national currency is an important advantage. It has been found, that significant internal savings, which will enable limitation of the need for external borrowing, are needed to prevent chaotic balance of payments reversals. Such borrowings have a negative impact not only because they inflate the exchange rate or increase inflation, but above all because of the dangerous illusion that rising export

earnings and easier access to global financial markets make it possible to immediately increase private and public consumption. Accordingly, little attention is paid to increasing savings, which impedes the financing of investments from internal sources and, what is not of less importance in the short term, and maintaining a positive current account balance. It has been proved that not only macroeconomic, but also institutional guarantees are needed to increase resilience to capital flows changes. The high quality of the institutional environment not only maintains the credibility of the economy at the proper level, but also provides the preconditions for an effective macroeconomic policy (New Zealand, Australia, Canada, for example).

**Key words:** macro-financial stability, commodity-exporting countries, commodity price volatility, balance of payments equilibrium, balance-of-payments reversal, «sudden stop» of capital flows, institutional factors.

**Постановка проблеми.** Упродовж останнього періоду часу розвитку глобальної економіки до звичної залежності країн – експортерів сировини від цінової кон'юнктури на світових ринках додалася ще й уразливість до мінливості короточасних потоків капіталу. У поєднанні зі зростаючою волатильністю цін на сировину це створило серйозні труднощі для макроекономічної політики та полегшило умови для гострих фінансових криз, зазвичай після «раптової зупинки» потоків капіталу під впливом зовнішніх шоків. Якщо раніше вважалося, що найбільшою мірою від значних коливань сировинних цін потерпають тільки імпортери, то останній період часу продемонстрував, що те, наскільки експортери сировини можуть запобігати значним макрофінансовим та соціальним утратам, багато в чому залежить і від характеру інститутів, які визначають потенційний профіль макроекономічної політики. З огляду на те, що сьогодні питання викликів макрофінансовій стабільності в сировинних економіках залишається предметом жвавих дискусій, вибрана тема дослідження є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження сучасних викликів макрофінансовій стабільності в країнах – експортерах сировини, які сьогодні об'єднує проблематика рівноваги платіжного балансу загалом та його реверсу зокрема, знаходять своє відображення в публікаціях П. Бачетти, Е. Ватсона, Ф. Дельбіанко, В. Козюка, З. Ліу, Р. Маккінона, Р. Меркадо, К.М. Райнхарта, Ф. Серано, Р. Сумми, К. Требеша, М. Урібе, А. Фернандеса, А. Фіоріті, В. Шевчука, С. Шмідт-Грохе, С. Шоуші та багатьох інших. Водночас в економічній літературі недостатньо уваги отримали різноманітні нюанси надмірного припливу капіталу, що погіршує рівновагу платіжного балансу, провокуючи ефекти «раптової зупинки» чи «цінових спазмів» і стає невід'ємним елементом подальших кризових явищ.

**Метою дослідження** є виявлення сучасних викликів макрофінансовій стабільності в країнах – експортерах сировинних ресурсів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основні виклики макрофінансовій стабільності

для країн із сировинною орієнтацією економіки можна узагальнити так:

1) підвищена волатильність цін на сировинні товари, що має стосунок до змін світової процентної ставки та динаміки фондових ринків;

2) невизначеність щодо наслідків «нормалізації» монетарної політики у США і країнах Єврозони під час переходу від екстремально низького до деякого вищого рівноважного значення процентної ставки;

3) зростаюча вразливість країн із низьким рівнем доходу та недостатньо диверсифікованою економікою до мінливості потоків капіталу (це підвищує частоту, амплітуду і непередбачуваність фінансових криз);

4) підвищена роль очікувань учасників фінансових та інших ринків, що підсилює макроекономічні шоки, які все більше стають глобальними (США – 2008 р.) або принаймні регіональними (Мексика – 1994 р., Росія – 1998 р., Греція – 2010 р., Туреччина – 2018 р.);

5) недостатність ринкових механізмів акумуляції внутрішніх заощаджень в економіках із надмірним приватним споживанням (оскільки немає відповідних «популярних» рішень в економічній політиці, це створює ризики політичної нестабільності);

6) труднощі опрацювання та реалізації оптимальної стабілізаційної політики (не всі економісти, а головне політики, переконані, що цього достатньо для досягнення траєкторії випереджувального довгострокового економічного зростання);

7) посилення конкуренції між країнами з дешевою робочою силою та використання штучного заниження обмінного курсу для отримання переваг у зовнішній торгівлі (це перешкоджає розвитку несировинних галузей);

8) підвищена вага невирішеності інституційних проблем включно з особливостями політичного процесу (це загрожує не лише поглибленням макроекономічних дисбалансів, а й політичною дестабілізацією зі знайомим латиноамериканським характером).

Окремі з перелічених викликів мають тривалу традицію, зокрема такі, як валютна криза внаслідок надмірної абсорбції, підвищена роль очіку-

вань, недостатні внутрішні заощадження, «конкурентні» девальвації, популістські «хитання» в економічній політиці; а деякі з них можна віднести до цілком нових явищ: підвищена волатильність цін на сировину, феномен екстремально низької процентної ставки на світових фінансових ринках та зростаюча вага інституційного чинника.

Традиційні та нові виклики об'єднує проблематика рівноваги платіжного балансу загалом та його реверсу зокрема, що може несподівано виникнути навіть в успішній економіці. Останнім у часі прикладом є Туреччина – країна, яка ще на початку 2018 р. вважалася успішною, що зуміла реалізувати переваги глобалізації та досягти значного збільшення доходу (17-та економіка у світі за обсягом ВВП). У травні 2018 р. В. Фурман [1], член Ради НБУ, називав Туреччину «одним з успішних прикладів, який заслуговує на розгляд». Безперечно, все зрозуміло. Але варто поглянути на це у цілком протилежному контексті – вивчення шляхів уникнення кризових явищ та «обвалу» національної грошової одиниці. Сьогодні замість опрацювання досвіду «швидко й успішно проведених структурних і інституційних реформ», «чіткої стратегії розвитку», «розвитку інфраструктури» та «бюджетно-податкових стимулів зростання», що нібито уможливили створити «високотехнологічну та експортоорієнтовану» економіку, насправді треба зосередитися на причинах гострої валютної кризи, яка відбиває обмеження платіжного балансу та проблеми інституційного характеру.

У сировинній економіці передумови кризових явищ створює залежність від світових цін на сировину, яка в підсумку й призводить до «раптової зупинки» потоків капіталу і реверсу платіжного балансу [2]. Нерідко сприятливі умови торгівлі створює ефект «фаворитизму» іноземних позичальників (в іноземній валюті). Згодом залежність від зовнішніх кредиторів і неспроможність збільшення внутрішніх заощаджень призводить до кризових явищ, де головною проблемою стає неспроможність фінансувати надмірний дефіцит поточного рахунку платіжного балансу.

Особливістю сировинної економіки порівняно з більш диверсифікованими економіками на зразок Туреччини чи країн Південно-Східної Азії (Індонезія, Таїланд, Малайзія) стає висока ймовірність синхронного погіршення умов торгівлі після підвищення світової процентної ставки. У цьому разі платіжний баланс зазнає «подвійного шоку», адже вплив капіталу доповнюється зменшенням надходжень від експорту. Також погіршення умов торгівлі може стати ще однією причиною виникнення «раптової зупинки» потоків капіталу.

Як нещодавно продемонстрував теоретично і емпірично С. Шоуша [3], макроекономічний вплив цін на сировину в економіці з відкритістю для потоків капіталу («виникаючі» ринки) стає набагато сильнішим. Головними стають механізми коштів оборотного капіталу і процентної ставки. Менше впливають механізми фінансового акселератора і банківських балансів. Після підвищення цін на сировину відбувається зміцнення обмінного курсу, підвищення цін на товари внутрішньої торгівлі (наприклад, нерухомість) та зниження премії від ризику для країни-експортера. Оскільки банки надають позики в місцевій грошовій одиниці, а позичають за кордоном в іноземній, підвищення цін на внутрішньому ринку та здешевлення зовнішніх запозичень дають змогу розширити обсяги внутрішнього кредитування. Водночас зниження реальної процентної ставки на внутрішньому ринку знижує вартість оборотних коштів і, таким чином, створює бум у сировинному та несировинному секторах, передусім у будівництві, тоді як вплив на промисловість незначений (хоча вартість оборотних коштів знижується, протилежний вплив має підвищення вартості чинників виробництва). Збільшенню обсягів кредитування сприяють підвищення вартості банківських активів та балансовий ефект. Зрозуміло, що в разі зниження цін на сировину або «раптової зупинки» потоків капіталу ситуація змінюється на протилежну.

Для ілюстрації різноманітних аспектів сировинно-мотивованого реверсу потоків капіталу найчастіше використовують досвід саме країн Латинської Америки, але основні елементи так само легко простежити на нещодавньому прикладі Туреччини. Залежність країн Латинської Америки від цінових циклів на сировинних ринках та потоків капіталу акцентовано у багатьох дослідженнях [4], а краще розуміння складної взаємодії обох шоків дає можливість пояснити окремі результати, коли дослідники не знаходять достатньої «ваги» цінового шоку для сировинних економік навіть у короткочасному періоді. Наприклад, для країн Латинської Америки виявлено, що на зміни умов торгівлі припадає лише 26% змін доходу, а такий «незвичний» результат пояснено особливостями ринку праці [5]. Раніше для «виникаючих» ринків відповідна залежність оцінювалася на рівні 10% [6].

Логічно припустити, що ефект від поліпшення умов торгівлі (ТОТ) нівелюється надмірним зміцненням (нестабільністю) грошової одиниці та легшим доступом до зовнішніх запозичень приватного і державного секторів. Дослідження для Аргентини, що враховує обидва чинники – умови торгівлі і приплив капіталу, – показало вагу цін на сировину в цикліч-

них змінах ВВП на рівні 38%, споживання – 42%, інвестицій – 61% [7]. Інструментальним чинником стало підвищення продуктивності праці. З урахуванням супутнього зниження премії від ризику, підвищення цін на сировину та результуючий приплив капіталу збільшують обсяги ВВП, інвестицій і споживання, але погіршують торговельний баланс, що можна розглядати як передумову для наступного реверсу платіжного балансу.

У Бразилії сировинний бум 2003–2010 рр. і кращий доступ до світових фінансових ринків схилили до більшої переорієнтації фіскальної політики на соціальні цілі, що сприяло збільшенню як приватних інвестицій, так і споживання на додаток до інших чинників, таких як стрімке розширення споживчого кредитування, інтенсивне створення нових робочих місць у державному секторі, зростання реальної заробітної плати [8]. Обсяги експорту зросли із 72 млрд доларів у 2003 р. до 197 млрд доларів у 2008 р., що сприяло рекордному збільшенню валютних резервів [9]. Проте сировинний бум, який поєднувався зі значним припливом капіталу, так і не було використано для підвищення стійкості до макроекономічних шоків. У 2012–2016 рр. економіка Бразилії опинилася у черговій рецесії.

У Туреччині структура експорту набагато краща, але «раптової зупинки» уникнути не вдалося. Успіхи лише захопили додаткові запозичення приватного сектору, що загалом є характерним для багатьох сировинних економік, коли сприятлива кон'юнктура супроводжується значними запозиченнями ззовні.

Класично для підвищення стійкості до «раптових зупинок» і нестабільності цін на сировину пропонується обмеження проциклічності фіскальної політики, використання монетарної політики для збільшення валютних резервів та запобігання надмірному підвищенню обмінного курсу [10], що загалом збігається з рекомендаціями для «виникаючих» ринків [11]. Важливу перевагу становить практика запозичень державного сектору переважно у національній грошовій одиниці, як це зауважено для Нової Зеландії [12].

У ширшому контексті для профілактики реверсів платіжного балансу необхідні значно більші внутрішні заощадження, які дадуть змогу обмежити потребу в зовнішніх запозиченнях. Такі запозичення мають негативний вплив не лише тому, що завищують обмінний курс чи підвищують інфляцію, а насамперед унаслідок небезпечної ілюзії, що зростаючі надходження від експорту та полегшений доступ до світових фінансових ринків уможливають негайне збільшення обсягів споживання у приватному і

державному секторах. Відповідно, слабе увага до збільшення заощаджень, що перешкоджає фінансуванню інвестицій із внутрішніх джерел і, що не менш важливо у короткочасному періоді, підтриманню додатного сальдо поточного рахунку.

Як це передбачає гіпотеза «перманентного доходу» (англ. permanent income hypothesis), відкриті економіки зі значними природними ресурсами повинні заощаджувати значну частину надходжень від експорту сировини, підтримуючи стабільне додатне сальдо експорту-імпорту [13]. Оскільки сировинні економіки зазвичай вимагають значних інвестицій, не вдається підтримувати тривалий надлишок заощаджень над інвестиціями. Намагання прискорити економічне зростання може зумовити значні запозичення за кордоном під заставу наявних природних ресурсів, що зумовлює зменшення додатного сальдо поточного рахунку до мінімуму або навіть перехід до дефіциту поточного рахунку. Власний вплив можуть мати надходження від тих, хто працює за кордоном, що теж можуть бути пов'язаними зі зміною умов торгівлі для країн-акцепторів.

Важливо, що обсяги зовнішніх зобов'язань зменшуються внаслідок збільшення обсягів виробництва як у сировинному, так і несировинному секторах, тоді як протилежно впливає інвестиційний процес. Якщо країна потерпає від нестачі капіталу, то отримані надходження від експорту сировини найімовірніше використовуватимуться для інвестицій, аніж для придбання іноземних цінних паперів, як це робить Норвегія. Така поведінка погіршуватиме сальдо поточного рахунку, яке виявлятиме нижчі значення, ніж це передбачає гіпотеза «перманентного доходу». Проте власний негативний вплив можуть мати низька ефективність зроблених інвестицій та відсутність передумов для прискореного інвестиційного процесу (англ. absorptive capacity constraints). Якщо такі обмеження стають очевидними, а погіршення сальдо поточного рахунку перевищує деякий безпечний «поріг» (зазвичай 2–3% від ВВП), доцільно сповільнити динаміку інвестицій у приватному і державному секторах, щоб уникнути акумуляції надмірного зовнішнього боргу.

Ситуація в сучасній Туреччині дуже добре ілюструє доречність саме такої політики, яку ще в 1970-х роках «перевірили» країни Латинської Америки. Профілактика «раптової зупинки» вимагає скорочення надмірного сальдо поточного рахунку за допомогою обмеження сукупного попиту (внутрішньої абсорбції). Як виявив Р. Меркадо [14] за даними 55 країн (1982–2014 рр.), не всі значні надходження капіталу завершуються «раптовою зупинкою», а

лише ті, коли спостерігався інфляційний «перегрів» економіки за умов глобальної аверсії до ризику. Ймовірність «раптової зупинки» набагато вища для припливу капіталу, що зумовлений сировинним бумом.

Для Латинської Америки звично, що будь-які кроки в напрямі меншої проциклічності фінансової політики, яка є головним елементом не лише стабілізаційної політики, а й довгострокового економічного зростання, критикуються прихильниками структуралізму. Доцільність рестрикційної економічної політики заперечується, а натомість пропагується необхідність стимулювання виробництва для подальшого підвищення конкурентоспроможності та збільшення експорту. Наприклад, Ф. Серано і Р. Сумма [8] вважають, що для Бразилії в 2011–2012 рр. непотрібне обмеження сукупного попиту зменшило стимули для інвестицій, що й спричинило тривалу рецесію. Негативний вплив цін на сировину та зміни преференцій іноземних інвесторів заперечується.

Неминуче підвищення «світової» процентної ставки до «нормального» рівня у поєднанні з можливістю стагнації цін на сировину та їхньою підвищеною волатильністю (навіть на нижчому рівноважному рівні) створює серйозні проблеми для економічної політики тих країн – експортерів сировини та напівсировинних товарів, що не опрацювали ефективної стабілізаційної політики, не мають надійних «фундаментів» і вразливі до «раптової зупинки» потоків капіталу. Цілком можливо, що саме аномально тривалий період екстремально низької процентної ставки відклав у часі очікуваний черговий «пік» суверенних дефолтів, який спрогнозовано на підставі початку в 2012 р. чергового «подвійного дна» – цін на сировину і припливу капіталу [15].

Додаткові ризики створює можливе зміцнення долара, передусім для країн, що практикують прикріплення власної грошової одиниці до американської грошової одиниці, в якій встановлюються ціни на сировину. Таке вже траплялося у минулому. Одна з причин фінансової кризи в Аргентині (2001–2002 рр.) – поєднання низьких цін на сировину та «міцного» долара [16], хоча окремі економісти заперечують таку можливість на підставі триваючого зростання аргентинського експорту в 2001 р. [17]. Для підтримання цінової конкурентоспроможності в таких випадках стає необхідним зниження цін (дефляція) у секторі товарів і послуг, що не торгуються на світових ринках. Це не створює проблем для країн з оберненою залежністю приватного споживання від інфляції (Австралія, Канада, Аргентина, Мексика, Білорусь, Казахстан, Росія), але може зменшити внутрішній попит у тих країнах, де така залежність пряма (Чилі).

Р. Маккінон і З. Ліу [18] вказують на значну різницю процентних ставок між США та «виникаючими» ринками як на важливе джерело нестабільності долара, що має стосунок до його «незвичної» поведінки в 2008–2009 рр. У докризовий період багато інвесторів використовували дешеві кредити у доларах для придбання цінних паперів на «виникаючих» ринках, заохочуючи стратегію carry trade. Це зміцнювало їхні грошові одиниці, що лише підвищувало доходність зроблених портфельних інвестицій. Проте з початком фінансової кризи (осінь 2008 р.), проблеми у банківській системі США та інших країн різко обмежили доступ до кредитних ресурсів, що змусило інвесторів до продажу активів на «виникаючих» ринках задля повернення отриманих доларових кредитів. Таким чином, долар почав зміцнюватися на тлі очевидної кризи у США. Стверджується, що збереження значного диференціалу процентних ставок між США та «виникаючими» ринками провокуватиме подібні ситуації в майбутньому. Оскільки багато країн із цієї групи мають значний сировинний експорт, а водночас імпортують продовольчі товари, виникають передумови для нових цінових «бульбашок». До переліку чинників світової нестабільності може додатися фактор штучно заниженої процентної ставки у Китаї.

Можливості «конкурентної» девальвації як засобу поліпшення сальдо експорту-імпорту не слід перебільшувати, адже в глобалізованій економіці зростає кількість країн, що можуть відреагувати подібним чином. З іншого боку, нестабільна грошова одиниця здатна підсилити макроекономічну нестабільність, що в поєднанні з волатильністю цін на сировину може мати несприятливий мультиплікативний ефект. Додатково слід урахувувати залежність технологічного імпорту від обмінного курсу та можливість зменшення трудових ресурсів унаслідок еміграції робочої сили. Окремі дослідники на основі подібностей між двома «піками» цінового суперциклу – в 1974 і 2008 рр. – припускають відносну стабільність цін на сировину в наступні два десятиліття (цьому сприятимуть нові технології і зростання запасів), але вагома залежність цін на сировину від макроекономічних шоків, як це акцентовано в праці [19], підсилює аргументацію на користь підвищеної волатильності сировинного ринку.

Хоча безпосередній вплив економічного зростання в США та інших «центрах» світової економіки може бути маргінальним для окремих країн, не варто легковажити можливістю чергового глобального шоку, спричиненого або складнощами переходу до «нормального» рівня процентної ставки, або невирішеністю



проблеми значного державного боргу США (у минулому це відбувалося за рахунок підвищення інфляції), або політикою одностороннього торговельного протекціонізму, який схильна практикувати адміністрація президента Д. Трампа. Потрібно враховувати досвід світової фінансової кризи 2008–2009 рр., коли на відміну від попередніх кризових ситуацій проблеми американської економіки дуже оперативно поширилися на всі країни світу [20].

Для підвищення стійкості до мінливості потоків капіталу потрібні не лише макроекономічні, а й інституційні гарантії. Слід зауважити, що у Новій Зеландії від'ємне сальдо поточного рахунку спостерігається від початку 1980-х років, а зовнішній борг сягає 70% від ВВП, проте загроза «раптової зупинки» не виникала [12]. Подібним чином це стосується Австралії і Канади. Хоча в усіх трьох випадках впорядковане вирівнювання платіжного балансу пов'язується з підтриманням плаваючого обмінного курсу та ефективністю девальвації як засобу збільшення експорту, не менш важливим є якісно різне інституційне середовище, яке не лише підтримує довіру до економіки на належному рівні, а й забезпечує передумови для ефективної макроекономічної

політики. Загалом це призводить до того, що у разі надмірного погіршення сальдо поточного рахунку реверс платіжного балансу відбувається впорядковано і не супроводжується кризовими явищами.

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, підвищена залежність від волатильності світових цін на сировину, нестабільність потоків короткочасного капіталу та обмежені можливості збільшення внутрішніх заощаджень передбачають зменшення обсягів зовнішніх запозичень як головного «запобіжника» для хаотичних реверсів платіжного балансу та підвищення стійкості до «раптової зупинки» потоків капіталу. Це важливо в контексті «нормалізації» монетарної політики найбільших промислових країн у середовищі з високою заборгованістю приватного і державного секторів, що, найімовірніше, позначиться підвищенням світової процентної ставки в обох вимірах – номінальному і реальному, а також її нестабільністю. Мінімізація залежності від припливу короткочасного капіталу має полегшити використання процентної ставки та обмінного курсу для підтримки рівноваги доходу і платіжного балансу.

#### Список використаних джерел:

1. Фурман В. Стимулювання розвитку економіки: досвід Туреччини і українські реалії. *Дзеркало тижня*. 2018. 18 травня.
2. Ніконенко У.М. Макроекономічні детермінанти функціонування ресурсозалежних економік в умовах глобалізації: монографія. Львів: Видавництво Тараса Сороки, 2019. 332 с.
3. Shousha S. Macroeconomic Effects of Commodity Booms and Busts: The Role of Financial Frictions. N.Y.: Columbia University, 2016. 57 p.
4. Delbianco F., Fioriti A. Ex Reinhart ternal cycles and commodities in Latin America and the Caribbean: a cointegration analysis with breaks. *Lect. Econ.* 2018. № 88. P. 51–76. DOI: 10.17533/udea.le.n88a02.
5. Ben Zeev N., Pappa E., Viconda A. Emerging economies business cycles: The role of commodity terms of trade news. *Journal of International Economics*. 2017. Vol. 108(C). P. 368–376.
6. Schmitt-Grohe S., Uribe M. How important are terms of trade shocks? *International Economic Review*. 2018. Vol. 59. № 1. P. 85–111.
7. Drechsel T., Tenreyro S. Commodity Booms and Busts in Emerging Economies. *NBER Working Paper*. 2017. № 23716. 50 p.
8. Serrano F., Summa R. Aggregate demand and the slowdown of Brazilian economic growth in 2011–2014. *Nova Economia*. 2015. Vol. 25. P. 803–833.
9. Bacha E., Fishlow A. Recent Commodity Price Boom and Latin American Growth: More Than New Bottles for an Old Wine? / eds. by J.A Ocampo, J. Ros. *The Oxford Handbook of Latin America Economics*, 2011. P. 394–410.
10. Frankel J. On the Rand: Determinants of the South African Exchange Rate. *South African Journal of Economics*. 2007. Vol. 75. № 3. P. 425–441.
11. Knight A.P. Mood at the midpoint: Affect and change in exploratory search over time in teams that face a deadline. *Organization Science*. 2015. Vol. 26. P. 99–118.
12. Hargreaves D., Watson E. Sudden stops, external debt and the exchange rate. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*. 2011. Vol. 74. № 4. 27 p.
13. Araujo J., Li B. G., Poplawski-Ribeiro M., Zanna L.P. Current account norms in natural resource rich and capital scarce economies. *Journal of Development Economics*. 2016. Vol. 120(C). P. 144–156.
14. Mercado R. Not All Surges of Gross Capital Inflows Are Alike. *TEP Working Paper*. 2016. № 2016. 38 p.
15. Reinhart C.M., Reinhart V., Trebesch C. Global cycles: capital flows, commodities, and sovereign defaults, 1815–2015. *The American Economic Review*. 2016. № 106(5). P. 574–580.
16. Fanelli J.M. Growth, instability and the convertibility crisis in Argentina. *CEPAL Review*. 2002. № 77. P. 25–43.

17. Hanke S., Schuler K. What Went Wrong in Argentina? *Central Banking*. 2002. Vol. 12(3). P. 43–48.
18. McKinnon R., Liu Z. Hot Money Flows, Commodity Price Cycles, and Financial Repression in the US and the People's Republic of China: The Consequences of Near Zero US Interest Rates. *ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration*. 2013. № 107. 21 p.
19. Carter C., Rausser G., Smith A. Commodity Booms and Busts. *The Annual Review of Resource Economics*. 2011. Vol. 3. № 1. P. 87–118.
20. Bacchetta P., van Wincoop E. The Great Recession: A Self-Fulfilling Global Panic. *American Economic Journal Macroeconomics*. 2016. № 8. P. 177–198.

#### References:

1. Furman, V. (2018). *Stymuliuvannia rozvytku ekonomiky: dosvid Turechchyny I ukrainski realii*. [Stimulating economic development: Turkey's experience and Ukrainian realities]. *Dzerkalo tyzhnia*, 18 may.
2. Nikonenko, U. M. (2019). *Makroekonomichni determinanty funktsionuvannia resursozaleznykh ekonomik v umovakh hlobalizatsii* [Macroeconomic determinants of functioning of resource dependent economies in the conditions of globalization]. Lviv: Vydavnytstvo «Tarasa Soroky». 332 p.
3. Shousha, S. (2016). *Macroeconomic Effects of Commodity Booms and Busts: The Role of Financial Frictions*. N.Y.: Columbia University, 57 p.
4. Delbianco, F., Fioriti, A. (2018). Ex Reinhart ternal cycles and commodities in Latin America and the Caribbean: a cointegration analysis with breaks. *Lect. Econ.*, no. 88. pp. 51–76. DOI: 10.17533/udea.le.n88a02
5. Ben Zeev, N., Pappa, E., Viconda, A. (2017). Emerging economies business cycles: The role of commodity terms of trade news. *Journal of International Economics*, no. 108(C), pp. 368–376.
6. Schmitt-Grohe, S., Uribe, M. (2018). How important are terms of trade shocks? *International Economic Review*, vol. 59, no. 1. pp. 85–111.
7. Drechsel, T., Tenreyro, S. (2017). Commodity Booms and Busts in Emerging Economies. *NBER Working Paper*, no. 23716, 50 p.
8. Serrano, F., Summa, R. (2015). Aggregate demand and the slowdown of Brazilian economic growth in 2011–2014. *Nova Economia*, no. 25, pp. 803–833.
9. Bacha, E., Fishlow, A. (2011). Recent Commodity Price Boom and Latin American Growth: More Than New Bottles for an Old Wine? / eds. by J.A. Ocampo, J. Ros. *The Oxford Handbook of Latin America Economics*, pp. 394–410.
10. Frankel, J. (2007). On the Rand: Determinants of the South African Exchange Rate. *South African Journal of Economics*, vol. 75, no. 3. pp. 425–441.
11. Knight, A. P. (2015). Mood at the midpoint: Affect and change in exploratory search over time in teams that face a deadline. *Organization Science*, no. 26, pp. 99–118.
12. Hargreaves, D., Watson, E. (2011). Sudden stops, external debt and the exchange rate. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, vol. 74, no. 4, 27 p.
13. Araujo, J., Li, B. G., Poplawski-Ribeiro, M., Zanna, L. P. (2016). Current account norms in natural resource rich and capital scarce economies. *Journal of Development Economics*, no. 120(C), pp. 144–156.
14. Mercado, R. (2016). Not All Surges of Gross Capital Inflows Are Alike. *TEP Working Paper*, 38 p.
15. Reinhart, C. M., Reinhart, V., Trebesch, C. (2016). Global cycles: capital flows, commodities, and sovereign defaults, 1815–2015. *The American Economic Review*, no 106(5), pp. 574–580.
16. Fanelli, J. M. (2002). Growth, instability and the convertibility crisis in Argentina. *CEPAL Review*, no. 77, pp. 25–43.
17. Hanke, S., Schuler, K. (2002). What Went Wrong in Argentina? *Central Banking*, no. 12(3), pp. 43–48.
18. McKinnon, R., Liu, Z. (2013). Hot Money Flows, Commodity Price Cycles, and Financial Repression in the US and the People's Republic of China: The Consequences of Near Zero US Interest Rates. *ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration*, no 107, 21 p.
19. Carter, C., Rausser, G., Smith, A. (2011). Commodity Booms and Busts. *The Annual Review of Resource Economics*, vol. 3, no. 1, pp. 87–118.
20. Bacchetta, P., van Wincoop, E. (2016). The Great Recession: A Self-Fulfilling Global Panic. *American Economic Journal Macroeconomics*, no. 8, pp. 177–198.

УДК 339.97

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-4>**Ткаліч Т.І.**кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та менеджменту  
Миколаївського національного університету  
імені В.О. Сухомлинського**Tkalich Tetiana**

Mykolaiv V.O. Sukhomlynski National Universiti

## УПОВІЛЬНЕННЯ ЗРОСТАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОЗНАКА ГЛОБАЛЬНОЇ РЕЦЕСІЇ

### WORLD ECONOMY GROWTH SLOW AS A SIGN OF GLOBAL RECESSION

У статті досліджуються причини уповільнення зростання світової економіки за останні роки. З'ясовано, що вони різні в окремих країнах та групах країн, залежать від ступеня економічного розвитку держави та світової кон'юнктури. Однак за умов сучасної гіперглобалізації в основі зниження темпів економічного росту лежать процеси, що відбуваються у фінансовій сфері. Глобалізація фінансових ринків сприяла тому, що переміщення грошових коштів у великих обсягах через національні кордони та нестабільність ринку цінних паперів є джерелом шоків для національних фінансових систем. Це відразу впливає на реальний сектор економіки, який на пряму залежить від обмінних курсів, тому останнім часом саме фінансова сфера є джерелом нестабільності та криз як в окремих національних економіках, так і у цілих регіонах. Зниження темпів економічного росту останнім часом у більшості країн світу свідчить про системні порушення в існуючій неоліберальній економічній системі.

**Ключові слова:** уповільнення світового зростання, рецесія, світова економіка, гіперглобалізація, неоліберальна економічна система.

В статье исследуются причины замедления роста мировой экономики за последние годы. Выяснено, что они различны в отдельных странах и группах стран, зависят от степени экономического развития государства и мировой конъюнктуры. Однако в условиях современной гиперглобализации в основе снижения темпов экономического роста лежат процессы, происходящие в финансовой сфере. Глобализация финансовых рынков способствовала тому, что перемещение денежных средств в больших объемах через национальные границы и нестабильность рынка ценных бумаг является источником шоков для национальных финансовых систем. Это сразу оказывает влияние на реальный сектор экономики, напрямую зависящий от обменных курсов, поэтому в последнее время именно финансовая сфера является источником нестабильности и кризисов как в отдельных национальных экономиках, так и целых регионах. Снижение темпов экономического роста в последнее время в большинстве стран мира свидетельствует о системных нарушениях в существующей неоллиберальной экономической системе.

**Ключевые слова:** замедление мирового роста, рецессия, мировая экономика, гиперглобализация, неоллиберальная экономическая система.

The article explores the reasons for the slowdown in global economic growth in recent years. The aim of the study is to generalize the reasons for the slowdown in economic growth and the risks of a recession in a hyperglobalized world economy. It was found that the reasons for the slowdown in economic growth are different in individual countries and groups of countries, depending on the degree of economic development of the state and the global environment. However, in the context of modern hyper globalization, the processes taking place in the financial sphere are at the heart of the slowdown in economic growth. The globalization of financial markets has contributed to the fact that the movement of large amounts of money across national borders and the instability of the securities market is a source of shocks for national financial systems. This immediately affects the real sector of the economy, which directly depends on exchange rates. Therefore, in recent years, the financial sector has been the source of instability and crises both in individual national economies and in entire regions. The recent slowdown in most countries of the world indicates systemic violations in the existing neo-

liberal economic system. UNCTAD offers the Global Green New Deal to overcome the movement of the global economy toward yet another recession. Four problems have been identified: a decrease in the share of labor in total income, erosion of government spending, weakening production investments and a dangerous increase in carbon dioxide are proposed to be addressed through the effects of the government spending multiplier and the growth of income from work. To overcome the problems that have arisen, classical macroeconomic instruments are offered that have not worked in recent years. The COVID-19 pandemic exacerbated already known problems and exposed the failure of the existing health care system and social protection of the population in most developed countries of the world. To make predictions about when and how the crisis will end irresponsibly. Undoubtedly, only that we are waiting for significant changes in the global economic system.

**Key words:** global growth slowdown, recession, global economy, hyperglobalization, neoliberal economic system.

**Постановка проблеми.** Із часів Великої депресії світова економіка регулярно переживає фінансові та економічні кризи, які руйнують мрії людства про сталий економічний розвиток. У Доповіді про торгівлю та розвиток за 2019 р. Конференції ООН із торгівлі та розвитку констатувалося, що в 2020 р. «кризові вітри відхилять від курсу розвинені країни, а разом із ними і світову економіку» [1, с. 5].

З оголошенням Всесвітньою організацією охорони здоров'я пандемії COVID-19 стало очевидним, що дане явище посилить наявні проблеми і протиріччя глобалізованого економічного простору та здійснить свій негативний вплив на світову економіку. На думку Генерального секретаря ООН Антонію Гутерреша, наслідки пандемії «спровають рецесію, яку, вочевидь, не бачили у недалекому минулому» [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У другому десятилітті XXI ст. більшість світових провідних економістів передбачала наближення чергової рецесії у світовій економіці. Однак існують певні розбіжності в поглядах на причини кризи та шляхи виходу з неї. Нобелівській лауреат з економіки Пол Кругман у 2019 р. виокремив як два основні ризики для світової економіки високу залежність економіки Китаю від експорту та недостатньо високого внутрішнього рівня споживання й уповільнення економічного зростання в Європі [3].

Нобелівській лауреат Пол Ромер на XII Астанинському економічному форумі відзначив, що до будь-якої кризи необхідно готуватися заздалегідь. На його думку, у наш час можливості монетарного стимулювання економіки майже вичерпані і необхідно звернути увагу на фінансові стимули. Зниження податків дасть змогу стабілізувати на випадок рецесії.

Протилежну думку на цьому ж форумі висловив Моріс Обстфельд, головний економіст Міжнародного валютного фонду з 2015 по 2018 р. Він вважає, що в період кризи необхідне найпотужніше монетарне стимулювання та приділення більшої уваги фінансовій дисципліні [4].

Нобелівській лауреат Джозеф Стігліц на Всесвітньому економічному форумі Давос – 2016 як основні проблеми сучасності визнав недостатність світового сукупного попиту, зростаючий рівень нерівності та неможливість самореформування ринкових структур [5]. На його думку, темпи економічного зростання останнім часом нижчі, ніж були під час двадцятип'ятирічного періоду після Другої світової війни [6].

**Метою** дослідження є узагальнення причин уповільнення економічного зростання та ризиків виникнення рецесії гіперглобалізованої світової економіки. Для досягнення мети вирішувалися такі завдання:

- визначалися основні причини уповільнення економічного зростання за останні роки;
- аналізувалися заходи щодо запобігання виникненню рецесії глобальної неоліберальної моделі економіки;
- прогнозувався подальший перебіг подій у гіперглобалізованій світовій економіці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У декларації Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у галузі стійкого розвитку на період до 2030 року» подолання зубожіння в усіх його проявах у світі визнано як найважливіше глобальне завдання, яке забезпечить сталий розвиток. Визначені сімнадцять цілей повинні бути забезпечити збалансованість компонентів стійкого розвитку: економічного, соціального, екологічного [7, с. 2]. Однак у січні 2019 р. у Бюлетені основних прогнозів ПРСЕ констатувалося, що світове зростання уповільнилося (табл. 1).

Спробу узагальнення причин уповільнення світового зростання та руху світової економіки до глобальної рецесії представлено у Доповіді про торгівлю та розвиток за 2019 р. ЮНКТАД. Основними проблемами було визнано недостатність фінансових коштів на збільшення масштабів інвестицій, щоб виконати «Порядок денний у галузі стійкого розвитку на період до 2030 року», збільшення глобального боргу в поєднанні з волатильністю ринку, економічну поляризацію та погіршення стану оточуючого середовища [9, с. 7–10].

Таблиця 1

## Причини уповільнення зростання світової економіки у 2019 р.

Регіон	Причини зниження темпів росту
ФРН	Низькі показники приватного споживання, слабка динаміка промислового виробництва після введення переглянутих нормативів викидів для автомобілів, падіння зовнішнього попиту
Італія	Низький внутрішній попит, висока вартість запозичень, оскільки прибутковість за державними цінними паперами залишається підвищеною
Франція	Негативні наслідки вуличних протестів
США	Завершення бюджетного стимулювання та тимчасово більш високі рівні ставки по федеральних фондах порівняно з нейтральним рівнем процентних ставок
Великобританія	Значна невизначеність у зв'язку з «брекзітом»
Китай	За рахунок сукупного впливу необхідного посилення фінансового регулювання та напруги в торгівлі зі США
Турція	Посилення економічної політики та адаптація до більш обмежувачих умов зовнішнього фінансування
Мексика та Венесуела	За рахунок більш низького рівня приватних інвестицій
Аргентина	Посилення політики з метою зменшення дисбалансів стримує внутрішній попит
Країни Близького Сходу, Північної Африки, Афганістан, Пакистан	Низькі темпи зростання видобутку нафти (Саудівська Аравія), погіршення умов фінансування (Пакистан), санкції США (Іран) та геополітична напруга у декількох країнах
Росія	Низькі ціни на нафту

Джерело: складено автором за [8]

Як подолання руху світової економіки до чергової рецесії запропоновано «Глобальний зелений новий курс». Виокремлено чотири проблеми: зниження частки праці у сукупному доході, розмивання державних витрат, послаблення виробничих інвестицій та небезпечне збільшення вуглекислого газу пропонується розв'язувати за рахунок ефектів мультиплікатора державних витрат та зростання доходів від праці [9, с. 10–14]. Даний курс (протягом приблизно десять років) потребує додаткових фінансових ресурсів, які пропонується залучати за рахунок мобілізації внутрішніх ресурсів у поєднанні з міжнародними угодами про співробітництво [9, с. 15].

Стосовно міжнародних угод про співробітництво як шляху подолання світової рецесії можна відзначити, що економічна історія знає багато прикладів їх порушення, тому вважати їх міцною основою для економічного зростання, на нашу думку, проблематично.

Виходячи з причин зниження темпів економічного росту (табл. 1), можна зробити висновок, що провідні країни світу мають достатньо внутрішніх проблем, які звужують масштаби мобілізації внутрішніх ресурсів. У вищезгаданому документі констатується, що «чим більше відкрита економіка та чим більш обмежена база внутрішнього добробуту, тим більше будуть обмежені державні фінанси», та замість сприяння економічному зростанню нині приватне створення кредиту в значному ступені скон-

центроване у спекулятивній активності в межах тіньової банківської практики, що призводить до поглиблення нерівності в доходах [9, с. 17–18].

Для розширення можливостей країн, що розвиваються, пропонується залучати приватне багатство за допомогою «фінансових інновацій» із метою захисту від ризику як інвесторів, так і кредиторів шляхом диверсифікації та страхування ризику [9, с. 19]. Таким чином, країни, що розвиваються, залучаються до світової фінансової системи, глобалізованого економічного простору та збільшують глобальний попит. Прогнозується, що це буде сприяти економічному зростанню. Однак ураховуючи, що економічне зростання процес багатфакторний, не можна стовідсотково гарантувати позитивний результат для економік країн, що розвиваються.

Аналізуючи основні напрями «Глобального зеленого нового курсу», можна констатувати, що подолання падіння глобалізованого світового господарства пропонується старими інструментами монетарної політики в межах існуючої фінансової системи, незважаючи на її явні «пробуксовки». На думку Дж. Стігліца, «неоліберальний експеримент – зниження податків для заможних, дерегуляція ринків праці і товарів, фінансиалізація та глобалізація – виявився вражаюче провальним» [6].

**Висновки з проведеного дослідження.** Однією з особливостей сучасної гіперглобалізованої світової економіки є зростання ролі процесів, що відбуваються у фінансовій сфері.

Глобалізація фінансових ринків сприяла тому, що переміщення грошових коштів у великих обсягах через національні кордони та нестабільність ринку цінних паперів є джерелом шоків для національних фінансових систем. Це відразу впливає на реальний сектор економіки, який на пряму залежить від обмінних курсів. Тому останнім часом саме фінансова сфера є джерелом нестабільності та криз як в окремих національних економіках, так і цілих регіонах.

Зниження темпів економічного росту останнім часом у більшості країн світу свідчить про системні

порушення в існуючій неоліберальній економічній системі. Для подолання виникаючих проблем застосовуються класичні макроекономічні інструменти, які останніми роками не спрацьовують.

Пандемія COVID-19 загострила вже відомі проблеми та оголила неспроможність існуючої системи охорони здоров'я та соціального захисту населення в більшості розвинутих країн світу. Робити прогнози про те, коли та чим закінчиться криза, безвідповідально. Безперечно тільки те, що на нас чекають суттєві зміни у світовій економічній системі.

#### Список використаних джерел:

1. Доклад о торговле и развитии, 2019 год. Финансирование «глобального зелёного нового курса». Обзор. ООН, Женева, 39 с. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview_ru.pdf) (дата звернення: 01.04.2020).
2. World War Two, UN Secretary General António Guterres has warned. URL: <https://www.bbc.com/news/world-52114829> (дата звернення: 01.04.2020).
3. Krugman Says U.S. Recession Is «Pretty Likely» in Next Two Years. February 11 th, 2019. URL: <https://www.bloomberg.com/news/videos/2019-02-10/paul-krugman-discusses-government-shutdown-rate-hikes-recession-u-s-china-trade-video> (дата звернення: 01.04.2020).
4. Ведущие мировые экономисты рассказали о грядущем кризисе и способах избежать его. URL: <http://www.armbanks.am/2019/05/27/121515/> (дата звернення: 01.04.2020).
5. Джозеф Стиглиц призвал не считать ВВП показателем развития Давос-2016. URL: <https://www.rbc.ru/economics/21/01/2016/56a0ed629a79471f9d12c9af> (дата звернення: 02.04.2020).
6. After Neoliberalism May 30, 2019 JOSEPH E. STIGLITZ URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/after-neoliberalism-progressive-capitalism-by-joseph-e-stiglitz-2019-05?barrier=accesspaylog> (дата звернення: 02.04.2020).
7. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: Декларация от 25 сентября 2015 г. / Генеральная Ассамблея ООН. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420355765> (дата звернення: 02.04.2020).
8. Ослабление мирового подъёма. Бюллетень основных прогнозов ПРМЭ. Давос, 2019. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/russianjan2019weouupdate.PDF> (дата звернення: 02.04.2020).
9. Доклад о торговле и развитии за 2019 год. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview_ru.pdf) (дата звернення: 02.04.2020).

#### References:

1. Doklad o trgovle i razvitii 2019 god. Finansirovanie «globalnogo zelyonogo novogo kursa». Obzor. OON, Zheneva, 39 s. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview_ru.pdf) (accessed: 01.04.2020).
2. World War Two, UN Secretary General António Guterres has warned. URL: <https://www.bbc.com/news/world-52114829> (accessed: 01.04.2020).
3. Krugman Says U.S. Recession Is «Pretty Likely» in Next Two Years. February 11 th, 2019. URL: <https://www.bloomberg.com/news/videos/2019-02-10/paul-krugman-discusses-government-shutdown-rate-hikes-recession-u-s-china-trade-video> (accessed: 01.04.2020).
4. 4 Vedushie mirovye ekonomisty rasskazali o gryadushem krizise i sposobah izbezhat ego. URL: <http://www.armbanks.am/2019/05/27/121515/> (accessed: 01.04.2020).
5. Dzhozef Stiglic prizval ne schitat VVP pokazatelem razvitiya Davos-2016 , 21 yanvary 2016, 18:10. URL: <https://www.rbc.ru/economics/21/01/2016/56a0ed629a79471f9d12c9af> (accessed: 02.04.2020).
6. After Neoliberalism May 30, 2019 JOSEPH E. STIGLITZ. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/after-neoliberalism-progressive-capitalism-by-joseph-e-stiglitz-2019-05?barrier=accesspaylog> (accessed: 02.04.2020).
7. Preobrazovanie nashego mira: Povestka dnya v oblasti ustojchivogo razvitiya na period do 2030 goda. Generalnaya Assambleya OON Deklaraciya ot 25 sentyabrya 2015 goda. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420355765> (accessed: 02.04.2020).
8. Oslablenie mirovogo podyoma. Byulleten osnovnyh prognozov PRME. Davos:14:00, 21 yanvary 2019 goda. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/russianjan2019weouupdate.PDF> (accessed: 02.04.2020).
9. Doklad o trgovle i razvitii za 2019 god. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2019overview_ru.pdf) (accessed:02.04.2020).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ  
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.14:343.37

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-5>**Доценко А.Ю.**аспірант кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва  
Харківського національного аграрного університету  
імені В.В. Докучаєва**Docenko Anton**

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaiev

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОЯВИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФЕНОМЕНА  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ****TRENDS AND SHARES OF THE SHADOW ECONOMY  
AS A PHENOMENON OF SOCIO-ECONOMIC SPACE OF UKRAINE**

Статтю присвячено обґрунтуванню теоретичних засад установаження сутності, проявів і тенденцій тіньової економіки як феномена соціально-економічного простору України. Проаналізовано дефініцію тіньової економіки як феномена сучасного світу в наукових працях вітчизняних і зарубіжних учених та в нормативно-правових актах. Досліджено інструменти уникнення сплати податків в Україні та обґрунтовано причини прагнення до мінімізації оподаткування з погляду деструктивних чинників посилення проявів тіньової економіки. Проаналізовано інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні та його співвідношення з темпом зміни реального ВВП, а також ступінь тінзації економіки в розрізі видів економічної діяльності. Доведено, що під час вивчення проявів тіньової економіки важливо приділяти особливу увагу її взаємозв'язку з рівнем корупції в окремій країні, у результаті чого проаналізовано місце України за показником Індексу сприйняття корупції в окремих країнах світу в 2012–2018 рр. Подано авторське визначення та запропоновано основні напрями подолання тінзації економіки в Україні.

**Ключові слова:** тіньова економіка, корупція, національна економіка, феномен, тенденції, державна політика.

Статья посвящена обоснованию теоретических основ установления сущности, проявлений и тенденций теневой экономики как феномена социально-экономического пространства Украины. Проанализирована дефиниция теневой экономики как феномена современного мира в научных трудах отечественных и зарубежных ученых и в нормативно-правовых актах. Изучены инструменты избежания уплаты налогов в Украине и обоснованы причины стремления к минимизации налогообложения с точки зрения деструктивных факторов усиления проявлений теневой экономики. Проанализированы интегральный показатель уровня теневой экономики в Украине и его соотношение с темпом изменения реального ВВП, а также степень тенезации экономики в разрезе видов экономической деятельности. Доказано, что при изучении проявлений теневой экономики важно уделять особое внимание ее взаимосвязи с уровнем коррупции в отдельной стране, в результате чего проанализировано место Украины по показателю Индекса восприятия коррупции в отдельных странах мира в 2012–2018 гг. Подано авторское определение и предложены основные направления преодоления тенезации экономики в Украине.

**Ключевые слова:** теневая экономика, коррупция, национальная экономика, феномен, тенденции, государственная политика.

The article is devoted to substantiation of theoretical foundations of establishing the essence, manifestations and tendencies of the shadow economy as a phenomenon of socio-economic space of Ukraine. One of the most urgent and paramount tasks of economic policy of countries in the modern world is overcoming the phenomenon of the shadow economy, which has recently become an integral part of socio-economic systems. It is noted that for a long period Ukraine is in the list of countries with a high degree of shadowing of the economy, which is exacerbated by the growth of corruption phenomena and deterioration of the investment climate. The definition of the shadow economy as a phenomenon of the

modern world in the scientific works of domestic and foreign scientists and normative legal acts is analyzed. The instruments of tax evasion in Ukraine are analyzed and the essence of the desire to minimize taxation in terms of destructive factors of increasing the manifestations of the shadow economy is substantiated. The integral indicator of the level of the shadow economy in Ukraine and its correlation with the rate of change of real GDP and the degree of shadowing of the economy in terms of economic activities are analyzed. It is proved that during the establishment of manifestations of the shadow economy it is important to pay special attention to its correlation with the level of corruption in a particular country. The place of Ukraine by the Index of Perception of Corruption in individual countries in 2012-2018 is analyzed. It is established that Ukraine tends to decrease the perception of corruption in comparison with other CIS countries, but far from the realities of the neighboring countries of the European Union. It is proposed to understand under the shadow economy a set of illegal forms of business activity and tax evasion and corruption of the business environment, which reduce the gross domestic product of the state and impede the filling of the revenue part of the budget. The main directions of overcoming the shadowing of the economy in Ukraine, including the introduction of tax restrictions on derived capital; overcoming corruption at all levels of the administrative and territorial structure; reduction of customs barriers as a way of reducing the amount of smuggling; tax burden reduction, especially for small business entities are justified.

**Key words:** shadow economy, corruption, national economy, phenomenon, trends, state policy.

**Постановка проблеми.** Одним із найгостріших та першочергових завдань економічної політики країн у сучасному світі є подолання явища тіньової економіки, яка останнім часом стала невід'ємним складником соціально-економічних систем. Феномен тіньової економіки як наслідок реакції господарюючих суб'єктів на зовнішнє середовище та інституційні умови ведення бізнесу має причинно-наслідкові витоки у фундаментальних засадах регулювання національної економіки, зокрема на етапах формування і розподілу національного доходу, управління торгівлею, митно-податковою політикою, інвестуванням та економічним зростанням у цілому.

Україна тривалий період перебуває в перебігу країн із високим ступенем тінізації економіки, що посилюється зростанням корупційних явищ та погіршенням інвестиційного клімату. Це зумовлює необхідність глибокого аналізу та розроблення пропозицій подолання проявів тіньової економіки, що посилюється в умовах євроінтеграційних процесів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** «Тіньова» проблематика як об'єкт наукового дослідження є однією з найменш вивчених та залишається актуальною для будь-якої країни в контексті економічної безпеки і сталого розвитку [1]. Проблематику встановлення сутності, аналіз тенденцій та проявів, обґрунтування наслідків і напрямів подолання тіньової економіки в сучасному світі досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких – Д. Блейдс, З. Варналій, В. Дубровський, О. Дяченко, І. Мазур, В. Рейкін, В. Черкашин, С. Чернявський, Г. Шведова та ін. Водночас, незважаючи на значний науковий доробок згаданих учених, потребують поглиблених досліджень методичні підходи до встановлення сутності феномену тіньової економіки, оцінки її рівня, проявів і напрямів подолання в умовах чин-

ного нормативно-правового забезпечення та існуючого інституційного середовища бізнесу в Україні

**Метою дослідження** є обґрунтування теоретичних засад встановлення сутності, проявів і тенденцій тіньової економіки як феномена соціально-економічного простору України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині існують численні дослідження щодо встановлення ступеня тінізації економіки, проте єдиного методичного підходу, який може бути застосовуваним кожною країною, немає. Вважаємо, що головною перешкодою розроблення раціонального методичного підходу визначення ступеня тінізації економіки є відсутність єдиного бачення її сутності.

Тіньова економіка як феномен сучасного світу досліджується вченими в усьому світі і зазвичай виражається через явища «чорної», «темної», «прихованої», «неофіційної», «нелегальної», «підпільної» економіки. Експерт Організації економічного співробітництва та розвитку Дерек Блейдс у 1983 р. одним із перших окреслив загальні типи незаконного виробництва:

- виробництво і розповсюдження незаконних товарів, наприклад заборонених наркотиків та порнографічних матеріалів;
- виробництво незаконних послуг, наприклад проституція (у країнах, де це незаконно);
- виробнича діяльність, яка, як правило, легальна, але стає незаконною, якщо її здійснюють сторонні виробники, наприклад неліцензована медична практика, гральна діяльність, виробництво алкоголю, проституція (у країнах, де це законно);
- браконьєрство, наприклад незаконна риболовля, полювання, вирубка дерев;
- виробництво і продаж підроблених товарів (годинників та інших товарів із фальшивими торговими марками) та несанкціоновані копії



художніх оригіналів (програмне забезпечення, компакт-диски та відео);

– оптова та роздрібна контрабанда, зокрема тютюну, зброї, алкоголю, продуктів харчування, людей;

– перепродаж викрадених товарів;

– хабарництво;

– відмивання грошей [2].

Євростат визначає операції нелегальної економічної діяльності як транзакції, заборонені законом, і транзакції, які самі по собі не є незаконними, але стають незаконними, якщо здійснюються сторонніми особами. Такі операції є нелегальними лише тоді, коли залучені інституційні одиниці укладають їх за взаємною згодою [3].

Нормативно-правовий базис визначення тіньової економіки в Україні становлять Методичні рекомендації розрахунку рівня тіньової економіки, згідно з якими тіньова економіка – незареєстрована в установленому порядку економічна діяльність суб'єкта господарювання, яка характеризується мінімізацією витрат на виробництво товарів, виконання робіт і надання послуг: ухилянням від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), статистичного анкетування та подання статистичної звітності, наслідком якого є порушення законодавчо встановлених норм (рівень мінімальної заробітної плати, тривалість робочого часу, умови і безпека праці тощо) [4]. Із наведеного визначення випливає, що першопричиною виникнення тіньової економіки є умисел щодо приховування окремих видів діяльності від норм законодавства. Водночас це визначення не включає корупційний складник, який сьогодні здебільшого є так званим «середовищем живлення» тіньових схем «відмивання» коштів та ухиляння від сплати податків.

На думку науковців галузі кримінального права та фахівців Національної поліції України, тіньова економіка – це складне соціально-економічне явище, що є сукупністю неконтрольованих і нерегульованих як протиправних, так і законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності щодо отримання прибутку шляхом приховування доходів і ухиляння від сплати податків. Тіньова економіка має три складники: неформальну, приховану і підпільну (кримінальну) економіку [5].

Науковець О.П. Дяченко, досліджуючи концептуальні підходи до визначення сутності тіньової економіки, наголошує, що «це – багатогранне соціально економічне явище, яке має на меті отримання доходів від нелегальної або неправомірної діяльності, а також ухиляння від сплати податків та інші протиправні та аморальні дії, що завдають моральної та фізичної шкоди суспільству» [6, с. 84].

Узагальнивши проаналізовані наукові джерела, можемо зробити попередній висновок про тіньову економіку як багатокладне явище та категорію, що поєднує юридичні, економічні, статистичні, соціальні, моральні та інформаційні аспекти нелегальної діяльності суб'єктів господарювання й отримання доходів шляхом порушення чи «обходу» чинного законодавства та ухиляння від сплати податків.

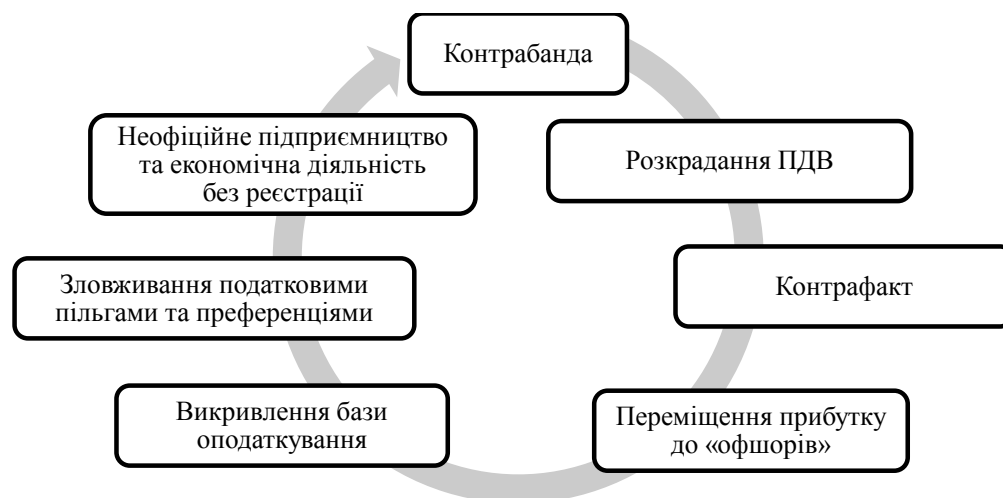
Практика розвинених країн світу свідчить, що виникнення тіньової економіки здебільшого є так званою реакцією господарюючих суб'єктів на відсутність сприятливих організаційно-правових, податкових, фінансових умов комфортного бізнес-середовища. Щодо цього влучною є думка групи вчених на чолі з професором З. Варналієм, який наголошує, що «брак достатніх гарантій захищеності підприємницької діяльності, зокрема прав власності, є нині однією з причин відтоку капіталу з України. Іншими чинниками цього явища можуть бути як прагнення до мінімізації оподаткування, так і спроба замаскувати реальні джерела коштів (що притаманне олігархічним угрупованням)» [5, с. 17].

Таким чином, прагнення до мінімізації оподаткування є одним із найбільш яскравих деструктивних чинників посилення проявів тіньової економіки, який породжує існування інструментів уникнення від сплати податків в Україні (рис. 1).

Українські реалії свідчать про ухиляння від сплати податків передусім великих платників, тому прогрес у боротьбі з «тінню» і, відповідно, зростання податкових надходжень повинні супроводжуватися зниженням податків для сумлінних платників, адже головна причина тонізації – це завищений рівень загального податкового навантаження [7].

Дослідники Інституту соціально-економічної трансформації В. Дубровський і В. Черкашин зазначають, що «наймасштабніші інструменти ухилення від сплати податків та агресивного податкового планування масово застосовуються великими та надвеликими підприємствами, які (знову-таки на відміну від більшості країн світу) домінують у вітчизняній економіці і при цьому завдяки своїм неформальним зв'язкам мають великі можливості для уникання податків, цілком порівняні з тими, що зазвичай приписують малому бізнесу» [8, с. 2].

Окрім того, важливим складником організаційно-правового механізму подолання тіньової економіки є використання застосовуваних для української економіки методичних підходів до установлення її рівня. Відповідно до чинної законодавчої бази, для інтегральної оцінки рівня тіньової економіки в Україні застосовують методи, усереднене значення результатів яких являє собою характеристику стану і тенденцій розвитку тіньової економіки. Найбільш прийнят-



**Рис. 1. Основні «тіньові» інструменти уникнення податків в Україні**

*Джерело: побудовано за даними [7]*

ними для визначення обсягів тіньової економіки в умовах наявної статистичної бази є такі методи: «витрати населення – роздрібний товарооборот», фінансовий, монетарний, електричний [9].

У 2018 р. понад 30% офіційного ВВП становив тіньовий сектор, який мав позитивну тенденцію до зниження починаючи із 43% у 2014 р. (рис. 2). Порівняно з невеликими темпами зростання ВВП показник тинізації економіки є значним та вимагає пошуку невідкладних заходів її подолання.

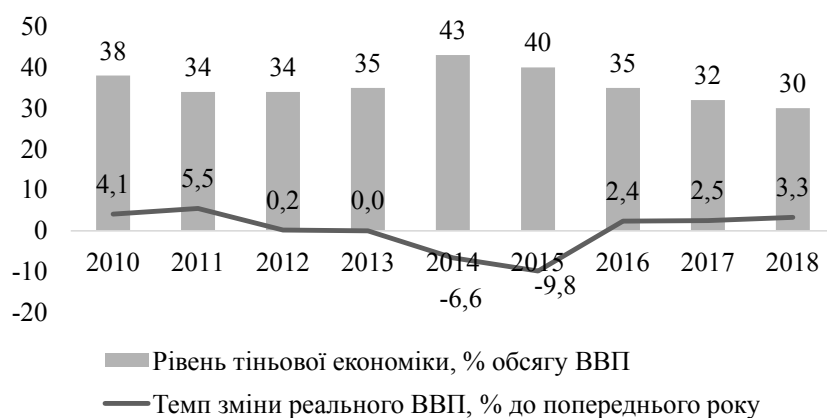
Якщо розглядати диференціацію явища тіньової економіки за видами економічної діяльності, то слід зазначити, що найвищий її рівень зафіксовано в галузях фінансів і страхової діяльності, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності та операціях із нерухомим майном.

Тобто очевидним є висновок про нижчий ступінь тинізації у реальних секторах економіки (рис. 3).

У процесі встановлення проявів тіньової економіки важливо приділяти особливу увагу її взаємозв'язку з рівнем корупції в окремій країні. У цьому контексті професор І. Мазур влучно наголошує, що «тіньова економіка є фінансовим підґрунтям корупції, а корупція – механізмом забезпечення функціонування тіньової економіки» [10, с. 133].

Водночас, за даними західних аналітико-соціологічних агентств, сьогодні найбільш універсальним показником, який характеризує ступінь тинізації економіки, є Індекс сприйняття корупції, що обчислюється незалежною міжнародною компанією Transparency International на підставі даних незалежних оцінок підприємців та аналітиків. Шкала оцінювання коливається в межах 0–100, де 50–100 балів – найменш корумповані країни; 50–0 балів – найбільш корумповані країни. Тобто 100 балів свідчать про повну відсутність корупції, а 0 балів – про її сильний рівень (таблиця).

Показники таблиці свідчать, що Україна має тенденцію до зниження показнику сприйняття корупції порівняно з іншими країнами СНД, проте далека від реальності сусідніх країн Європейського Союзу. Отже, корупційні ризики та загрози сформували живильний ґрунт для поширення економічної організованої злочинності, зростання обсягів «тіньової економіки, що визначає стан економічної безпеки держави» [11, с. 181].



**Рис. 2. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні та його співвідношення з темпом зміни реального ВВП**

*Джерело: побудовано за даними [9]*

У цьому контексті слід зазначити, що Україна взяла на себе потужне політичне зобов'язання щодо подолання корупційних проявів, зокрема через внесення змін до чинних нормативно-правових актів, боротьбу з олігархізацією влади і корупцією, яка пронизує всі гілки державної влади. Уважаємо, що саме такий курс державної політики буде сприяти поступовому виходу бізнесу з тіньового сектору.

**Висновки з проведеного дослідження.** На шляху євроінтеграції однією з домінант регулювання національної економіки в Україні є її детінізація. Тіньова економіка – багатокладна та суперечлива категорія суспільно-політичного і соціально-економічного простору, що зумовлює відсутність єдиних методологічних підходів до її дефініції та встановлення її рівня. Вважаємо, що під тіньовою економікою слід розуміти сукупність нелегальних форм підприємницької діяльності та ухилення від сплати податків та корупційних проявів бізнес-середовища, які знижують обсяги валового внутрішнього продукту держави та перешкоджають наповненню дохідної частини бюджету.



**Рис. 3. Рівень тіньової економіки за окремими видами економічної діяльності, % від обсягу валової доданої вартості конкретного виду**

*Джерело: побудовано за даними [9]*

На нашу думку, основними напрямками подолання тінізації економіки в Україні є: запровадження податкових обмежень на виведений капітал; подолання корупції на всіх рівнях адміністративно-територіального устрою; зниження митних бар'єрів як напрям зниження обсягів контрабанди; зниження податкового навантаження, особливо на суб'єктів малого підприємництва тощо.

Таблиця

**Індекс сприйняття корупції в окремих країнах світу в 2012–2018 рр.**

2018 р.			2015 р.			2012 р.		
Місце	Країна	Індекс	Місце	Країна	Індекс	Місце	Країна	Індекс
1	Данія	88	1	Данія	91	1	Данія	90
2	Нова Зеландія	87	2	Нова Зеландія	91	2	Нова Зеландія	90
3	Фінляндія	85	3	Фінляндія	90	3	Фінляндія	90
4	Швеція	85	4	Швеція	89	4	Швеція	88
5	Швейцарія	85	5	Норвегія	87	5	Сінгапур	87
6	Сінгапур	85	6	Нідерланди	87	6	Швейцарія	86
7	Норвегія	84	7	Швейцарія	86	7	Норвегія	85
8	Нідерланди	82	8	Сінгапур	85	8	Австралія	85
9	Канада	81	9	Канада	83	9	Нідерланди	84
10	Люксембург	81	10	Люксембург	81	10	Канада	84
...								
69	Білорусь	44	106	Білорусь	32	120	Білорусь	31
...								
120	Україна	32	120	Росія	29	134	Росія	28
...								
137	Росія	28	129	Україна	27	141	Україна	26
...								
176	Сомалі	10	176	Сомалі	8	176	Сомалі	8

*Джерело: розраховано за даними [12]*

## Список використаних джерел:

1. Рейкін В.С. Від неформального сектору до тіньової економіки: ретроспектива та термінологічний аспект. *Економіка та держава*. 2012. № 5. С. 28–33.
2. Blades Derek W. Crime: What should be included in the national accounts and what difference would it make, in: Gaertner, Wulf/Wenig, Alois (eds.): *The Economics of the Shadow Economy. Proceedings of the International Conference on the Economics of the Shadow Economy, Held at the University of Bielefeld, West Germany, October 10–14, 1983*, New York, Springer, 1985. P. 45–58.
3. Handbook on the compilation of statistics on illegal economic activities in national accounts and balance of payments. *Eurostat*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/8714610/KS-05-17-202-EN-N.pdf/eaf638df-17dc-47a1-9ab7-fe68476100ec> (дата звернення: 10.03.2020).
4. Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку рівня тіньової економіки: Наказ Міністерства економіки України № 123 від 18.02.2009. URL: <https://www.me.gov.ua/LegislativeActs/Detail?lang=uk-UA&id=4bb297a0-c900-404f-8c6f-5f76f18b1503> (дата звернення: 10.03.2020).
5. Тіньова економіка в Україні: стан, тенденції, шляхи подолання: аналітичний огляд / З.С. Варналій та ін. Київ: Нац. акад. внутр. справ, 2017. 152 с.
6. Дяченко О.П. Формування теоретичних підходів до визначення тіньової економіки як економічної категорії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 20. С. 82–86.
7. Дубровський В. Що таке тіньова економіка і як з нею боротися. *Економічна правда*. 2017. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/11/3/630788/> (дата звернення: 10.03.2020).
8. Дубровський В., Черкашин В. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні. URL: <http://iset-ua.org/ua/doslidzhennya/item/111-porivnialnyi-analiz-fiskalnoho-efektu-skhem> (дата звернення: 10.03.2020).
9. Тенденції тіньової економіки. *Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України*. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinvoiiEkonomiki> (дата звернення: 12.03.2020).
10. Мазур І.І. Антикорупційна політика в системі детінізації економіки. *Реалізація державної антикорупційної політики в міжнародному вимірі*: матеріали II міжнар. наук.- практич. конф., м. Київ, 8 грудня 2017 р. / редкол.: В.В. Черней та ін. Київ: Нац. акад. внутр. справ, 2017. С. 133–135.
11. Шведова Г.Л. Корупція як загроза економічній безпеці України. *Юридичний вісник*. 2019. № 1(50). С. 179–184.
12. Transparency International. URL: <https://www.transparency.org/> (дата звернення: 04.03.2020).

## References:

1. Rejkin V.S. (2012) Vid neformalnogho sektora do tinjovoji ekonomiky: retrospektyva ta terminologhichnyj aspekt [From the informal sector to the shadow economy: a retrospective and terminological perspective]. *Economy and the state*, no. 5, pp. 28–33.
2. Blades Derek W. (1985) What should be included in the national accounts and what difference would it make. *Proceedings of the International Conference on the Economics of the Shadow Economy* (Bielefeld, West Germany, October 10–14, 1983), New York: Springer, pp. 45–48.
3. Eurostat (2018) *Handbook on the compilation of statistics on illegal economic activities in national accounts and balance of payments*. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/8714610/KS-05-17-202-EN-N.pdf/eaf638df-17dc-47a1-9ab7-fe68476100ec> (accessed 10 March 2020).
4. *Pro zatverdzhennja Metodichnykh rekomendacij rozrakhunku rivnja tinjovoji ekonomiky*: Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy (2009) Available at: <https://www.me.gov.ua/LegislativeActs/Detail?lang=uk-UA&id=4bb297a0-c900-404f-8c6f-5f76f18b1503> (accessed 10 March 2020).
5. Varnalij Z.S., Chernjavs'kij S.S., & Nekrasov V.A. (2017) *Tinjova ekonomika v Ukraini: stan, tendenciji, shljakhy podolannja* [The shadow economy in Ukraine: the state, trends, ways of overcoming]. Kyjiv: Nac. akad. vnutr. sprav. (in Ukrainian)
6. Djachenko O.P. (2017) Formuvannja teoretichnykh pidkhodiv do vyznachennja tinjovoji ekonomiky jak ekonomichnoji kateghoriji [Formation of theoretical approaches to the definition of the shadow economy as an economic category]. *Investment: practice and experience*, no. 20, pp. 82–86.
7. Dubrovs'kij V. (2017) Shho take tinjova ekonomika i jak z neju borotysja [What is a shadow economy and how to deal with it]. *Economic truth*. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/11/3/630788> (accessed 14 March 2020).
8. Dubrovs'kij V., Cherkashyn V., (2017) Porivnialnyj analiz fiskalnogho efektu vid zastosuvannja instrumentiv ukhylennja/unykennja opodatkuvannja v Ukraini [Comparative analysis of the fiscal impact of the application of tax avoidance / avoidance instruments in Ukraine]. Available at: <http://iset-ua.org/ua/doslidzhennya/item/111-porivnialnyi-analiz-fiskalnoho-efektu-skhem> (accessed 14 March 2020).
9. Oficijnyj sajт Ministerstva rozvytku ekonomiky, torghivli ta sil's'kogho ghospodarstva Ukrainy (2020) *Tendenciji tinjovoji ekonomiky*. Available at: [https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-](https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinvoiiEkonomiki)

- UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki (accessed 15 March 2020).
10. Mazur I.I. (2017) Antykorupciynna polityka v systemi detinizaciji ekonomiky. *Realizacija derzhavnoji antykorupciynnoi polityky v mizhnarodnomu vymiri* [Anti-corruption policy in the system of shadowing the economy]. Materialy II mizhnar. nauk.- prakt. konf. (Kyjiv, 8 ghrud. 2017 r.). Kyjiv: Nac. akad. vnutr. sprav, pp. 133–135.
  11. Shvedova Gh.L. (2019). Korupcija jak zagroza ekonomichnij bezpeci Ukrainy [Corruption as a Threat to Ukraine's Economic Security]. *Jurydychnyj visnyk*, vol. 1(50), pp. 179–184.
  12. Transparency International (2020) Available at: <https://www.transparency.org> (accessed 15 March 2020).

УДК 658.117.31:332.87

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-6>

**Лаврик В.В.**

аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Сумського державного університету

**Lavryk Volodymyr**  
Sumy State University

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ІНДЕКС ТАРИФНОГО НАВАНТАЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ

## THEORETICAL PRINCIPLES OF THE INVESTIGATION OF THE INFLUENCE OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS ON THE TARIFF LOAD INDEX

В основі даної статті лежить дослідження теоретичних засад виявлення впливу соціально-економічних показників на індекс тарифного навантаження населення. У результаті проведеного аналізу виявлено вплив цілої низки чинників на процес визначення тарифного навантаження організаційного характеру (динамічність та недосконалість нормативного правового забезпечення функціонування житлово-комунальної сфери), економічного спрямування (існування природних монополій, відсутність взаємозв'язку між якістю та ціною на житлово-комунальні послуги), соціального значення (необхідність забезпечення належного рівня та обсягу життєво важливих послуг, здійснення постійного контролю з боку санітарно-епідеміологічних та екологічних структур).

**Ключові слова:** тарифи, тарифне навантаження, індекс тарифного навантаження, соціальна політика, держава, соціально-економічний рівень розвитку країни, організаційні чинники.

В основе данной статьи лежит исследование теоретических основ выявления влияния социально-экономических показателей на индекс тарифной нагрузки населения. В результате проведенного анализа выявлено влияние целого ряда факторов на процесс определения тарифной нагрузки организационного характера (динамичность и несовершенство нормативного правового обеспечения функционирования жилищно-коммунальной сферы), экономического направления (существование естественных монополий, отсутствие взаимосвязи между качеством и ценой на жилищно-коммунальные услуги), социального значения (необходимость обеспечения надлежащего уровня и объема жизненно важных услуг, осуществление постоянного контроля со стороны санитарно-эпидемиологических и экологических структур).

**Ключевые слова:** тарифы, тарифная нагрузка, индекс тарифной нагрузки, социальная политика, государство, социально-экономический уровень развития страны, организационные факторы.

Summarizing the scientific achievements of specialists in the state and development of housing and communal services, we consider it expedient to distinguish three groups of factors of the external and internal environment, which impede the stable and effective development of the housing and communal sphere. First of all, it is necessary to distinguish a set of factors of organizational character, on the basis of which are: dynamism and imperfection of normative legal support of functioning of housing and communal sphere; lack of an efficient functioning market for housing and communal services; non-transparent system of management and tariff formation; significant differentiation of tariffs and service providers by regional component; non-proper state control and regulation of housing and communal services. The basis of this article is to study the theoretical foundations of identifying the impact of socio-economic indicators on the index of tariff load of the population. The analysis revealed the influence of a number of factors on the process of determining the tariff load, which are organizational in nature (the dynamics and imperfection of regulatory legal support for the functioning of housing and communal services, the absence of an effective functioning market of housing and communal services, opaque tariff management system and tariffs differentiation and service providers by regional component, inadequate state control and regulation of housing and communal services fery); economic orientation (existence of natural monopolies, lack of correlation between quality and price for housing and communal services, limited availability of sufficient financial support, inefficiency and irrationality of the use of available financial resources, imbalance in payments between suppliers and consumers, significant amounts of arrears housing and communal services, imperfection of financial management system, excessive energy and material consumption of production, specificity of formation of fixed assets s); social importance (the need to ensure an adequate level and volume of vital services, the ongoing monitoring of sanitary-epidemiological and environmental structures, the provision on a continuous basis of a wide range of quality and competitive services in accordance with the urgent needs of consumers).

**Key words:** tariffs, tariff load, tariff load index, social policy, state, socio-economic level of development of the country, organizational factors.

**Постановка проблеми.** Визначення тарифного навантаження залежить від багатьох зовнішніх і внутрішніх чинників, які здійснюють визначальний вплив на його рівень, платоспроможність і конкурентоспроможність житлово-комунальних підприємств, інвестиційну привабливість та якість послуг, які надають суб'єкти господарювання даної сфери. Слід зазначити, що недостатній рівень фінансування, несвоєчасний та неповний розрахунок споживачів за надані житлово-комунальні послуги, неефективне та нерациональне використання матеріальних і фінансових ресурсів, застаріла матеріально-технічна база, високий рівень зносу необоротних активів, недосконала тарифна політика, відсутність достатнього обсягу інвестиційних ресурсів для здійснення модернізації об'єктів комунальної власності, переважна збитковість діяльності, невдалі трансформаційні перетворення за зміни форм власності підприємств житлово-комунального господарства, неефективна система управління їхньою діяльністю призводять до необхідності постійного державного втручання у житлово-комунальну сферу та проведення її реформування. Окрім здійснення безперервної та ефективної господарської діяльності, зазначеної в статутних документах (виробничої, постачальницької чи обслуговуючої), підприємства житлово-комунального господарства покликані також реалізовувати соціальний складник державної політики у сфері надання якісних та своєчасних житлово-комунальних послуг, що, своєю чергою, вимагає створення більш дієвих механізмів

реалізації фінансового забезпечення їхньої діяльності. Тому актуалізується питання щодо визначення оптимального набору чинників, соціально-економічного характеру, що здійснюють вагомий вплив під час формування індексу тарифного навантаження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як методологічне забезпечення вирішення досліджуваної проблематики доцільно застосовувати такі методи дослідження: аналіз, синтез, логічне узагальнення, порівняльний і статистичний аналіз. У процесі безпосередньої формалізації зв'язків між соціально-економічними показниками та індексом тарифного навантаження варто застосувати метод головних компонент та кореляційний аналіз – під час ідентифікації ключових чинників впливу на індекс тарифного навантаження; багатофакторний регресійний аналіз – під час оцінювання взаємозв'язку між індикаторами соціально-економічного розвитку країни та індексом тарифного навантаження.

Серед науковців значну увагу до виділення проблем діяльності житлово-комунального господарства приділяли О.В. Нагорна [7] та О.С. Вавричук [1]. Так, О.В. Нагорна серед таких особливостей фінансування підприємств діяльності житлово-комунального господарства зазначила: неспроможність амортизаційних відрахувань здійснювати відтворювальну функцію; відсутність достатнього фінансово-кредитного забезпечення; формування прибутку підприємств комунального господарства переважно за рахунок платежів від оплати за комунальні

послуги, а оскільки їх рівень не забезпечує покриття необхідних витрат на їх виробництво та не залежить від попиту і пропозиції на відповідні види комунальних послуг, то це призводить до збитковості діяльності підприємств.

О.С. Вавричук також зосереджує свою увагу на окремих особливостях організації фінансів підприємств діяльності житлово-комунального господарства, до числа яких відносяться: багатогалузевий характер цих підприємств; тісні взаємини з бюджетною системою, які проявляються в необхідності субсидування підприємств із бюджетів різних рівнів, фінансування різних цільових програм; специфічна процедура тарифоутворення на житлово-комунальні послуги.

Варто зауважити, що дослідженням специфіки діяльності житлово-комунального господарства займалися багато вітчизняних дослідників. Так, у наукових працях акцентовано увагу на тому, що житлово-комунального господарство має низку специфічних особливостей, що характеризують його як складну, багатоелементну, динамічну, організаційно-економічну систему. До таких особливостей належать: висока соціальна значимість; специфічна структура доходів та витрат підприємств; одночасність виробництва і споживання послуг; гарантований збут послуг; місцевий характер виробництва і споживання послуг; великі площі обслуговування; різноманітність робіт.

**Метою дослідження** є аналіз теоретичних засад виявлення впливу соціально-економічних показників на індекс тарифного навантаження населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Серед чинників економічного спрямування, що негативно впливають на розвиток житлово-комунального господарства, слід виділити: значну частку підприємств – природних монополій, що спричиняє низький рівень конкурентоспроможності даного сектору; відсутність взаємозв'язку між якістю та ціною на житлово-комунальні послуги; обмеженість достатнього рівня фінансового забезпечення; неефективність та нерациональність використання наявних фінансових ресурсів; дисбаланс у розрахунках між постачальниками та споживачами; значні обсяги заборгованості за надані житлово-комунальні послуги; недосконалість системи фінансового менеджменту; надмірну енерго- і матеріаломісткість виробництва; специфічність формування основних фондів, що призводить до низького рівня їх господарської придатності; неконкурентоспроможність та низький ступінь привабливості як об'єкта інвестування.

Зауважимо, що, крім зазначених чинників, сфера житлового комунального господарства піддається впливу цілої низки чинників соціального значення, а саме: необхідність забезпе-

чення належного рівня та обсягу життєво важливих послуг; здійснення постійного контролю з боку санітарно-епідеміологічних та екологічних структур; надання на постійній основі широкого спектру якісних та

Досліджуючи специфіку організації фінансових відносин підприємств житлово-комунального господарства, слід зазначити, що як і більшість підприємств матеріальної сфери, вони формують систему зовнішніх і внутрішніх зв'язків. Характеризуючи складники фінансових відносин житлово-комунальних компаній, необхідно відзначити наявність фінансових зв'язків із: бюджетами різних рівнів, передусім із місцевим бюджетом, та державними цільовими фондами; фінансово-кредитними установами та страховими компаніями; з галузевими та корпоративними структурами, до складу яких вони можуть входити або бути підпорядковані їм; засновниками, власниками, учасниками об'єднань; управлінськими структурами [2; 7].

Підприємства житлово-комунального господарства незалежно від форми власності в результаті здійснення основної операційної діяльності, пов'язаної з наданням житлово-комунальних послуг, отримують доходи в розмірі суми встановленого тарифу, який покривається за рахунок: оплати послуг споживачами житлово-комунальних послуг (населенням та юридичними особами); сум відшкодування з бюджету в частині, яка надається на покриття наданих згідно з чинним законодавством субсидій підприємствам житлово-комунального господарства чи споживачам житлово-комунальних послуг, та інших джерел.

Визначальну роль у системі організації фінансів у даній сфері відіграють органи місцевого самоврядування, які мають значні можливості для впливу на фінансово-господарську діяльність підприємств житлово-комунальних господарств і, зокрема, на формування їхніх доходів і прибутків через відповідну тарифну політику, надання бюджетних дотацій, субвенцій та пільг зі сплати податків і обов'язкових платежів [3].

У сучасних умовах однією із ключових проблем функціонування підприємств житлово-комунальних господарств та забезпечення їхньої беззбиткової діяльності є формування та реалізація тарифної політики у сфері житлово-комунальних господарств. Слід відзначити, що державне регулювання цін на житлово-комунальні послуги здійснюється відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)» від 25 грудня 1996 р. № 1548 [10].

Основу тарифоутворення на житлово-комунальні послуги становлять річні планові показ-

ники з виробництва і надання відповідних видів послуг з урахуванням темпів зміни обсягу наданих послуг за окремими їх видами (теплова енергія, водопостачання, водовідведення) за останні п'ять років і прогнозних розрахунків зміни обсягів таких послуг та на основі економічно обґрунтованої планової собівартості [6]. При цьому слід відзначити, що планування витрат на виробництво окремих видів послуг житлово-комунальних господарств здійснюється з урахуванням таких чинників, як:

- державні галузеві нормативи (норми витрат, ресурсів);
- техніко-економічні розрахунки та кошториси;
- система оподаткування виробників та споживачів послуг;
- макропараметри соціально-економічного розвитку (індекси цін, індекс інфляції, коливання валютних курсів, прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата тощо);
- регіональних, соціально-економічних, природно-кліматичних та геополітичних умов і особливостей.

Важливим складником у системі тарифної політики на послуги житлово-комунальних господарств є встановлення структури тарифів, яка формується з економічно обґрунтованих витрат на здійснення операційної та фінансової діяльності виробника послуг (повної планової собівартості) та частини прибутку.

Для забезпечення стабільного та безперервного процесу здійснення господарської діяльності підприємств житлово-комунального господарства з надання житлово-комунальних послуг та враховуючи обмежений вплив на можливість встановлення тарифів, які даватимуть змогу відшкодувати понесені витрати на їх вироблення, держава здійснює надання субсидій та інших видів державної фінансової підтримки на відшкодування різниці в тарифах.

Пропорційне співвідношення між доходами та тарифною сіткою на основні комунальні послуги є однією із умов формування «здорового» суспільства. Протягом останнього десятиліття ми спостерігаємо постійне зростання тарифів на основні житлово-комунальні послуги.

Тарифна політика держави передусім виконує соціальну роль, адже надмірне тарифне навантаження може провокувати міграційні переміщення населення. Тому під час встановлення нових тарифів держава повинна обов'язково враховувати цей нюанс, особливо це актуально в сучасних умовах розвитку України. Відповідно до чинного Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг [8], до її компетентності належить такий список прав:

- встановлення цін (тарифів) на електричну енергію, тарифів на її передачу та постачання;
- визначення цін на товарний природний газ власного видобутку для суб'єктів, визначених законом;

- встановлення роздрібних цін на природний газ, що використовується для потреб населення;

- визначення тарифів на теплову енергію, що виробляється на теплоелектроцентралях, ТЕС, АЕС та когенераційних установках та установках із використанням нетрадиційних або поновлюваних джерел енергії;

- встановлення тарифів на комунальні послуги для суб'єктів природних монополій та суб'єктів господарювання на суміжних ринках, ліцензування яких проводиться комісією.

Таким чином, тариф складається з трьох основних частин: витрат, прибутку та податку на додану вартість (ПДВ).

Стимулююче регулювання повинно також стати одним із принципів формування тарифів. Суть даного принципу полягає у регулюванні діяльності господарюючих суб'єктів. Стимулююче регулювання вже добре зарекомендувало себе в міжнародній регуляторній практиці, оскільки воно спонукає суб'єктів господарювання до ефективного використання ресурсів та сприяє підвищенню ефективності їхньої діяльності у цілому. Успішним прикладом використання стимулюючого регулювання під час формування тарифної політики є такі країни, як Польща, Литва, Латвія, Естонія, Чехія та Угорщина.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Під час аналізу теоретичних засад виявлення впливу соціально-економічних показників на індекс тарифного навантаження населення виявлено вплив цілої низки чинників організаційного характеру (динамічність та недосконалість нормативного правового забезпечення функціонування житлово-комунальної сфери, відсутність ефективно функціонуючого ринку житлово-комунальних послуг, непрозора система управління та тарифоутворення, значна диференціація тарифів та постачальників послуг у розрізі регіонального складника, неналежний державний контроль та регулювання житлово-комунальної сфери); економічного спрямування (існування природних монополій, відсутність взаємозв'язку між якістю та ціною на житлово-комунальні послуги, обмеженість достатнього рівня фінансового забезпечення, неефективність та нерациональність використання наявних фінансових ресурсів, дисбаланс у розрахунках між постачальниками та споживачами, значні обсяги заборгованості за надані житлово-комунальні послуги, недосконалість системи фінансового менеджменту,



надмірна енерго- і матеріаломісткість виробництва, специфічність формування основних фондів); соціального значення (необхідність забезпечення належного рівня та обсягу життєво важливих послуг, здійснення постійного

контролю з боку санітарно-епідеміологічних та екологічних структур, надання на постійній основі широкого спектру якісних та конкурентоспроможних послуг відповідно до нагальних потреб споживачів).

#### Список використаних джерел:

1. Вавричук О.С. Фінанси житлово-комунального господарства як складова місцевих фінансів. URL: <http://intkonf.org/vavrichuk-o-s-finansi-zhitlovo-komunalnogogospodarstva-yak-skladova-mistsevih-finansiv/> (дата звернення: 22.12.2019).
2. Діденко Л.В. Місцеві позики як джерело залучення фінансових ресурсів до місцевих органів влади. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2014. № 2. С. 57–66.
3. Зубко О.В. Можливості впровадження зарубіжного досвіду управління сектором ЖКГ в Україні. *Вісник Запорізького національного університету*. 2011. № 1(9). С. 218–221.
4. Кірейцев Г.Г. Фінанси підприємств: навчальний посібник / за ред. д.е.н., проф. Г.Г. Кірейцева. Київ: ЦУД, 2002. 268 с.
5. Козачок І.А. Формування та управління ефективним використанням фінансових ресурсів підприємства. URL: [www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_47\\_277.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_47_277.pdf) (дата звернення: 22.12.2019).
6. Мамонова К.А. Стан та особливості функціонування житлово-комунального комплексу України. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. № 2(22). С. 29–39.
7. Нагорна О.В. Система фінансового забезпечення підприємств ЖКГ. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 665–668.
8. Нехайчук Ю.С. Оценка финансового обеспечения предприятий жилищно-коммунального хозяйства в АР Крым и пути его улучшения. URL: [https://docviewer.yandex.ua/r.xml?sk=ea46dd90a7d81aa48e3661f872a19f5d&url=http%3A%2F%2Fpk.napks.edu.ua%2Flibrary%2Fcompilations\\_vak%2Fnvf%2F2009%2F4%2Fp\\_48\\_51.pdf](https://docviewer.yandex.ua/r.xml?sk=ea46dd90a7d81aa48e3661f872a19f5d&url=http%3A%2F%2Fpk.napks.edu.ua%2Flibrary%2Fcompilations_vak%2Fnvf%2F2009%2F4%2Fp_48_51.pdf) (дата звернення: 22.12.2019).
9. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / за наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогіна ; 7-е вид., перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2008. 552 с.
10. Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/715/2014> (дата звернення: 22.12.2019).
11. Рибалко Н.О. Фінансові ресурси підприємств: грошові кошти чи щось більше? *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 14. С. 28–31.
12. Рудченко І.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sper\\_2011\\_1\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sper_2011_1_5) (дата звернення: 22.12.2019).
13. Сокиринська І.Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2003. № 1. С. 89–93.

#### References:

1. Vavrychuck, O.S. Finansy gytlovo-komunalnogo gospodarstva yak skladova miscevyh finansiv [Housing and utility finance as a component of local finance]. Available at: <http://intkonf.org/vavrichuk-o-s-finansi-zhitlovo-komunalnogogospodarstva-yak-skladova-mistsevih-finansiv/> (accessed 22.12.2019).
2. Didenko, L.V. (2014) Mistsevi pozyky yak dzhерelo zaluchennya finansovykh resursiv do mistsevykh orhaniv vlady [Local loans as a source of attraction of financial resources to local authorities]. *Collection of scientific papers of the National University of the State Tax Service of Ukraine*, № 2, pp. 57–66.
3. Zubko, O.V. (2011) Mozhlyvosti vprovadzhennya zarubizhnoho dosvidu upravlinnya sektorom ZHKH v Ukrayini [Possibilities of introduction of foreign experience of managing the housing sector in Ukraine]. *Bulletin of Zaporizhzhya National University*, № 1(9), pp. 218–221.
4. Kireycev, G.G. (2002) *Finansy pidpryyemstv* [Business Finance]. Kyiv: CUD. (In Ukrainian)
5. Kosachok, I.A. (2011) Formuvannya ta upravlinnya efektyvnyvm vykorystannym finansovykh resursiv pidpryyemstva [Formation and management of efficient use of financial resources of the enterprise]. Available at: [www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_47\\_277.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_47_277.pdf) (accessed 22.12.2019).
6. Mamonova, K.A., Konoplina, O.O. (2013) Stan ta osoblyvosti funktsionuvannya zhytlovo-komunal'noho kompleksu Ukrayiny [Status and features of functioning of the housing and communal complex of Ukraine]. *Economics and Management of Engineering Enterprises: Problems of Theory and Practice*, № 2(22), pp. 29–39.
7. Nagorna, O.V. (2016) Systema finansovogo sabespechennya pidpryyemstv GKG [System of financial support of the enterprises of housing and communal services]. *Global and national problems of economy*, vol. 9, pp. 665–668.

8. Nekhaichuk, Yu.S. Assessment of financial support of housing and communal services enterprises in the Autonomous Republic of Crimea and ways of its improvement. Available at: [https://docviewer.yandex.ua/r.xml?sk=ea46dd90a7d81aa48e3661f872a19f5d&url=http%3A%2F%2Fpk.napks.edu.ua%2Flibrary%2Fcompilations\\_vak%2Fnvfbi%2F2009%2F4%2Fp\\_48\\_51.pdf](https://docviewer.yandex.ua/r.xml?sk=ea46dd90a7d81aa48e3661f872a19f5d&url=http%3A%2F%2Fpk.napks.edu.ua%2Flibrary%2Fcompilations_vak%2Fnvfbi%2F2009%2F4%2Fp_48_51.pdf) (accessed 22.12.2019).
9. Poddierogin, A.M. (2008) *Finansy pidpryyemstv* [Business Finance]. Kyiv: KNEU. (In Ukrainian)
10. Regulations on the National Commission for State Regulation of Energy and Utilities. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/715/2014> (accessed 22.12.2019).
11. Rybalko, N.O. (2009) Finansovi resursy pidpryyemstv: hroshovi koshty chy shchos' bil'she? [Enterprise Financial Resources: Cash or Anything More?] *Investment: practice and experience*, № 14, pp. 28–31.
12. Rudchenko, I.V. (2011) Improvement of the mechanism of management of financial resources of the enterprise. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spem\\_2011\\_1\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spem_2011_1_5) (accessed 22.12.2019).
13. Sokyrynska, I.H. (2003) Diahnostyka finansovoho zabezpechennya diyal'nosti pidpryyemstva [Diagnosis of financial support of the enterprise]. *Business Finance*, № 1, pp. 89–93.

УДК 331.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-7>

**Положенцева К.Л.**

кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економіки  
Донбаської національної академії будівництва і архітектури

**Polozhentseva Kateryna**

Donbass National Academy of Civil Engineering and Architecture

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

### MODERN PROBLEMS OF LABOR PAYMENT IN UKRAINE

У статті розглянуто сучасні проблеми оплати праці в Україні. Уточнено поняття «номінальна оплата праці» та «реальна оплата праці». Проведено дослідження динаміки реальної та номінальної оплати праці в Україні в середньому за 1995–2019 рр. Дослідження показників та статистичних даних дало змогу виявити основні проблеми оплати праці в Україні та визначити перспективні напрями їх вирішення. Основною проблемою оплати праці сьогодні є розрив між реальною та номінальною зарплатою. Також серед проблемних питань: висока вартість життя, переважання сировинної економіки над товарною, висока диференціація заробітної плати у різних галузях економіки, великий розрив між розмірами окладів основних робітників і керівництва, низька соціальна відповідальність роботодавців та неспроможність профспілок захищати права персоналу. Вирішення даних проблем можливе за умов підвищення частки заробітної плати у собівартості продукції, інвестицій в обладнання і вкладання коштів у модернізацію застарілих виробничих комплексів, зменшення податкового навантаження на фонд оплати праці, вдосконалення розрахунку розміру податку на доходи фізичних осіб та предмети розкоші, вдосконалення методологічного інструментарію розрахунку мінімальної зарплати та прожиткового мінімуму. Достатній рівень оплати праці є ключовим чинником підвищення добробуту населення України, формування суспільної самосвідомості, подолання бідності та виходу країни на вищий рівень серед розвинених держав Європи і світу. За результатами дослідження визначено, що подолання сучасних проблем оплати праці в Україні та реалізація зазначених у даній статті заходів мають стати першочерговими завданнями держави.

**Ключові слова:** оплата праці, сировинна економіка, знецінення праці, номінальна зарплата, реальна зарплата, купівельна спроможність, вартість життя, прожитковий мінімум.

В статье рассмотрены современные проблемы оплаты труда в Украине. Уточнены понятия «номинальная оплата труда» и «реальная оплата труда». Проведено исследование динамики реальной и номинальной оплаты труда в Украине в среднем за 1995–2019 гг. Исследование показателей и статистических данных помогло выявить основные проблемы оплаты труда в Украине и

обозначить перспективні напрями їх рішення. Основною проблемою оплати праці сьогодні є розрив між реальною та номінальною зарплатою. Також серед проблемних питань: висока ціна життя, переважає сировинна економіка над товарною, висока диференціація зарплати в різних галузях економіки, великий розрив між розмірами зарплат основних працівників та керівництва, низька соціальна відповідальність роботодавців та неможливість профспілок захищати права персоналу. Рішення цих питань можливо за умов підвищення частки зарплати в собівартості продукції, інвестицій в модернізацію застарілих виробничих комплексів, зменшення податкового навантаження на фонд оплати праці, вдосконалення розрахунку розміру податку на доходи фізичних осіб та предметів розкоші, вдосконалення методологічного інструментарію розрахунку мінімальної зарплати та прожиточного мінімуму. Достатній рівень оплати праці є ключовим фактором підвищення благополуччя населення України, формування суспільної свідомості, подолання бідності та виходу країни на більш високий рівень серед розвинутих держав Європи та світу. За результатами дослідження встановлено, що подолання сучасних проблем оплати праці в Україні та реалізація вказаних у цій статті заходів повинні стати пріоритетними завданнями держави.

**Ключові слова:** оплата праці, сировинна економіка, обесцінення праці, номінальна зарплата, реальна зарплата, купівельна спроможність, ціна життя, прожиточний мінімум.

The article discusses modern problems of labor payment in Ukraine. The terms «nominal wage» and «real wage» have been clarified. The dynamics of real and nominal wage in Ukraine on the average for the years 1995-2019 is conducted. The research of indicators and statistical sources has revealed the main problems of labor payment in Ukraine and outlined promising directions of their solution. The scope of research on payroll problems in Ukraine is very dynamic. It is impossible to explore all its aspects in a particular time dimension. So there is always a wide range of unprocessed areas and issues. Today, Ukraine is the poorest country in Europe. These and other pay problems require deep research and finding promising ways to manage wages at the state level. The main problem of wages today is the big difference between real and nominal wages. Also among the issues of concern: the high cost of living, the predominance of the resource-based economy over the commodity-based economy, the high differentiation of wages in various sectors of the economy, the large gap between the salaries of the main workers and management, the low social responsibility of employers and the inability of trade unions to protect staff rights. The solution to these problems is possible provided that the share of wages in the cost of production, investments in equipment and investments in the modernization of obsolete production complexes are increased, the tax burden on the wage fund is reduced, the calculation of the size of the tax on the income of individuals and luxury goods is improved, and the methodological calculation tools are improved minimum wage and living wage. A sufficient level of wages is a key factor in improving the welfare of the population of Ukraine, the formation of public self-awareness, overcoming poverty and reaching the country at higher levels among the developed states of Europe and the world. According to the results of the study, it was determined that overcoming the modern problems of remuneration in Ukraine and the implementation of the measures indicated in this article should be the primary task of the state.

**Key words:** labor payment, resource-based economy, depreciation of labor, nominal wages, real wages, purchasing power, cost of living, cost of living.

**Постановка проблеми.** Головною сучасною соціальною проблемою України є критично низький рівень оплати праці порівняно з високою вартістю життя в країні. Сировинна модель ринкових відносин, яка розвивається з часів отримання Україною незалежності, зумовила зниження рівня професійності працівників, зменшення частки оплати праці в собівартості продукції і, як наслідок, знецінення праці. Критично низьким і таким, що продовжує знижуватися, залишається відсоток оплати праці найманих робітників у структурі ВВП України. Така ситуація є головною причиною збідніння та масової трудової міграції населення держави. Сьогодні Україна є найбільш бідною країною Європи. Ці та інші проблеми оплати праці потребують глибоких досліджень і пошуку перспективних напрямів управління оплатою праці на державному рівні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Сфера дослідження проблем оплати праці в Україні є настільки динамічною, що дослідити всі її аспекти у певному часовому вимірі неможливо, тому завжди залишається широке коло неопрацьованих напрямів та проблемних питань. Дослідженню стимулюючої ролі оплати праці, умов нормального відтворення робочої сили та справедливої винагороди за труд присвячено праці таких учених, як В. Онікієнко [1], Г. Капліна [2], Л. Сіверська [3], Т. Юзько [4] та ін.

Проблемам бухгалтерського обліку та контролю розрахунків організації оплати праці приділяють велику увагу Т. Афанасієвська [5], Д. Голосніченко [6] та ін.

Незважаючи на ґрунтовність досягнень великої кількості науковців, більшість проблем сучасної системи оплати праці в Україні залиша-

ється не доопрацьованою і потребує глибокого вивчення для розроблення ефективних методик удосконалення механізму оплати праці.

**Метою дослідження** є аналіз тенденцій, виявлення проблем та визначення перспектив реформування системи оплати праці в Україні в сучасних економічних реаліях.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одразу після набуття Україною статусу незалежної держави відбулося формування так званої владної «еліти», яка проводила деструктивну політику дешевої робочої сили. Це стало можливим тільки в умовах сировинної економіки, коли праця робітників зводиться лише до видобутку і виробництва сировини, яка продається закордонним покупцям за прийнятною для останніх ціною. Результат такої політики – знецінення робочої сили українців, бідність населення, масова міграція працездатного населення, особливо молоді.

Важливим під час дослідження проблем заробітної плати в Україні є розуміння понять «реальна заробітна плата» та «номінальна заробітна плата».

Номінальна заробітна плата – кошти, які отримує робітник за виконану роботу.

Реальна заробітна плата – кількість товарів та послуг, які можна реально придбати за номінальну заробітну плату [8, с. 167–171].

Отже, реальна зарплата залежить від цін на товари і послуги та є купівельною спроможністю номінальної зарплати. Співвідношення цих двох кривих із перших років незалежності нашої держави до 2009 р. можна наочно побачити на рис. 1.

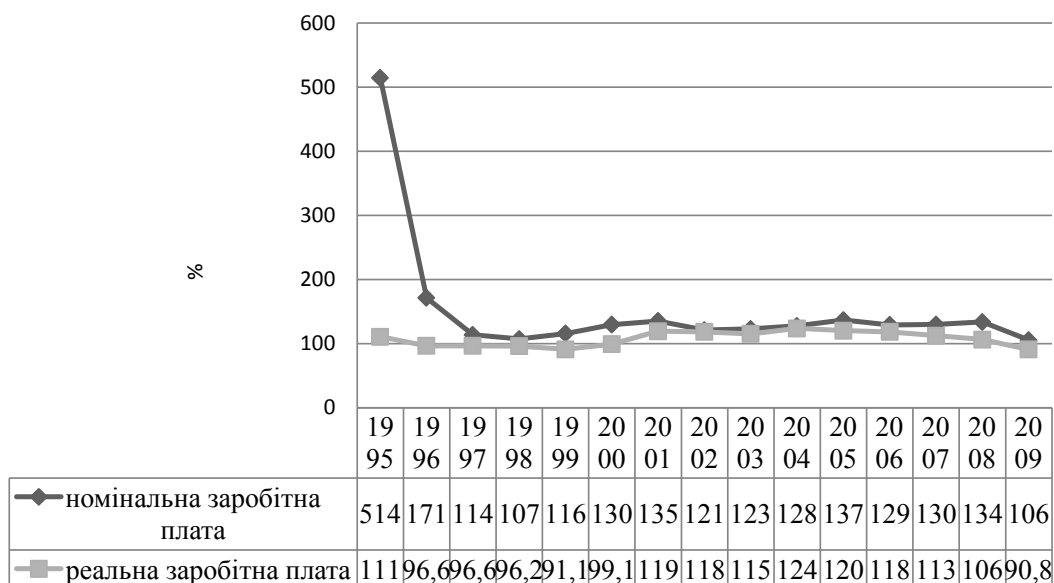
Як видно з рис. 1, 1995 р. став роком майже п'ятикратного підвищення номінальної зарплати. Найкращим було співвідношення номінальної та реальної зарплати у 2001 та 2004 рр. Далі можна спостерігати нерівномірну динаміку співвідношення двох кривих, як показано на рис. 2.

Як видно з рис. 2, купівельна спроможність зарплати українців досягла найнижчого рівня в 2015 р. Сьогодні ситуація дещо стабілізувалася, що можна спостерігати на рис. 3.

Індекс реальної заробітної плати розраховується шляхом ділення індексу нарахованої номінальної заробітної плати (без урахування податку на доходи фізичних осіб та військового збору) на індекс споживчих цін. Як показує рис. 3, майже не відбувається відхилень у динаміці реальної зарплати за останні два роки. Водночас номінальна зарплата українців значно підвищилася. Так, середня зарплата в Україні у грудні 2019 р. зросла до 12 264 грн, що на 1 691 грн більше, ніж у відповідному місяці попереднього року. Але, як видно з графіку, рівень реальної зарплати українців майже не змінився.

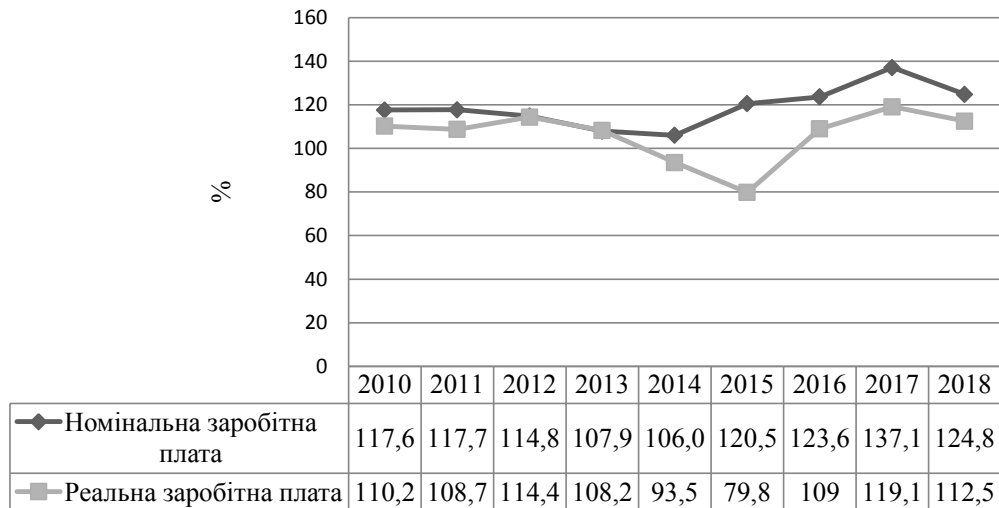
Отже, серед головних сучасних проблем оплати праці в Україні можна виділити такі, як:

1. Висока вартість життя порівняно з низьким рівнем оплати праці.
2. Надмірна експлуатація робочої сили українців.
3. Переважання сировинної економіки над товарною.
4. Відсутність динаміки збільшення купівельної спроможності номінальної зарплати.
5. Висока диференціація заробітної плати у різних галузях економіки. Наприклад, найвищі



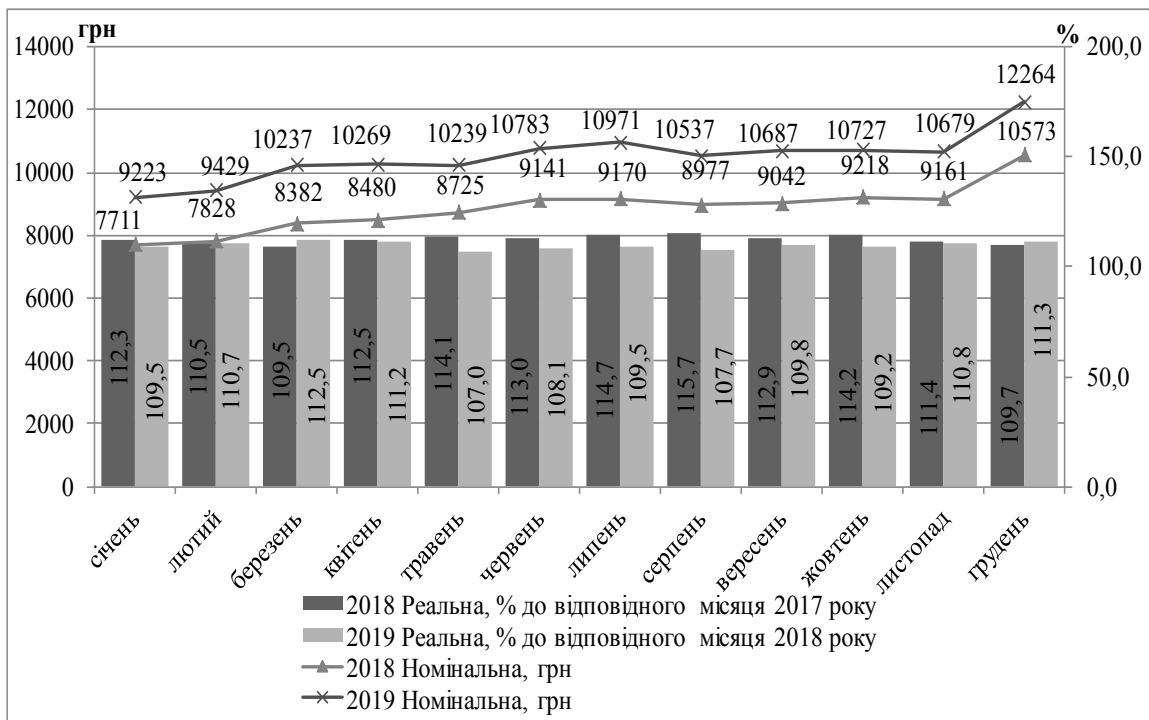
**Рис. 1. Темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати в Україні за 1995–2009 рр.**

*Джерело: сформовано на основі [7]*



**Рис. 2. Темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати в Україні за 2010–2018 рр.**

Джерело: сформовано на основі [7]



**Рис. 3. Динаміка середньої заробітної плати в Україні за 2018–2019 рр.**

Джерело: сформовано на основі [9]

заробітні плати отримують робітники сфери послуг, посередницької діяльності та фінансів, а найнижчими є зарплати працівників матеріального виробництва.

6. Великий розрив між розмірами окладів основних робітників і керівництва. В Європі коефіцієнт співвідношення зарплати основного робітника до керівника в середньому становить 1:8, а в Україні він сягає 1:200.

Також до проблем системи оплати праці в Україні можна віднести низьку соціальну від-

повідальність роботодавців та неспроможність профспілок реально захищати права робітників.

Перспективними напрямками подолання проблем оплати праці в Україні на державному рівні мають стати такі:

1. Підвищення частки заробітної плати в собівартості продукції шляхом збільшення експорту товарів із глибоким ступенем переробки замість продажу сировини.

2. Інвестування заміни зношеного обладнання та вкладання коштів у модернізацію

застарілих виробничих комплексів, що в перспективі дасть змогу підвищити витрати на заробітну плату робітників, зайнятих на матеріалоємних та енергоємних виробництвах.

3. Зменшення податкового навантаження на фонд оплати праці, вдосконалення розрахунку розміру податку на доходи фізичних осіб та предмети розкоші.

4. Удосконалення методологічного інструментарію розрахунку мінімальної зарплати та прожиткового мінімуму з урахуванням таких моментів, як установлення окладу за єдиною кваліфікаційною сіткою вище, ніж мінімальна заробітна плата; перегляд методики визначення прожиткового

мінімуму з використанням для його розрахунку реальних споживчих потреб населення, реальних цін на якісні продукти та з урахуванням особливостей проживання у різних регіонах країни.

**Висновки з проведеного дослідження.** Адекватний рівень оплати праці, безумовно, є важливою передумовою підвищення добробуту населення України, формування самосвідомості громадян, подолання бідності та виходу країни на вищий рівень серед розвинених держав Європи та світу. Отже, подолання сучасних проблем оплати праці в Україні та реалізація зазначених вище заходів мають стати першочерговими завданнями держави.

#### Список використаних джерел:

1. Онікієнко В.В. Ринок праці та соціальний захист населення: ретроаналіз, проблеми, шляхи вирішення : науково-аналітична монографія / за ред. В.В. Онікієнко. Київ : Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2013. 456 с.
2. Капліна Г.А. Характеристика концепції гідної праці в Україні. *Актуальні проблеми права: теорія і практика*. 2013. № 26. С. 47–54.
3. Сіверська Л.Б. Реалізація концепції гідної праці в Україні через дотримання міжнародних стандартів праці. *Вісник Університету банківської справи України*. 2009. № 3. С. 182–185.
4. Юзько Т. Гідна оплата праці як необхідний атрибут захисту права на життя працівника. *Підприємництво, господарство і право*. 2015. № 8. С. 21–25.
5. Афанасієвська Т.В. Організація обліку та контролю розрахунків з оплати праці. *Управління розвитком*. 2014. № 11. С. 40–41.
6. Голосніченко Д.І., Довжик А.М. Оплата праці: проблеми та шляхи вирішення. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. С. 185–189.
7. Державна служба статистика України. Темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати у 2010–2018 роках. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 11.03.2020).
8. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2014. 416 с.
9. Державна служба статистики України: Експрес-випуск. 28.01.2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.03.2020).

#### References:

1. Onikiyenko V.V. (2013) *Rynok praci ta socialnyj zaxyst naseleण्या: retroanaliz, problemy, shlyaxy vyrishennya* [Labor market and social protection of the population: retroanalysis, problems, solutions]. Kiev: Institute for Demography and Social Studies named M.V. Ptuxy NAS of Ukraine. (in Ukrainian)
2. Kaplina G.A. (2013) *Xarakterystyka koncepciyi gidnoyi praci v Ukrayini Aktualni problemy prava: teoriya i praktyka*. [Characterization of the concept of decent work in Ukraine. Topical problems of law: theory and practice] *Collection of scientific works. East Ukrainian National University named V. Dalya*, no. 26, pp. 47–54.
3. Siverska L.B. (2009) *Realizaciya koncepciyi gidnoyi praci v Ukrayini cherez dotrymannya mizhnarodnyx standartiv praci* [Implementation of the concept of decent work in Ukraine through adherence to international labor standards]. *Bulletin of the Banking University of Ukraine*, no. 3, pp. 182–185.
4. Yuzko T. (2015) *Gidna oplata praci yak neobxidnyj atrybut zaxystu prava na zhyttya pracivnyka* [Decent pay is a necessary attribute of protecting the right to life of an employee]. *Entrepreneurship, economy and law*, no. 8, pp. 21–25.
5. Afanasiyevska T.V. (2014) *Organizaciya obliku ta kontrolyu rozrakhunkiv z oplaty praci* [Organization of accounting and control of payroll calculations]. *Development Management*, no. 11, pp. 40–41.
6. Golosnichenko D.I., Dovzhyk A.M. (2014) *Oplata praci: problemy ta shlyaxy vyrishennya* [Remuneration: problems and solutions]. *Bulletin of NTUU "KPI". Politology. Sociology. Right*, pp. 185–189.
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020) *Tempy zrostannya/znyzhennya nominalnoyi ta realnoyi zarobitnoyi platy u 2010-2018 rokax* [Rate of growth / decrease of nominal and real wages in 2010-2018]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 11 March 2020).
8. Sirko, A.V. (2014) *Ekonomichna teoriya. Politekonomiya* [Economic theory. Political economy]. Kiev: CUL. (in Ukrainian)
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020) *Ekspres-vypusk. 28.01.2020* [Express release. 01.28.2020]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 11 March 2020).

УДК 338.48:005.591

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-8>**Алієв Раміль Айдин**аспірант кафедри підприємництва економічного факультету  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка**Aliyev Ramil Aydin**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФОРМУВАННЯ  
ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ****METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING  
THE REGION'S TOURISM POTENTIAL**

У статті обґрунтовано, що оцінку туристичного потенціалу регіону доцільно розмежовувати на оцінку формування потенціалу та оцінку його реалізації. Визначено основні теоретичні підходи до оцінки потенціалу підприємства, а саме: витратний (матеріальний), дохідний (результативний), порівняльний (ринковий), комплексний. Проаналізовано найбільш актуальні методичні підходи до оцінки формування туристичного потенціалу регіону, а саме витратний (матеріальний) та комплексний. Виявлено ключові недоліки витратного (матеріального) та комплексного підходів до оцінки формування туристичного потенціалу регіону. Встановлено головні вимоги до системи індикаторів формування туристичного потенціалу підприємництва. Запропоновано систему індикаторів формування туристичного потенціалу регіону, що охоплює виробничий, соціальний, інвестиційний, інформаційно-інноваційний, податковий та природно-ресурсний складники та передбачає оцінку не тільки туристичної сфери, а й сфери прямого та непрямого впливу.

**Ключові слова:** витратний підхід, комплексний підхід, оцінка туристичного потенціалу, потенціал підприємства, система індикаторів потенціалу, туристичний потенціал, формування туристичного потенціалу.

В статье обосновано, что оценку туристического потенциала региона целесообразно разграничивать на оценку формирования потенциала и оценку его реализации. Определены основные теоретические подходы к оценке потенциала предприятия, а именно: затратный (материальный), доходный (результативный), сравнительный (рыночный), комплексный. Проанализированы наиболее актуальные методические подходы к оценке формирования туристического потенциала региона, а именно затратный (материальный) и комплексный. Выявлены ключевые недостатки затратного (материального) и комплексного подходов к оценке формирования туристического потенциала региона. Установлены главные требования к системе индикаторов формирования туристического потенциала предпринимательства. Предложена система индикаторов формирования туристического потенциала региона, которая охватывает производственную, социальную, инвестиционную, информационно-инновационную, налоговую и природно-ресурсную составляющие и предусматривает оценку не только туристической сферы, но и сферы прямого и косвенного воздействия.

**Ключевые слова:** затратный подход, комплексный подход, оценка туристического потенциала, потенциал предприятия, система индикаторов потенциала, туристический потенциал, формирование туристического потенциала.

Tourism activity in Ukraine is a leading source of ensuring the development of a large number of regions, but the existing tourism potential is not fully realized, which is caused by both internal and external factors of the business environment. Identifying key factors is not possible without a comprehensive assessment of existing potential, which is why the problem of improving methodological approaches to assessing the tourism potential of regions is a pressing issue. The purpose of the article is to substantiate theoretical approaches and provide practical recommendations for assessing the formation of regional tourism potential. Within the framework of scientific research, a set of general

and specific methods at the theoretical level was used, namely, methods of systematization, grouping and logical generalization for systematization of information, drawing conclusions and making scientific proposals of the research paper. The article substantiates that it is expedient to differentiate the assessment of tourist potential formation and the assessment of tourist potential realization. The basic theoretical approaches to the estimation of the enterprise potential are defined, namely: cost (material), profit (productive), comparative (market), complex. The most up-to-date methodological approaches to the assessment of the regional tourist potential formation are analyzed, namely: cost (material) and complex. The key disadvantages of cost (material) approach and complex approach to assessing the formation of regional tourist potential are identified. The tourism industry is closely linked to other areas of the national economy and should therefore be considered inseparably linked to them. The main requirements to the system of indicators of entrepreneur tourism potential formation are established. The system of indicators of regional tourist potential formation is proposed, which covers production, social, investment, information-innovation, tax and natural-resource components and provides assessment of not only the tourism sphere but also the sphere of direct and indirect impact.

**Key words:** cost approach, integrated approach, evaluation of tourism potential, enterprise potential, system of potential's indicators, tourism potential, tourist potential formation.

**Постановка проблеми.** Україна має сприятливе природне середовище для реалізації різних видів відпочинку, саме тому туризм є однією з найперспективніших галузей економіки країни. Цей вид діяльності є провідним джерелом забезпечення розвитку значної кількості регіонів, але наявний туристичний потенціал реалізується не повною мірою, що спричинено як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками підприємницького середовища. Виявлення ключових чинників неможливе без комплексної оцінки наявного потенціалу, саме тому проблема вдосконалення методичних підходів до оцінки формування туристичного потенціалу регіонів є актуальним питанням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні основи оцінки формування туристичного потенціалу регіону висвітлено в працях таких науковців, як М.П. Бутко [3], Ю.Є. Дашук [7], О.М. Мисяк [14], Г.А. Негода [15], В.О. Свеженцев [20].

Практичним аспектам присвячено наукові праці В.В. Гуменюк – для оцінки формування туристичного потенціалу Івано-Франківської області [6]; О.В. Мельник – Львівської області [13]; В.Г. Герасименка [17] та В.В. Горун [4] – Одеської області; І.В. Бережної – АР Крим [2]; М.В. Ільїної – регіонів України [9]; О.О. Комліченка – Херсонської області [12]; М.Д. Осипчука – України та інших країн [16].

**Метою дослідження** є обґрунтування теоретичних підходів та надання практичних рекомендацій щодо оцінки формування туристичного потенціалу регіону.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії передбачає здійснення ґрунтовного аналізу її потенціалу на регіональному рівні. Формування потенціалу туристичного підприємства є багатограним процесом, що охоплює не тільки внутрішнє середовище суб'єкта

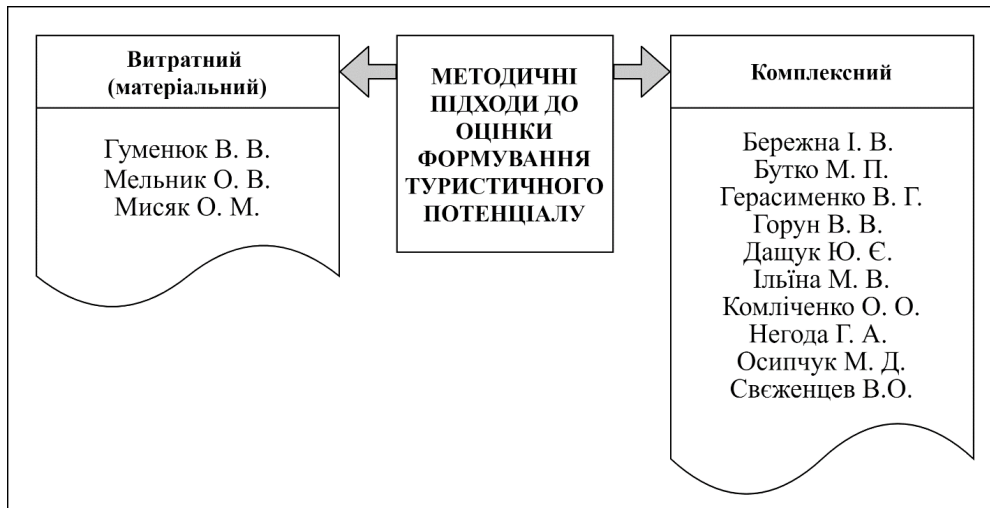
господарювання, а й зовнішнє середовище, що здійснює безпосередній та опосередкований вплив і забезпечує відповідний рівень реалізації туристичного продукту. Специфіка туристичної діяльності зумовлює тісний зв'язок галузі з іншими сферами національної економіки, а отже, повинна розглядатися в нерозривному зв'язку з ними.

Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства поділяють на чотири групи: витратні (матеріальні), дохідні (результативні), порівняльні (ринкові), комплексні. Витратний підхід передбачає здійснення вартісної оцінки потенціалу підприємства на основі обліку всіх витрат, що необхідні для відтворення або заміщення. Дохідний підхід присвячений оцінці вартості потенціалу на основі очікуваних надходжень від реалізації продукту та передбачає використання таких методів: капіталізації, дисконтування, залишкового доходу. Порівняльний підхід ґрунтується на зіставленні потенціалу підприємства з підприємствами-аналогами, тобто розраховується як добуток вартості аналогічного об'єкта та коефіцієнта коригування розбіжностей. Комплексний підхід до оцінки здійснюється на основі сукупності показників, що забезпечують формування потенціалу підприємства [21].

Потенціал туристичного підприємства не є статичною величиною, адже він постійно змінюється в процесі переходу від формування до реалізації. Отже, оцінку туристичного потенціалу доцільно розмежовувати на оцінку формування потенціалу та оцінку його реалізації. Ураховуючи вищесказане, дохідний (результативний) підхід варто віднести до оцінки процесу реалізації, а решту – до оцінки процесу формування.

Щодо питання оцінки формування туристичного потенціалу, то в науковій літературі домінують два основні підходи: витратний (матеріальний) та комплексний (рис. 1). Особливої уваги заслуговують комплексні методики як





**Рис. 1. Методичні підходи до оцінки формування туристичного потенціалу**

*Джерело: згруповано автором*

такі, що використовуються переважною кількістю дослідників та передбачають більш різнобічну оцінку потенціалу.

Представник витратного підходу В.В. Гуменюк проводить оцінку туристичного потенціалу Івано-Франківської області на основі вартісного аналізу матеріально-технічної бази та активу балансу готельно-ресторанного бізнесу, що не враховує усі наявні ресурси і більше відображає фінансовий стан підприємств [6]. О.В. Мельник до оцінки потенціалу включає не тільки основні засоби та запаси, а й вартість природних та трудових ресурсів [13]. О.М. Мисяк проводить оцінку природно-ресурсного, історико-культурного та інфраструктурного потенціалу [14]. Отже, головними недоліками витратного підходу є: ігнорування впливу ринкового середовища та держави на формування туристичного потенціалу; відсутність інноваційного складника; неможливість виявити наявні чи можливі дефекти процесу формування туристичного потенціалу.

У результаті проведеного аналізу комплексних підходів вітчизняних науковців до оцінки формування туристичного потенціалу регіону виявлено два головні недоліки: приведення всіх вхідних індикаторів до єдиного інтегрального показника, що надає тільки середньоарифметичну чи середньгеометричну оцінку сукупності вхідних елементів, але не вказує на потенційні «слабкі місця»; неповна оцінка зовнішнього впливу. Наявні методики спрямовані, головним чином, на оцінку суто туристичної галузі без урахування ланцюгів постачання та забезпечувальних сервісів.

Для оцінки формування потенціалу регіону використовують інтегральний показник [18],

що є функціональною залежністю від величини економічного потенціалу регіону ( $E_n$ ), інвестиційного потенціалу ( $I_n$ ), соціального потенціалу ( $S_z$ ), науково-технічного ( $N_t$ ), природно-ресурсного ( $P_r$ ), інфраструктурного ( $I_f$ ), експортного ( $E_k$ ) та податкового ( $T_x$ ) [19] (формула 1):

$$PT = f(E_n; I_n; S_z; N_t; P_r; I_f; E_k; T_x) \quad (1)$$

М.П. Бутко [3] зазначає, що туристичний потенціал є частиною економічного потенціалу регіону і пропонує здійснювати оцінку його формування за допомогою інтегрального показника, що є мультиплікатором комплексного показника забезпеченості регіону природними ресурсами ( $X_1$ ), забезпеченості трудовими ресурсами ( $X_2$ ), забезпеченості виробничими потужностями ( $X_3$ ), фінансовими ресурсами ( $X_4$ ), індексу інноваційного фонду регіону ( $X_5$ ) та індексу потенційного ВРП ( $X_6$ ) (Формула 2).

$$EP = f(X_1 * X_2 * X_3 * X_4 * X_5 * X_6) \quad (2)$$

Ураховуючи той факт, що формування туристичного потенціалу регіону та його складників (виробничого, соціального, інвестиційного, інформаційно-інноваційного, податкового, природно-ресурсного) відбувається під впливом сфери прямого впливу (транспорт та логістика, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, державне управління), сфери непрямого впливу (сільське господарство, промисловість, будівництво) та безпосередньо туристичної сфери, пропонуємо здійснювати оцінку на основі системи індикаторів (табл. 1).

Сутність запропонованого підходу полягає у тому, що такий складний процес, як формування туристичного потенціалу регіону не доцільно відображати інтегральним показником, адже він надає інформацію тільки про середню дина-

Система індикаторів оцінки формування туристичного потенціалу регіону

Складники туристичного потенціалу	Індикатори сфери туризму	Індикатори сфери прямого впливу	Індикатори сфери непрямого впливу
Виробничий	питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна туристичної галузі регіону	питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна транспортної галузі; питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна сфери розваг	питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна сільського господарства; питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна промисловості; питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна будівництва
Соціальний	індекс поповнення туристичної галузі фахівцями	інтегральний регіональний індекс людського розвитку; індекс поповнення транспортної галузі фахівцями; індекс поповнення сфери розваг фахівцями	індекс поповнення сільського господарства фахівцями; індекс поповнення промисловості фахівцями; індекс поповнення будівництва фахівцями
Інвестиційний	питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі туристичної галузі	питома вага прямих іноземних інвестицій у ВРП; питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі транспортної галузі; питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі сфери розваг	питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі сільського господарства; питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі промисловості; питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі будівництва
Інформаційно-інноваційний	питома вага інноваційно активних підприємств у загальній кількості туристичних підприємств регіону; індекс інформатизації туристичної галузі	питома вага інноваційно активних підприємств у загальній кількості транспортних підприємств; питома вага інноваційно активних підприємств у загальній кількості підприємств сфери розваг; індекс інформатизації транспортної галузі; індекс інформатизації сфери розваг	частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції промисловості; питома вага інноваційно активних підприємств у сільському господарстві; питома вага інноваційно активних підприємств у промисловості; питома вага інноваційно активних підприємств у будівництві; індекс інформатизації сільського господарства; індекс інформатизації промисловості; індекс інформатизації будівництва
Податковий	індекс збалансованості бюджету щодо туристичної галузі регіону	індекс збалансованості регіонального бюджету	
Природно-ресурсний	питома вага природних зон у загальній площі	обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря регіону в розрахунку на один квадратний кілометр	

Джерело: розроблено автором

міку і не дає змоги виявити найбільш проблемні місця. На противагу цьому система індикаторів дасть змогу контролювати процес за кожним окремим елементом та підбирати відповідні заходи для поліпшення результату. Окрім того,

необхідно досягти найменшого перетину між індикаторами складників туристичного потенціалу для забезпечення найменшої кореляції між відповідними даними. Індикатор кожного складника не повинен дублювати показники,

що належать до іншої складника, наприклад виробничий потенціал складається з фінансових ресурсів, основних засобів, інформаційних ресурсів та трудових ресурсів [8]. Стан фінансових ресурсів туристичної галузі належить до інвестиційного складника, трудових ресурсів – до соціального, інформаційних ресурсів – до інформаційно-інноваційного, а до суто виробничого складника належать основні засоби.

Г.М. Давидов пропонує оцінювати формування виробничого потенціалу підприємства на основі питомої ваги основних засобів у загальній вартості майна підприємства, що розраховується як відношення залишкової вартості основних засобів підприємства до суми балансу [1]. Отже, питома вага основних виробничих засобів у загальній вартості майна туристичної галузі, а також у сферах прямого та непрямого впливу дасть змогу визначити забезпеченість відповідних галузей виробничими засобами. Індикатор коливається в межах від 0 до 1.

Соціальний складник охоплює інтегральний регіональний індекс людського розвитку, чисельність зайнятого населення у відповідній галузі та приріст відповідних фахівців. Інтегральний регіональний індекс людського розвитку [18] формується на основі шести блоків: відтворення населення, соціальне середовище, комфортне життя, добробут, гідна праця, освіта. Кожний блок інтегрального індексу коливається в межах від 0 до 1, а інтегральний індекс є їх сумою. Для уніфікації індексу до системи індикаторів оцінки формування туристичного потенціалу регіону пропонуємо поділити зазначений показник на шість (кількість вхідних блоків), отже, отриманий індекс буде приймати значення від 0 до 1.

Поповнення окремих галузей фахівцями оцінюють на основі відношення приросту кількості фахівців до кількості працевлаштованого населення [5]. Індекс поповнення галузі фахівцями розраховується за формулою 3:

$$LP_i = \frac{\Delta QG_i}{QE_i}; \quad (3)$$

$$LP_i \in [0;1];$$

де  $LP_i$  – індекс поповнення галузі і фахівцями;  $\Delta QG_i$  – приріст фахівців і-ї галузі;  $QE_i$  – зайнятість населення в і-й галузі.

Інвестиційний складник туристичного потенціалу полягає в обсягах залучених інвестицій, тобто в інвестиційному забезпеченні, основними індикаторами якого є: питома вага прямих іноземних інвестицій у ВРП, питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі відповідної галузі [11]. Мінімальне значення зазначених індикаторів – 0, максимальне значення – 1.

Інформаційно-інноваційна забезпеченість туристичного потенціалу регіону включає такі індикатори: частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції промисловості регіону, питома вага інноваційно активних підприємств у відповідній галузі регіону, індекс інформатизації галузі регіону. Інформатизація галузі розраховується за формулою 4:

$$II_i = IC_i \cdot IN_i \cdot IS_i; \quad (4)$$

$$II_i \in [0;1],$$

де  $II_i$  – індекс інформатизації і-ї галузі;  $IC_i$  – частка підприємств, які використовують комп'ютери в загальній кількості підприємств і-ї галузі;  $IN_i$  – частка підприємств, які мають доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств, що використовують комп'ютери;  $IS_i$  – частка підприємств, які мають фахівців у сфері ІКТ, у загальній кількості підприємств, що використовують комп'ютери.

Податковий складник охоплює індикатори, що вказують на дохідно-витратну збалансованість, тобто частку податкових відрахувань, що повертаються у вигляді державних видатків. Отже, для туристичної сфери індекс збалансованості бюджету буде розраховуватися як відношення державних видатків у розвиток туризму регіону до суми туристичного збору, що надійшов до бюджету. Дохідно-витратна збалансованість регіонального бюджету [10] розраховується за формулою 5:

$$ITax = \frac{E_{tax}}{R_{tax}}; \quad (5)$$

$$ITax \in [0;1],$$

де  $ITax$  – індекс збалансованості місцевого бюджету;  $E_{tax}$  – бюджетні видатки в регіон;  $R_{tax}$  – податкові надходження з регіону.

Природно-ресурсний складник включає питому вагу природних зон у загальній площі регіону та обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря регіону в розрахунок на один квадратний кілометр. Перший індикатор більш точно характеризує туристичний потенціал, аніж відношення кількості природних зон до загальної площі регіону [9], адже визначає частку території, яка придатна для рекреаційної діяльності; індикатор коливається в межах від 0 до 1. Другий показник указує на екологічний стан регіону: чим більший рівень викидів в атмосферне повітря, тим меншою буде туристична привабливість регіону; індикатор коливається в межах від 0 (свідчить про відсутність шкідливих викидів в атмосферу) до  $\infty$  (чим вищий показник, тим більший обсяг викидів припадає на квадратний кілометр регіону).

**Висновки з проведеного дослідження.**

У результаті проведеного дослідження визначено, що переважна частина вітчизняних науковців віддає перевагу комплексній методиці оцінки формування туристичного потенціалу регіону, проте вони не враховують зовнішнє середовище підприємництва і зводять розрахунки до інтегрального показника, що призводить до втрати інформації щодо важливих аспектів процесу становлення потенціалу туристичного підприємництва.

Наукова новизна полягає у вдосконаленні системи індикаторів формування туристичного потенціалу регіону, що, на відміну від існуючих, враховує сфери прямого та непрямого впливу і дає змогу виявити сильні та слабкі сторони потенціалу туристичного підприємництва.

Подальшого дослідження потребує питання визначення впливу індикаторів системи на процес реалізації туристичного продукту регіону.

**Список використаних джерел:**

1. Аудит : підручник / Г.М. Давидов та ін. ; 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2009. 495 с.
2. Бережна І.В. Деякі аспекти теоретичних підходів до оцінки рекреаційного потенціалу Криму. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. № 50. С. 17–21.
3. Бутко М.П., Самко О.О. Генезис економічної теорії та методологічні підходи до оцінки туристичного потенціалу регіону. *Економіка та держава*. 2009. № 5. С. 33–38.
4. Горун В. Оцінка рекреаційно-ресурсного потенціалу території Одеської області. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43, Ч. 1. С. 24–31.
5. Грищенко В.Ф., Коваленко Л.Ю. Економічна оцінка трудового потенціалу території з урахуванням екологічного фактора в контексті інноваційного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 231–237.
6. Гуменюк В.В. Фінансово-аналітична оцінка ресурсно-майнового потенціалу туристичної галузі Івано-Франківщини. *Світ фінансів*. 2005. Вип. 3–4(4–5). С. 222–232.
7. Дашук Ю.Є. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку рекреаційного потенціалу регіону. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 14. № 1. С. 64–70.
8. Жук Є.О. Управління виробничим потенціалом підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 5(77). С. 101–106.
9. Ільїна М.В. Інтегральне оцінювання туристично-рекреаційної сфери територій різних типів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_2\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_31) (дата звернення: 16.12.2019).
10. Калустян Я.В. Теоретичні підходи до визначення податкового потенціалу регіону. *Економіка будівництва і міського господарства*. 2011. Т. 7. № 3. С. 183–190.
11. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_20) (дата звернення: 18.12.2019).
12. Комліченко О.О., Ротань Н.В. Формування та оцінка економічного потенціалу туристичної галузі регіону. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2014. Т. 19. Вип. 2(4). С. 178–182.
13. Мельник О.В. Чинники формування туристичної привабливості території. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2004. № 504. С. 39–44.
14. Мисяк О.М. Підходи до оцінки етнотуристичного потенціалу території. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : зб. тез доповідей IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Миколаїв, 24 жовтня 2016 р. Миколаїв : МФ КНУКіМ, 2016. Ч. 2. С. 95–97.
15. Негода Г.А. Показники оцінки туристичного потенціалу регіону. *Socio-economic problems of development the territories*. 2016. С. 38–52.
16. Осипчук М.Д. Оцінка туристичного потенціалу трансформаційних країн. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2. Т. 2. С. 229–233.
17. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
18. Регіональний людський розвиток : статистичний збірник / за ред. О.О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 72 с.
19. Ресурсний потенціал регіону : навчальний посібник / авт.-упоряд.: М.К. Орлатий та ін. ; за заг. ред. М.К. Орлатого. Київ : НАДУ, 2014. 724 с.
20. Свеженцев В.О. Туристичний потенціал регіону та методики його оцінки. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2019. Вип. 79. С. 306–315.
21. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2004. 316 с.

## References:

1. Davydov H. M., Davydov I. H., Davydov Yu. H. (2009) *Audit* [Audit]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
2. Berezhna I. V. (2004) Deiaki aspekty teoretychnykh pidkhodiv do otsinky rekreatsiinoho potentsialu Krymu [Some aspects of theoretical approaches to the assessment of the recreational potential of the Crimea]. *Kultura narodov Prychernomoria*, no. 50, pp. 17–21.
3. Butko M. P., Samko O. O. (2009) Henezys ekonomichnoi teorii ta metodolohichni pidkhody do otsinky turystychnoho potentsialu rehionu [Genesis of economic theory and methodological approaches to assessing the tourism potential of the region]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 5, pp. 33–38.
4. Horun V. (2013) Otsinka rekreatsiino-resursnoho potentsialu terytorii Odeskoi oblasti [Assessment of recreational and resource potential of Odessa region]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, vol. 43, no. 1, pp. 24–31.
5. Hryshchenko V. F., Kovalenko L. Iu. (2011) Ekonomichna otsinka trudovoho potentsialu terytorii z urakhuvanniam ekolohichnoho faktora v konteksti innovatsiinoho rozvytku [Economic assessment of the labor potential of the territory taking into account the environmental factor in the context of innovative development]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 2, pp. 231–237.
6. Humeniuk V. V. (2005) Financovo-analitychna otsinka resursno-mainovoho potentsialu turystychnoi haluzi Ivano-Frankivshchyny [Financial and analytical evaluation of the resource and property potential of the tourism industry in Ivano-Frankivsk]. *Svit finansiv*, vol. 3–4 (4–5), pp. 222–232.
7. Dashchuk Yu. Ie. (2013) Metodychni pidkhid do otsinky rivnia rozvytku rekreatsiinoho potentsialu rehionu [Methodical approach to the assessment of the level of the regional recreational potential development]. *Ekonomichniy analiz*, vol. 14, no. 1, pp. 64–70.
8. Zhuk Ye. O. (2016) Upravlinnia vyrobnychym potentsialom pidpriemstva [Enterprise's production potential management]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 5(77), pp. 101–106.
9. Iliina M. V. (2013) Intehralne otsiniuvannya turystychno-rekreatsiinoi sfery terytorii riznykh typiv [Integral evaluation of the tourist and recreational sphere of the territories of different types]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* (electronic journal), no. 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_2\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_31) (accessed 16 December 2019).
10. Kalustian Ya. V. (2011) Teoretychni pidkhody do vyznachennia podatkovoho potentsialu rehionu [Theoretical approaches to determining the tax potential of the region]. *Ekonomika budivnytstva i miskoho hospodarstva*, T. 7, no. 3, pp. 183–190.
11. Kolesnyk O. O. (2011) Otsinka investytsiinoho zabezpechennia rozvytku turizmu v Ukraini [Evaluation of investment support for tourism development in Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, no. 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_20) (accessed 18 December 2019).
12. Komlichenko O. O., Rotan N. V. (2014) Formuvannya ta otsinka ekonomichnoho potentsialu turystychnoi haluzi rehionu [Formation and assessment of the economic potential of the tourism industry in the region]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 19, no. 2(4), pp. 178–182.
13. Melnyk O. V. (2004) Chynnyky formuvannya turystychnoi pryvablyvosti terytorii [Factors of formation of tourist attraction of the territory]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*, no. 504, pp. 39–44.
14. Mysiak O. M. (2016) Pidkhody do otsinky etnoturystychnoho potentsialu terytorii [Approaches to assessing the ethno-tourism potential of the territory]. Proceedings of the *Suchasni tendentsii rozvytku turizmu* : IV Vseukr. nauk.-prakt. konf. (Ukraine, Mykolaiv, October 24, 2016). Mykolaiv: MF KNUKiM, 2016. Ch. 2, pp. 95–97.
15. Nehoda H. A. (2016) Pokaznyky otsinky turystychnoho potentsialu rehionu [Indicators for assessing the tourism potential of the region]. *Socio-economic problems of development the territories*, pp. 38–52.
16. Osyphuk M. D. (2011) Otsinka turystychnoho potentsialu transformatsiinykh krain [Assessment of tourism potential of transformational countries]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 2, no. 2, pp. 229–233.
17. Herasymenko V. H. (2016) Otsinka turystychno-rekreatsiinoho potentsialu rehionu [Assessment of the tourist and recreational potential of the region]. Odessa: ONEU. (in Ukrainian)
18. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Rehionalnyi liudskyi rozvytok [Regional human development]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.
19. Orlatyi M. K., Romaniuk S. A., Dehtiarova I. O. (2014) Resursnyi potentsial rehionu [Resource potential of the region]. Kyiv: NADU. (in Ukrainian)
20. Sviezhentsev V. O. (2019) Turystychnyi potentsial rehionu ta metodyky yoho otsinky [Regional tourist potential and methods of its evaluation]. *Visnyk studentskoho naukovohto tovarystva «VATRA» Vinnytskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU*, vol. 79, pp. 306–315.
21. Fedonin O. S., Riepina I. M., Oleksiuk O. I. (2004) Potentsial pidpriemstva: formuvannya ta otsinka [Enterprise potential: formation and evaluation]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

**Білорус Т.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Фірсова С.Г.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Bilorus Tetiana, Firsova Svitlana**  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

## МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ВНУТРІШНІМ HR-БРЕНДОМ КОМПАНІЇ

### METHODOLOGICAL TOOLSET FOR EVALUATING THE LEVEL OF EMPLOYEE SATISFACTION WITH COMPANY INTERNAL HR-BRAND

У статті запропоновано підхід до структури елементів внутрішнього бренду роботодавця з виокремленням найбільш вагомих атрибутів та ключових елементів кожного з визначених атрибутів. Обґрунтовано методичний інструментарій оцінювання задоволеності працівників внутрішнім HR-брендом компанії за визначеними атрибутами. Розроблено систему оцінювання рівня задоволеності працівників HR-брендом компанії за цими атрибутами шляхом анкетування працівників компанії з використанням методу семантичного диференціалу. Аргументовано доцільність за результатами анкетування визначення структури працівників за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом компанії, що дасть змогу в подальшому керівникам компанії розробити чітку програму дій щодо типізації задоволеності працівників компанії та обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації розвитку їхнього внутрішнього HR-бренду.

**Ключові слова:** атрибути бренду роботодавця, внутрішній HR-бренд, задоволеність працівників, анкетування, шкала оцінювання, тип задоволеності

В статье предложен подход к структуре элементов внутреннего бренда работодателя с выделением наиболее значимых атрибутов и ключевых элементов каждого из определенных элементов. Обоснован методический инструментальный оценивания удовлетворенности работников внутренним HR-брендом компании по определенным атрибутам. Разработана система оценивания уровня удовлетворенности работников HR-брендом компании по этим атрибутам путем анкетирования работников компании с использованием метода семантического дифференциала. Аргументирована целесообразность по результатам анкетирования определения структуры работников по уровню удовлетворенности внутренним HR-брендом компании, что предоставит возможность в будущем руководителям компании разработать четкую программу действий по типизации удовлетворенности работников компании и обоснованию управленческих решений по оптимизации развития их внутреннего HR-бренда.

**Ключевые слова:** атрибуты бренда работодателя, внутренний HR-бренд, удовлетворенность работников, анкетирование, шкала оценивания, тип удовлетворенности.

The paper puts forward a new framework that allows distinguishing key attributes (organizational, functional, economic and psychological) and key aspects of each attribute in the general structure of elements in internal employer brand. We offer a methodological toolset for assessing employee satisfaction with a company's internal HR brand within defined attributes. The conceptual system is proposed in order to evaluate the level of satisfaction of employees with the HR-brand of the company using these attributes by accessing the employees of the company using a semantic differential with a five-dimensional scale of digits between two bipolar statements (5 – “absolutely agree”; 1 – “absolutely disagree”). Questionnaires, which represent a table of the pairwise manifestation of each of an internal organizational HR-brand attributes, give the opportunity to respondents to use a scale method

to choose one of those options, which most closely corresponds to the real situation in the company. The system allowed us to determine the structure of employees according to the level of satisfaction: stable satisfaction with the company's HR-brand when the employee is satisfied because he has found everything he expected in the company; growing satisfaction – even though the employee has achieved his or her goals in the company, he is actually still dissatisfied as he expected more from the company; rational satisfaction – the employee is satisfied with what he has in the company, although he has not achieved his goals; constructive dissatisfaction – the employee has not yet achieved his goals, but is confident that he will ever reach them; stable dissatisfaction with the company's internal HR brand – the employee has not reached his goals and thinks that nothing can be changed. It is argued based on the results of the questionnaire survey that there is a need for defining the employee structure using the level of their satisfaction with an internal HR-brand. This, in turn, would enable company executives to develop a clear program of action to typify the satisfaction of company employees and substantiate management decisions to optimize the development of their internal HR brand.

**Key words:** employer brand attributes, internal HR-brand, employee satisfaction, survey, grading, satisfaction type.

**Постановка проблеми.** Глобалізаційні процеси вплинули на конкуренцію не тільки на товарних ринках, а й на ринку праці. Ще на початку тисячоліття українськими науковцями поняття «бренд роботодавця» практично не використовувалося і замінювалося більш вузьким поняттям «імідж роботодавця», тому керівники вітчизняних компаній намагаються заповнити існуючу теоретичну прогалину практичними діями, копіюючи західні технології роботи з брендом роботодавця, що не завжди виправдано в українських реаліях. На практиці українські підприємства вже зараз займаються формуванням та управлінням зовнішнім і внутрішнім брендом роботодавця. Але детальне наукове дослідження оцінювання задоволеності працівників складовими атрибутами внутрішнього бренду роботодавця у вітчизняній літературі практично відсутнє.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування та розвитку бренду роботодавця досліджували переважно зарубіжні автори: Т. Амблер, С. Берроу, Р. Мослі, Б. Мінчінгтон, К. Бакхаус, С. Тікоо, С. Ллойд, П. Бертон, М. Евінг, Л. Хах, П. Бурке, В. Беллоу, А. Ботха, М. Буссін, Л. Свардт, Х. Аггерхолм, С. Андерсен, К. Томсен, Р. Катонен, А. Маціошек, С. Кнокс, С. Фріман та ін. У роботах цих науковців досліджувалися параметри й атрибути привабливості бренду роботодавця [2], характеристики успішних брендів роботодавця [3], роль внутрішнього брендингу в імплементації та втіленні бренду роботодавця [4], зв'язок між корпоративним, внутрішнім брендом і брендом роботодавця [5], побудову та вимірювання бренду роботодавця [6], залучення найкращих практик бренд-менеджменту до формування бренду роботодавця [7], основні активи, які створюються брендингом компанії як роботодавця [8], концептуалізацію бренду роботодавця в стійких організаціях [9], передумови для позитивної оцінки бренду робото-

давця [10] та втілення його найкращої версії [11]. У подальших дослідженнях А. Ботха, М. Буссін та Л. Свардт визначили складники бренду роботодавця, які можуть бути інтегровані у прогностичну модель бренду роботодавця [12]. Х. Агерхолм, С. Андерсен, К. Томсен дослідили процес брендингу роботодавця у стійких організаціях за різними параметрами [13]. Б. Мінчінгтон запропонував модель досвіду контакту з брендом роботодавця [14] та модель капіталу бренду роботодавця [15].

Серед українських науковців питання управління брендом роботодавця, викладено у працях С. Мокіної, С. Цимбалюк, В. Оберемчук, О. Сороки, К. Красовської, В. Рибінцева, Л. Балабанової, О. Сардак та ін.

Незважаючи на численні дослідження закордонних дослідників та напрацювання вітчизняних учених, залишається не вирішеною проблема оцінювання задоволеності наявних працівників HR-брендом компанії та відсутній методичний інструментарій оцінювання задоволеності співробітників внутрішнім HR-брендом компанії.

**Метою дослідження** є обґрунтування методичного інструментарію оцінювання задоволеності співробітників внутрішнім HR-брендом компанії, що, своєю чергою, зумовлює необхідність самостійного проведення такої роботи в компаніях, яка має носити систематичний характер.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині існує ціла низка моделей управління брендом роботодавця, що базуються на різних класифікаційних характеристиках та відрізняються за структурою елементів HR-бренду. Основними цілями цих моделей залишаються посилення диференціації та конкурентних переваг, а також спрощення процесу прийняття компанії потенційними та існуючими працівниками. Дослідження науковців дали можливість сформулювати моделі HR-бренду, які описують різні

аспекти даного процесу. Огляд літератури із цього питання продемонстрував різноплановість та неоднозначність підходів різних авторів. Слід також зазначити те, що у вітчизняній науковій літературі питання структури елементів HR-бренду недостатньо висвітлено. Перші натяки щодо структури елементів (атрибутів) бренду роботодавця були проголошені ще у першому визначенні категорії «бренд роботодавця», яке представили С. Берроу та Т. Амблера, а саме «набір функціональних, економічних та психологічних переваг...» [1]. Саме ці три групи атрибутів стали так званою точкою відліку в наукових поглядах щодо структури елементів бренду.

Аналіз підходів до структури елементів моделі бренду роботодавця дав змогу авторам у межах попереднього дослідження виокремити чотири, найбільш вагомні, на нашу думку, атрибути, а саме: організаційний, функціональний, економічний та психологічний [16, с. 180]. Окрім того, виокремлено ключові елементи кожного з визначених атрибутів (табл. 1).

У межах даного дослідження ми пропонуємо використовувати зазначені атрибути бренду роботодавця для оцінювання рівня задоволеності співробітників внутрішнім HR-брендом компанії. Саме внутрішній HR-бренд має проявлятися всередині компанії та сприяти зростанню рівня задоволеності її співробітників. Проведемо оцінювання рівня задоволеності працівників HR-брендом компанії за цими атрибутами (табл. 2–5).

Оцінювання проводиться шляхом анкетування працівників компанії. Анкетування проводиться за атрибутами бренду роботодавця (організаційний, функціональний, економічний, психологічний). У методиці вико-

ристовується семантичний диференціал із п'ятирозмірною шкалою розрядів між двома біполярними твердженнями (5 – «абсолютно погоджуюся»; 1 – «абсолютно не погоджуюся»). За цією шкалою опитуваний може оцінити своє ставлення до об'єкта, що вивчається.

Анкети являють собою таблицю попарного прояву кожного з атрибутів HR-бренду компанії (табл. 2–5). Порівнюючи кожну пару прояву атрибутів, необхідно вибрати один із них, що найбільше відповідає реальній ситуації в компанії. Респондентам необхідно крапкою відмітити свою оцінку на шкалі проявів кожного з атрибутів.

Після заповнення працівниками чотирьох анкет у керівництва постає можливість підсумувати загальну кількість балів, якими оцінив кожний працівник рівень своєї задоволеності від внутрішнього HR-бренду.

Якщо працівник набрав:

– **161–200 балів** – для нього характерна **стабільна задоволеність** HR-брендом компанії. Такий працівник задоволений, оскільки знайшов у компанії все те, на що очікував;

– **121–160 балів** – для нього характерна **зростаюча задоволеність** HR-брендом компанії. Такий працівник хоча і досягнув своїх цілей у компанії, насправді залишається незадоволеним, оскільки очікував від компанії більшого;

– **81–120 балів** – для нього характерна **раціональна задоволеність** HR-брендом компанії. Такий працівник задоволений тим, що має в компанії, хоча й не досяг своїх цілей;

– **41–80 балів** – для нього характерна **конструктивна незадоволеність** HR-брендом компанії. У компанії працівник поки що не досяг своїх цілей, але впевнений, що коли-небудь їх досягне;

Таблиця 1

Структура складових атрибутів HR-бренду компанії

АТРИБУТИ HR-БРЕНДУ	
<i>Організаційний атрибут:</i>	<i>Функціональний атрибут:</i>
– позиція компанії на ринку; – впізнаваність корпоративного та споживчих брендів; – ступінь доступності інформації про компанію для потенційних працівників; – імідж і репутація топ-менеджменту; – місце та зручність розташування офісу	– зміст роботи; – можливості навчання та професійного розвитку; – перспективи кар'єрного зростання; – об'єктивність в оцінці роботи з боку керівників; – можливість участі у прийнятті оперативних та стратегічних рішень
<i>Економічний атрибут:</i>	<i>Психологічний атрибут:</i>
– рівень оплати праці; – гарантія стабільності зайнятості; – графік роботи; – умови праці та рівень організації робочого місця; – соціальний пакет	– корпоративна культура; – зовнішній вигляд офісу та персоналу компанії; – соціально-психологічний клімат у колективі; – стиль управління; – відсутність непотизму

Джерело: складено авторами



Таблиця 2

**Анкета для оцінювання рівня задоволеності працівників компанії  
організаційним атрибутом HR-бренду**

	Шкала оцінювання					
	5	4	3	2	1	
Я готовий порекомендувати компанію як роботодавця своїм друзям						Я не готовий порекомендувати компанію як роботодавця своїм друзям
Я вважаю, що компанія робить усе можливе для повернення та утримання талановитих співробітників						Я вважаю, що компанія прикладає замало зусиль для повернення та утримання талановитих співробітників
Я вважаю, що керівництво компанії піклується про власний імідж та репутацію						Я вважаю, що керівництво компанії абсолютно нехтує власним іміджем та репутацією
Я вважаю, що компанія має власний впізнаваний корпоративний та споживчий бренд						Я вважаю, що власний корпоративний та споживчий бренд компанії є невпізнаваним
Я вважаю, що компанія приділяє достатньо уваги питанням інформування потенційних працівників про компанію						Я вважаю, що компанія не приділяє достатньо уваги питанням інформування потенційних працівників про компанію
Я вважаю, що компанія має розгалужену мережу інформаційних засобів комунікації (зовнішніх та внутрішніх)						Я вважаю, що в компанії відсутня ефективна мережа інформаційних засобів комунікації (зовнішніх та внутрішніх)
Я вважаю, що компанія намагається створити сприятливий образ роботодавця						Я вважаю, що керівництво компанії не займається питанням створення сприятливого образу роботодавця
Я вважаю, що компанію можна охарактеризувати як роботодавця з активною соціальною позицією						Я вважаю, що компанію не можна охарактеризувати як роботодавця з активною соціальною позицією
Я вважаю, що місце та зручність розташування офісу є додатковою конкурентною перевагою бренду компанії як роботодавця						Я вважаю, що компанія має незручне розташування офісу
Я вважаю, що компанія займає стійкі позиції на ринку праці та має стабільну частку на своєму товарному ринку						Я вважаю, що компанія втрачає позиції на ринку праці та не має стабільної частки на своєму товарному ринку

*Джерело: складено авторами*

Таблиця 3

**Анкета для оцінювання рівня задоволеності працівників компанії  
функціональним атрибутом HR-бренду**

	Шкала оцінювання					
	5	4	3	2	1	
У компанії приділяють достатньо уваги навчанню та розвитку персоналу						Керівництво компанії не займається питаннями навчання та розвитку персоналу
Компанія повністю фінансує програми навчання						Навчання співробітників у компанії відбувається за їхній власний рахунок
Компанія надає багато можливостей для кар'єрного зростання						Я вважаю, що в компанії немає перспектив для побудови успішної кар'єри
Керівництво стимулює працівників до кар'єрного зростання						Керівництво стримує працівників у кар'єрному зростанні
Компанія розглядає слабкі сторони працівника, виявлені в результаті оцінювання, як зони розвитку						Компанія розглядає слабкі сторони працівника, виявлені в результаті оцінювання, як підстави для цькування, зниження рівня оплати праці та подальшого звільнення

(Закінчення таблиці 3)

	Шкала оцінювання					
	5	4	3	2	1	
Я вважаю, що система оцінювання не вимагає вдосконалення						Я вважаю, що система оцінювання потребує кардинальних змін
Компанія надає змістовний зворотний зв'язок за результатами оцінювання						Зворотний зв'язок за результатами оцінювання в компанії відсутній
Я вважаю, що керівництво компанії заохочує працівників до участі в процесі прийняття управлінських рішень						Я вважаю, що політика компанії спрямована на уникнення участі працівників у процесі прийняття управлінських рішень
Я вважаю, що працівники компанії самостійно визначають методи та інструменти виконання поставлених завдань (що значно підвищує рівень змістовності та задоволеності від роботи)						Я вважаю, що працівники компанії не мають можливості самостійно визначати методи та інструменти виконання поставлених завдань

*Джерело: складено авторами*

Таблиця 4

**Анкета для оцінювання рівня задоволеності працівників компанії  
економічним атрибутом HR-бренду**

	Шкала оцінювання					
	5	4	3	2	1	
Я вважаю заробітну плату в компанії конкурентною (Я задоволений розміром заробітної плати)						Я вважаю, що заробітна плата в компанії нижча, ніж у конкурентів (Я не задоволений розміром своєї заробітної плати)
Я вважаю, що система оплати праці в компанії є справедливою та прозорою						Я вважаю, що система оплати праці в компанії несправедлива та непрозора
Я вважаю, що систему оплати праці в компанії необхідно залишити без змін						Я вважаю, що систему оплати праці в компанії необхідно кардинально змінювати
Я отримую додаткові премії, бонуси, надбавки за якісно виконані завдання						Система оплати праці в компанії не передбачає жодних премій, бонусів, надбавок тощо за якісно виконані завдання
Я задоволений соціальним пакетом, який пропонує компанія						Керівництво має вносити зміни у практику формування соціального пакету в компанії
Робота в компанії передбачає легальну зайнятість та дотримання державних соціальних гарантій для працівників						Керівництво компанії використовує нелегальну зайнятість та порушує державні соціальні гарантії для працівників
У компанії широко використовують гнучкі графіки роботи працівників						У компанії не використовують гнучкі графіки роботи працівників
Я вважаю, що керівництво компанії піклується про умови праці та відпочинку в компанії						Я вважаю, що керівництво компанії не приділяє достатньо уваги питанням удосконалення умов праці та відпочинку працівників
Я вважаю, що рівень організації робочого місця в компанії стимулює працівників ефективно виконувати поставлені завдання						Я вважаю, що рівень організації робочого місця в компанії є демотивуючим чинником у виконанні поставлених завдань
Компанія систематично поліпшує умови праці та підвищує рівень організації робочого місця						Керівництво компанії ігнорує питання поліпшення умов праці та підвищення рівня організації робочого місця

*Джерело: складено авторами*

Таблиця 5

**Анкета для оцінювання рівня задоволеності працівників компанії  
психологічним атрибутом HR-бренду**

	Шкала оцінювання					
	5	4	3	2	1	
Я вважаю, що компанія працює на основі унікальних цінностей та розділяю їх						Я не поділяю цінностей, на основі яких працює компанія
Я вважаю, що компанія має сильну корпоративну культуру						Я вважаю, що керівництво нехтує питаннями, пов'язаними з формуванням та розвитком корпоративної культури компанії
У моєму колективі рідко бувають конфлікти						У моєму колективі конфлікти – буденна справа
Під час спілкування з колегами я не боюся висловлювати власну думку						Під час спілкування з колегами частіше залишаю власну думку при собі
Я вважаю, що відносини з керівництвом у компанії базуються на взаємоповазі						Я вважаю, що керівництво компанії зневажливо ставиться до її працівників
Я вважаю, що керівництво справедливо ставиться до всіх членів колективу						Я вважаю, що керівництво потурає своїм друзям або знайомим на шкоду справі
Якби в мене була можливість змінити керівника, я б нею не скористався						Якби в мене була можливість змінити керівника, я б скористався нею
Колеги/керівник завжди раді допомогти у вирішенні будь-яких питань						Колеги/керівник не допомагають колегам у вирішенні будь-яких питань
Я вважаю, що зовнішній вигляд офісу (персоналу) компанії стимулює працівників ефективно виконувати поставлені завдання						Я вважаю, що зовнішній вигляд офісу (персоналу) компанії є демотивуючим чинником у виконанні поставлених завдань
Я вважаю, що відсутність непотизму дає компанії конкурентну перевагу						Я вважаю, що наявність непотизму негативно впливає на бренд компанії як роботодавця

Джерело: складено авторами

– до 40 балів – для нього характерна **стабільна незадоволеність** HR-брендом компанії. У компанії працівник не досягнув своїх цілей та гадає, що змінити нічого неможливо.

За результатами анкетування доцільно визначити структуру працівників за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом компанії (табл. 6). Саме це дасть змогу керівникам компанії розробити чітку програму дій щодо розвитку внутрішнього HR-бренду.

**Висновки з проведеного дослідження.**

Отже, незаперечним є факт, що формування та розвиток HR-бренду є важливим, невід'ємним елементом управління компанією в умовах посилення конкуренції на ринку праці. Особливо гострими сьогодні є питання не лише повернення висококваліфікованих працівників, а й утримання їх у компанії в довгостроковій перспективі. У вирішенні саме цього питання дуже важливим є врахування аспектів

Таблиця 6

**Структура працівників компанії за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом**

Тип задоволеності	Структура працівників компанії за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом	
	Кількість	Питома вага (%)
Стабільна задоволеність		
Зростаюча задоволеність		
Раціональна задоволеність		
Конструктивна незадоволеність		
Стабільна незадоволеність		

Джерело: складено авторами

формування та розвитку саме внутрішнього HR-бренду.

На нашу думку, **внутрішній HR-бренд компанії** – це сукупність організаційних, психологічних, функціональних та економічних атрибутів, що проявляються всередині компанії та забезпечують її конкурентоспроможність і підвищують рівень задоволення від роботи в очах існуючих працівників.

Перетворення працівників компанії на домінуючий стратегічний ресурс її економічного зростання, забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості вимагають виваженості

прийняття управлінських рішень щодо роботи з внутрішнім HR-брендом. Саме запропонований у статті методичний інструментарій дасть можливість ефективно вирішити поставлене завдання. Отримані результати дають змогу математично формалізувати задачу визначення рівня задоволеності працівників компанії її внутрішнім HR-брендом на основі комплексного врахування результатів опитування співробітників. Запропонований методичний підхід може бути використаний керівниками компаній для розроблення й обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації розвитку їхнього внутрішнього HR-бренду.

#### Список використаних джерел:

1. Ambler, T., Barrow, S. The employer brand. *The Journal of Brand Management*. 1996. Vol. 4. Pp. 185-206. <https://doi.org/10.1057/bm.1996.42>
2. Berthon P., Ewing M., Hah L., Captivating Company: Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. *International Journal of Advertising*. 2005. Vol. 24. № 2. Pp. 151–172.
3. Moroko L., & Uncles M. D. Characteristics of successful employer brands. *Journal of Brand Management*. 2008. 16(3). pp. 160-175. doi: 10.1057/bm.2008.4
4. Punjaisri K., & Wilson A. The role of internal branding in the delivery of employee brand promise. *Journal of Brand Management*. 2007. 15(1). pp. 57–70. doi: 10.1057/palgrave.bm.2550110
5. Foster C., Punjaisri K., & Cheng R. Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product & Brand Management*. 2010. 19(6). pp. 401–409. doi: 10.1108/10610421011085712
6. King C., & Grace D. Building and measuring employee-based brand equity. *European Journal of Marketing*. 2010. 44(7/8). Pp. 938–971. <https://doi.org/10.1108/03090561011047472>
7. Barrow S., Mosley R. The employer brand: Bringing the best of brand management to people at work. John Wiley & Sons, 2011.
8. Backhaus K., Tikoo S. Conceptualizing and Researching Employer Branding. *Career Development International*. 2004. Vol. 9. N 5. Pp. 501–517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
9. Kryger Aggerholm H., Esmann Andersen S., & Thomsen C. Conceptualising employer branding in sustainable organisations. *Corporate Communications: An International Journal*. 2011. 16(2). Pp. 105–123. <https://doi.org/10.1108/13563281111141642>
10. King C., & Grace D. Examining the antecedents of positive employee brand-related attitudes and behaviours. *European Journal of Marketing*. 2012. 46(3/4). Pp. 469–488. <https://doi.org/10.1108/03090561211202567>
11. Mangold W. G., & Miles S. J. The employee brand: Is yours an all-star?. *Business Horizons*. 2007. 50(5). Pp. 423–433. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.06.001>
12. Botha, A., Bussin, M., Swardt, L. De. An employer brand predictive model for talent attraction and retention // *SA Journal of Human Resource Management*. 2011. Vol. 9. № 1. Pp. 1–12. URL: <http://journals.co.za/content/sajhrm/9/1/EJC95927>
13. Aggerholm, H. K., Andersen, S. E., Thomsen, C. Conceptualising employer branding insustainable organizations. // Emerald Group Publishing Limited. 2011. № 16. Pp. 105–123. <https://doi.org/10.1108/13563281111141642>
14. Minchington B., Morris L. G. In employer branding – experience is everything. 2015. URL: <https://www.slideshare.net/brettminch/in-employer-branding-experience-is-everything>
15. Minchington, Brett. Build Employer Brand Equity: International Waters-Employer Branding // *HRFuture*. 2016. Vol. 1. № 1. Pp. 13–14. URL: [https://journals.co.za/content/om\\_hrf/01/1/EJC177720](https://journals.co.za/content/om_hrf/01/1/EJC177720)
16. Bilorus T., Firsova S. The attribution model of the employer brand as a strategic factor of increasing competitiveness. *Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph* / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov". 2019. Vol. 3. 355 p.

#### References:

1. Ambler T., Barrow S. (1996). The employer brand. *The Journal of Brand Management*, vol. 4, pp. 185–206.
2. Berthon P., Ewing M., & Hah L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International journal of advertising*, 24(2), pp. 151–172. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072912>

3. Moroko L., & Uncles M. D. (2008). Characteristics of successful employer brands. *Journal of Brand Management*, 16(3), pp. 160–175. doi: 10.1057/bm.2008.4
4. Punjaisri K., & Wilson A. (2007). The role of internal branding in the delivery of employee brand promise. *Journal of Brand Management*, 15(1), pp. 57–70. doi: 10.1057/palgrave.bm.2550110
5. Foster C., Punjaisri K., & Cheng R. (2010). Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product & Brand Management*, 19(6), pp. 401–409. doi: 10.1108/10610421011085712
6. King C., & Grace D. (2010). Building and measuring employee-based brand equity. *European Journal of Marketing*, 44(7/8), pp. 938–971. <https://doi.org/10.1108/03090561011047472>
7. Barrow S., & Mosley R. (2011). *The employer brand: Bringing the best of brand management to people at work*. John Wiley & Sons. (in USA)
8. Backhaus K., Tikoo S. (2004). Conceptualizing and Researching Employer Branding. *Career Development International*, Vol. 9, N 5, pp. 501–517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
9. Kryger Aggerholm H., Esmann Andersen S., & Thomsen C. (2011). Conceptualising employer branding in sustainable organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(2), pp. 105–123. <https://doi.org/10.1108/13563281111141642>
10. King C., & Grace D. (2012). Examining the antecedents of positive employee brand-related attitudes and behaviours. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), pp. 469–488. <https://doi.org/10.1108/03090561211202567>
11. Mangold W. G., & Miles S. J. (2007). The employee brand: Is yours an all-star?. *Business Horizons*, 50(5), pp. 423–433. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.06.001>
12. Botha A., Bussin M., Swardt L. De. (2011). An employer brand predictive model for talent attraction and retention. *SA Journal of Human Resource Management*, vol. 9, № 1.
13. Aggerholm H. K., Andersen S. E., Thomsen C. (2011). Conceptualising employer branding in sustainable organizations. *Emerald Group Publishing Limited*, № 16. <https://doi.org/10.1108/13563281111141642>
14. Minchington B., Morris L. G. (2015). In employer branding experience is everything. Available at: <https://www.slideshare.net/brettminch/in-employer-branding-experience-is-everything>
15. Minchington, Brett (2016). Build Employer Brand Equity: International Waters-Employer Branding. *HRFuture*.
16. Bilorus T., Firsova S. (2019). The attribution model of the employer brand as a strategic factor of increasing competitiveness. *Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph* / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov", vol. 3, 355 p.

**Данілова Е.І.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності підприємств  
Національного авіаційного університету

**Danilova Elvira**

National Aviation University

## УМОВА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ АВІАКОМПАНІЇ

## CONDITION OF THE BALANCE OF ECONOMIC INTERESTS OF AVIATION ENTERPRISE

Метою статті є оцінювання умов збалансованості економічних інтересів авіакомпаній для кожного виду взаємовідносин та межі економічної безпеки таких взаємовідносин. Досліджено умови збалансованості та межі економічної безпеки взаємовідносин авіакомпаній на рівнях: постачальники – авіакомпанія, споживачі – авіакомпанія, держава – авіакомпанія, акціонери – керуюча система підприємства, персонал – керуюча система підприємства. Визначено ризики неузгодженості економічних інтересів системи взаємовідносин керуючої системи підприємства та зацікавлених осіб. Оцінювання економічної безпеки на основі запропонованої сукупності співвідношень, які виражають узгодженість та збалансованість економічних інтересів керуючої системи авіатранспортного підприємства та його зацікавлених осіб, дає змогу виявити тих осіб, потреби яких є не задоволеними й які несуть загрозу діяльності підприємства через зміну умов своєї співпраці та поведінки відносин.

**Ключові слова:** економічна безпека, система взаємовідносин, економічний інтерес, умова збалансованості.

Целью статьи является оценка условий сбалансированности экономических интересов авиаккомпаний для каждого вида взаимоотношений и предела экономической безопасности таких взаимоотношений. Исследованы условия сбалансированности и грань экономической безопасности взаимоотношений авиаккомпаний на уровнях: поставщики – авиаккомпания, потребители – авиаккомпания, государство – авиаккомпания, акционеры – управляющая система предприятия, персонал – управляющая система предприятия. Определены риски несогласованности экономических интересов системы взаимоотношений управляющей системы предприятия и заинтересованных лиц. Оценка экономической безопасности на основе предложенной совокупности соотношений, которые выражают согласованность и сбалансированность экономических интересов управляющей системы авиатранспортного предприятия и его заинтересованных лиц, позволяет выявить тех людей, потребности которых не удовлетворены и которые несут угрозу деятельности предприятия вследствие изменения условий своего сотрудничества и поведения отношений.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, система взаимоотношений, экономический интерес, условие сбалансированности.

Researching of the risks of realization of economic interests of the enterprise creates the need to identify the system of interested persons and identify their economic interests. Building up an economic security system under uncertainty of environmental impact, conflicts of interest between economic entities is possible on the basis of modern scientific and practical approaches. In such circumstances, the need for the development of new methodological approaches for the assessment of economic security of the system of economic interests implementation is growing. The aim of the article is to evaluate conditions of economic interests' balance of airlines for each type of relations and economic security limits of such relations. The basis of the study were the results of the activities of nine airlines on the Ukrainian market: JSC "International Airlines of Ukraine", PJSC "Motor Sich", LLC "Aviation Company "Wind Rose", LLC "Yaneir", LLC "Meridian Airlines", LLC "SkyUP Airlines", "Azur Air Ukraine Airlines" LLC, "Bukovina Airlines" JSC. The conditions of balance and the boundary of economic security of airlines' relations at such levels: suppliers – airline; consumers – airline; state – airline; shareholders – the management system of enterprise; personnel – the management system of enterprise are anal-

ysed. The risks of economic interests mismatch of the system of relations between the management system and stakeholders are identified. The proposed system of evaluation of economic interests comprehensively characterizes the dynamic relationship between the economic interests of the air transport enterprise and its stakeholders. The conclusion about the benefits of proposed set of indicators for assessing economic security of the state of realisation of economic interests is made: the ratio of the quantitative measurement of the economic interests of airline in comparison with economic interests of stakeholders is displayed; hazards and risks in a system of relations between the enterprise and its stakeholders identification can be done; the processes of dynamic change are reflected.

**Key words:** economic security, the system of relations, economic interest, the conditions of balance, stakeholders, aircompany, suppliers, consumers.

**Постановка проблеми.** Для дослідження ризиків реалізації економічних інтересів підприємства виникає необхідність у виявленні системи зацікавлених осіб, ідентифікації їхніх економічних інтересів, ідентифікації ризиків їх реалізації, формуванні системи показників оцінювання рівня задоволення економічних інтересів зацікавлених осіб, оцінювання ризиків реалізації економічних інтересів та їхнього впливу на економічні інтереси суб'єктів економічних відносин.

Базою дослідження були результати діяльності дев'яти авіакомпаній на ринку України: ПрАТ «АК «Міжнародні авіалінії України», ПАТ «Мотор Січ», ТОВ «Авіаційна компанія «Роза вітрів», ТОВ «ЯнЕйр», ТОВ «Авіакомпанія Меридіан», ТОВ «Авіакомпанія Скай АП», ТОВ «Авіакомпанія «АзурЕйрУкраїна», ПрАТ «Авіакомпанія Буковина», ТОВ «Авіакомпанія Браво».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття економічної безпеки підприємств та проблема пошуку підходів до оцінювання рівня економічної безпеки широко досліджені в науковій літературі [1–6]. Серед сукупності авторських тлумачень поняття економічної безпеки підприємства яскраво вираженим є її розуміння як «системи захисту економічних інтересів підприємства від загроз» [7; 8].

Для оцінювання системи економічних інтересів авіакомпанії в економічній науці сформовано сукупність методичних підходів. Найбільш удалим, на думку автора, оцінюванням узгодженості економічних інтересів є пропозиція М.Г. Бойко щодо використання системи збалансованих показників Р.С. Каплана, Д.П. Нортон, яка дає змогу оцінити систему взаємовідносин за такими складниками: фінанси, взаємовідносини зі споживачами, внутрішні процеси, навчання й розвиток персоналу [9].

Однак система Д.П. Нортон і Р.С. Каплана не охоплює всієї системи взаємовідносин авіатранспортного підприємства та зацікавлених осіб.

**Метою дослідження** є оцінювання умов збалансованості економічних інтересів авіакомпаній для кожного виду взаємовідносин та межі економічної безпеки таких взаємовідносин.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

У результаті проведеної автором декомпозиції показників виміру економічного інтересу авіакомпаній було ідентифіковано індикатори їх узгодженості, якими в системі економічних показників авіакомпанії є витрати та обсяги реалізації послуг. Зроблено висновок, що цільовими показниками збалансованості взаємовідносин авіакомпанії та її партнерів є витрати та обсяг реалізації авіакомпанії. Усі партнери авіакомпанії прямо чи опосередковано впливають на авіакомпанію через сукупність чинників, які формують обсяг її реалізації та витрати. Чим більший позитивний вплив на обсяги реалізації та витрати авіакомпанії, тим стійкішим є стан економічної безпеки авіакомпанії. Неприятливий вплив чинників, які лежать в основі взаємовідносин авіакомпанії та її зацікавлених осіб, впливає на зниження обсягів реалізації та (або) зростання витрат авіакомпанії.

У контексті оцінювання економічної безпеки системи взаємовідносин підприємства та з урахуванням існуючих концептуальних підходів до діагностики їхнього стану варто зазначити, що безпечним вважається стан взаємовідносин, який сформований на умовах збалансованості економічних інтересів його учасників. Умова збалансованості економічних інтересів для кожного виду взаємовідносин визначається виходячи з об'єкта взаємовідносин, стану попиту та пропозиції на ринку об'єкта взаємовідносин, статусу учасників взаємовідносин тощо. В основі збалансованості економічних відносин її учасників лежить принцип взаємної вигоди (економічної, екологічної, соціальної тощо). Зрушення в системі взаємовідносин економічних взаємовідносин призводить до економічної небезпеки їх підтримання для одного з учасників. Отже, у системі реалізації економічного інтересу зацікавлених осіб авіакомпанії основоположним моментом їх збалансованості є межа економічної безпеки взаємовідносин як такі умови взаємовідносин, за яких утрачається стійкість авіакомпанії за рахунок утрат та зниження обсягів реалізації послуг.

З урахуванням визначених концептуальних засад дослідження економічної безпеки

на основі оцінювання рівня збалансованості економічних інтересів та межі економічної безпеки взаємовідносин варто зауважити про різні умови збалансованості та межі економічної безпеки реалізації економічної безпеки в розрізі існуючих пар взаємовідносин. Так, у системі відносин «постачальник – підприємство» економічний інтерес постачальника полягає у підтриманні та збільшенні прибутковості шляхом зростання обсягів та ціни постачання. Економічний інтерес підприємства – в організації стабільних постачань ресурсів відповідно до запланованих обсягів надання послуг. Умовою збалансованості економічних відносин для постачальника є прибутковість постачань, а для підприємства – стабільність ціни ресурсів, які постачаються, що в умовах ринкової економіки, ціни на імпорتنі ресурси в якій формуються залежно від тенденцій зміни валютного курсу, є неможливим, тому умовою збалансованості відносин із постачальниками ресурсів (послуг) є зростання ціни послуги авіакомпанії не нижче темпу зростання ціни ресурсів.

Межею економічної безпеки взаємовідносин авіакомпанії та постачальників ресурсів (послуг) є співвідношення темпів зростання ціни послуги та темпів зростання витрат ресурсів у ціні послуги авіакомпанії. Ураховуючи, що зростання ціни вартості авіап перевезень можливе не лише за рахунок зростання вартості ресурсів та послуг сторонніх компаній, а й за рахунок зростання вартості використання внутрішніх ресурсів авіакомпанії, під час оцінювання межі втрати економічної безпеки даних взаємовідносин варто очистити темп зростання ціни авіапослуги від темпів зростання внутрішніх ресурсів (табл. 1).

Система взаємовідносин авіакомпанії та споживачів реалізується на ринку пасажирських та вантажних перевезень і визначається сукупністю як загальних, так і специфічних чинників, які впливають як на обсяги попиту на

перевезення, так і зумовлюють вибір авіакомпанії на ринку авіап перевезень. До таких чинників відносять стан розвитку економіки країни, які формують рівень ділової активності в країні та мобільність її громадян, стан конкуренції на ринку авіап перевезень тощо.

Економічні інтереси споживачів авіапослуг пов'язані з необхідністю швидкого, надійного та безпечного переміщення. Основні економічні інтереси авіатранспортного підприємства реалізують через зростання обсягів реалізації послуг. Збалансованість економічних інтересів споживачів та авіатранспортних підприємств досягається за умови дотримання прибутковості послуг для авіатранспортного підприємства та одночасного забезпечення такого рівня ціни послуги, яка відповідає критеріям зручності маршруту перевезення та якості послуги. З урахуванням умов збалансованості економічних інтересів споживачів та авіатранспортного підприємства межею економічної безпеки їхніх взаємовідносин є умова надання послуг, темп зростання ціни на які нижче темпу зростання ціни альтернативних видів транспортних послуг або послуг конкурентів на заданих маршрутах перевезення (табл. 2). Підтримання такої умови економічної безпеки вимагає від авіатранспортного підприємства низки управлінських дій щодо моніторингу на ринку авіатранспортних послуг за показниками ціни, якості, маршрутів, сервісу, надійності перевезення, безпечності перевезення тощо та контролю над структурою та динамікою операційних витрат авіатранспортного підприємства.

Взаємовідносини авіакомпанії та держави будуються на сукупності національних нормативних актів, які регулюють правила та норми діяльності господарюючих суб'єктів, і міждержавних домовленостей у сфері міжнародних авіаційних перевезень. Не деталізуючи всю сукупність правил та норм діяльності авіатранспортних підприємств в Україні в силу її широкого пред-

Таблиця 1

**Умова збалансованості та межа економічної безпеки  
взаємовідносин «постачальники – авіакомпанія»**

Економічні інтереси взаємовідносин		Умова збалансованості економічних інтересів		Межа економічної безпеки взаємовідносин
постачальника	Керуючої системи підприємства	для постачальника	для авіакомпанії	
Підтримання та збільшення прибутковості шляхом зростання обсягів та ціни постачання	Організація стабільних постачань ресурсів відповідно до запланованих обсягів надання послуг	Прибутковість постачання	Темп зростання ціни послуги не нижче темпу зростання ціни ресурсів	Темп зростання ціни послуги (за вирахуванням темпів зростання внутрішніх ресурсів) нижче темпу зростання витрат ресурсів у ціні послуги

*Джерело: складено автором*



Таблиця 2

**Умова збалансованості та межа економічної безпеки  
взаємовідносин «споживачі – авіакомпанія»**

Споживачі	Керуюча система підприємства	Умова збалансованості		Межа економічної безпеки взаємовідносин
		Для споживача	Для авіакомпанії	
Надійність, безпечність послуги	Зростання обсягів реалізації послуг	Оптимальна ціна послуги Зручність послуги	Прибутковість реалізації	Темп зростання ціни авіа послуги нижче темпу зростання ціни альтернативних видів транспортних послуг або послуг конкурентів

*Джерело: складено автором*

ставлення в економічній літературі та зважаючи на об'єкт даного дослідження, варто наголосити, що держава є однією з ключових зацікавлених осіб у діяльності авіатранспортних підприємств, оскільки від її участі залежить бізнес-середовище діяльності авіатранспортних підприємств. Однак, беручи на себе регулюючу та контролюючу функції в діяльності авіатранспортних підприємств, у системі взаємовідносин «держава – авіатранспортне підприємство» держава реалізує свої економічні інтереси, які обмежуються вирішенням соціальних проблем за рахунок бюджетних коштів, сформованих платниками податків. Економічні інтереси авіатранспортного підприємства пов'язані з довгостроковою визначеністю умов економічної діяльності та захисту інтересів національного авіаперевізника в системі міждержавних домовленостей.

Збалансованість економічних інтересів держави та авіатранспортного підприємства досягається за умови дотримання принципу стабільності платежів до бюджету. Однак, як засвідчують проведені дослідження, прозорість реалізації економічних інтересів підприємницької діяльності дотримується за умови, якщо темп зростання податкових зобов'язань не перевищує темпу зростання виручки підприємства (табл. 3).

Акціонерна форма власності авіатранспортних підприємств зумовлює ключову роль власників у їхній діяльності, яка проявляється у визначенні стратегічної спрямованості роз-

витку підприємства. Інвестування у формування акціонерного капіталу підприємства зумовлює економічний інтерес його власників у поверненні інвестованих коштів у формі поточних дивідендів та різниці ціни акцій у момент їх продажу. Зважаючи, що в умовах пріоритетності процесів реінвестування прибутку підприємств, визначеного як стратегічними орієнтирами власників, так змінами в системі оподаткування України (оподаткуванням виведеного капіталу), економічний інтерес власників пов'язаний зі зростанням ринкової вартості підприємства, яке відбувається на тлі зростання прибутковості діяльності. Збалансованість економічного інтересу акціонерів та економічного інтересу керівного органу авіатранспортного підприємства матиме місце у разі забезпечення останнім прибутковості акціонерного капіталу. Безпека взаємовідносин акціонерів та керівної системи формується до межі, доки темп зростання дивідендів не перевищує темпу зростання чистого прибутку авіатранспортного підприємства (табл. 4). Діяльність за межею економічної безпеки є індикатором поступового виведення власниками вільних грошових коштів із підприємства, які могли б бути спрямовані на забезпечення потреб його розвитку.

Персонал у системі економічних відносин «керуюча система – персонал» розглядається, з одного боку, як об'єкт управління керуючою системою, завдяки якому здійснюється реалі-

Таблиця 3

**Умова збалансованості та межа економічної безпеки  
взаємовідносин «держава – авіакомпанія»**

Економічні інтереси		Умова збалансованості економічних інтересів		Межа економічної безпеки взаємовідносин
держави	керуючої системи підприємства	для держави	для авіакомпанії	
Наповнення бюджету	Стабільність норм та тарифів	Стабільність платежів до бюджету та позабюджетних фондів	Стабільність відрахувань до бюджету та позабюджетних фондів	Темп зростання податкових зобов'язань не перевищує темпу зростання виручки підприємства

*Джерело: складено автором*

Таблиця 4

**Умова збалансованості та межа економічної безпеки  
взаємовідносин «акціонери – керуюча система підприємства»**

Економічні інтереси		Умова збалансованості економічних інтересів		Межа економічної безпеки взаємовідносин
акціонерів	керуючої системи підприємства	для акціонерів	для авіакомпанії	
Повернення інвестованих коштів	Прибутковість власного капіталу	Зростання ринкової вартості підприємства Зростання дивідендів	Прибутковість акціонерного капіталу	Темп зростання дивідендів (паю) не перевищує темпу зростання чистого прибутку авіатранспортного підприємства

*Джерело: складено автором*

зація стратегічних та тактичних рішень задля збереження економічної безпеки авіакомпанії, з іншого – як джерело загроз, небезпек та ризиків. Аналіз економічної безпеки використання персоналу як ресурсного складника авіатранспортного підприємства, проведений вище, показав відносну безпечність кадрової підсистеми в системі економічної безпеки, що підтверджується стабільністю кадрового складу.

У контексті дослідження збалансованості інтересів керуючої системи та персоналу необхідно відзначити, що інтереси авіатранспортного підприємства лежать у площині зростання доходів діяльності, а інтереси персоналу пов'язані з можливістю оплати праці покрити їхні життєво необхідні потреби та наявністю умов для професійної реалізації. Умовою збалансованості економічних інтересів та межею економічної безпеки є таке співвідношення, за якого темп зростання продуктивності праці перевищує темп зростання оплати праці (табл. 5).

Неузгодження інтересів економічних суб'єктів сприяє посиленню гостроти суперечностей між ними і, як наслідок, можливій утраті стійкості підприємства. Оскільки принцип узгодженні реалізується лише в системі взаємовідносин, тому конфлікт інтересів виникає через різні співвідношення очікувань у задоволенні потреб конкретної зацікавленої особи та підприємства (його керівної системи).

Неузгодження економічних інтересів виникає в системі взаємовідносин керівної системи підприємства та всіх зацікавлених осіб. Джерела узгодженості та загрози стійкості, розвитку та стабільності діяльності підприємства представлено в табл. 6.

Запропонована система показників оцінювання економічних інтересів комплексно характеризує динамічне співвідношення між економічними інтересами авіатранспортного підприємства та його зацікавлених осіб.

**Висновки з проведеного дослідження.** Оцінювання економічної безпеки на основі запропонованої сукупності співвідношень, які виражають узгодженість та збалансованість економічних інтересів керуючої системи авіатранспортного підприємства та його зацікавлених осіб, дає змогу виявити тих осіб, потреби яких є не задоволеними й які несуть загрозу діяльності підприємства через зміну умов своєї співпраці та поведінки відносин.

Запропонована сукупність показників оцінювання економічної безпеки стану реалізації економічних інтересів має низку суттєвих переваг, оскільки:

1) базується на відображенні співвідношення кількісного виміру економічного інтересу авіатранспортного підприємства (чисельник) порівняно з економічними інтересами зацікавленої особи (знаменник). Саме такий

Таблиця 5

**Умова збалансованості та межа економічної безпеки  
взаємовідносин «персонал – керуюча система підприємства»**

Економічні інтереси		Умова збалансованості економічних інтересів		Межа економічної безпеки взаємовідносин
персоналу	керуючої системи підприємства	для персоналу	для авіакомпанії	
Забезпечення потреб життєдіяльності та професійної реалізації	Забезпечення робочих місць персоналом відповідної компетенції	Оплата праці не нижче оплати праці конкурентів	Стабільність та компетентність персоналу	Темп зростання продуктивності вище темпу зростання оплати праці

*Джерело: складено автором*

**Ризики неузгодженості економічних інтересів системи взаємовідносин  
керуючої системи підприємства та зацікавлених осіб**

Взаємовідносини	Критерій економічної безпеки взаємовідносин	Неузгодженість економічних інтересів	
		джерела ризиків	вплив ризиків на підприємство
Підприємство (керуюча система підприємства) – Постачальники	збалансованість	Необґрунтоване зростання ціни, погіршення якості та зростання часу надання ресурсу (послуги)	Зростання витрат та збитків авіакомпанії
Підприємство (керуюча система підприємства) – Споживачі		зниження альтернативної якості падіння попиту	Зниження обсягів реалізації
Підприємство (керуюча система підприємства) – Держава		Погіршення умов ведення бізнесу	Зростання ставок податків та інших зобов'язань
Підприємство (керуюча система підприємства) – Акціонери		Рішення про злиття, продаж, поглинання, реорганізацію, реструктуризацію	Втрата самостійності
Підприємство (керуюча система підприємства) – Персонал		Конфлікти, аварії, катастрофи, страйки, звільнення, рейдерство	Зростання витрат

Джерело: складено автором

підхід визначив відмінність запропонованих співвідношень від загальноприйнятих в економічній науці показників;

2) дає змогу визначити небезпеки й ризики в системі взаємовідносин підприємства та його зацікавлених осіб (на основі співвідношення

показників, реалізації економічних інтересів двох учасників взаємодії);

3) відображає процеси динамічних змін (завдяки використанню співвідношення темпів зміни економічних інтересів авіакомпанії та її зацікавлених осіб).

#### Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Мізюк С.Г., Ращепкін М.Д. Особливості формування економічного потенціалу підприємств із позицій економічної безпеки. *Науковий вісник*. 2018. Вип. 22. Ч. 1. С. 5–9.
2. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Т.Г. Васильців та ін. Львів : Новий світ, 2012. С. 12.
3. Єфімова Г.В., Марущак С.М. Планування безпечного розвитку підприємства на основі результатів діагностики рівня його економічної безпеки. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 3(8). С. 44.
4. Зачосова Н.В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ : монографія. Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2016. 375 с.
5. Корецька О.В. Теоретичні підходи до управління фінансово-економічною безпекою підприємств портової галузі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 225–229.
6. Линник О.І., Артеменко Н.В. Стратегія економічної безпеки підприємства як фактор зменшення впливу зовнішніх та внутрішніх загроз. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 67(1040). С. 159–169.
7. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення : монографія. Львів : Арал, 2008. 386 с.
8. Зачосова Н.В. Управління системою економічної безпеки фінансових установ : дис. ... д-ра екон. наук : 21.04.02 ; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Київ, 2017. 603 с.
9. Бойко М.Г. Методичні основи оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств. *Економічний часопис-XXI*. 2012. № 9–10. С. 48–53.

#### References:

1. Arefieva O.V., Miziuk S.H., Rashchepkin M.D. (2018) Osoblyvosti formuvannia ekonomichnoho potentsialu pidprijemstv iz pozytsii ekonomichnoi bezpeky [Features of formation of economic potential of enterprises from the point of view of economic security]. *Naukovyi visnyk*, no. 22, vol. 1, pp. 5–9.

2. Vasylytsiv, T.G, Voloshyn, V.I, Boikevych, O.R and Karkavchuk, V.V. (2012) *Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia: monohrafiia* [Financial and economic security of Ukrainian enterprises: strategy and mechanisms of ensuring: a monograph]. Lviv: Novii svit.
3. Yefimova, H.V and Marushchak, S.M. (2013) *Planuvannia bezpechnoho rozvytku pidpriemstva na osnovi rezul'tativ diahnostyky rivnia yoho ekonomichnoi bezpeky* [Planning of secure development of the enterprise based on the diagnostic results of its economic security level]. *EKONOMIKA: realii chasu*, vol. 3(8), p. 44.
4. Zachosova, N.V. (2016) *Formuvannia systemy ekonomichnoi bezpeky finansovykh ustanov: monohrafiia* [The formation of economic security system of financial institutions: a monograph]. Cherkasy: PE Chabanenko Y.A.
5. Koretska, O.V. (2017) *Teoretychni pidkhody do upravlinnia finansovo-ekonomichnoi bezpekoiu pidpriemstv portovoi haluzi* [The theoretical approaches to the management of financial and economic security of the port industry enterprises]. *Global and national problems of economy*, vol. 15, pp. 225–229.
6. Lynnyk, O.I. and Artemenko, N.V. (2013) *Stratehiia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva yak faktor zmenshennia vplyvu zovnishnikh ta vnutrishnikh zahroz* [The strategy of the enterprise economic security as a factor of reducing impact of internal and external threats]. *Visnyk NTU "KPI"*, vol. 67(1040), pp. 159–169.
7. Vasylytsiv, T.G, Voloshyn, V.I, Boikevych, O.R and Karkavchuk, V.V. (2012) *Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia: monohrafiia* [Financial and economic security of Ukrainian enterprises: strategy and mechanisms of ensuring: a monograph]. Lviv: Novii svit.
8. Zachosova, N.V. (2017) The management of economic security system of financial institutions, Abstract of Doctoral dissertation, Economics, The National Institute for Strategic Studies, Kyiv.
9. Boiko M. H. (2012) *Metodychni osnovy otsiniuvannia ekonomichnykh interesiv turystychnykh pidpriemstv* [Methodical bases of estimation of economic interests of tourist enterprises]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*, № 9-10, pp. 48–53.

**Пістунов І.М.**доктор технічних наук, професор,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»**Железнякова К.О.**магістр  
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»**Pistunov Igor, Gzelezniakova Kristina**

National Technical University «Dnipro Polytechnic»

## ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗДРІБНИХ ЦІН

## OPTIMIZATION OF RETAIL PRICES

Метою роботи є розроблення надійної методики, яка б дала змогу в умовах сталої норми прибутковості всього обсягу реалізації збільшити прибуток за рахунок перерозподілу роздрібних цін. Для вирішення поставленого завдання висунуто гіпотезу про те, що визначити оптимальні відпускні ціни можна за допомогою коригування норми прибутковості на кожну позицію окремо так, щоб загальна норма прибутковості точки реалізації залишалася незмінною. Коригування відбувається пропорційно обсягу реалізації кожного товару. Для цього складено систему рівнянь, у якій порівнюється загальна норма прибутковості, що діє у торговому підприємстві, з нормами прибутковості на кожен із товарів. Коефіцієнт коректування кожної часткової норми прибутковості на окремий товар здійснюється як різниці між числом Фібоначчі та відносною частотою споживання цього товару у попередній період. Розроблена методика була запроваджена. Алгоритм показав ефективність на рівні 12–130%.

**Ключові слова:** статистика, норма прибутковості, прибуток, оптимізація, роздрібні ціни, економіко-математична модель.

Целью работы является разработка надежной методики, которая позволила бы в условиях постоянной нормы доходности всего объема реализации увеличить прибыль за счет перераспределения розничных цен. Для решения поставленной задачи была выдвинута гипотеза о том, что определить оптимальные отпускные цены можно с помощью корректировки нормы доходности на каждую позицию отдельно так, чтобы общественная норма доходности точки реализации оставалась неизменной. Корректировка происходит пропорционально объему реализации каждого товара. Для этого составлена система уравнений, в которой сравнивается общая норма доходности, которая действует в торговом предприятии, с нормами доходности на каждый из товаров. Коэффициент корректировки каждой частичной нормы доходности на отдельный товар осуществляется как разница между числом Фибоначчи и относительной частотой потребления этого товара в предшествующий период. Разработанная методика была внедрена. Алгоритм показал эффективность на уровне 12–130%.

**Ключевые слова:** статистика, норма доходности, прибыль, оптимизация, розничные цены, экономико-математическая модель.

The authors of the article identified the problem of retailers in the fact that in the conditions of market saturation of consumer goods, and therefore, with great competition between trade organizations, there is a problem of increasing profits with a stable rate of return of the entire volume of sales. This goal can be achieved by changing the retail prices of the goods being sold. An analysis of recent research and publications has shown that none of these works provides a clear pricing algorithm. The purpose of the work is to develop a reliable methodology that would allow, in the conditions of constant rate of return of the entire volume of sales, to increase profits due to the redistribution of retail prices. To solve this problem, it was hypothesized that the optimal selling prices can be determined by adjusting the rate of return for each position individually, so that the overall rate of return of the point of sale remains unchanged. Adjustment occurs in proportion to the volume of sales of each product. For this purpose, a system of equations was drawn up, which compares the total rate of return of a trading enterprise with the rate of return for each of the goods. The adjustment coefficient of each partial rate of return for an individual commodity is calculated as the difference between the Fibonacci number and the relative

frequency of consumption of that commodity in the previous period. In the optimization problem, the Fibonacci number is a variable factor, but its starting value is taken as 1, 62. The developed method was introduced in the work of one cafe for 4 weeks in November-December 2019. Cold drinks were subject to price changes. The calculation of optimal prices was carried out with the use of data from the Poster POS software, which records the activity of retailers. After forming the initial data table (see, for example, Table 1), the optimal prices were in the MS Excel spreadsheet by the simplex method. Now, starting with the retail trade, it is necessary to determine the prices of goods, increasing their prime cost by the rate of return; After each week of trading, having the data on the sale of goods, prices must be changed according to the algorithm developed; The algorithm showed efficiency at the level of 12-130%.

**Key words:** statistics rate of return, profit, optimization, retail prices, economic and mathematical model.

**Постановка проблеми.** В умовах насиченості ринків товарами широкого вжитку, а отже, за великої конкуренції між торговими організаціями, виникає проблема збільшення прибутку за сталої норми прибутковості всього обсягу реалізації. Досягнення цієї мети може бути здійснене через зміну роздрібних цін на товари, що реалізуються.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботі М.І. Белявцева [1] процесу ціноутворення віддається дуже важлива роль у системі управління доходами торгового підприємства, та він називається найважливішим механізмом економічного розвитку.

Одним із недоліків розглянутого дослідження є неточність сформульованого визначення «механізм ціноутворення». Акцент зміщений у бік управління процесом формування ціни в системі управління діяльністю всього підприємства, не враховуючи при цьому вплив на ціноутворення компанії інших суб'єктів фінансових відносин і чинників мікро- і макросередовища, не розкриваючи їхніх зв'язків у структурі механізму формування ціни.

У роботі розглянуто класичний підхід до формування ціни на товар. Вона підходить для визначення початкової ціни й є досить незручною для розрахунку нової (змінної) ціни, адже вимагає значних витрат часу та обробки великої кількості даних. Тому цю модель не можна вважати гнучкою чи універсальною.

Серед робіт зарубіжних дослідників у сфері механізму ціноутворення на експортну продукцію великий інтерес представляє праця Г. Армстронга і Ф. Котлера [2]. Вони виділили чинники внутрішнього і зовнішнього середовища, що впливають на ціноутворення, аналіз та облік впливу яких дасть змогу компаніям проводити більш гнучку цінову політику.

Недоліком такої послідовності, на думку автора, можна вважати: відсутність етапу прогнозування ціни з урахуванням різних чинників і динаміки ринкової кон'юнктури, що особливо актуально для функціонування компаній на світовому ринку; непридатність циклічності етапів ціноутворення, зумовленої постійним моніторингом і коригуванням ціни

для її оптимізації та проведення максимально гнучкої цінової політики.

Рафі Мохамед [3] вважає найважливішим під час формування ціни на товари чи послуги, положення на ринку та відношення клієнтів відносно конкурентів. Він дає опис, як правильно визначати ціни у разі рецесії, інфляції та появи нового конкурента. Він упевнений, що тільки динаміка прибутку, ріст витрат та кількість нових клієнтів у сукупності можуть свідчити про успішність цінової політики.

Але жодна із цих робіт не дає чіткого алгоритму ціноутворення.

**Метою дослідження** є розроблення надійної методики, яка б дала змогу в умовах сталої норми прибутковості всього обсягу реалізації збільшити прибуток за рахунок перерозподілу роздрібних цін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для вирішення поставленого завдання висунуто гіпотезу про те, що визначити оптимальні відпускні ціни можна за допомогою коригування норми прибутковості на кожну позицію окремо так, щоб загальна норма прибутковості точки реалізації залишалася незмінною. Коригування відбувається пропорційно обсягу реалізації кожного товару.

Показник норми прибутковості дає можливість визначити ефективність використання всього авансового капіталу, ступінь його прибутковості. Чим вища норма прибутку підприємства, тим ефективніше використовується авансований капітал, тому підприємницькі структури у своїй господарській діяльності прагнуть одержати найвищу норму прибутку. Проте для кожної позиції її потрібно вираховувати окремо, спираючись передусім на попит, щоб споживачі могли купувати продукцію за очікуваною (прийнятною ціною), а продавець міг максимізувати прибуток за рахунок збільшення обсягу продажів.

Як правило, цей показник установлює власник бізнесу як єдиний для всього закладу торгівлі. Такий підхід не можна вважати ефективним, адже в такому разі не враховуються особливості товару та його популярність серед споживачів.

Саме тому норма прибутковості для кожного окремого товару  $НП_i$  буде залежати від частоти придбання кожного товару  $K_i$ . Ця частота знаходиться за певний короткостроковий період (7–14 днів, бо є численна кількість факторів, які змінюються щодня, і дані за більш довгий період будуть уже неактуальними, до того ж є певна циклічність, що залежить від дня тижня).

Знайдемо  $НП$  як:

$$НП = \frac{\sum_{i=1}^n (НП_i \times C_i)}{\sum_{i=1}^n C_i}, \quad (1)$$

де  $n$  – номенклатура товарів закладу торгівлі,  $C_i$  – ціна одиниці товару, ( $1 \leq i \leq n$ ).

Для коригування  $НП$  визначимо вагу кожного товару  $B_i$  у загальній номенклатурі:

$$B_i = \frac{K_i \times C_i}{\sum_{i=1}^n (K_i \times C_i)}, \quad (2)$$

з формули (2) виходить, що сума всіх ваг не зміниться:

$$B = \sum_{i=1}^n B_i = 1.$$

Тоді коефіцієнт коригування  $KK_i$  для кожного товару буде знайдений як:

$$KK_i = НП_i \left( \varphi - \frac{B_i}{\max(B_i)} \right), \quad (3)$$

де  $\varphi$  – число Фібоначчі, приблизне значення 1,62. Точне значення може бути знайдено як рішення рівняння  $\varphi - 1 = \frac{1}{\varphi}$ .

$$- \left[ НП - \frac{\sum_{i=1}^n C_i \left( НП_i \left( \varphi - \frac{\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}}{\max\left(\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}\right)} \right) \right) (1 - НП + НП_i \left( \varphi - \frac{\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}}{\max\left(\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}\right)} \right))}{\sum_{i=1}^n C_i \left( 1 - НП + НП_i \left( \varphi - \frac{\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}}{\max\left(\frac{K_i C_i}{\sum_{i=1}^n K_i C_i}\right)} \right) \right)} \right] \rightarrow \max \quad (8)$$

За обмеження, що  $\varphi \geq 0$ , але перед пошуком оптимуму стартове значення має бути  $\varphi = 1,62$ .

Така форма функціоналу зумовлена необхідністю забезпечити оптимальний розрахунок для будь-яких алгоритмів, які у своїй більшості дають змогу знаходити тільки найбільше значення екстремуму.

Розроблена методика була запроваджена в роботі одного кафе протягом чотирьох тижнів у листопаді-грудні 2019 р. Змінам цін піддавалися холодні напої.

Розрахунок оптимальних цін проводився із застосуванням даних із програмного комплексу Poster POS, що виконує облік діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Після формування початкової таблиці даних (див., наприклад, табл. 1) оптимальні ціни зна-

Тоді, скоригована ціна  $C_{i,кор}$  буде знайдена як:

$$C_{i,кор} = C_i \times (1 - KK_i + НП) \quad (4)$$

Формула розрахунку коригованої норми прибутковості для кожного окремого товару  $НП_{i,кор}$  буде виглядати так:

$$НП_{i,кор} = \frac{C_{i,кор} - CB_i}{CB_i} 100\%, \quad (5)$$

де  $CB_i$  – собівартість  $i$ -го товару, ( $1 \leq i \leq n$ ).

Тоді для того, щоб перевірити виконання умов, потрібно вирахувати середню норму прибутковості на всі товари після коригування ціни  $НП_{кор}$  за формулою:

$$НП_{кор} = \frac{\sum_{i=1}^n (KK_i C_{i,кор})}{\sum_{i=1}^n C_{i,кор}} \quad (6)$$

Оскільки точне значення числа  $\varphi$  не потрібне, адже воно є тільки стартовим значенням пошуку оптимуму, потрібне його коригування, щоб задане значення  $НП$  по всій номенклатурі товарів не змінювалося. Цієї мети можна досягти, сформулювавши задачу оптимізації так:

$$-НП - НП_{кор} \rightarrow \max, \quad (7)$$

де  $НП_{кор}$  розраховується за формулою (1). Змінним фактором у цій задачі буде число  $\varphi$ , для якого встановлюється обмеження  $\varphi \geq 0$ .

Таким чином, модель оптимізації буде складена з формул (1) – (7) і має вигляд:

ходилися у табличному процесорі MS Excel симплекс-методом [4].

Покажемо, як змінювалися поточні ціни на товари протягом періоду дослідження. Для цього вираховуємо відносні зміни ціни на товар кожного тижня окремо  $\Delta_i$  за формулою:

$$\Delta_i = \frac{C_{i,кор} - C_i}{C_i} 100\%, \quad (9)$$

де  $C_{i,кор}$  – скоригована відпускна ціна на наступний тиждень,  $1 \leq i < n$ ;  $n$  – кількість товарів;  $C_i$  – поточна ціна на  $i$ -ий товар.

Таким чином, формула розрахунку загальної відносної зміни цін за тиждень по всіх товарах  $\Delta$  буде виглядати так:

$$\Delta = \sum_{i=1}^n |\Delta_i| \quad (10)$$

Результати розрахунку нових цін на другий тиждень спостережень

Товари	СВ, грн	НП	Ц	К, разів	В	КК	НПкор	Цкор, грн.
Боржомі	23,08	30,0%	30,00	19	0,056	0,371	20,78%	27,88
Компот	25,51	30,0%	33,16	22	0,072	0,347	23,98%	33,36
Ананасовий сік	27,00	30,0%	35,10	12	0,042	0,389	18,48%	31,99
Апельсиновий сік	26,00	30,0%	33,80	68	0,227	0,163	47,75%	38,41
Вишневий сік	27,00	30,0%	35,10	27	0,094	0,325	26,69%	34,21
Гранатовий сік	28,00	30,0%	36,40	15	0,054	0,374	20,42%	33,72
Яблучний сік	26,00	30,0%	33,80	74	0,247	0,139	50,91%	39,24
Соса Сола	4,00	30,0%	5,20	54	0,028	0,405	16,29%	4,65
Лимонад	15,42	30,0%	20,05	44	0,087	0,333	25,69%	19,38
Мохіто	21,42	30,0%	27,85	34	0,094	0,326	26,69%	27,14

У результаті розрахунків за формулою (10) отримуємо такі дані:

$$\Delta_1 = 75,52\%; \Delta_2 = 38,50\%; \Delta_3 = 19,88\%; \Delta_4 = 10,93\%$$

Наглядно видно, що загальна відносна зміна цін кожного тижня зменшувалася протягом

місяця приблизно вдвічі. При цьому найбільш еластичним до попиту виявився товар Соса Сола, зміна ціни якого на підсумковому тижні становить майже половину від загального результату по всіх товарах (5,0% із 10,93%),

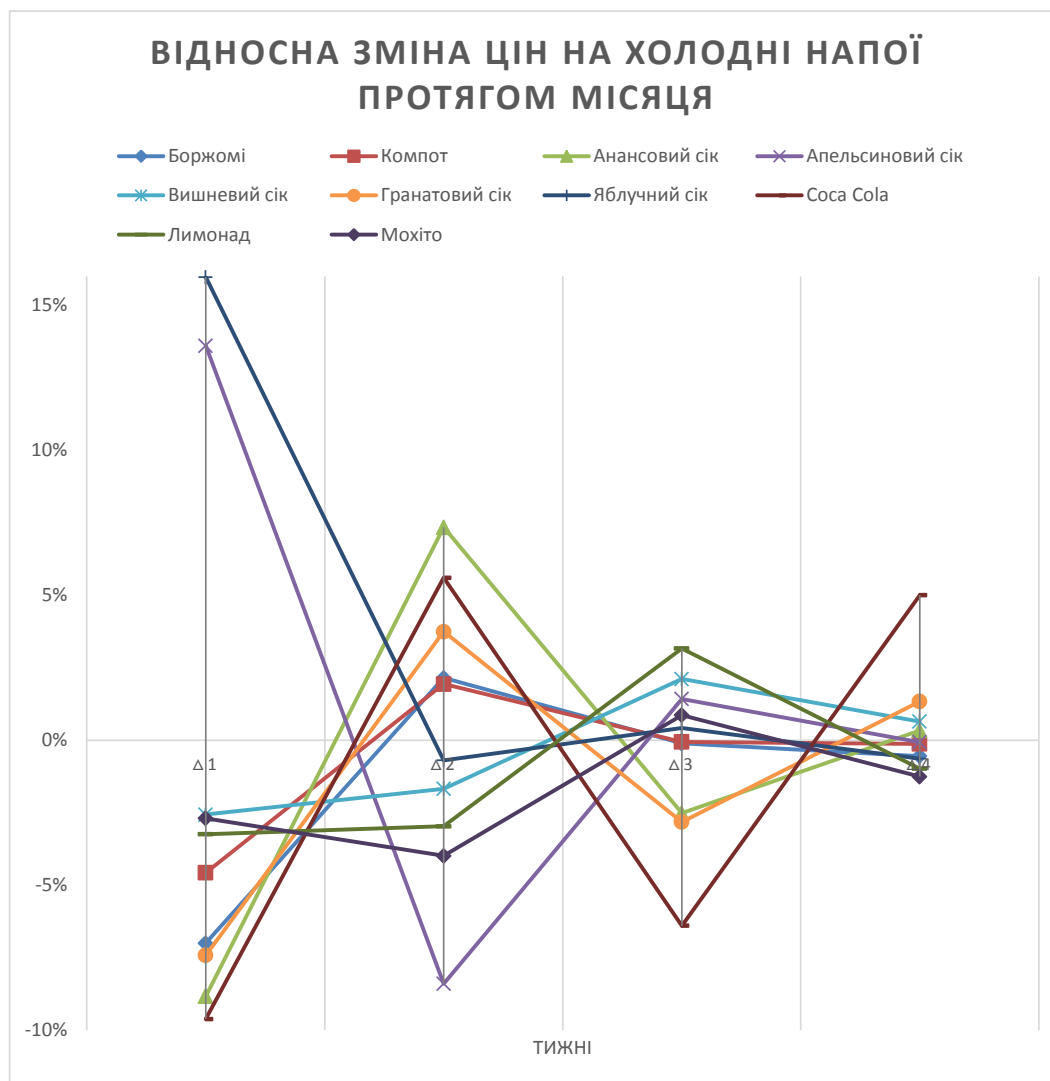


Рис. 1. Графік відносної зміни цін на холодні напої протягом місяця дослідження



Таблиця 2

Зміна показника  $\varphi$  та прибутку протягом місяця дослідження

Тижні	$\varphi$	Прибуток, грн	Ріст прибутку відносно першого тижня дослідження, %
1	1,464	2346,1	-
2	1,603	2738,19	16,71%
3	1,595	2798,08	19,27%
4	1,608	2756,27	17,48%

притому, що зміна ціни на всі інші товари за модулем коливається від 0,07% до 1,34%. Тому можна вважати, що вже на четвертому тижні дослідження ціни почали виходити на відносно сталий рівень. За збереження стратегії й у подальшому чистий прибуток буде зберігатися на рівні 115–120% від стратегії діяльності без упровадження даної моделі. Тому можна вважати, що величина ефективності створеної моделі знаходиться у межах 15–20%.

На рис. 1 представлено графік зміни цін на напої протягом чотирьох тижнів. Як видно з графіка, поступово ціни виходять на рівноважний рівень, тобто зміни ціни стають майже нульовими.

У табл. 2 показано зміни прибутку протягом періоду спостережень. З результатів можна зробити висновок, що прибуток був найбільшим у перші періоди, а потім він зменшується.

Цікаво також, що оптимальне значення числа  $\varphi$  незначно відхиляється від його початкового значення, отже, гіпотеза про його важливість для оптимального ціноутворення підтвердилася.

**Висновки з проведеного дослідження.** Запровадження розробленого алгоритму у

роздрібну торгівлю дає змогу зробити такі висновки:

1. Тепер, починаючи роздрібну торгівлю, потрібно визначити ціни на товари, збільшивши їхню собівартість на норму прибутковості.

2. Після кожного тижня торгівлі, маючи дані з реалізації товару, ціни необхідно змінити згідно з розробленим алгоритмом.

3. Алгоритм показав ефективність на рівні 12–130%.

4. Роздрібні ціни почали наблизитися до одного значення.

5. Один місяць запровадження алгоритму призвів до стабілізації цін.

6. Відвідувачі починають розуміти, що «акційні пропозиції» діють на постійній основі, тільки змінюється їх перелік (помітно знижується ефект новизни та ексклюзивності) – попит трохи знижується.

7. Цінова пропозиція стає максимально близькою до очікувань клієнтів, що сприяє щонайменше підтримці попиту на сталому рівні, як максимум – росту попиту.

8. Варто дослідити запропонований алгоритм для більшої номенклатури товарів.

**Список використаних джерел:**

1. Белявцев М.І., Петенко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 332 с.
2. Armstrong G. and Kotler P. Marketing: An Introduction (13th Edition). 2016. 642 p.
3. Mohammed R. The 1% Windfall: How Successful Companies Use Price to Profit and Grow. Milwaukee, 2010. 259 p.
4. Пістунів І.М. Економічна кібернетика : навчальний посібник ; вид. 2-е, випр. і доп. Дніпро : НГУ, 2014. 215 с.

**References:**

1. Belyavtsev MI Marketing pricing policy: tutorial. manual / [Belyavtsev MI, Petenko IV, Prozorova IV]. K.: Center for Educational Literature, 2005. 332 p. (in Ukrainian)
2. Armstrong G. and Kotler P. Marketing: An Introduction (13th Edition). 2016. 642 p.
3. Mohammed R. The 1% Windfall: How Successful Companies Use Price to Profit and Grow. Milwaukee, 2010. 259 p.
4. Pistunov IM Economic Cybernetics [Electronic resource]: textbook tool. / I.M. Pistunov; Nat. mines Univ. An electron. text. data. Second edition, corrected and supplemented. D.: NSU, 2014. 215 p. (in Ukrainian)

**Раменська С.Є.**кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету**Хороших В.В.**кандидат державного управління, доцент,  
завідувач кафедри маркетингу  
Донецького державного університету управління, м. Маріуполь**Радченко Г.А.**кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4233-2831>**Ramenska Svitlana**

National Aviation University

**Khoroshykh Viktoriia**

Donetsk State University of Management, Mariupol

**Radchenko Hanna**

National Aviation University

## ПОЄДНАННЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ І МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ

### DECENTRALIZATION IN UKRAINE VS MARKETING OF AREAS

У статті розглядається зв'язок між децентралізацією влади, яка відбувається в Україні з 2015 р., та впровадженням маркетингових стратегій територій. Децентралізація влади дає додаткові можливості для створення регіональних маркетингових інновацій. Впровадження та розроблення маркетингових стратегій територій дає змогу вирішити низку соціальних питань, таких як поліпшення міграційних процесів, створення додаткових робочих місць і покращення рівня життя в сільській місцевості та малих містах. Маркетингові стратегії дають територіям можливості та інструменти для вирішення численних викликів у залученні до діяльності, у задоволенні потреб населення. Конкуренція між територіями має тенденцію до структурного вдосконалення державного управління, освіти, охорони здоров'я та соціального забезпечення. Розвиток території вимагає координації між економічними, соціальними та культурними питаннями, з різними ініціативами та орієнтаціями місцевих учасників. Потенціал територіального залучення будується на основі глобальних територіальних стратегій, включаючи географічні, економічні, людські та міські чинники.

**Ключові слова:** децентралізація влади, маркетинг територій, бренд міста, потреби громадян.

В статье рассматривается связь между децентрализацией власти, которая происходит в Украине с 2015 г., и внедрением маркетинговых стратегий территорий. Децентрализация власти дает дополнительные возможности для создания региональных маркетинговых инноваций. Внедрение и разработка маркетинговых стратегий территорий позволяет решить ряд социальных вопросов, таких как улучшение миграционных процессов, создание дополнительных рабочих мест и улучшение уровня жизни в сельской местности и малых городах. Маркетинговые стратегии дают территориям возможности и инструменты для решения многочисленных вызовов в привлечении к деятельности, в удовлетворении потребностей населения. Конкуренция между территориями имеет тенденцию к структурному совершенствованию государственного управления, образования, здравоохранения и социального обеспечения. Развитие территории требует координации между экономическими, социальными и культурными вопросами, с различными инициативами и ориентациями местных участников. Потенциал территориального привлечения строится на основе глобальных территориальных стратегий, включая географические, экономические, человеческие и городские факторы.

**Ключевые слова:** децентрализация власти, маркетинг территорий, бренд города, потребности граждан.

The connection between the decentralization of power that is taking place in Ukraine since 2015 and introduction of marketing strategies of places is considered in the article. The decentralization of power gives additional opportunities for creation of regional marketing innovations. The implementation and development of marketing strategies of places will resolve a number of social issues, such as improving migration processes, creating additional jobs and improving the standards of life in the rural territories and in the small cities. Marketing strategies give territories the opportunities and tools to face numeral challenges, either in attracting activities or in satisfying population needs. The competition between territories tends to structural improvement of public administration, education, health and social security systems. Place development demands coordination between economic, social and cultural issues, with different initiatives and orientations of the local actors. There are four groups of strategies to achieve the goals of area marketing aimed at attracting internal and external investors, industry development, export of territorial goods and services. It is considered expedient to use area image concepts on the basis of the area attractiveness marketing, including investment, infrastructure, personnel marketing. The territorial attraction capacity is building upon global territorial strategies, involving geographical, economic, human and urban factors. Due to its fertile lands, Ukraine has always been considered more agrarian than an industrial country. Before the revolution, the rural population was almost 80%. Today the situation has changed dramatically. The process of urbanization of countries requires the migration of residents to the cities. When approaching the territory from a marketing position, that is as a product, it is very important to identify the unique offer that can be made to the potential consumer at the highest possible price. In Ukraine there is a great opportunity to create interesting offers for all segments of consumers.

**Key words:** decentralization of power, marketing of areas, brand of the city, citizen needs.

**Постановка проблеми.** Сьогодні процес об'єднання місцевих громад сприяє переходу значної частки обов'язків із районів до громад. Відповідно до чинної Конституції України, безпосередньо обрані верхні субрегіональні ради нинішніх районів відповідають за представлення спільних інтересів населених пунктів у межах кожного такого округу. Однак об'єднання часто призводить до створення відносно великих і могутніх ОТГ, які більше не потребують адміністративної підтримки рад чи керівників (тобто голів верхніх субрегіональних державних адміністрацій) на рівні району. Таким чином, більшість районів уже передала ОТГ широкі обов'язки та фінансові ресурси.

Основною мотивацією передбаченої широкої консолідації районів лише у 100 таких територіальних одиниць є підвищення ефективності та скорочення витрат державних адміністрацій. Окрім того, проекти законів, що роз'яснюють нові обов'язки вищих субрегіональних виконавчих комітетів та рад, усе ще перебувають у процесі підготовки. Тож на разі зарано говорити, які саме функції будуть покладені на нові об'єднані райони. Усе ще потрібно визначити функції майбутніх інституцій, а також їх територіальне планування. Незважаючи на ці та деякі інші досі відкриті питання, злиття районів є логічним продовженням об'єднання громад і повинно зробити Україну більш узгодженою з адміністративними структурами багатьох країн – членів ЄС. Безумовно, досягти цих цілей може бути не так просто, саме тому поєднання процесів децентралізації з комплексом маркетингових інновацій, зокрема спрямованих на залучення внутрішніх та зовнішніх інвесторів, розвиток галузі, експорт територіаль-

них товарів та послуг, використання концепції зображень району на основі маркетингу привабливості області, включаючи інвестиції, інфраструктуру, маркетинг персоналу, сприятимуть вирішенню таких питань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями теоретичного підґрунтя системи поєднання децентралізації влади і маркетингу територій займалися як вітчизняні, так зарубіжні вчені, серед них – Д. Хайдер, І. Рейн [1], С.Ф. Смерічевський [2], Д. Візгалов [3]. Незважаючи на значний внесок науковців у розгляд питань теоретичного підґрунтя системи поєднання децентралізації влади і маркетингу територій, залишаються недостатньо розглянутими питання у зв'язку з постійними змінами ринкової системи.

Проте аналіз вітчизняної наукової думки, зокрема праці В.Л. Сібука [4], Т.В. Князевої [5], С.Е. Сардака [6], показав, що аспект установлення взаємозв'язку між рівнем децентралізації державного управління та ступенем ефективністю регулювання соціально-економічного розвитку потребує подальшого дослідження, що зумовлює доцільність продовження наукового пошуку в цьому напрямі.

**Метою дослідження** є обґрунтування доцільності теоретичного підґрунтя системи поєднання децентралізації влади і маркетингу територій у сучасних економічних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У 2015 р. в Україні розпочалася децентралізація влади, а саме передача значних повноважень і бюджетних процесів від державних органів органам місцевого самоврядування. Бюджетний процес – це безперервні послідовні дії, спрямовані як на фінансування пріоритетних про-

грам і заходів, так і на стабільне функціонування бюджетної сфери. Відповідно до Бюджетного кодексу України, «бюджетний процес – це регламентований бюджетним законодавством процес складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів, звіт про їх виконання, а також контроль над дотриманням бюджетного законодавства». Експерти стверджують, що соціально-економічний стан кожної громади, ефективність надання послуг і результативність роботи всіх учасників бюджетного процесу безпосередньо залежать від належним чином організованого управління бюджетним процесом.

Передача повноважень місцевим радам, які вважаються ближче до народу, дасть їм змогу більш ефективно функціонувати. Реалізації цих повноважень сприяють різні національні та багатонаціональні іноземні донори, серед яких – ЄС та США, консолідували свої дії в Україні за допомогою таких програм, як ULEAD, PULSE та DOBRE, що збільшило результативність їхнього впливу. Серед інших міжнародних організацій Рада Європи ділиться експертними юридичними знаннями в рамках проекту «Децентралізація і реформа місцевого самоврядування в Україні». Добре скоординована консультативна підтримка, технічна та фінансова допомога з-за кордону сприяли тому, що уряд та парламент України не знехтував питанням децентралізації та її важливості [1]. Програми передбачають як збільшення можливостей ключових суб'єктів на національному, регіональному та місцевому рівнях, так і вдосконалення процесу надання громадянам України адміністративних послуг на місцевому рівні.

Фінансова децентралізація, яка почалася з внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України, стала першим кроком, який продемонстрував позитивні результати, такі як щорічне зростання власних ресурсів місцевих бюджетів та можливість органів місцевого самоврядування спрямовувати гроші на розвиток інфраструктурних та інших проєктів.

Виникла необхідність створення просторової основи нового ефективного місцевого самоврядування, тому в регіонах України створюються громади. 5 вересня 2015 р. набрав чинності Закон України № 676-VIII «Про внесення змін до деяких законів України щодо організації проведення перших виборів депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів», згідно з яким «об'єднана територіальна громада вважається утвореною за цим Законом зі дня набрання чинності рішення всіх рад, які прийняли рішення про добровільне об'єднання територіальних громад, або з моменту набрання законної сили рішення про підтримку добровільного об'єднання територіальних гро-

мад у місцевий референдум за умови відповідності таких рішень висновку, передбаченому частиною четвертою статті 7 цього Закону».

Беручи до уваги наведене вище, можна стверджувати, що сьогодні виникає необхідність розроблення й упровадження стратегій маркетингу територій в умовах соціально-економічної диференціації адміністративно-територіальних одиниць, яка стає ключовим для місцевих рад питанням, що вимагає вивчення. Впровадження стратегій маркетингу територій дасть змогу передусім вирішити низку соціальних питань, таких як поліпшення міграційних процесів, створення додаткових робочих місць і, як наслідок, поліпшення рівня життя сільського населення і населення невеликих міст.

Україна завдяки своїм родючим землям завжди вважалася більш аграрною, ніж промисловою країною. До революції сільське населення становило майже 80%. Сьогодні ситуація змінилася докорінно. Процес урбанізація країн вимагає міграції жителів у міста. Найбільш урбанізованою країною вважаються США, тут міське населення становить понад 80% від загальної кількості жителів. Частка жителів сіл Франції становить 23%, Польщі – 38%, в Україні – 31%. Однак сільське населення України змушене шукати роботу в містах або за межами країни, тому що за роки незалежності влада й уряд не сприяли розвитку аграрного комплексу України. За останні десятиліття кількість сільського населення України скоротилася майже на 3 млн осіб, що сталося переважно за рахунок депопуляції, пов'язаної з високим рівнем смертності та еміграції. Вирішенню таких складних суспільних проблем сприяє застосування сучасних методів маркетингу територій.

Для визначення і розуміння того, які можливості відкриваються в Україні для розвитку маркетингу територій завдяки децентралізації влади, наведемо його основні визначення. Перш за все дія маркетингу територій спрямована на розвиток внутрішніх і зовнішніх суб'єктів в інтересах певної території. Для розвитку зовнішніх суб'єктів маркетингу територій створюється найпривабливіший інвестиційний клімат із метою формування позитивного іміджу території і зростання її популярності, тому просування території як усередині, так і за її межами набуває першочергового значення. Успішне просування території – це процес створення комерційних можливостей та нових робочих місць, а також створення умов для проведення дозвілля, соціального і культурного життя. Губернатори областей та інші місцеві суб'єкти повинні вибирати стратегії розвитку території відповідно до сучасних вимог економіки і міжтериторіальної конкуренції, заохочу-

ючи інфраструктурні зміни, формування людських ресурсів і поліпшення якості життя.

Конкуренція між територіями має тенденцію до вдосконалення систем державного управління, освіти, охорони здоров'я і соціального забезпечення. Розвиток території вимагає координації економічних, соціальних і культурних питань за різних ініціатив та орієнтирів учасників на місцях. Можливості привабливості території засновані на глобальних територіальних стратегіях, які включають географічні, економічні, людські та урбаністичні чинники. Території повинні формувати і пропонувати позитивний імідж, в основі якого лежить не тільки економічний чинник.

Основними цілями маркетингу територій можна вважати формування і поліпшення іміджу території, її престижу, ділової та соціальної конкурентоспроможності, а також залучення інвестицій, створення бренду території, продуктів і послуг, які виробляються внутрішніми суб'єктами, стимулювання використання власних ресурсів території як усередині, так і за її межами на користь і в інтересах території.

Виділяють чотири групи стратегій для досягнення цілей маркетингу територій, спрямованих на залучення внутрішніх і зовнішніх інвесторів, розвиток промисловості, експорт територіальних товарів і послуг. Уважається за доцільне використання концепцій іміджу територій, в основі яких – маркетинг привабливості території, що включає інвестиційний, інфраструктурний маркетинг, маркетинг персоналу. Для реалізації концепцій створюється маркетинговий план з урахуванням тих особливостей території, просування яких цим планом передбачається. Реалізація плану маркетингу є процесом перетворення плану на певні дії, націлені на досягнення маркетингових цілей. Система реалізації плану маркетингу території складається із взаємопов'язаних елементів:

- програми дій;
- організаційної структури;
- людських ресурсів;
- культури організації й управління;
- системи прийняття рішень та заохочень.

Маркетинг територій визначає і частково створює унікальні властивості регіону як товару, які стають його основними конкурентними перевагами. Виходячи із цього, продуктом для маркетингу територій виступає певна територіальна одиниця, яка має власні переваги і недоліки [2]. Створені конкурентні переваги або ті, які вже існують, повинні користуватися попитом у споживачів. У маркетингу територій споживачами можуть бути:

- підприємці, зацікавлені, по-перше, у доволішніх ринках збуту, по-друге, у доступності ква-

ліфікованої робочої сили, по-третє, у сприятливих умовах здійснення підприємницької діяльності;

- інвестори, для яких важливими чинниками є ціни на нерухомість, рівень опрацювання процедур купівлі-продажу, висока внутрішня ставка прибутковості на інвестований капітал;
- туристи і туристичні агентства, для яких визначальним чинником популярності території є наявність пам'яток та відповідної інфраструктури.

Підходячи до території з позиції маркетингу, тобто як до продукту, дуже важливим є визначення тієї унікальної пропозиції, яку можна зробити потенційному споживачеві за якомога вищою ціною. В Україні існує широка можливість створення цікавих пропозицій для всіх сегментів споживачів.

Для того щоб прийняти найбільш ефективне рішення відносно напрямку розвитку тієї чи іншої території в Україні, необхідно отримати дані з первинних джерел, тобто результати проведення опитування населення. Вибірка для проведення опитування має бути пропорційною, щоб у подальшому стало можливим розподілити результати статистичної обробки.

Як відомо, форми прийняття рішень можуть бути розділені на дві великі групи. Першу групу становлять форми, засновані на індивідуальній відповідальності за прийняте рішення. Другу групу становлять форми прийняття рішення, засновані на колективному вирішенні. У разі впровадження маркетингу територій для прийняття дієвих рішень щодо розвитку територій доцільно використовувати другу групу. У цьому разі основою для прийняття рішення стануть первинні дані, отримані в результаті опитування репрезентативної вибірки регіону. Для отримання первинних даних необхідно скласти анкету, в яку пропонуємо включити питання такої спрямованості:

1. Оцінка привабливості території для проживання. Дана спрямованість питань необхідна для визначення рівня якості послуг, надаваних на території, таких як робота служб ЖКГ, транспортні послуги, послуги освітніх і медичних установ, а також стан дорожньої інфраструктури. За результатами отриманих від населення оцінок є можливість вибору пріоритетних напрямів розвитку регіону для створення сприятливих для проживання умов.

2. Оцінка привабливості території для розвитку бізнесу.

3. Оцінка ступеня привабливості території для розвитку туризму.

4. Основні напрями розвитку території та підвищення її привабливості.

Спираючись на теоретичні аспекти маркетингу територій, розглянемо можливість його

практичного застосування на прикладі відновленої в 2004 р. президентом України В. Ющенко гетьманської столиці в м. Батурині Чернігівської області, яка була заснована у 1575 р. польським королем і великим князем Литовським Стефаном Баторієм [4]. Місто розташоване на берегах річки Сейм і до недавнього часу чисельність його населення становила 2 716 осіб. Довгий час м. Батурин мав статус селища міського типу, і, дійсно, місто більше нагадує селище. Сьогодні м. Батурин є національним історико-культурним заповідником, який охоплює такі пам'ятники історії і архітектури, як палац останнього запорізького гетьмана Кирила Розумовського, побудований за проектом англійського архітектора Чарльза Камерона, цитадель, де збереглися залишки земляних укріплень фортеці, вік якої понад 900 років, Воскресенська церква, яка є усипальницею Кирила Розумовського, будинок Генерального суду Лівобережної України, Батуринський Свято-Миколаївський Крупицький монастир. Для містечка з населенням менше трьох тисяч осіб пропозиція є дуже великою.

За статистичними даними, Чернігівська область має найбільший в Україні показник (4,3%) природного скорочення населення, яке спостерігалось в усіх районах та містах України. Інтенсивність природного скорочення сільського населення значно перевищила цей показник у містах. На зміну чисельності населення впливають такі чинники: його природний рух, міграційні процеси, адміністративно-територіальні перетворення. Упровадження програми маркетингу територій дасть змогу вплинути на міграційні процеси в бік збільшення населення території, поліпшення рівня життя населення за рахунок створення нових робочих місць. У даному разі йдеться про Бахмацький район Чернігівської області, в якому розташоване м. Батурин. Сьогодні, незважаючи на наявність низки туристичних місць, у місті майже відсутня туристична інфраструктура, тому виникає необхідність її створення і роз-

ширення, по-перше, за рахунок власних коштів міської ради, по-друге, за рахунок внутрішніх і зовнішніх інвесторів, залученню яких сприятиме створення привабливого інвестиційного клімату та іміджу території.

Програма маркетингу територій складається з елементів комплексу маркетингу, планування необхідних маркетингових заходів і розроблення бюджету, передусім, на створення бренду території, оскільки просування бренду відбувається успішніше. Просування як елемент комплексу маркетингу території є ключовим, тому що сьогодні навіть багато українців дуже слабо обізнані про території, які можуть створити позитивне сприйняття України як розвиненої держави.

**Висновки з проведеного дослідження.** Об'єктивні процеси децентралізації суттєво трансформують економічну систему України, як наслідок, створено значну кількість об'єднаних територіальних громад. Низка громад має значні успіхи у своїй діяльності, що забезпечено можливістю отримання фінансової самодостатності; участі в проектах міжнародної технічної допомоги, що працюють саме з ОТГ; шансом використовувати кошти на розвиток своєї території, а також інвентаризацією земель, об'єктів соціальної сфери, податкових надходжень, оптимізацією існуючих послуг та отримання нових. До недоліків слід віднести відсутність чіткості у законодавстві, низьку обізнаність громад із новими можливостями та суттєвими перевагами від нововведень, відсутність системного підходу до змін у місцевому самоврядуванні та до адміністративно-територіальної реформи.

Саме тому вважаємо за доцільне в подальших дослідженнях спрямувати увагу на аналіз європейських практик поєднання децентралізації влади та маркетингу територій із метою формування сучасних підходів до реалізації принципу децентралізації в Україні та створення оптимальної моделі територіальної організації влади на всіх рівнях.

#### Список використаних джерел:

1. Kotler Ph., Donald H. Kheider, Rein I. (2015) *Marketing places*. NY : THE FREE PRESS, 390 p.
2. Smerichevskiy S., Britchenko I., Sibruk V. (2017) Features of factor analysis in marketing of areas. *National features and world trends of management and administration at the macro, meso and micro levels of the economy* : International scientific and practical conference, March 17–18: thesis. Dnipro, part. 2, pp. 84–87.
3. Vizgalov D. *Let the cities live*. M. : Sector, 2015. P. 272.
4. Формування підходів до управління маркетингом територій на засадах теорії обмежень систем / С.Ф. Смерічевський та ін. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 4(72) С. 193–199. doi: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-59>
5. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Walid A. Assessment of marketing activity management in territorial units: theoretical-methodological approach. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. № 4. P. 326–333. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-326-333>

6. Сардак С.Е., Іотова К.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні. *Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку»* : у 8 т., м. Дніпро, 18–19 квітня 2019 р. Дніпро, 2019. Т. 2. С. 83–85.
7. Сардак С.Е. Еволюція поглядів на зміст і роль людських ресурсів у суспільному поступі. *Actual problems of economics*. 2012. № 12(138). С. 132–139.
8. The Law on Voluntary Accession of Communities has Become Effective (Regarding Voluntary Adherence of Territorial Communities)» dated March 18, 2017. URL: <https://decentralization.gov.ua/en/news/5066?page=166> (дата звернення: 27.02.2020).
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення: 15.03.2020).
10. Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця». URL: <http://www.baturin-capital.gov.ua> (дата звернення: 03.03.2020).

#### References:

1. Kotler Ph., Donald H. Kheider, Rein I. (2015) Marketing places. NY: THE FREE PRESS. P. 390.
2. Smerichevskiy S., Britchenko I., Sibruk V. (2017) Features of factor analysis in marketing of areas – *National features and world trends of management and administration at the macro, meso and micro levels of the economy*: International scientific and practical conference, March 17-18: thesis. Dnipro, part. 2, pp. 84–87.
3. Vizgalov D. Let the cities live. M.: Sector, 2015. P. 272.
4. Smerlchevskiy S.F., Sibruk V.L., Radchenko G.A. Kutlina I.Yu. Formuvannya pidhodiv do upravlinnya marketingom teritoriy na zasadah teoriiy obmezhen sistem. 2019. *Problemi sistemnogo pidhodu v ekonomitsi*. Vip. 4(72), pp. 193–199. doi: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-59>
5. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Atia Walid. Assessment of marketing activity management in territorial units: theoretical-methodological approach // *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No 4. Pp. 326–333. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-326-333>
6. Sardak S.E., Iotova K.O. Sotsialne pidpriemnistvo: svitoviy dosvid ta perspektivi rozvitku v Ukrayini. *Zbirnik naukovih prats Mizhnarodnoyi naukovo-praktichnoyi konferentsiyi «Ekonomika i menedzhment 2019: perspektivi integratsiyi ta innovatsiyynogo rozvitku»* u 8 t. (Dnipro, 18–19 kvitnya 2019 r.). Т. 2, pp. 83–85.
7. Sardak S.E. Evolyutsiya poglyadiv na zmist i rol lyudskih resursiv u suspilnomu postupi. *Actual problems of economics*, № 12(138). 2012, Pp. 132–139.
8. The Law on Voluntary Accession of Communities has Become Effective (Regarding Voluntary Adherence of Territorial Communities) dated March 18, 2017. URL: <https://decentralization.gov.ua/en/news/5066?page=166> (data zvernennya 27.02.2020).
9. Ofitsiyinyi sayt derzhavnoyi sluzhbi statistiki Ukrayini URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (data zvernennya 15.03.2020).
10. Natsionalniy Istoriko-kulturniy zapovidnik «Getmanska stolitsya». URL: <http://www.baturin-capital.gov.ua> (data zvernennya 03.03.2020).

Стукан Т.М.

аспірант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Stukan Tatyana

Kherson State Agrarian University

## ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ПОЗИЦІЙ

### INNOVATIVE TYPE OF DEVELOPMENT OF AGRARIAN ENTERPRISES AS A FACTOR OF STRENGTHENING COMPETITIVE POSITIONS

У статті розкрито суть та наведено характеристику інноваційного типу розвитку суб'єктів господарювання аграрного сектору економіки України. Проаналізовано інтенсивність упровадження інновацій у виробничу діяльність аграрних підприємств. Охарактеризовано основні чинники, що впливають на інноваційний розвиток підприємств: фінансові, матеріально-технічні, інвестиційні, інформаційне забезпечення. Досліджено сучасний стан та тенденції інноваційної діяльності аграрних підприємств, проаналізовано динаміку та вектори трансформацій структури активів агроформувань та джерела їх формування. Визначено основні проблемні чинники, що гальмують розвиток підприємств різних галузей виробництва за інноваційним типом розвитку. Окреслено пріоритетні напрями та запропоновано інструменти державної підтримки суб'єктів господарювання за інноваційного вектору розвитку. З боку підприємств повинно швидко змінюватися та покращуватися їх організаційна структура залежно від змін у зовнішньому середовищі, мусять бути наявні методи стимулювання працівників, які продукують нові ідеї, знання щодо поліпшення процесу виробництва чи створення інноваційного продукту, забезпечення всіх можливостей у самореалізації кожного працівника.

**Ключові слова:** інноваційний тип розвитку, технологічні інновації, інноваційний продукт, матеріально-технічна база, інвестиційне забезпечення, конкурентні переваги.

В статье раскрыта сущность и приведена характеристика инновационного типа развития субъектов хозяйствования аграрного сектора экономики Украины. Проанализирована интенсивность внедрения инноваций в производственную деятельность аграрных предприятий. Охарактеризованы основные факторы, влияющие на инновационное развитие предприятий: финансовые, материально-технические, инвестиционные, информационное обеспечение. Исследованы современное состояние и тенденции инновационной деятельности аграрных предприятий, проанализированы динамика и векторы трансформаций структуры активов агроформирований и источники их формирования. Определены основные проблемные факторы, тормозящие развитие предприятий различных отраслей производства за инновационным типом развития. Определены приоритетные направления и предложены инструменты государственной поддержки субъектов хозяйствования при инновационном векторе развития. Со стороны предприятий должна быстро меняться и улучшаться их организационная структура в зависимости от изменений во внешней среде, должны быть определены методы стимулирования работников, которые продуцируют новые идеи, знания по улучшению процесса производства или созданию инновационного продукта, обеспечения всех возможностей самореализации каждого работника.

**Ключевые слова:** инновационный тип развития, технологические инновации, инновационный продукт, материально-техническая база, инвестиционное обеспечение, конкурентные преимущества.

The article reveals the essence and characteristic of innovative development of business entities of agrarian sector of economy of Ukraine. Analyzed the intensity of innovation in production activities of agricultural enterprises. Describes the main factors influencing the innovative development of enterprises: financial, logistical, investment, information provision. Investigates the current status and trends of innovation activity of agricultural enterprises, analyzes the dynamics and vectors of transformation of the structure of assets of agricultural companies and sources of their formation. Identified the main problematic factors hindering the development of enterprises in various industries on innovative type of development. Identified priority areas and instruments of state support of economic entities under innovative development. With, enterprises should rapidly change and improve their organizational structure



in response to changes in the external environment should be the existing methods of stimulation of workers who produce new ideas, knowledge to improve the manufacturing process or create an innovative product, ensuring all opportunities for self-realization of each employee. The business entities today should be guaranteed to get in the way of innovative type of development, because it will give impetus to the modernization of material-technical base, creation of resource-saving technologies will lead to wide application of marketing techniques to improve the system of certification and standardization, etc., and even only because of these positions agricultural companies will be able to increase the pace and to reorient the production of an innovative product that will have high demand in the market among consumers and to satisfy them with its quality and quantity. This will facilitate the access to foreign markets, which will allow you to upgrade existing infrastructure facilities for the establishment of logistics, through the development of optimal routes, the implementation of management of information and material flows in the process of movement of goods through the use of technologies of digitalization and automation.

**Key words:** innovative development, technological innovation, product innovation, logistics, investment security, competitive advantage.

**Постановка проблеми.** Сьогодні підприємства аграрного сектору функціонують у специфічних умовах під впливом природних, кліматичних, політичних, економічних чинників, що зумовлюють необхідність інтенсивних та якісних перетворень у виробничо-господарських процесах. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання вимагає трансформації існуючої системи до інноваційного типу розвитку, характерними ознаками якої є високий рівень освіти й науки, розвиток науково-дослідних робіт і проектно-конструкторських розробок, залучення фінансових інвестицій, широка інформатизація, значний інтелектуальний потенціал та ін.

Перехід підприємств на інноваційний тип розвитку є ключовим та важливим чинником, який сприятиме стабілізації, нарощенню виробничих потужностей та отриманню економічних вигод агроформуваннями. Однак для того щоб цього можна було досягти, слід зважати на стан зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування суб'єкта господарювання, на формування середовища для впровадження та використання нововведень у виробничо-господарську діяльність. Застаріння основного капіталу та стандартизовані шаблонні підходи в управлінні сьогодні не забезпечують економічне зростання, тому існуюча система потребує кардинальних змін. Вищезазначене зумовило необхідність проведення наукового дослідження та розроблення пропозицій щодо зміцнення конкурентоспроможності аграрних підприємств шляхом інтенсифікації їхнього інноваційного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченням питання розвитку підприємств на основі інноваційного підходу тривалий час займаються як вітчизняні, так і іноземні вчені, проте воно не втрачає своєї актуальності та є пріоритетним під час досліджень та аналізу діяльності суб'єктів господарювання. Пробле-

мами вивчення теоретичних та практичних засад функціонування підприємств на основі інноваційного типу розвитку займалися такі вітчизняні та іноземні науковці, як І. Ансофф, Ф. Ніксон, М. Портер, П. Саблук, Б. Санто, Б. Твісс, А. Томпсон, Р. Фатхутдінов, Л. Федулова, М. Чумаченко, А. Шестопал, Й. Шумпетер, Ю. Яковець та ін.

**Метою дослідження** є аналіз інноваційного типу розвитку аграрних підприємств задля зміцнення їх конкурентоспроможних позицій на ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Досвід розвинутих країн світу демонструє, що здебільшого основним чинником, який сприяє економічному розвитку підприємств, є не фінансовий капітал чи засоби виробництва, а знання й нові ідеї, завдяки яким відбувається створення конкурентоспроможної продукції, так званого «розумного продукту», що максимально повно задовольняє потреби споживача та сам формує попит і приносить дохід суб'єкту господарювання. Активізація інноваційної діяльності для бізнесу – головний чинник, завдяки якому можна в короткий проміжок часу досягти бажаних конкурентних позицій на цільовому ринку функціонування. Стратегічний розвиток підприємств, безперечно, повинен базуватися на інноваційному підході, тому основною метою в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів, що відбуваються, повинно стати забезпечення продовольчої безпеки країни на основі інноваційного розвитку економіки.

Першим та головним напрямом у сьогоденних умовах ведення бізнесу, на який аграрним підприємствам уже слід переорієнтуватися, є впровадження технологічних інновацій. У цьому контексті нововведення повинні полягати у розширенні номенклатури продукції та тих послуг, що надає суб'єкт господарювання, при цьому враховуючи потреби ринку, заміни застарілих механізмів і техніки, збільшення

виробничих потужностей, зменшення витрат праці, матеріалів, енергії на виробництво одиниці продукції, завоювання нових ринків чи збільшення своєї ринкової частки. Тож переорієнтація технологічних процесів на інноваційний тип розвитку для суб'єкта господарювання дасть змогу змінити наявний інертний і навіть регресійний характер у його діяльності і призведе до отримання очікуваних результатів та економічних вигід.

Щодо сутності інноваційного розвитку, то економічна література трактує дане словосполучення як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності, який полягає у виконанні переліку етапів, які проходить нововведення: створення, впровадження, поширення та реалізація інноваційних проектів. Найчастіше термін «інноваційний розвиток» розглядають, коли йдеться про проведення досліджень щодо механізму реалізації науково-технічного прогресу, формування нових економічних знань, пошуку сучасних джерел економічного зростання як на макро-, так і на мікрорівні, побудови інноваційної моделі розвитку на державному рівні тощо. Своєю чергою, інноваційний тип розвитку трактують як спосіб, завдяки якому відбувається економічне зростання за рахунок постійного та систематичного застосування нововведення, їх технологічне впровадження у виробництво, що призводить до суттєвих поліпшень усієї господарської діяльності підприємства через структурні зміни, коригування цілей та завдань, оновлення кадрового потенціалу, цифровізації та автоматизації процесів [7, с. 27–28].

Щодо трактування інноваційного розвитку на мікрорівні, то О. Адаменко із цього приводу стверджує, що це – діяльність підприємств, яка зводиться до постійного пошуку нових методів та засобів задоволення потреб споживачів та підвищення ефективності виробництва. І. Борисова трактує інноваційний розвиток підприємства як діяльність, що пов'язана з підвищенням вартості бізнесу за рахунок упровадження інновацій. С. Ілляшенко стверджує, що це – діяльність, у процесі якої здійснюється постійний пошук щодо впровадження нових способів, методів, механізмів впливу на виробничо-господарський процес у змінних умовах функціонування та в межах вибраних цілей і стратегій господарювання. О. Мороз говорить про дану дефініцію як про створення нової продукції та налагодження процесів на основі використання можливостей суб'єкта господарювання, що призведе до якісних змін: підвищення конкурентоспроможності, збільшення стійкості в мінливих зовнішніх умовах, модифікація існуючих та формування нових ринків збуту. С. Поля-

ков, І. Степнов, І. Федулова, Ю. Погорелов інноваційний розвиток підприємства сприймають дуже вузько та визначають це поняття як суто впровадження інновацій, не враховуючи потенціал підприємства [7, с. 28–29].

Зважаючи на викладені думки науковців, можна сказати, що вони дещо різняться в плані того, що дехто з них ототожнює розвиток і діяльність, хтось наголошує на тісному взаємозв'язку між інноваційним розвитком та потенціалом підприємства і на тому, що це веде до якісних змін, запуску механізмів в інноваційному процесі. Як бачимо, тверджень багато, і кожне з них має на право існування, адже те середовище, в якому функціонують підприємства, швидкозмінне, тому й настільки різні судження.

З урахуванням існуючих наукових підходів та трактувань автором вдосконалено дефініцію та в результаті сформовано сутність інноваційного типу розвитку, що являє собою сукупність господарських, виробничих, управлінських та організаційних рішень, що впливають на структуру товарної продукції підприємства, у результаті чого на ринок виходить новий високотехнологічний, екологічно безпечний та якісний продукт, що максимально повно задовольняє потреби споживача, характеризується високою граничною корисністю та здатен впливати на якісні зміни в структурі потреб споживача.

Першим, хто структурував основні джерела економічного розвитку, серед яких був також і розвиток на основі інноваційної діяльності, був М. Портер. Він описував інноваційний тип розвитку підприємства як спосіб, завдяки якому відбуваються постійні та систематичні нововведення, які спрямовані на поліпшення, вдосконалення господарської діяльності, можливість використання наявних ресурсних чинників для створення інноваційної продукції та формування конкурентних переваг.

Інноваційний тип розвитку підприємств являє собою не тільки впровадження нововведень у певну галузь, він передбачає постійне проведення фундаментальних та прикладних досліджень, які є базою для створення інновацій. Це також сукупність знань та рекомендацій із приводу застосування нововведення та його адаптації до економічних умов функціонування. За орієнтації на інноваційний тип розвитку товаровиробникам слід також урахувати досвід іноземних підприємств у цьому питанні, адже саме міжнародні компанії володіють передовими знаннями щодо підвищення технічного та технологічного рівня оснащення виробничих процесів і знають, як за всієї сукупності серйозних та негативних чинників ведення бізнесу досягти позитивного економічного ефекту.

Сьогодні інформаційне забезпечення у переорієнтації на інноваційний тип розвитку відіграє важливу роль і є не менш важливим за матеріальні, трудові чи фінансові ресурси. Володіння інформацією про нові технології у процесі виробництва, засоби автоматизації та механізації технологічних процесів, осучаснені форми управління, зміни на ринку та майбутні тенденції щодо того, який продукт чи послугу хоче отримати кінцевий споживач, – усе це зумовлює налагодження вдалого управлінського процесу, який здатний призвести до економічного підйому у розвитку суб'єкта господарювання.

Інформаційне забезпечення у розвитку підприємств за інноваційним підходом є актуальним та набуває популярності, тому як зараз доступ до тієї інформації, що треба в більшості випадків, є не обмеженим і потребує лише правильного аналізу та вміння щодо того, як її правильно використати для своїх виробничих потреб, при цьому отримати бажаний результат. Роль інформації в забезпеченні сталого розвитку підприємств підвищується з переходом їх до наукомісткої спеціалізації. Джерелами інформаційного забезпечення щодо впровадження нововведень є наукові організації, освітні установи, органи державної влади, зовнішні та внутрішні ринкові суб'єкти, індивідуальні наукові консультанти [1].

Для характеристики стану впровадження інновацій у діяльність вітчизняних підприємств слід проаналізувати наявну їх кількість за 2014–2018 рр. у розрізі видів діяльності (табл. 1).

Із даних табл. 1 за період із 2014 по 2018 р. прослідковується тенденція до скорочення майже вдвічі кількості інноваційно активних підприємств, водночас у 2018 р. порівняно з 2017 р. спостерігається їх зростання на 18 одиниць, або на 2,37 в. п. Піковим роком щодо інноваційної активності та впровадження інновацій у продукцію та технологічні процеси можна вважати 2014 р. У 2018 р. упровадили у виробництво нові технологічні процеси 2 002 підприємства, що на

14,86 в. п більше, ніж у 2014 р., та на 9,34 в. п., ніж у 2017 р. Із приведених даних бачимо збільшення по впроваджених наявних видах інноваційної продукції на 61,00% у 2018 р. порівняно з 2017 р., до яких увійшли товари та послуги.

Для отримання наочної картини щодо впровадження інновацій підприємствами у свою діяльність перш за все проаналізуємо в динаміці їхню частку (рис. 1).

За аналізований період частка аграрних підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, зросла на 0,3 в. п. у 2018 р. порівняно з 2014 р. Найменша питома вага щодо впровадження інновацій спостерігається у 2014 р. і становить 16,1%. За даними рис. 1 усе ж таки прослідковується тенденція до зростання кількості підприємств, що займалися інноваційною діяльністю у період із 2014 р. по 2016 р., але в 2017 р. відбулося скорочення по відношенню до 2016 р., така ж тенденція прослідковується й у 2018 р. Ситуація, що склалася, свідчить про хвилеподібну динаміку в упровадженні нововведень суб'єктами господарювання.

У таких умовах здійснення виробничої діяльності та необхідності застосування інноваційних методів для забезпечення сталого розвитку підприємств потребує залучення коштів та фінансових ресурсів як від внутрішніх, так і від зовнішніх суб'єктів. До джерел інвестиційного забезпечення інноваційних процесів підприємств можна віднести: власні кошти, кошти державного бюджету, іноземні інвестиції (зовнішні інвестори), лізингові кошти, кредити, кошти спеціальних позабюджетних фондів, грошові кошти фінансових структур. Більш детальний розподіл фінансових коштів за суб'єктами фінансування наведено в табл. 2.

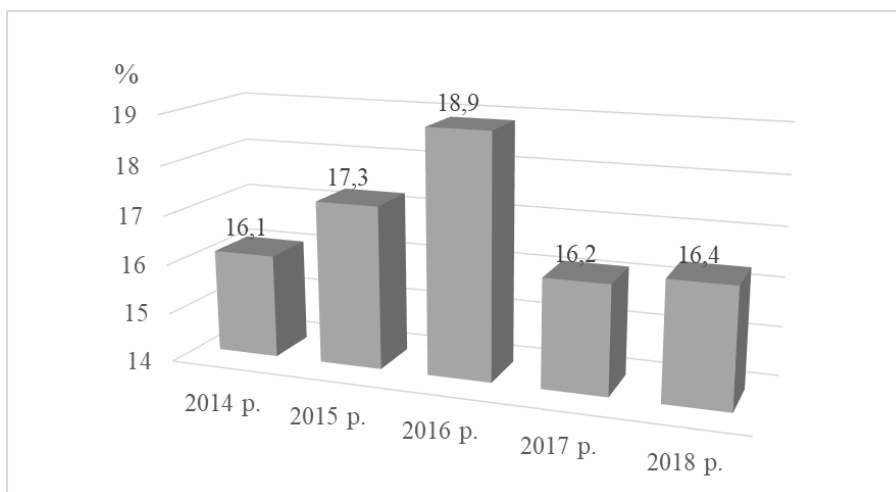
Основним джерелом фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств виступають власні фінансові кошти та асигнування з державного бюджету. Так, обсяг грошових коштів із державного бюджету в 2015 р. порівняно з 2018 р. зріс у 11,5 рази, зростання

Таблиця 1

**Кількість підприємств за напрямками інноваційної діяльності у 2014–2018 рр., од.**

Підприємства	Роки					2018 р. у % до	
	2014	2015	2016	2017	2018	2014 р.	2017 р.
Інноваційно активні	1609	824	834	759	777	48,29	2,37
Упроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси)	1208	723	735	672	739	61,17	9,97
Упровадили у виробництво нові технологічні процеси	1743	1217	3489	1831	2002	14,86	9,34
Упровадили наявні види інноваційної продукції (товари, послуги)	3661	3136	4139	2387	3843	4,97	61,00

Джерело: складено за [10]



**Рис. 1. Частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, за період 2014–2018 рр., %**

Джерело: складено за [2]

також відбулося від фінансових надходжень інших джерел (у 3,5 рази). Від інвесторів – резидентів і нерезидентів відбулося збільшення у 2018 р. порівняно з 2015 р. за аналогічними позиціями на 47,6 в. п. та на 82,6 в. п відповідно. Стосовно отримання підприємствами коштів від місцевого бюджету, то за аналізованими даними бачимо, що відбувається їх суттєве скорочення – на 65,1 в. п у 2015 р і на 86,0 в. п у 2017 р. порівняно з 2018 р. У сумарному підсумку спостерігається скорочення інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств на 11,8 в. п. у 2018 р. порівняно з 2015 р. та збільшення на 33,6 в. п. у 2018 р. порівняно з 2017 р.

Як бачимо з наведених даних таблиці, впровадження у виробничу діяльність підприємства інноваційних методів вимагає від суб'єкта господарювання залучення все більшої суми інвестиційних коштів. Це сприяє передусім забезпеченню зростання основного капіталу підприємства, якісному вдосконаленню матеріально-технічної бази, впровадженню новітніх досягнень науки і техніки в даній галузі, що

дасть змогу підвищити ефективність виробництва на всіх рівнях, створити необхідні умов для збереження кадрового потенціалу та допоможе зміцнити конкурентні позиції суб'єкта господарювання, але якщо будуть наявні позитивні результати впровадження.

Що стосується ефективності й конкурентоспроможності будь-якого виробництва, то воно визначається також і через стан матеріально-технічної бази. Сьогодні низька якість забезпечення матеріально-технічної бази гальмує процес інноваційної діяльності на підприємствах, адже її здійснення неможливе без сучасних засобів механізації, тому перед ними стоїть першочергове завдання в її осучасненні та оновленні, адже це є хорошим свідченням того, що суб'єкт господарювання прогресує у своєму розвитку, а не перебуває на етапі стагнації. Для того щоб оцінити ситуацію, що склалася в нашій країні щодо основних засобів, проаналізуємо на прикладі сільськогосподарської діяльності стан наявності основних видів техніки за період 2014–2017 рр. (табл. 3).

Таблиця 2

**Аналіз джерел інвестиційного забезпечення інноваційних процесів підприємств, млн грн**

Джерела	Роки			2018 р. у % до 2015 р.
	2015	2017	2018	
Державний бюджет	55,1	227,3	639,1	↑ у 11,5 рази
Місцевий бюджет	38,4	95,6	13,4	34,9
Власні кошти	13427	7704,1	10742,0	80,0
Кошти інвесторів-резидентів	74,3	273,1	109,7	↑ у 1,5 рази
Кошти інвесторів не резидентів	58,6	107,8	107,0	↑ 1,8 рази
Інші джерела	160,3	709,6	568,9	↑ у 3,5 рази
<b>Всього</b>	<b>13813,7</b>	<b>9117,5</b>	<b>12180,1</b>	<b>88,17</b>

Джерело: складено за [11]

Таблиця 3

**Динаміка наявності тракторів і сільськогосподарських машин на підприємствах України, шт.**

Види техніки	Роки				2017 р. у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	2017	
Комбайни зернозбиральні	27196	26735	27366	26801	98,5
Трактори	130811	127852	132686	129 272	98,8
Вантажні та вантажно-пасажирські автомобілі	87307	83567	85417	81158	93,0
Плуги	47933	47336	49306	49 072	102,4
Сівалки	65596	65492	67157	66 272	101,0
Бурякозбиральні машини	2747	2427	2278	2028	73,8
Дошувальні машини	3723	3815	4103	4226	113,5
Жатки валкові	13485	13595	14477	15389	114,1
Доїльні установки та апарати	10476	10232	10305	9533	91,0

Джерело: складено за [8]

Виходячи з даних таблиці, проаналізовано наявність основних видів сільськогосподарської техніки на підприємствах за період із 2014 р. по 2017 р. Найбільша її частка за видами по кожному аналізованому року належить тракторам – 129 272 шт. у 2017 р., що порівняно з 2014 р. менше на 1 539 шт., або на 1,18%. Скорочення відбулося також у 2017 р. порівняно з 2014 р. по таких видах сільськогосподарської техніки, як комбайни зернозбиральні, вантажні та вантажопасажирські автомобілі, бурякозбиральні машини, доїльні установки та апарати, на 1,45%, 7,04%, 26,17%, 9,00% відповідно. Це свідчить про те, що технічна база в сільському господарстві оновлюється повільно та гальмує темпи розвитку виробництва. Стосовно інших видів техніки, то спостерігається збільшення її кількості: плугів – на 1139 шт., або на 2,28%, сівалок – на 676 шт. (1,03%), дошувальних машин – на 503 шт. (13,51%), жаток валкових – на 1904 шт. (14,12%). Така диспропорція свідчить про те, що сільськогосподарським підприємствам і взагалі іншим суб'єктам господарювання виділяється недостатня кількість коштів на придбання та оновлення основних засобів, вони змушені це робити або за рахунок власних коштів, або шукати інвесторів, які захочуть профінансувати їхню діяльність. Тенденція до скорочення техніки за аналізований період продиктована також і тим, що суб'єкти господарювання через недофінансування продовжують використовувати техніку застарілих моделей зі значним фізичним і моральним зношенням, а це призводить до додаткових витрат часу, витрат продукції під час збирання, зберігання та транспортування.

У ході дослідження виявлено основні проблемні чинники, що гальмують розвиток інноваційної діяльності підприємств різних галузей виробництва [3]:

– недосконала законодавча база та недостатнє державне стимулювання інноваційної діяльності;

– гостра нестача інвестиційних ресурсів для здійснення інноваційної діяльності;

– низький, а іноді нульовий рівень фінансової підтримки як від держави, так і від внутрішніх інвесторів;

– мала частка іноземного фінансування через невисоку інвестиційну привабливість інноваційного сектору для зовнішнього інвестора;

– відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями;

– відсутня стала тенденція до забезпечення інтеграції науки і виробництва, що призвело б до стимулювання підприємств із метою впровадження нововведень у діяльність;

– однакове податкове навантаження як для підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, так і тих, що її не здійснюють;

– низька купівельна спроможність населення;

– тривалий термін окупності нововведень;

– нестача інформації про нові технології.

Зважаючи на всі зазначені проблемні моменти, сьогодні спостерігається тенденція до зниження інноваційної активності товаровиробників і небажання їх до впровадження нововведень.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аналіз інтенсивності, активності та готовності підприємств до інновацій указує на їх низький рівень. Інвестиційна активність по відношенню до фінансування нововведень є першим чинником, який призводить до пасивності з боку суб'єктів господарювання щодо їх упровадження. Такий стан свідчить про майже відсутню потенційну ефективність інновацій та посилення ризиків низької окупності вхідних інвестиційних потоків. За період 2014–2018 рр. частка аграрних підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, є незначною та в динаміці має хвилеподібний, нестійкий характер. Активізація інноваційної активності знаходиться у прямій залежності від підвищення паритету, що досягається за рахунок компенсаційних витрат та додаткового

державного фінансування. Першим кроком у цьому напрямі можуть стати зміни у податковій системі, що стосуватимуться зниження податкового навантаження на інвесторів (зовнішніх, внутрішніх), які готові та вкладають кошти в інвестиційний розвиток підприємств країни.

Фундаментальною базою на шляху до впровадження інноваційного типу розвитку є розроблення та впровадження дієвих механізмів щодо ефективного використання та оновлення, а в подальшому створення потужної матеріально-технічної бази, яка б відповідала сучасним вимогам стандартизації, новітнім технологіям. Саме від рівня інноваційного розвитку матеріально-технічної бази залежать обсяги випущеної продукції, її якість та конкурентоспроможність.

Суб'єктам господарювання сьогодні слід гарантовано ставати на шлях інноваційного типу розвитку, адже це забезпечить осучаснення матеріально-технічної бази, створення ресурсощадних технологій, розширення застосування маркетингових прийомів, удосконалення системи сертифікації й стандартизації та ін. Завдяки цим позиціям підприємствам вдасться підвищити темпи та переорієнтувати виробництво на випуск інноваційного продукту, який має високий попит на ринку серед споживачів та повністю задовольняє їх своїми якістю та кількістю.

Активна державна політика підтримки інновацій є інструментом стимулювання їх упровадження агроформуваннями. Першим кроком

у цьому повинна стати низка заходів: зміни у податковій системі (пільгове оподаткування), реалізація програм сприяння міжнародним інвестиціям та введення їх у дію, державне страхування інвестиційних ризиків та інших засобів підвищення інвестиційної привабливості підприємств, що стали на шлях застосування нововведень, створення інформаційно-консультаційних центрів для підприємств із надання дорадчої, консультаційної допомоги з питань освоєння інноваційних розробок і передового досвіду вітчизняних та іноземних товаровиробників. Підприємствам, з огляду на це, доцільно динамічно змінюватися та поліпшувати організаційну структуру залежно від змін у зовнішньому середовищі, впроваджувати сучасні методи стимулювання працівників, які продукують нові ідеї, знання щодо покращення процесу виробництва чи створення інноваційного продукту, забезпечення всіх можливостей у самореалізації кожного працівника.

Реалізація вищезазначеного матиме низку позитивних наслідків, що дасть змогу аграрним підприємствам зміцнити їхній конкурентний статус, наростити виробничий потенціал, розширити ринковий сегмент та мінімізувати ризики. Інноваційно активні підприємства матимуть значущі конкурентні переваги та пролонгований характер позитивного економічного ефекту, утримуватимуть свої конкурентні позиції та споживача.

#### Список використаних джерел:

1. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок в умовах трансформації економічних систем : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 571 с.
2. Державна служба статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/pi.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/pi.htm) (дата звернення: 12.01.2020).
3. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г. Забезпечення конкурентних переваг аграрних підприємств шляхом упровадження технологічних інновацій у виробничі процеси. *Агросвіт*. 2019. № 23. С. 3–7. doi: 10.32702/2306-6792.2019.23.3
4. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г. Інвестиційне середовище функціонування аграрних підприємств як базис формування їх конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2019. № 24. С. 3–8. doi: 10.32702/2306-6792.2019.24.3
5. Кирилов Ю.Є. Концептуальні засади конкурентоспроможного розвитку аграрного сектору економіки України в умовах глобалізації. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 420 с.
6. Коюда П.М., Шейко І.А. Ефективність інноваційної діяльності підприємств: теорія та практика : монографія. Харків : ХНУРЕ, 2013. 337 с.
7. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник / П.П. Микитюк та ін. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с.
8. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві у 2016 році : статистичний бюлетень / відп. за вип. О.М. Прокопенко. Київ : Державна служба статистики, 2017. 42 с.
9. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві у 2017 році : статистичний бюлетень / відп. за вип. О.М. Прокопенко. Київ : Державна служба статистики, 2018. 45 с.
10. Наукова та інноваційна діяльність України у 2018 році : статистичний збірник / відп. за вип. М.С. Кузнецова. Київ : Державна служба статистики, 2019. 107 с.
11. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 482 с.

**References:**

1. Kyryliuk Ye.M. (2013) Ahrarnyi rynek v umovakh transformatsii ekonomichnykh system [Agrarian market in the conditions of transformation of economic systems]. Kyiv : Derzhavnyi vyshchyi navchalnyi zaklad "Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet im. Vadyma Hetmana". (in Ukrainian)
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ni.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm) (accessed 12 January 2020).
3. Kyrylov, Yu. and Hranovska, V. (2019) Zabezpechennia konkurentnykh perevah ahrarnykh pidpriemstv shliakhom vprovadzhennia tekhnolohichnykh innovatsii u vyrobnychi protsesy [Ensuring competitive advantages of agricultural enterprises by introducing technological innovations in production processes]. *Agrosvit*, vol. 23, pp. 3–7. doi: 10.32702/2306-6792.2019.23.3 (in Ukrainian)
4. Kyrylov, Yu. and Hranovska, V. (2019) Investytsiine seredovyshche funktsionuvannia ahrarnykh pidpriemstv yak bazys formuvannia yikh konkurentospromozhnosti [Investment environment of agricultural enterprises functioning as a basis for their competitiveness formation]. *Agrosvit*, vol. 24, pp. 3–8. doi: 10.32702/2306-6792.2019.24.3 (in Ukrainian)
5. Kyrylov, Yu.Ye. (2015) Kontseptual ni zasady konkurentospromozhnoho rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsiyi [Conceptual bases of competitive development of agrarian sector of economy of Ukraine in the conditions of globalization]. Kherson: OLDI-PLYUS. (in Ukrainian)
6. Koiuda R., Sheiko I. (2013) Efektyvnist innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv: teoriia ta praktyka [Efficiency of enterprise innovation activity: theory and practice]. Kharkiv: KhNURE. (in Ukrainian)
7. Mykytiuk P. P., Krysko Zh. L., Ovsianiuk-Berdadina O. F. & Skochylas S. M. (2015) Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstva [Innovative development of the enterprise]. *Navchalnyi posibnyk*. Ternopil: PP «Prynter Inform». (in Ukrainian)
8. Prokopenko O.M. (2017) Statystychnyi biuleten: naiavnist silskohospodarskoi tekhniky ta enerhetychnykh potuzhnoste u silskomu hospodarstvi u 2016 rotsi [Statistical bulletin: availability of agricultural machinery and energy in agriculture in 2016] Kyiv : Derzhavna sluzhba statystyky (in Ukrainian)
9. Prokopenko O.M. (2018), Statystychnyi biuleten: naiavnist silskohospodarskoi tekhniky ta enerhetychnykh potuzhnoste u silskomu hospodarstvi u 2017 rotsi [Statistical bulletin: availability of agricultural machinery and energy in agriculture in 2017]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky. (in Ukrainian)
10. Kuznietsova M.S. (2019) Statystychnyi zbirnyk: naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy u 2018 rotsi [Statistical Collection: Scientific and Innovative Activity of Ukraine in 2018]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky. (in Ukrainian)
11. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik (2019) [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky. (in Ukrainian)

---

**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ  
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

---

УДК 332.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-14>**Беля А.Р.**

аспірант

Інституту регіональних досліджень  
імені М.І. Долішнього НАН України**Belya Andriana**Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy  
of the NAS of Ukraine**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ  
ГРОМАД ТА ВИКОРИСТАННЯ НИМИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ  
У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ РЕФОРМ****PECULIARITIES OF AMALGAMATED HROMADA'S FORMATION  
AND IT'S FINANCIAL RESOURCES USING IN THE CONTEMPORARY  
OF MODERN UKRAINIAN REFORMS**

Досліджено особливості формування ОТГ (у розрізі міських, селищних та сільських територіальних громад) та проблеми їх функціонування. Виявлено взаємозв'язок між кількістю жителів громади та обсягом її фінансових ресурсів. Окреслено проблему визначення кількості жителів громади з погляду державних органів та органів місцевого самоврядування. Ідентифіковано особливості наповнення бюджетів ОТГ, урахувавши співмірність показників. Проаналізовано обсяги фінансових ресурсів ОТГ Львівської та Харківської областей, основні джерела формування та напрями використання коштів бюджетів ОТГ. Виявлено значну залежність бюджетів ОТГ (передусім сільських) від трансфертів із державного бюджету. Здійснено ідентифікацію та аналітичну оцінку вихідних фінансових потоків ОТГ і виявлено соціальне спрямування коштів місцевих бюджетів, а саме на освіту та інші соціальні заходи. Обґрунтовано залежність бюджету від зовнішніх джерел наповнення може стати загрозою для розвитку ОТГ у разі перерозподілу витрат із державного бюджету України.

**Ключові слова:** територіальна громада, фінансові ресурси, децентралізація, реформа, ОТГ, бюджет ОТГ.

Исследованы особенности формирования объединённых территориальных общин (в разрезе городских, поселковых и сельских территориальных общин) и проблемы их функционирования. Выявлена взаимосвязь между количеством жителей общины и объемом ее финансовых ресурсов. Идентифицирована проблема определения количества жителей общины с точки зрения государственных органов и органов местного самоуправления. Идентифицированы особенности наполнения бюджетов объединённых территориальных общин, учитывая соразмерность показателей. Проанализированы объемы финансовых ресурсов объединённых территориальных общин Львовской и Харьковской областей, основные источники формирования и направления использования средств их бюджетов. Обнаружена значительная зависимость бюджетов территориальных общин от трансфертов из государственного бюджета, в первую очередь сельских общин. Осуществлены идентификация и аналитическая оценка исходных финансовых потоков объединённых территориальных общин и выявлена социальная направленность средств местных бюджетов, а именно на образование и другие социальные мероприятия.

**Ключевые слова:** территориальная община, финансовые ресурсы, децентрализация, реформа, бюджет территориальной общины.

The peculiarities of formation of amalgamated hromadas (in the context of urban, settlement and rural territorial communities) and problems of their functioning are investigated. The relationship between the population of the community and the amount of its financial resources has been identified. The prob-



lem of determining the number of residents of the community from the point of view of state and local self-government bodies is outlined. The peculiarities of filling the budgets of amalgamated hromadas are identified, taking into account the proportionality of the indicators. The main source of filling amalgamated hromada`s budgets (in both Lviv and Kharkiv regions) is tax revenue, while the low number of urban amalgamated hromadas in Kharkiv Oblast reduces the overall potential of local amalgamated hromada`s revenues in the oblasts. The volume of financial resources of Lviv and Kharkiv region`s amalgamated hromadas, the main sources of formation and directions of use of the funds of the amalgamated hromadas budgets were analyzed. Significant dependence of amalgamated hromada`s budgets on transfers from the state budget, primarily rural amalgamated hromada`s, was identified. Identification and analytical evaluation of the outbound financial flows of the amalgamated hromadas were carried out and the social focus of local budget funds, namely on education and other social activities, were identified. Capital expenditures are the main area of use of financial resources of regional communities, their share in the overall structure of budget expenditures is over 80%. Dependence of the budget on external sources of filling can be a threat to the development of amalgamated hromadas in case of redistribution of expenditures from the State Budget of Ukraine. It is revealed that in most cases the amalgamated hromadas were created at the end of the budget period (in Q4), which may indicate a strategic approach to the formation of the amalgamated hromadas budgets for the next year.

**Key words:** amalgamated hromada, financial resources, decentralization, reform, amalgamated hromada`s budget.

**Постановка проблеми.** Сучасна реформа децентралізації покликана насамперед удосконалювати адміністративний устрій через створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ). Проте на шляху створення та формування ОТГ виникає чимало перешкод, зокрема у сфері формування та використання фінансових ресурсів. Саме ефективне формування та використання фінансових ресурсів у сучасних умовах є показником оптимізованої роботи ОТГ, тому в період створення нових ОТГ та вдосконалення роботи існуючих, імплементації реформи децентралізації особливої актуальності набуває проблематика формування та використання фінансових ресурсів територіальними громадами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню даної проблематики присвячено праці вітчизняних науковців. Зокрема, питаннями створення територіальних громад займалися Б. Бец, А. Новак, Л. Сухарська та ін.; структуру фінансових ресурсів територіальних громад вивчали А. Кавунець, О. Нездойминога, Т. Овчаренко та ін.; особливості функціонування територіальних громад розглядали О. Корицька, Т. Кучінка, М. Пітцик та ін.

Водночас, на нашу думку, питання виявлення особливостей формування територіальних громад та використання фінансових ресурсів ними потребує додаткової уваги. Саме тому, тема дослідження є актуальною.

**Метою дослідження** є виявлення особливостей формування ОТГ та використання ними фінансових ресурсів на прикладі територіальних громад Львівської та Харківської областей, поглиблення існуючих наукових підходів до створення та управління територіальними громадами.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

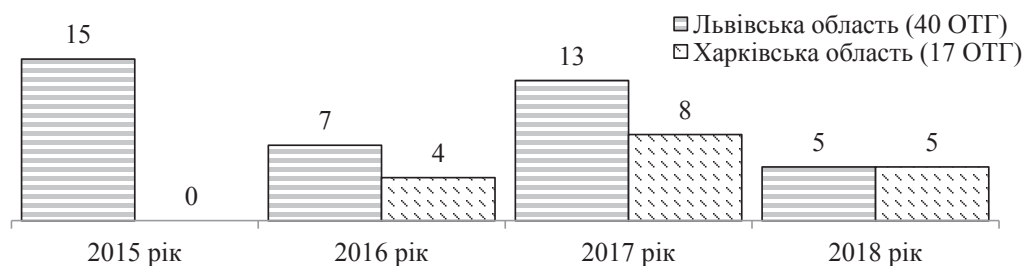
Диференціація областей України в умовах незавершеної реформи децентралізації, зокрема територіальна, фінансова, ресурсна, демографічна, ускладнює дослідження питань створення та функціонування ОТГ. У зв'язку із цим, на нашу думку, доцільно розглянути Львівську та Харківську області, зокрема проаналізувати: загальні тенденції формування ОТГ на прикладі зазначених областей; градацію видів новостворених ОТГ за класифікаційними ознаками та фінансовим станом; особливості наповнення бюджетів громад Львівської та Харківської областей та використання фінансових ОТГ; використання місцевих бюджет ОТГ у розрізі типів витрат; виявити основні тенденції руху коштів між бюджетами громад (вертикального та горизонтального) Львівської та Харківської областей.

Для виявлення загальних тенденцій та особливостей виконання територіальної реформи уряду розглянемо детальніше кількісну динаміку новостворених ОТГ у Львівській та Харківській областях (рис. 1).

Так, відповідно до затверджених Кабінетом Міністрів України перспективних планів формування територіальних громад Львівської та Харківської областей, планова кількість створення ОТГ становить 72 та 57 ОТГ відповідно. Таким чином, виконання зазначених планів становить у Львівській області 73,6%, у Харківській області – 29,8%.

На прикладі даних областей виокремимо такі особливості:

– невиконання громадами Харківської області Плану розвитку області щодо формування нових ОТГ у рамках адміністративної реформи;



**Рис. 1. Динаміка створення ОТГ у Львівській та Харківській областях за 2015–2018 рр., кількість об'єднань [1]**

– уповільнення темпів створення нових ОТГ як у Львівській, так і в Харківській областях (кількість новостворених ОТГ порівняно з кількістю створених у попередньому періоді у Львівській області становила 19,2% (загальний приріст – 9,4%), а в Харківській – 62,5% (загальний приріст – 29,4%)) [1];

– невиконання планів реформування областей до 2020 р.

Варто зазначити, що через невиконання планів створення ОТГ протягом трьох років регіони недоотримали кошти інфраструктурної субвенції, зокрема у Львівській області: Яворівський район недоотримав 124 млн грн, Дрогобицький – 116,4 млн грн, Турківський – 84,1 млн грн, Золочівський – 80,5 млн грн, Радехівський – 74,7 млн грн, Перемишлянський – 60,5 млн грн, Буський – 60,4 млн грн [2].

ОТГ Харківської області створювалися менш системно, що в результаті дещо обмежувало джерела надходження коштів (наприклад, джерела та об'єкти оподаткування однієї ОТГ є значно більшими, ніж у селах та селищах, що входили до неї до об'єднання і, відповідно, працювали за розрахованими бюджетами по окремих адміністративних одиницях).

Проведене дослідження дає можливість відзначити ту особливість, що до створення ОТГ Харківської області системно та економічно

доцільно підійшла менша частка засновників ОТГ, аніж у Львівській області, що може свідчити про відсутність належно підготовлених робочих кадрів та низьку кваліфікацію службовців місцевого самоврядування для виконання нових функцій.

Ураховуючи ту обставину, що кількість населення прямо впливає на обсяг надходження коштів до бюджетів ОТГ, варто розглянути розподіл у розрізі розміру ОТГ залежно від адміністративної одиниці, що є центром ОТГ.

На нашу думку, класифікувати ОТГ варто за такими класифікаційними ознаками: за типом «столиці» (сільська, селищна, міська) та за кількістю населення (до 5 тис осіб, від 5 до 10 тис осіб, від 10 до 15 тис осіб, понад 15 тис осіб).

Дана класифікація дасть змогу виокремити ключові ОТГ регіону чи області та зосередити увагу на їхньому розвитку.

Згідно з даними рис. 2, виконання планів реорганізації регіонів у Львівській області відбувається на достатньому рівні щодо сільських (виконання – 100%) та частково селищних (77,6% від запланованого) ОТГ. Що стосується міських ОТГ, то виконання плану як у Львівській, так і в Харківській областях не перевищило 50% за три роки проведення реформи децентралізації.

Окрім того, якщо порівнювати періоди створення ОТГ (рис. 1) та види ОТГ, що були створені



**Рис. 2. Порівняння планової та фактичної кількості ОТГ Львівської та Харківської областей, од. [1; 2]**

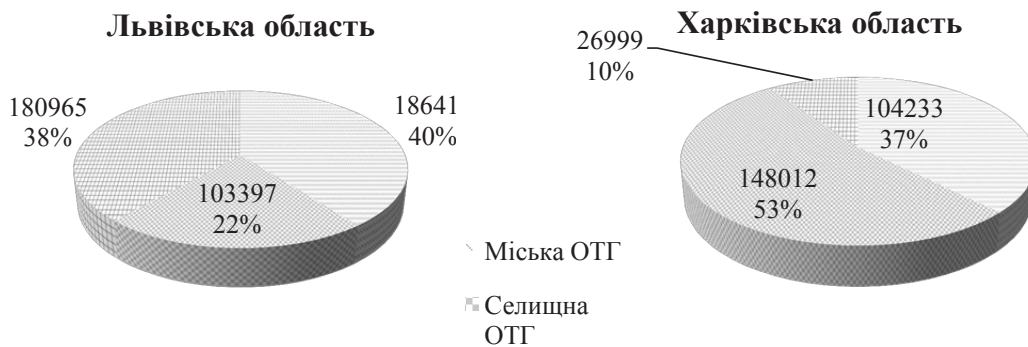


Рис. 3. Розподіл жителів за видами ОТГ у Львівській та Харківській областях, осіб [1; 2]

(рис. 3), то спостерігається закономірність у створенні ОТГ саме в 2017 р. Найбільше ОТГ було створено у Львівській області, як міських (6 ОТГ), так і селищних (8 ОТГ) та сільських (12 ОТГ, у 2015 р. – 11 ОТГ) [1]. Якщо розглядати ОТГ Харківської області, то в 2017 р. пік характерний лише для селищ низ ОТГ (6 об'єднань), інші ж види громад об'єднувалися рівномірно [1] протягом усього звітного періоду (за винятком 2015 р.).

Досліджуючи джерела фінансових ресурсів ОТГ та особливості наповнення їхніх бюджетів, зазначимо, що головним джерелом є надходження від жителів громади у вигляді податків та зборів. Відповідно, важливо визначити, скільки громадян проживає в новостворених ОТГ, щоб мати змогу розрахувати показники в розрізі одного жителя ОТГ. Окрім того, враховуючи дані, відображені на рис. 2, можна визначити середню густоту новостворених ОТГ (рис. 3).

Кількісний розподіл населення новостворених ОТГ відрізняється у Львівській та Харківській областях як за структурою (рис. 3), так і в розрізі динамічних показників (табл. 1), що зумовлено як рівнем агломерації, так і спеціалізацією областей, а також виконанням планів адміністративного реформування.

Відповідно до даних рис. 3 та табл. 1, можна стверджувати таке:

- густота населення міських ОТГ як у Львівській, так і в Харківській областях є найбільшою порівняно з густотою інших типів ОТГ, що є результатом агломераційних процесів та відповідає загальному розподілу Львівської області, однак у Харківській області кількість міського населення дещо нижча, ніж селищного (рис. 3), як і кількість створених ОТГ;

- якщо розглядати загальну динаміку приросту новостворених ОТГ, то помітне зниження темпів приросту спостерігається в об'єднаних громадах Харківської області в 2017 р., що зумовлене створенням у тому ж році додаткових ОТГ сільського типу;

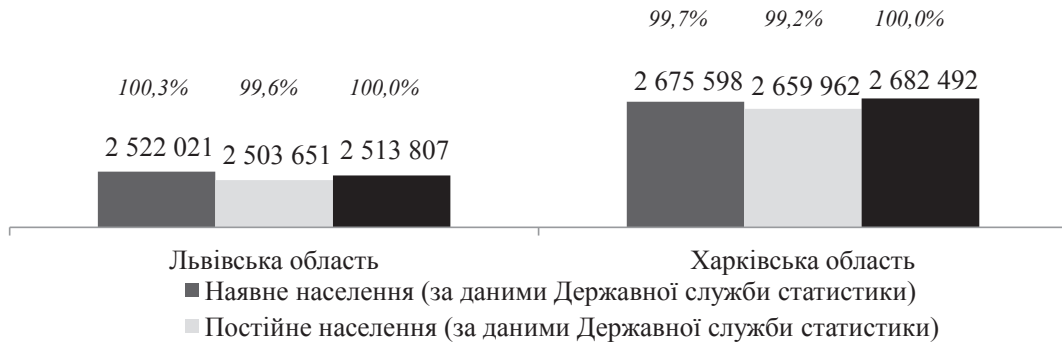
- варто відзначити велику густоту населення сільських ОТГ Львівської області порівняно з Харківською областю.

Формування та використання зведених місцевих бюджетів є досить важливими чинниками розвитку ОТГ у рамках процесу реформування адміністративної структури України. Однак для порівняння даних процесів варто використовувати співмірні показники, зокрема, на нашу думку, варто розраховувати показник доходів/

Таблиця 1

Динаміка густоти населення ОТГ Львівської та Харківської областей, осіб [1]

Показник	Звітні роки				Динаміка		
	2015	2016	2017	2018	2016 порівняно з 2015	2017 порівняно з 2016	2018 порівняно з 2017
Густота населення ОТГ Львівської області, у т. ч	54	67	73	72	13	6	-1
міські ОТГ	68	84	75	71	16	-8	-5
селищні ОТГ	61	67	64	61	6	-3	-4
сільські ОТГ	51	58	77	83	6	19	7
Густота населення ОТГ Харківської області, у т. ч	0	53	39	49	53	-14	9
міські ОТГ	0	151	151	82	151	0	-68
селищні ОТГ	0	36	36	43	36	0	7
сільські ОТГ	0	0	23	26	0	23	3



**Рис. 4. Чисельність населення Львівської та Харківської областей станом на 01.01.2019, осіб [3; 4]**

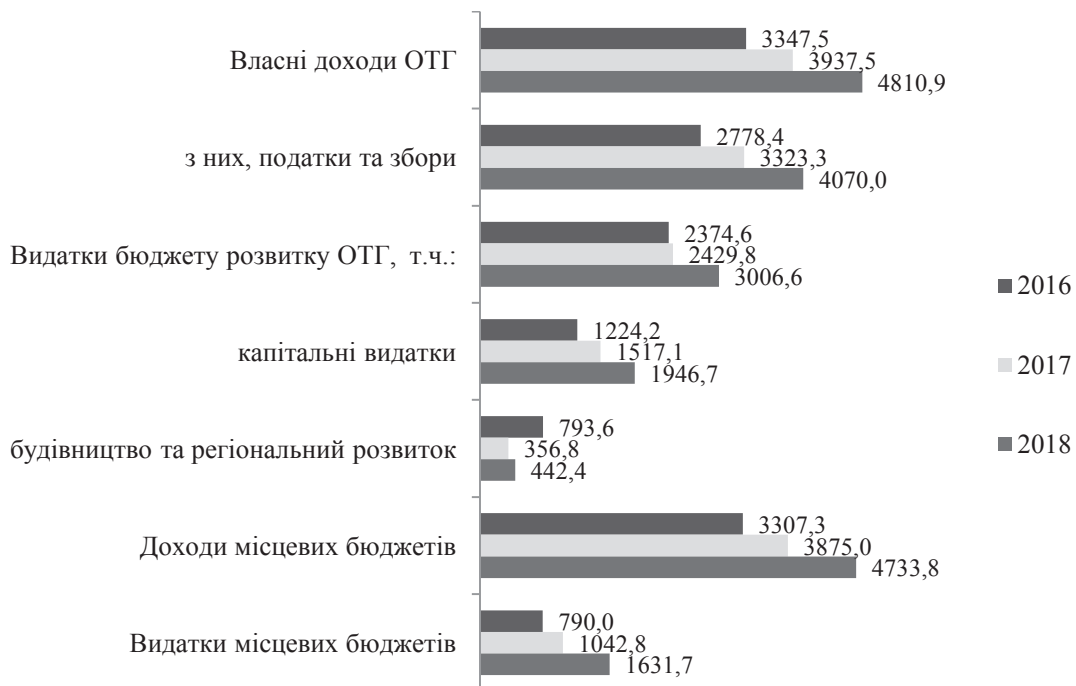
видатків бюджету (чи статті бюджету) у розрахунку на одного жителя ОТГ. Ситуація розбіжності кількості населення по регіонах України (рис. 4) породжує ризик неточного визначення кількості жителів ОТГ, що, своєю чергою, породжує неправильні розрахунки соціальних трансфертів та виплат для жителів ОТГ, оскільки 0,3% для області – це близько 8 тис «втрачених» жителів області. На нашу думку, варто використовувати дані, що висвітлені на сайті реформи децентралізації, оскільки на їхній основі фактично і здійснюються всі розрахунки Міністерства регіонального розвитку та фінансів.

Переходячи до співмірних показників доходів та видатків у розрахунку на одного жителя, враховуючи інфляційні процеси, скорегуємо

показники на індекс інфляції року фактичного початку реформи до 2015 р. (рис. 5).

Спостерігаємо зростання доходів місцевих бюджетів, як і витрат протягом 2016–2018 рр. Доходи ОТГ у 2018 р. зросли на 94,1 млн грн., або на 38,8%, тоді як у цілому по області приріст доходів загального фонду становив 34,9%, а по Україні – 31,4% [5]. Причинами цього можуть бути як зміна особливостей оподаткування, так і зростання частки трансфертів із державного бюджету до місцевих. Водночас спостерігається зростання доходів ОТГ на одну особу, навіть ураховуючи розширення кількості новостворених ОТГ та зміни бази оподаткування.

Окремо варто відзначити зростання видаткової частини ОТГ порівняно з видатками місцевих бюджетів. Передусім це спричинено



**Рис. 5. Доходи і видатки місцевих бюджетів та бюджетів ОТГ, скореговані на індекс інфляції впродовж 2016–2018 рр., грн на одну особу [3; 4]**

стимулюванням держави у просуванні територіальної реформи. Так, показник підтримки розвитку громад та розбудови інфраструктури зростає починаючи з 2015 р. (3,7 млрд грн) майже вдвічі кожного року, досягнувши у 2017 р. 16,1 млрд грн., щоправда, темпи підтримки дещо скоротилися у 2018 р. (19,4 млрд грн) [6].

Ці кошти і спрямовувалися у вигляді капітальних витрат, що підвищувало кількість витрат на одну особу, котра проживала в ОТГ (станом на кінець 2018 р.), до рівня 1 946,7 грн.

Зростання ж кількості ОТГ не спричинило значного зростання доходу на одиницю населення (хоча враховуючи перерозподіл на користь бюджетів ОТГ, коштів, отриманих від оподаткування суб'єктів господарювання, що територіально знаходяться на території ОТГ), темпи зростання доходів ОТГ (на 18% та на 22% за 2017 та 2018 рр. [6]) співпадають зі зростанням місцевих доходів (на 17% та 22% за 2017 та 2018 рр. відповідно), водночас видаткова частина зростає більшими темпами (24% за 2018 р.) у бюджетах ОТГ та на 56% у місцевих бюджетах. Це свідчить про перерозподіл витрат без додаткового перерозподілу доходів.

Більш детально розглянемо доходи бюджетів ОТГ Львівської та Харківської областей порівняно із загальними доходами ОТГ України в розрахунку на одного мешканця (табл. 2).

Темп зростання власних доходів 366 ОТГ (утворених у 2015–2016 рр.), які у 2017 р. вже отримували зарахування 60% ПДФО до своїх бюджетів, становить +19,8% (+1,8 млрд грн). Щодо показників доходів на одного мешканця ОТГ, варто відзначити, що, незважаючи на наповнення бюджету новоутворених ОТГ, що формується на наступний рік, спостерігається зростання доходів ОТГ на душу населення з урахуванням інфляційних процесів.

Аналізуючи дохідну частину бюджетів ОТГ за 2016–2018 рр., важливо відзначити її значну залежність від офіційних трансфертів із державного бюджету. У 2016 р. поточні видатки ОТГ Львівщини в середньому лише на третину фінансувалися за рахунок власних доходів, а для окремих ОТГ – Вільшаницької, Воле-Баранецької, Луківської та Новоміської – даний показник становив менше 15%. Найвищим показник забезпечення власними коштами був у Новокалінівській та Тростянецькій ОТГ – близько 55% [7].

Основним джерелом наповнення загального фонду бюджетів ОТГ у досліджуваному періоді був податок з доходів фізичних осіб, надходження якого за 2018 р. становили 225,1 млн грн, а частка цього податку в доходах загального фонду бюджетів ОТГ – 57,6%. Темп приросту податку з доходів фізичних осіб

Таблиця 2

**Динаміка доходів ОТГ Львівської та Харківської областей на одного жителя за 2016–2018 рр., грн [7]**

ОТГ	Бюджетна стаття	2016	2017	2018	Приріст за 2017 р.	Приріст за 2018 р.
Бюджети ОТГ України	Всього доходи	3580,88	4965,20	6032,90	1384,32	1067,70
	ПДФО	1262,79	2835,80	3557,90	1573,01	722,10
	Акцизний збір	511,98	487,11	272,68	-24,87	-214,43
	Плата за землю	843,38	863,03	531,17	19,65	-331,86
	Єдиний податок	752,33	846,46	584,66	94,13	-261,80
	Податок на нерухоме майно	55,45	78,66	66,21	23,21	-12,45
Бюджети ОТГ Львівської області	Всього доходи	1357,84	3207,45	3176,37	1849,60	-31,08
	ПДФО	581,93	1686,61	1702,55	1104,68	15,94
	Акцизний збір	135,78	255,17	392,02	119,39	136,84
	Плата за землю	358,11	543,74	116,77	185,63	-426,97
	Єдиний податок	149,36	431,22	821,23	281,86	390,01
	Податок на нерухоме майно	44,76	52,76	59,96	7,99	7,20
Бюджети ОТГ Харківської області	Всього доходи	- 3433,97	4555,30		1121,33	
	ПДФО	- 1881,20	2527,26		646,05	
	Акцизний збір	- 60,55	233,35		172,80	
	Плата за землю	- 336,78	530,63		193,86	
	Єдиний податок	- 485,39	752,11		266,73	
	Податок на нерухоме майно	- 605,60	319,04		-286,56	

у Львівській області становить 28,9%, що вище загальнодержавних на 1,6%. По об'єднаних громадах цей показник становив 30,7%, але 18 громад забезпечили приріст вище, ніж загальний по ОТГ. Зокрема, Шегинівська громада збільшила надходження ПДФО порівняно з минулим роком у 2,2 рази, Давидівська – на 77,1%, Заболотцівська – 64,2%, Великомоствівська – 43,9%.

Вагомим джерелом доходів місцевих бюджетів є плата за землю, яка у структурі доходів займає понад 10%. Так, бюджетами ОТГ лише у 2017 р. отримано 41,8 млн грн плати за землю, і надходження зросли порівняно з відповідним періодом минулого року на 4,9%. Водночас це нижче рівня надходжень у цілому по області, де ріст надходжень становив 5,3%. А в деяких громадах є спад надходжень з плати на землю порівняно з минулим роком. Особливо це стосується Бабинської, Воля-Баранецької, Грабовецької, Нижанковецької громад. Загалом 12 із 35 громад знизили рівень надходжень плати за землю порівняно з минулим роком.

У деяких ОТГ виникають проблеми з надходженнями від єдиного податку, зокрема громади теж демонструють приріст менший, ніж область, – 29,5% проти 30,8%, а по ОТГ – 29,5%. Над надходженнями від даного виду податку недостатньо працюють Грабовецька, Новоміська, Луківська, Нижанковицька об'єднані громади.

Що стосується чотирьох ОТГ Харківської області, які перейшли на прямі взаємовідносини з держбюджетом ще з 2017 р., то в них також зберігається тенденція до зростання доходів, яка, втім, не гарантує позитивних змін для місцевих жителів.

Переходячи до розгляду вихідних фінансових потоків ОТГ досліджуваних областей, варто відзначити, що їх бюджетна класифікація є більш складною та групується за різноманітними типами та видами бюджетних статей. Усі

ж фінансові потоки здійснюються виключно через рахунки Державного казначейства, що дають змогу Кабінету Міністрів України та органам виконавчої влади чітко відслідковувати тенденції у кварталному вимірі та забезпечувати додаткові (у разі крайньої необхідності) міжбюджетні трансферти.

Таким чином, витрати групуються за напрямками «витрати за економічною суттю» та «витрати поточного чи капітального (інвестиційного) характеру», «спеціальний/основний фонд» тощо. Розпочнемо дослідження витрат ОТГ з розгляду динамічних показників видатків бюджету за 2016–2019 рр. (рис. 6).

Оскільки доходи ОТГ досліджуваних областей (табл. 2) прямо впливають на видатки, загальна тенденція до їх зростання спостерігається і в 2018 р. [7], причому привертає увагу той факт, що капітальні видатки Харківської області залишаються на приблизно однаковому рівні, навіть незважаючи на розширення кількості новостворених ОТГ Харківської області у 2017 р. (а відповідно, і висвітлені у зведеному бюджеті 2018 р.) 8 ОТГ (рис. 1). Причиною цього є бюджет ОТГ м. Мерефа, який станом на кінець 2017 р. у поточному бюджеті планував витрати у розмірі 107 млн грн, а вже у 2018 р. – 137 млн грн.

Хоча у цілому видатки загального фонду на одного мешканця в середньому по ОТГ Харківської області становлять 6 271,6 грн. У розрізі окремих громад цей показник коливається від 5 323 грн. у Мереф'янській ОТГ до 9 638 грн у Наталинській ОТГ.

Загалом зазначимо, що ОТГ Львівщини більше витрачають на поточні потреби (у розрахунку на одного мешканця), ніж ОТГ Харківської області, хоча Мереф'янська ОТГ (25,3 тис осіб, Харківська область) не набагато більша Мостиської ОТГ ( 21,7 тис осіб, Львівська область) [1]. Саме тому, щоб виявити причини високих обсягів витрат

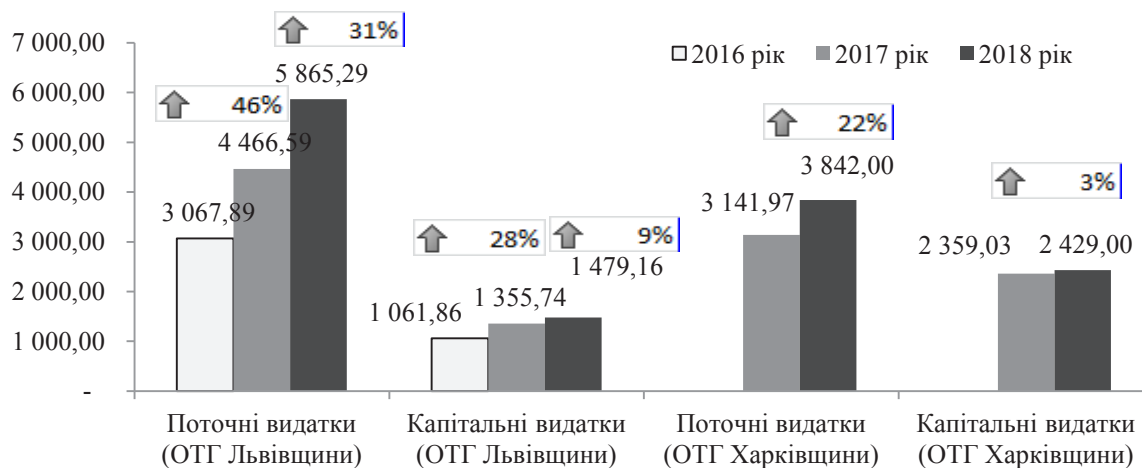


Рис. 6. Динаміка видатків ОТГ Львівської та Харківської областей за 2016–2018 рр. в розрахунку на одного жителя, грн [7]



**Рис. 7. Структура видатків ОТГ Львівської та Харківської областей за 2018 р. за економічною суттю, % [7]**

капітального характеру, варто порівняти структуру витрат за економічною специфікою ОТГ Львівської та Харківської областей (рис. 7).

Відзначимо, що спостерігається суттєва різниця між найменшим та найбільшим витратними бюджетами: у Львівській області – у 12,5 рази, а в Харківській області – у 4,4 рази, що свідчить, на нашу думку, про врахування центробіжних чинників під час створення ОТГ.

У структурі сумарних видатків ОТГ Харківської області найбільшу питому вагу має освіта – 36,5%, а також міжбюджетні трансферти, передані до бюджетів інших рівнів – 18% (як частина статті бюджету – загальнодержавні функції), водночас ОТГ Львівської області більше орієнтовані на соціальні витрати, а саме, крім освіти, (45,5% від загального обсягу витрат) більша кількість коштів витрачається на медицину (частка становить 8,1%).

Ураховуючи, що міжбюджетні трансферти та дотації є вкрай важливим елементом наповнення бюджетів ОТГ, варто відзначити, що в ОТГ Львівської та Харківської областей поряд із дотаціями на фінансування місцевих бюджетів мали місце так звані реверсні дотації, наприклад у 2018 р. у Наталинській громаді Харківської області близько 17% доходів були переспрямовані з бюджету громади, дотаційних ОТГ із рівнем понад 16% станом на кінець 2018 р. в Харківській області не було.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підсумовуючи, зазначимо, що реформа децентралі-

зації розпочала перерозподіл бюджетних коштів державного та місцевого бюджетів у Зведеному бюджеті України на користь новостворених ОТГ. Наявність Плану розвитку області (у рамках реформи децентралізації) не є підтвердженням реального впровадження реформи на місцях (на прикладі ОТГ Львівської та Харківської областей). Головним джерелом наповнення бюджетів ОТГ (в обох областях) є надходження від оподаткування, водночас низька кількість міських ОТГ у Харківській області скорочує загальний показник потенційних надходжень до місцевих бюджетів ОТГ областей.

Ураховуючи перерозподіл функціоналу, що виконують ОТГ після формування, витрати на одного жителя значно більші, ніж видатки інших місцевих бюджетів, а отже, і потенціал розвитку більший, що породжує необхідність проведення контролю над використанням бюджетних коштів ОТГ.

Структура видатків ОТГ Львівської та Харківської областей приблизно рівна, що означає симетричний підхід до виконання покладених повноважень. Найбільша частка видатків ОТГ відноситься до видатків на освіту та виконання загальнодержавних функцій.

Виявлено, що здебільшого ОТГ створювалися у кінці бюджетного періоду (в четвертому кварталі), що може свідчити про наявність стратегічного підходу до формування бюджетів ОТГ на наступний рік, оскільки серед документів на створення ОТГ є й планові бюджети.

**Список використаних джерел:**

1. Об'єднані громади: перелік та основні дані. URL: <https://decentralization.gov.ua/gromada> (дата звернення: 19.02.2020).
2. У Львові обговорили здобутки та проблеми ОТГ в області. URL: <http://4studio.com.ua/novyny/u-lvovi-obgovoryly-zdobutky-ta-problemy-otg/> (дата звернення: 19.02.2020).
3. Області: основні дані. URL: <https://decentralization.gov.ua/areas> (дата звернення: 19.02.2020).
4. Чисельність населення (за оцінкою) на 1 січня 2019 року та середня чисельність у 2018 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 19.02.2020).
5. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 10 січня 2019 р. (за грудень 2018 р.). URL: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/359/10.01.2019.pdf> (дата звернення: 19.02.2020).
6. ОТГ із Львівщини за приростом власних доходів стала другою по Україні. URL: [https://galinfo.com.ua/news/otg\\_z\\_lvivshchyny\\_za\\_pryrostopom\\_vlasnyh\\_dohodiv\\_stala\\_drugoyu\\_po\\_ukraini\\_284137.html](https://galinfo.com.ua/news/otg_z_lvivshchyny_za_pryrostopom_vlasnyh_dohodiv_stala_drugoyu_po_ukraini_284137.html) (дата звернення: 19.02.2020).
7. Open Budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/?month=1&year=2019 &budgetType=NATIONAL> (дата звернення: 19.02.2020).

**References:**

1. DESPRO (2019) Ob`yednani hromady: perelik ta osnovni dani [Amalgamated hromadas: List and master data]. Available at: <https://decentralization.gov.ua/gromada> (accessed: 19 February 2020).
2. 4 Studio (2018) U L`vovi obhovoryly zdobutky ta problemy OTH u oblasti [In Lviv discussed the achievements and problems of amalgamated hromadas in refion]. Available at: <http://4studio.com.ua/novyny/u-lvovi-obgovoryly-zdobutky-ta-problemy-otg/> (accessed: 19 February 2020).
3. DESPRO (2019) Oblasti: osnovni dani [Regions: master data]. Available at: <https://decentralization.gov.ua/areas> (accessed: 19 February 2020).
4. State Statistics Service of Ukraine (2019) Chysel`nist` naseleण्या (za otsinkoyu) na 1 sichnya 2019 roku ta serednya chysel`nist` u 2018 rotsi [Population (estimated) as of January 1, 2019, and average population in 2018]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 19 February 2020).
5. DESPRO (2018) Monitorynh protsesu detsentralizatsiyi vlady ta reformuvannya mistsevoho samovryaduvannya stanom na 10 sichnya 2019 (za hruden` 2018) [Monitoring the decentralization process and reforming local self-government as of January 10, 2019 (December 2018)]. Available at: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/359/10.01.2019.pdf> (accessed: 19 February 2020).
6. GALINFO (2018) OTH z L`vivshchyny za pryrostopom vlasnykh dokhodiv stala druhoю po Ukrayini [Amalgamated hromadas from Lviv region by its own income growth became the second in Ukrain]. Available at: [https://galinfo.com.ua/news/otg\\_z\\_lvivshchyny\\_za\\_pryrostopom\\_vlasnyh\\_dohodiv\\_stala\\_drugoyu\\_po\\_ukraini\\_284137.html](https://galinfo.com.ua/news/otg_z_lvivshchyny_za_pryrostopom_vlasnyh_dohodiv_stala_drugoyu_po_ukraini_284137.html) (accessed: 19 February 2020).
7. Ministry of Finance of Ukraine (2019) Open Budget. Available at: <https://openbudget.gov.ua/?month=1&year=2019 &budgetType=NATIONAL> (accessed: 19 February 2020).



УДК 336.143

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-15>**Ліснічук О.А.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів імені Л.Л. Тарангул  
Університету державної фіскальної служби України  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2563-0717>

**Сотник О.О.**

студентка  
Університету державної фіскальної служби України

**Lisnichuk Oksana, Sotnik Olha**  
State Fiscal Service University of Ukraine

## ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ У СФЕРІ ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ

### COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE IMPLEMENTATION OF THE EU AND UKRAINE BUDGETARY POLICY IN THE FORMATION OF THE REVENUE BUDGET

Формування дохідної частини державного бюджету є важливим інструментом економічного зростання країни й макроекономічної стабілізації та, відповідно, забезпечення високого рівня життя населення країни, тому необхідно приділити значну увагу проведенню необхідних заходів із забезпечення своєчасних надходжень до державного бюджету, а також здійснення визначених витрат. Якщо дохідна частина бюджету не забезпечує в повному обсязі видаткову частину, це призводить до дефіциту грошових коштів, зниження виробничої потужності країни та загалом спричиняє падіння рівня життя населення. Для підтримки належного соціального рівня та забезпечення рівномірного розвитку економіки держава мобілізує, залучає вільні грошові кошти, впливаючи на національні, демографічні, екологічні та регіональні процеси розвитку. Сьогодні бюджет як основний інструмент фінансової стабілізації є об'єктом аналізу не тільки громадськості та керівних органів держави, а й міжнародних фінансових організацій та приватних інвесторів.

**Ключові слова:** доходи бюджету, внутрішній валовий продукт, податкові надходження, бюджетна політика, економіка країни, рівень життя населення, фінансова стабільність, макроекономічні показники.

Формирование доходной части государственного бюджета является важным инструментом экономического роста страны, макроэкономической стабилизации и, соответственно, обеспечения высокого уровня жизни населения страны, поэтому необходимо уделить значительное внимание проведению необходимых мер по обеспечению своевременных поступлений в государственный бюджет, а также осуществлению определенных расходов. Если доходная часть бюджета не обеспечивает в полном объеме расходную часть, это приводит к дефициту денежных средств, снижению производственной мощности страны и в целом к падению уровня жизни населения. Для поддержания надлежащего социального уровня и обеспечения равномерного развития экономики государство мобилизует, привлекает свободные денежные средства, воздействуя на национальные, демографические, экологические и региональные процессы развития. На сегодняшний день бюджет как основной инструмент финансовой стабилизации является объектом анализа не только общественности и руководящих органов государства, но и международных финансовых организаций и частных инвесторов.

**Ключевые слова:** доходы бюджета, внутренний валовой продукт, налоговые поступления, бюджетная политика, экономика страны, уровень жизни населения, финансовая стабильность, макроэкономические показатели.

Formation of the revenue part of the state budget is an important tool for economic growth of the country and macroeconomic stabilization and, accordingly, ensuring a high standard of living for the population of the country. Therefore, it should be borne in mind that what should be done when they were most often transferred to the budget and also very important. If the revenue side of the budget does not fully cover the expenditures, it leads to a shortage of funds, a decrease in the country's production capacity and, in general, a decrease in the standard of living of the population. In order to maintain a proper social level and ensure a balanced development of the economy, the state mobilizes, attracts free money, influencing national, demographic, environmental and regional development processes. The problems of forming the revenue part of the State Budget of Ukraine are ineffective implementation of budget planning and forecasting, since their functioning is shaped by the level of the shadow economy, inflation, economic stability and changes in forecasting parameters. Due to the ineffective functioning of the budgetary policy, the imbalance of commitments and resources at all levels of the budgetary system and the excessive burden of debt can be observed, which will contribute to the misuse of a large part of budgetary expenditures and to the formation of an imperfect public financial management system. To date, the budget as the main instrument of financial stabilization is the object of analysis not only of the public and governing bodies of the state, but also of international financial organizations and private investors. The study of budget policy implementation is quite relevant not only for Ukraine but also for EU countries, since the creation and functioning of an effective budgetary policy is the best method of securing budget financing at its own expense and adhering to the principles of balance of budget revenues and expenditures. The article is devoted to the study and comparison of features of formation the revenue side of the budget of Ukraine and the countries of the European Union. The dynamics of the revenue part of the budgets during 2015-2019 are analyzed.

**Key words:** budget revenues, gross domestic product, tax revenues, budget policy, the economy, living standards, financial stability, macroeconomic indicators.

**Постановка проблеми.** У сучасних економічних реаліях матеріальна база будь-якої держави має забезпечувати її існування та реалізацію її функцій оскільки є основою благополуччя народу та інструментом утілення соціально-економічної політики. Проблеми бюджету, формування достатнього обсягу його доходів і забезпечення їх ефективного використання потребують особливої уваги.

На сучасному етапі розвитку України стан економіки є незадовільним, спостерігається низький рівень життя населення та дефіцит державних коштів, тому виникає потреба в детальному розгляді та аналізі практичних і теоретичних аспектів формування дохідної частини державного бюджету, а також у пошуку шляхів усунення недоліків і вдосконалення функціонування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремим питанням бюджетної політики країн ЄС із метою використання їх досвіду в Україні присвятили свої праці такі вітчизняні науковці, як Л.В. Лисяк (досліджувала значення бюджетної політики як інструмента забезпечення фінансової безпеки України) [10]; О.Р. Західна, Л.О. Петик, О.С. Щур-Живко (визначали принципи побудови та особливості формування фінансових ресурсів, доходів та видатків, України) [7]; Т.А. Черемісова (досліджувала забезпечення організації бюджетної політики країн ЄС) [16]. Пріоритетні заходи державного управління та пошук інструментів для подолання фінансової нестабільності в провідних країнах Європейського Союзу висвітлювала О.А. Лісничук, проаналізувавши ВВП провідних країн [9]. Учені

зробили значний внесок у створення теоретичного підґрунтя для розроблення методів удосконалення механізму формування бюджетної політики України.

**Метою дослідження** є аналіз провадження бюджетної політики у сфері формування доходів бюджету України та країн ЄС, визначення основних проблем, недоліків та пропозицій щодо оптимізації та підвищення ефективності процесу формування та провадження бюджетної політики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проведення бюджетної політики в будь-якій країні відображає особливості організації та функціонування її економіки, водночас під час порівняння складу бюджетної політики України з розвинутими європейськими країнами, а також з іншими державами, які проходять етап поліпшення соціально-економічного рівня та життя населення, можна відзначити незначні відмінності.

Ефективність здійснення бюджетної політики відіграє важливу роль не лише для забезпечення фінансової стабільності країни, а й для підвищення добробуту населення, адже лише під час ефективного використання методів, інструментів та важелів можна отримати прогресивний рівень розвитку. Сьогодні існують проблеми поповнення бюджету грошовими коштами, недовиконання більшості бюджетних планів, реструктуризації боргів як засобу боротьби з недоїмками, порівняно невисокий рівень податкових надходжень, але завдяки трансформації бюджетної і податкової систем змінився характер їхнього впливу.

Бюджетна політика передусім має бути спрямована на створення сприятливих умов для поліпшення соціально-економічного стану країни та розв'язання проблем, які на разі гальмують розвиток фінансового сектору держави. Сьогодні однією з найактуальніших потреб є збалансування розподілу та перерозподілу грошових надходжень бюджету для задоволення потреб громадян України, досягнення необхідного рівня фінансової безпеки та економічної стабільності [10].

В Україні та в країнах ЄС ключовим аспектом для розвитку економіки країни є формування дохідної частини бюджету, яке перебуває під постійним контролем держави, оскільки наповнення бюджету є ключовим елементом забезпечення стабільності та розвитку економіки, тому детальний аналіз проблем формування дохідної та видаткової частин бюджету є досить актуальним.

Формування дохідної частини бюджету включає у себе широкий спектр складників, таких як збільшення асигнувань бюджету, розподіл та перерозподіл ВВП, здійснення фінансової політики спрямованої на розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків, забезпечення нормативно-правовою базою всіх сфер діяльності для підвищення рівня надходжень до бюджету від власності та підприємницької діяльності, а також сприяння зростанню прибутку державних унітарних підприємств та їхніх об'єднань. Державні доходи становлять фінансову базу, від їх величини залежить рівень забезпеченості держави ресурсами для виконання покладених на неї завдань. Як правило, їх класифікують за джерелами надходження коштів у бюджет. Цим політична, економічна і соціальна діяльність держави вже передбачає державні доходи як об'єктивну необхідність і закономірну реальність [7].

Для того щоб визначити рівень та склад дохідної частини, проведемо аналіз динаміки дохідної частини бюджету, яка складається із трьох складників: сукупних доходів, офіційних

трансфертів та державних цільових фондів.

Саме податкові надходження займають основне місце у дохідній частині державного бюджету, відображають найбільшу питому вагу у структурі доходів бюджету та слугують важливою умовою під час розподілу та перерозподілу внутрішнього валового продукту. Їх кількість формують економічні агенти, які здійснюють відрахування на користь держави. Податкові надходження займають провідне місце серед методів мобілізації бюджетних ресурсів та інструментів державного регулювання економіки, вони відображають стан національної економіки, її економічний зріст або спад [9].

Виконання бюджету та повне надходження доходів свідчить про ефективне фінансове забезпечення всіх ланок бюджетної системи. Для того щоб визначити шляхи ефективного розподілу та збільшення дохідної бази, проведемо аналіз показників дохідної частини бюджету України за 2015–2019 рр. (табл. 1).

Протягом аналізованого періоду спостерігається тенденція до приросту надходжень: станом на 2019 р. порівняно з 2015 р. загальна сума доходів зросла на 464,24 млрд грн (87,1%). Згідно з показниками, які формують дохідну базу бюджету, значну частину становлять саме податкові надходження – близько 80%. Порівнюючи кожен показник, зазначимо, що сума податкових надходжень зросла на 390,36 млрд грн (95,35%), а найбільше значення під час формування надходжень до бюджету в 2019 р., як і в попередні роки, мають: податок на додану вартість (ПДВ) з імпортованих та українських товарів, робіт і послуг, податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток, рента за користування надрами, внутрішні податки на товари та послуги, а також акцизи з нафтопродуктів, алкоголю і цигарок. Розмір неподаткових надходжень збільшився на 66,67 млрд грн, (55,55%) та офіційних трансфертів – на 5,59 млрд грн (178,03%). Частка надходжень цільових фондів посідає

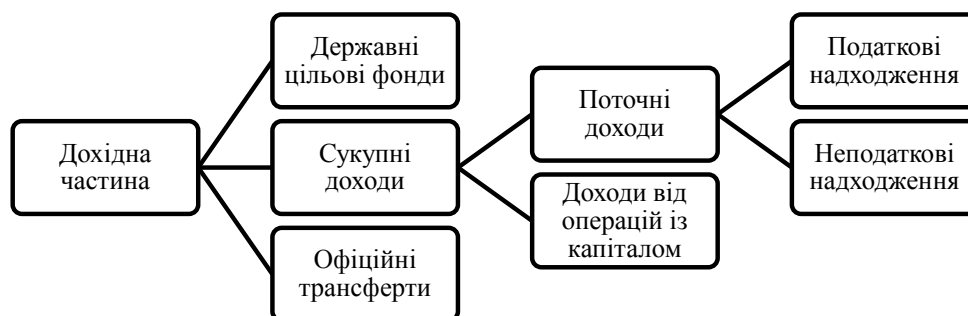


Рис. 1. Структура дохідної частини

Джерело: побудовано авторами

Динаміка формування дохідної бази ДБ України за 2015–2019 рр., млрд грн

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Податкові надходження</b>	<b>409,42</b>	<b>503,88</b>	<b>627,15</b>	<b>753,82</b>	<b>799,78</b>
Податки на доходи, податки на прибуток, податки на збільшення ринкової вартості	79,84	114,15	141,95	188,62	217,04
Податок та збір на доходи фізичних осіб	45,06	59,81	75,03	91,74	109,95
Податок на прибуток підприємств	34,78	54,34	66,91	96,88	107,09
Рентна плата та плата за використання інших природних ресурсів	39,8	44,09	48,66	45,27	46,75
Внутрішні податки на товари та послуги	241,56	325,63	422,27	493,36	502,05
ПДВ із вироблених в Україні товарів	108,09	139,49	180,17	79,13	88,93
ПДВ з увезених на територію України товарів	138,76	181,45	250,53	295,38	289,76
Акцизний податок із вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції)	38,78	55,12	66,3	71,14	69,89
Акцизний податок з увезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції)	24,33	35,01	41,99	47,7	53,46
Податки на міжнародну торгівлю та зовнішні операції	40,3	20,37	24,54	27,08	30,09
Збори на паливно-енергетичні ресурси	7,25	0,28	-0,01	-6,2	-0,003
Інші податки та збори	0,67	-0,65	-10,95	-505,1	3,86
<b>Неподаткові надходження</b>	<b>120,01</b>	<b>103,64</b>	<b>128,4</b>	<b>164,68</b>	<b>186,68</b>
Доходи від власності та підприємницької діяльності	71,08	51,59	71,55	87,17	114,41
Адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності	15,01	8,03	10,44	18,41	10,38
Інші неподаткові надходження	7,51	9,94	10,88	12,39	15,76
Власні надходження бюджетних установ	26,41	34,08	35,53	46,69	46,13
<b>Доходи від операцій із капіталом</b>	<b>0,17</b>	<b>0,19</b>	<b>0,29</b>	<b>0,66</b>	<b>0,18</b>
Надходження від продажу основного капіталу	0,03	0,04	0,04	0,03	0,03
Надходження від реалізації державних запасів товарів	0,1	0,12	0,18	0,57	0,76
Кошти від продажу землі і нематеріальних активів	0,03	0,04	0,07	0,5	0,77
Кошти від ЄС, урядів іноземних держав, міжнародних організацій, донорських установ	1,8	4,11	1,61	1,46	1,14
<b>Цільові фонди</b>	<b>0,16</b>	<b>0,29</b>	<b>29,85</b>	<b>0,19</b>	<b>1,77</b>
<b>Офіційні трансферти</b>	<b>3,14</b>	<b>4,17</b>	<b>5,97</b>	<b>7,3</b>	<b>8,73</b>
<b>Разом</b>	<b>532,9</b>	<b>612,17</b>	<b>790,66</b>	<b>926,65</b>	<b>997,14</b>

Джерело: складено авторами на основі [6; 11–14]

четверте місце за розміром надходжень, який у 2019 р. становить 1,77 млрд грн, порівняно з 2015 р. стаття доходів збільшилася майже в три рази; частина доходів від операцій із капіталом посідає п'яте місце і зросла на 0,01 млрд грн (5,88%).

Незважаючи на стабільне збільшення дохідної частини бюджету, присутня також тенденція до зростання структурного (нециклічного) бюджетного дефіциту, який характеризується нарощуванням державних витрат швидшими темпами, ніж зростають доходи бюджету. Такий дефіцит виникає внаслідок дискреційної фіскальної політики, тобто такої, яка про-

водиться невідповідно до правил, а на власний розсуд влади [7].

Гармонізація бюджетної політики європейських країн і розроблення єдиних механізмів реалізації бюджетної політики зумовлені підписанням у 1992 р. Маастрихтського договору, яким передбачалися певні кількісні обмеження щодо показників державних бюджетів країн і які виступали критеріями можливості входження до ЄС. Так, рівень дефіциту державного бюджету не повинен перевищувати 3% ВВП, а загальний державний борг – 60%. Бюджетний процес на рівні країн ЄС здійснюється за єдиною методологією розроблення, ухвалення й

Таблиця 2

## Динаміка власних ресурсів ЄС за 2015–2019 рр., млн євро

Показник	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ресурси, засновані на ПДВ	18 087.0	15 895.1	16 947.3	17 624.8	17 738.7
Ресурси, засновані на ВНД	100 960.4	95 584.8	77 918.8	104 492.1	107 094.7
Корекція Великобританії	-443.0	626.1	102.9	0.9	0
Інші доходи та надлишки за попередній рік	0	- 21.8	-0.4	5.9	0
Традиційні власні ресурси	18 730.4	20 094.1	20 459.1	20 231.6	21 471.2
Всього	137 334.8	132 174.3	115 427.7	142 355.4	146 304.5

Джерело: складено авторами на основі [1–5]

виконання бюджетів, яка передбачає використання середньострокового бюджетного планування. Саме такий підхід надає можливість бюджетного фінансування цільових програм, реалізація яких виходить за межі фінансового року, а також дає змогу планувати витрати в розрізі окремих інституцій ЄС та стратегічних і тактичних цілей розвитку [8].

Особливостями фінансів ЄС є те, що вони утворюються повністю за рахунок власних фінансових ресурсів, а їх акумуляцією до бюджету ЄС займаються безпосередньо країни-члени. Щороку Рада Європейського Союзу та Європейський Парламент приймають рішення щодо бюджету та формування надійної бюджетної дисципліни. Парламент приймає рішення щодо бюджету, лише розглянувши бухгалтерські звіти та річний звіт про оцінку можливості фінансування за рахунок власних коштів, підготовлений Комісією, разом зі щорічним звітом Європейського аудиторського суду [15].

Аналіз сучасного стану та структури бюджету ЄС свідчить про значне превалювання власних фінансових ресурсів. Проаналізуємо динаміку доходів бюджету Європейського Союзу протягом 2015–2019 рр. (табл. 2).

З рис. 2 видно, що значна частина надходжень ЄС формується за рахунок власних ресурсів, що є ключовою особливістю бюджетної політики ЄС, оскільки символізує своєрідність розвитку європейської інтеграції. Протягом 2015–2019 рр. спостерігається стійка тенденція надходжень за рахунок власних ресурсів, заснованих на ВНД, – 73,19% усіх надходжень у 2019 р., це є важлива стаття, яка визначається виходячи з розмірів внутрішнього національного продукту за узгодженими правилами відповідно до потреб бюджету. Країни – члени ЄС можуть користуватися деяким коректуванням під час розрахунку своїх внесків, усі питання стосовно внесків вирішуються за допомогою контрольних перевірок, переговорів, звернень до Європейського суду.

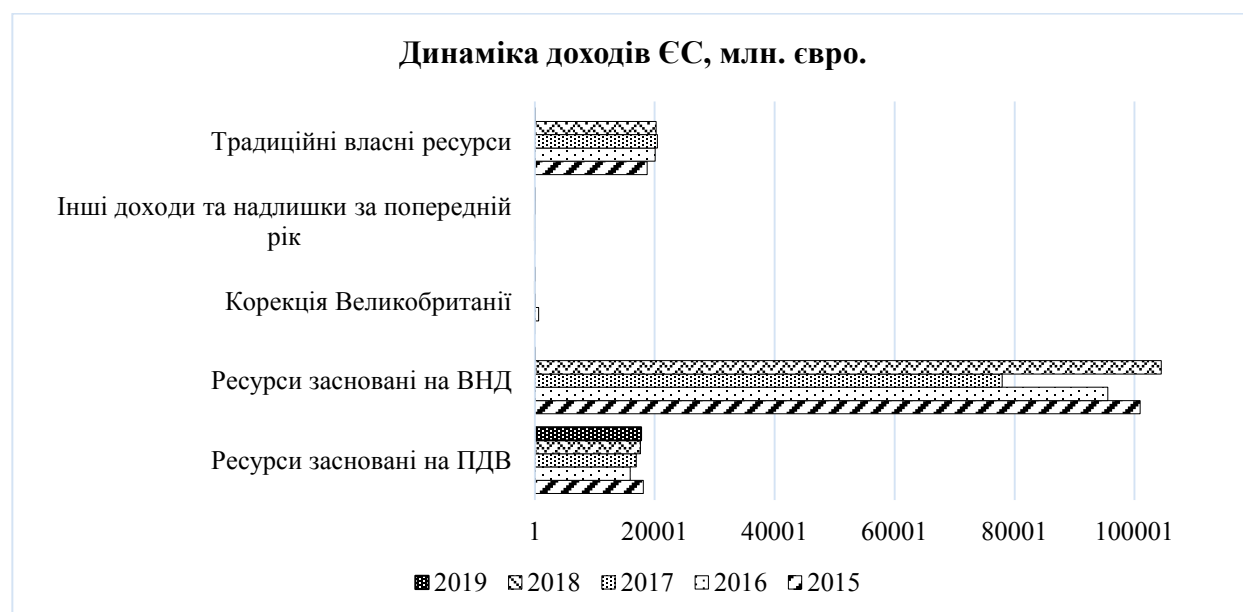


Рис. 2. Динаміка власних ресурсів ЄС за 2015–2019 рр., млн євро

Джерело: складено авторами на основі [1–5]

Частка ресурсів, заснованих на ПДВ, становить 12,12%, а традиційних власних ресурсів (переважно імпордне мито за ввезення товарів до країн ЄС) – 14,67% усіх доходів. «Власними» ресурси називаються тому, що вони належать ЄС відповідно до його законодавчої бази і сплачуються державами-членами без прийняття ними будь-яких додаткових рішень. Зобов'язання здійснити платежі до бюджету ЄС у держав-членів з'являється автоматично з моменту його затвердження на фінансовий рік [8].

Європейська Комісія для забезпечення дотримання правил збору податків у країнах ЄС має у своєму складі інспекторів, що забезпечують ефективне функціонування всіх процесів та несуть повну відповідальність за порушення договірних умов передавання доходів в бюджет ЄС і повинні здійснювати відшкодування збитків за рахунок особистих коштів. Для дотримання жорсткої бюджетної дисципліни та запобігання виникненню дефіциту бюджету гранична величина загальних доходів ЄС (власних ресурсів) завжди дорівнює максимальному розміру витрат ЄС (граничних ресурсів). Розмір «граничних ресурсів» бюджету ЄС установлений за домовленістю країн-членів і Європарламенту у процентному вираженні [16].

**Висновки з проведеного дослідження.** Основними проблемами формування дохідної частини державного бюджету України є неефективне впровадження бюджетного планування й прогнозування, оскільки їх функціонування формує рівень тіньового сектору економіки, інфляції, стабільності економіки та зміну прогнозних параметрів. Через неефективність провадження бюджетної політики можна спостерігати незбалансованість

зобов'язань і ресурсів на всіх рівнях бюджетної системи і надмірність боргового тягаря, це показує неефективність використання значної частини бюджетних видатків та недосконалість системи управління державними фінансами.

Основним завданням бюджетної політики ЄС є забезпечення «інклюзивного зростання» з високим рівнем зайнятості й скороченням кількості людей, що живуть в умовах бідності або ризику соціальної ізоляції. Саме тому на забезпечення ефективного та всеохоплюючого розвитку в бюджеті ЄС формується річний план, який має бути строго виконаний. Можемо спостерігати, що значну частину доходів ЄС становлять саме власні кошти, які забезпечують поліпшення рівня бюджетної політики та економіки країн-членів загалом.

Проаналізувавши практику формування бюджетної політики у сфері доходів бюджету країн ЄС, яка сформувалася під впливом еволюційних, національних особливостей та соціально-економічних чинників, що зумовило створення та функціонування ефективної, унікальної та уніфікованої системи фінансування бюджету країн-членів, додержання принципів збалансованості бюджетних доходів і видатків, можна стверджувати, що ефективним досвідом для України було б запровадження таких заходів, як: збільшення частини власних ресурсів у державному бюджеті; розроблення ефективного механізму залучення та нагромадження дохідної бази; скорочення управлінського апарату, проведення адміністративної реформи для досягнення економії видатків бюджету; подолання високого рівня тінізації економіки та підвищення добробуту населення.

#### Список використаних джерел:

1. Бюджет ЄС на 2015 рік. Фінансовий звіт. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/af9650e2-bd17-11e6-a237-01aa75ed71a1pdf> (дата звернення: 27.03.2020).
2. Бюджет ЄС на 2016 рік. Фінансовий звіт. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/54f1389f-b79e-11e7-837e-01aa75ed71a1pdf> (дата звернення: 27.03.2020).
3. Бюджет ЄС на 2017 рік. Фінансовий звіт. URL: [https://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2018/financial-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2018/financial-report_en.pdf) (дата звернення: 27.03.2020).
4. Бюджет ЄС на 2018 рік. Фінансовий звіт. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about\\_the\\_european\\_commission/eu\\_budget/financial\\_report\\_web.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about_the_european_commission/eu_budget/financial_report_web.pdf) (дата звернення: 27.03.2020).
5. Бюджет ЄС на 2019 рік. Фінансовий звіт. URL: <https://eur-lex.europa.eu/budget/data/General/2019/en/GenRev.pdf> (дата звернення: 27.10.2020).
6. Доходи державного бюджету України в 2019 році. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2019/> (дата звернення: 26.03.2020).
7. Західна О.Р., Петик Л.О., Щур-Живко О.С. Аналіз доходів та видатків державного бюджету України. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/2/165.pdf> (дата звернення: 25.03.2020).
8. Колупаєв Ю.Б., Мельничук І.О. Проблемні аспекти формування та розвитку бюджету ЄС. 2018. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2018/17\\_2018\\_ukr/61.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/61.pdf) (дата звернення: 25.03.2020).
9. Ліснічук О.А., Боярин Ю.В. Пріоритетні заходи державного антикризового управління в провідних країнах Європейського Союзу. 2018. URL: [http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/3744/1/3950\\_IR.pdf](http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/3744/1/3950_IR.pdf) (дата звернення: 25.03.2020).
10. Лисяк Л.В., Журавель М.О. Бюджетна політика як інструмент забезпечення фінансової безпеки України. 2018. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Lisyak-L.-V.-ZHuravel-M.-O..pdf> (дата звернення: 25.03.2020).

11. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2015 рік. *Державна казначейська служба України*. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/c3e/5c0e3dc3e0d8a750786381.xls> (дата звернення: 26.03.2020).
12. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2016 рік. *Державна казначейська служба України*. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/a02/5c0e3da02dd38073221983.xls> (дата звернення: 26.03.2020).
13. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2017 рік. *Державна казначейська служба України*. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/81c/5c0e3d81c975a980554454.xls> (дата звернення: 26.03.2020).
14. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2018 рік. *Державна казначейська служба України*. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c9/df3/af7/5c9df3af78fc7201471128.xlsx> (дата звернення: 26.03.2020).
15. Фаріон М.М. Порівняльний аналіз джерел формування доходної частини бюджету країн ЄС та України. 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5109> (дата звернення: 25.03.2020).
16. Черемісова Т.А. Фінанси Європейського Союзу та особливості їх організації. 2014. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/ecfor\\_2014\\_2\\_7.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecfor_2014_2_7.pdf) (дата звернення: 25.03.2020).

#### References:

1. The EU budget for 2015. Financial Report. Retrieved from: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/af9650e2-bd17-11e6-a237-01aa75ed71a1pdf> (accessed 27 March 2020).
2. The EU budget for 2016. Financial Report. Retrieved from: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/54f1389f-b79e-11e7-837e-01aa75ed71a1pdf> (accessed 27 March 2020).
3. The EU budget for 2017. Financial Report. Retrieved from: [https://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2018/financial-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2018/financial-report_en.pdf) (accessed 27 March 2020).
4. EU budget for 2018. Financial Report. Retrieved from: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about\\_the\\_european\\_commission/eu\\_budget/financial\\_report\\_web.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about_the_european_commission/eu_budget/financial_report_web.pdf) (accessed 27 March 2020).
5. The EU budget for 2019. Financial Report. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/budget/data/General/2019/en/GenRev.pdf> (accessed 27 March 2020).
6. Revenues of the state budget of Ukraine in 2019. Ministry of Finance of Ukraine. Retrieved from: <https://index.minfin.com.ua/en/finance/budget/gov/income/2019/> (accessed 26 March 2020).
7. West OR, Petik LO, Shchur-Zhivko OS Analysis of the State Budget Revenues and Expenditure of Ukraine. Retrieved from: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/2/165.pdf> (accessed 25 March 2020).
8. Kolupaev YB, Melnychuk IO Problematic aspects of the formation and development of the EU budget. 2018. Retrieved from: [http://market-infr.od.ua/journals/2018/17\\_2018\\_eng/61.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_eng/61.pdf) (accessed 25 March 2020).
9. Lisnicuk OA, Boyarin YV Priority measures of the state anti-crisis management in the leading countries of the European Union. 2018. Retrieved from: [http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/3744/1/3950\\_IR.pdf](http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/3744/1/3950_IR.pdf) (accessed 25 March 2020).
10. Lysyak L.V., Zhuravel M.O. Budget policy as a tool for ensuring the financial security of Ukraine. 2018. Retrieved from: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Lisyak-L.-V.-Zhuravel-M.-O..pdf> (accessed 25 March 2020).
11. Annual Report on Implementation of the State Budget of Ukraine for 2015. State Treasury Service of Ukraine. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/c3e/5c0e3dc3e0d8a750786381.xls> (accessed 26 March 2020).
12. Annual report on implementation of the State Budget of Ukraine for 2016. State Treasury Service of Ukraine. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/a02/5c0e3da02dd38073221983.xls> (accessed 26 March 2020).
13. Annual Report on Implementation of the State Budget of Ukraine for 2017. State Treasury Service of Ukraine. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c0/e3d/81c/5c0e3d81c975a980554454.xls> (accessed 26 March 2020).
14. Annual Report on Implementation of the State Budget of Ukraine for 2018. State Treasury Service of Ukraine. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/5c9/df3/af7/5c9df3af78fc7201471128.xlsx> (accessed 26 March 2020).
15. Farion MM Comparative analysis of sources of formation of the revenue part of the budget of EU countries and Ukraine. 2016. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5109> (accessed 25 March 2020).
16. Cheremisova T.A. Finances of the European Union and features of their organization. Retrieved from: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF\\_2.20.df.pdf\\_2014.pdf4.20.2014](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF_2.20.df.pdf_2014.pdf4.20.2014) (accessed 25 March 2020).

**Чмерук Г.Г.**кандидат економічних наук, доцент,  
ДВНЗ «Університет банківської справи»**Chmeruk Halyna**  
Banking University**ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN НА ТРАНСФОРМАЦІЮ  
ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ****THE INFLUENCE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY  
ON THE TRANSFORMATION OF FINANCIAL RELATIONS  
OF BUSINESS ENTITIES**

У статті розглянуто суть технології Blockchain та її вплив на діяльність суб'єктів господарювання, зокрема на їхні фінансові відносини. Відзначено дві основні переваги: підвищення безпеки та усунення потреби в посередниках під час укладання угод, що призводить до значного зниження витрат, усунення ризиків, збільшення швидкості транзакцій, що приносить із собою великий потенціал для підвищення ефективності та безпеки рутинних переказів, платежів та звірок у всій фінансовій системі. На підставі аналізу, узагальнення та систематизації результатів проведених досліджень і опублікованих думок провідних фахівців визначено концептуальні засади Blockchain-технології для трансформації фінансових відносин суб'єктів господарювання. Розглянуто найбільш ефективні інструменти Blockchain: смарт-контракти, які повністю автономні й угода може бути досягнутою між двома сторонами без участі третьої сторони, та ICO – інструмент інвестування, за якого здійснюється обмін криптовалюти на токени певного проєкту.

**Ключові слова:** технологія Blockchain, фінансові відносини суб'єктів господарювання, трансформація, транзакції, смарт-контракти, ICO.

В статье рассмотрены суть технологии Blockchain и ее влияние на деятельность субъектов хозяйствования, в частности на их финансовые отношения. Отмечены два основных преимущества: повышение безопасности и устранение потребности в посредниках при заключении соглашения, что приводит к значительному снижению затрат, устранение рисков, увеличение скорости транзакций, что приносит с собой большой потенциал для повышения эффективности и безопасности рутинных переводов, платежей и сверок во всей финансовой системе. На основании анализа, обобщения и систематизации результатов проведенных исследований и опубликованных мнений ведущих специалистов определены концептуальные основы Blockchain-технологии для трансформации финансовых отношений субъектов хозяйствования. Рассмотрены наиболее эффективные инструменты Blockchain: смарт-контракты, которые полностью автономны и сделка может быть достигнута между двумя сторонами без участия третьей стороны, и ICO – инструмент инвестирования, при котором осуществляется обмен криптовалютой на токены определенного проекта.

**Ключевые слова:** технология Blockchain, финансовые отношения субъектов хозяйствования, трансформация, транзакции, смарт-контракты, ICO.

The article deals with the essence of Blockchain technology and its impact on the business entities and in particular their financial relations. It is marked that this rather new technology is characterized by a wide range of possibilities of its application, however all its advantages are connected with two main: improvement of security and elimination of need for intermediaries at the concluded transactions, which leads to increase of efficiency and speed up the process of settlement of transactions. These benefits confirm that implementing a Blockchain system significantly reduces costs, eliminates risks, increases transaction speed, and brings with it a high value for innovation. Therefore, Blockchain technology has great potential to improve the efficiency and security of routine transfers, payments and reconciliations throughout the financial system. On the basis of analysis, generalization and systematization of the results of the conducted researches and published opinions of leading experts, conceptual foundations of Blockchain technology for transformation of financial relations of economic entities are determined. It is marked that from one side of Blockchain reduces running expenses, operations become more transparent and safe, from other - removes mediators, including banks and abbreviates



the number of employees due to computerization. All this has a significant impact on the financial relationships of the entities. The most effective instruments are considered: smart contracts that are fully autonomous and an agreement can be reached between two parties without the involvement of a third party and. ICO is an investment tool that exchanges cryptocurrencies for tokens of a particular project. It is however marked that in order that financial relations were successful, Blockchain technology must be integrated with all parties to the agreement. If there is no interaction between all participants in the financial relationship, then there are no benefits to be gained from implementing and using Blockchain and Blockchain will have no impact on the industry.

**Key words:** Blockchain technology, financial relationships of entities, transformation, transactions, smart contracts, ICO.

**Постановка проблеми.** У сучасному бізнес-співтоваристві і суспільному житті для досягнення максимального результату від цифрової трансформації необхідно відмовитися від колишніх підвалин, зокрема від упровадження застарілих технологій. Використання цифрових технологій у діяльності суб'єктів господарювання дає їм змогу стати більш конкурентоспроможними. Однак це вносить зміни практично в усі процеси підприємства, оскільки цифровізація спрощує деякі з них і знижує їхню вартість, але ускладнює інших і робить їх більш дорогими. Зауважимо, що цифрова трансформація зачіпає не тільки виробничі площі підприємств, а й усю систему організації і функціонування бізнесу. Всі процеси та операції суб'єкта господарювання змінюються: деякі з них алгоритмізуються і цифровізуються, причому водночас спостерігається зниження операційних витрат компанії. У даному дослідженні вважаємо за потрібне розглянути вплив цифрової трансформації на фінансові відносини суб'єктів господарювання. А оскільки інструментів цифрової трансформації є досить багато, то у цій роботі сконцентруємося на аналізі такої потужної новітньої технології, як Blockchain.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед джерел, які використані у підготовці даної статті, можна виокремити: дослідження провідних світових науковців, в яких висвітлюються всі технічні нюанси технології Blockchain [1–4]; публікації, які присвячено різним аспектам упровадження технології Blockchain у фінансовій галузі [5; 6; 13–15]; статті, присвячені конкретним інструментам, які базуються на технології Blockchain [14; 16–18]. З іншого боку, публікації можна поділити на такі, які досліджують існуючі впровадження технології Blockchain у бізнес-процеси підприємств, та такі, які описують можливі майбутні зміни у процесах, що зумовлені використанням цієї технології.

Серед вітчизняних дослідників хочемо відзначити роботи, які присвячено дослідженню впливу технології Blockchain на зміни в різних галузях. Зокрема, роботу таких авторів, як Л.Л. Марчук та О.Г. Казарян, присвячено

впливу технології Blockchain у сфері регіональної аграрної економіки. А.В. Літошенко досліджує використання принципу Blockchain у таких нетипових сферах, як медицина, правоохоронна діяльність чи захист прав інтелектуальної власності. Цікаві роботи Н.Г. Нагайчук, Н.М. Третьяка, І.М. Чугунової, які розглядають можливості, перспективи та ризики застосування технології Blockchain у страхуванні. Застосуванню Blockchain у банківській сфері присвячено роботи С.І. Ходакевича, С.В. Урванцевої, О.В. Держука, Е.В. Держука, Б.В. Гайдима та інших вітчизняних авторів.

На основі опрацьованих джерел за напрямом досліджень статті можна дійти висновку, що переважну більшість публікацій присвячено впливу цифрових технологій, зокрема Blockchain, на різні аспекти діяльності суб'єктів господарювання. На разі та у найближчому майбутньому наукових робіт, в яких би аналізувалася специфіка впливу технології Blockchain саме на фінансові відносини суб'єктів господарювання, обмаль. Окрім того, переважна більшість публікацій є зарубіжними, тому даною статтею хотілося б певним чином заповнити цю прогалину вітчизняного наукового простору.

**Метою дослідження** є аналіз впливу технології Blockchain на діяльність суб'єктів господарювання, зокрема на їхні фінансові відносини.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У найпростішому визначенні можна представити Blockchain як сукупність транзакцій, здійснюваних користувачами мережі. Ця технологія вперше була використана в 2009 р. в криптовалюті біткойн і застосовувалася для запису транзакцій, здійснених із нею. Спочатку технологія Blockchain була децентралізованою базою біткойн-системи, але основні механізми її функціонування використовувалися і в інших рішеннях. Blockchain можна визначити як книгу транзакцій, яка дає змогу реєструвати та відстежувати кожну операцію, що проводиться в межах неї, й яка розпорошується в Інтернеті у вигляді незмінюваних копій [1]. Кожен запис у Blockchain включає у себе шифрування нових даних, таких як фінансовий платіж, який об'єднується з шифруванням попереднього

запису. Спільне шифрування цих двох фрагментів, своєю чергою, стає першою частиною наступного запису. Це послідовне кодування та злиття інформації створює високий ступінь безпеки, оскільки зворотна зміна одного запису транзакції спричиняє зміну всіх наступних записів і негайно стає очевидною для всіх осіб, які мають доступ до книги. Таким чином, Blockchain надає надійну форму часового штампування, щоб користувач міг знати порядок, в якому відбулися транзакції або виконувалися контракти. Із часом з'явилися також концепції впровадження Blockchain, дані яких можна виправити, але таке рішення, незважаючи на використання деякими приватними компаніями, критикується середовищем криптовалюти, згідно з яким саме неможливість змінити ланцюжок є важливою особливістю нової технології кодування [2].

Таким чином, Blockchain – це захищений від несанкціонованого доступу цифровий реєстр загального користування, який здійснює облік транзакцій в публічній або закритій тимчасовій мережі [2]. На відміну від традиційно застосовуваних способів організації та зберігання даних Blockchain являє собою принципово новий спосіб зберігання і передачі інформації на основі децентралізованої системи.

Система записує хронологічний порядок проведення транзакцій із вузлами мережі, що визнали їх достовірність (із використанням вибраної моделі консенсусу). У результаті в реєстрі фіксуються децентралізовано узгоджені з усіма учасниками транзакції, що не підлягають скасуванню.

Отже, можемо підсумувати, що технологія Blockchain має шість ключових ознак:

**Децентралізація.** Основна особливість полягає у тому, що в мережі Blockchain не існує централізованого вузла, всі дані, які записуються, зберігаються та оновлюються, поширюються на всі вузли, які є в мережі.

**Прозорість.** Запис даних системою прозорий для кожного вузла, він також прозорий під час оновлення даних, тому блокуванню ланцюга можна довіряти.

**Відкрите джерело.** Більшість Blockchain-систем відкриті для всіх, запис можна перевірити публічно, і користувачі також можуть використовувати технології Blockchain для створення будь-якого додатка, який їм потрібен.

**Автономія.** Через базу консенсусу кожен вузол Blockchain-системи може безпечно переносити або оновлювати дані. Ідея полягає у довірі кожного користувача до всієї системи, і ніхто не може порушити її конфіденційність.

**Незмінність.** Будь-які записи будуть зарезервовані назавжди і не можуть бути змінені, якщо

хтось не може взяти під контроль більше 51% вузла за один і той же час.

**Анонімність.** Технології Blockchain вирішили проблему довіри між вузлами системи, тому передача даних або навіть транзакція можуть бути анонімними, потрібно лише знати адресу блокчейна людини.

Виділяють три моделі цифрових мереж передачі даних: централізовану, децентралізовану та розподілену [3].

У централізованій моделі існує одна організація, яка відповідає за обмін цифровими даними. У цьому разі центральний суб'єкт є безпосереднім виконавцем угоди, який також є єдиним відповідальним за ведення їхнього реєстру.

Децентралізована модель заснована на розподілі компетенцій між окремими структурами, які покликані реалізувати завдання, покладені на них батьківською структурою. Характерною особливістю цієї системи є обмежений контакт між її підрозділами, отже, немає прямого потоку інформації між рівнозначними структурами, а лише між одиницею вгорі ієрархії та її підпорядкованими секторами.

Остання модель, на якій базується технологія Blockchain, заснована на розсіюванні компетенцій між усіма учасниками системи. Кожна організація, яка є частиною структури, має доступ до реєстру всіх транзакцій і може безперешкодно спілкуватися з іншими суб'єктами, які вважаються рівнозначними їй як за своїми функціями, так і за правами. У розподіленій системі немає вищих контрольних підрозділів, а це означає, що кожен учасник структури може однаково контролювати здійснені транзакції [3].

Окрім того, завдяки загальнодоступним усім учасникам фінансових відносин базам даних зменшується асиметрія інформації, що з погляду окремих суб'єктів є важливим для функціонування системи транзакцій [4]. Функціонування системи без центрального менеджера означає, що операції, що проводяться в ній, повинні бути архівованими та загальнодоступними для всіх, що забезпечує прозорість її роботи. Через велику кількість проведених операцій необхідно враховувати час їх виконання, щоб уникнути ситуації, коли особа, яка здійснює операцію, вже не має коштів, необхідних для її здійснення.

Технологія Blockchain забезпечує більш високий рівень безпеки, ніж сучасні системи кодування інформації. Усі виконані операції зберігаються для всіх осіб, що використовують ланцюг, тому зашифрований запис, який ніхто не може змінити, залишається в системі назавжди.

У системі Blockchain немає централізованої бази даних, і, як результат, хакери не знають, куди вони можуть напасти, щоб отримати най-

ціннішу інформацію. Можливість роботи без пульта управління мінімізує ризик відмови системи у разі кібератаки на одного з користувачів системи (що у разі нападу на центральний блок паралізувало б усю мережу). Іншим аспектом, що супроводжує впровадження системи Blockchain, можуть бути менші транзакційні витрати, оскільки традиційні моделі обслуговування передбачають, на відміну від блокової ланцюга, участь посередників, що пов'язано з більш високими операційними витратами, оскільки блок-ланцюг також дасть змогу заощадити в адміністративних установах (так званий бек-офіс). Можливість використання т. зв. децентралізованого обліку сприяє ще більшому скороченню витрат та допомагає суб'єктам господарювання проводити операції в режимі реального часу.

Отже, нова технологія характеризується широким спектром можливостей її застосування, однак усі переваги, пов'язані з її реалізацією, пов'язані з двома основними перевагами: підвищенням безпеки та усуненням потреби в посередниках під час укладання угод, що призводить до підвищення ефективності та прискорення процесу врегулювання транзакцій. Тому Blockchain має великий потенціал для підвищення ефективності та безпеки рутинних переказів, платежів та звірок у всій банківській системі.

Визначимо основні переваги, які може принести Blockchain для суб'єктів господарювання:

1. Blockchain може стати інструментом встановлення довіри в ситуації, наприклад, яка пов'язана з перевіркою особи і платоспроможністю клієнта за допомогою історії транзакцій Blockchain.

2. У результаті зниження витрат, за рахунок усунення посередників, суб'єкти господарювання можуть запропонувати більш доступні цінові пропозиції.

3. Існуючі кореспондентські процеси досить повільні й дорогі, тоді як Blockchain може спростити і автоматизувати цей процес. Перехід до негайної операції дасть змогу вивільнити значну частину капіталу під час перебування таких угод у дорозі.

4. Blockchain-технологія може зменшити деякі фінансові ризики. Перший – це ризик розрахунків, тобто невдала транзакція через помилку в процесі розрахунків. Другий – ризик підрядника – невиконання підрядником своїх зобов'язань. Найбільш вагомим є системний ризик – загальна сума всіх вагомих підрядників у системі. Безпосередні транзакції за допомогою Blockchain можуть повністю усунути вищезгадані ризики.

5. Сучасні системи, що працюють у секторі фінансових послуг, застрягли в технологічному

прогресі і потребують змін. Як технологія з відкритим кодом блокчейн може постійно розвиватися та впроваджувати інновації, спираючись на інших користувачів, з якими пов'язана мережа.

6. Ще одна епохальна зміна стосується способу оплати, який, окрім традиційних валют, можна реалізувати за кошти без матеріальної форми – криптовалюти.

Ці переваги підтверджують, що впровадження блокчейн-системи значно знижує витрати, усуває ризики, збільшує швидкість транзакцій і приносить із собою високу цінність інновацій.

На підставі аналізу, узагальнення та систематизації результатів проведених досліджень і опублікованих думок провідних фахівців визначено концептуальні засади Blockchain-технології для трансформації фінансових відносин суб'єктів господарювання (рис. 1).

Протягом останніх років численні провідні фінансові установи та консорціуми розпочали ринкові тести різних систем розрахунків на основі Blockchain. Більшість із цих проєктів спрямовано на оптовий банківський ринок. Переваги полягають у зниженні частоти помилок, усуненні невідповідностей, які виникають, коли для запису однієї транзакції використовуються кілька реєстрів, та можливості швидше та прозоріше здійснювати інформаційні транзакції. У розподілених реєстрах Blockchain транзакції, пов'язані із цінними паперами, можуть бути врегульовані через кілька хвилин, тоді як у існуючій інфраструктурі їх бронюють лише через два дні. Починаючи з 2015 р. найбільші банки США ініціювали дослідження технології Blockchain [6] та можливостей впровадження рішень у фінансовій системі. Банки Goldman Sachs, J.P. Morgan, UBS створили лабораторію Blockchain. Водночас Корпорація клірингових депозитарних організацій та Visa, Товариство міжнародної міжбанківської фінансової телекомунікації розпочали розроблення планів впровадження Blockchain у своїх бізнес-середовищах. Світ побачив перші дослідження та плани аналітиків. Goldman Sachs першим запатентував метод врегулювання транзакцій [6], тоді як фондовий ринок Nasdaq та Нью-Йоркська фондова біржа проводять розширені роботи та тести рішень для врегулювання валютних операцій на платформі LinQ. Наприкінці 2015 р. перші випробування були визнані успішними [6].

Найвідомішим консорціумом, який працює над Blockchain-можливостями у фінансовій системі, є R3 [7]. Він об'єднує 40 основних світових фінансових установ, у тому числі Bank of America, Citigroup, Morgan Stanley, Deutsche Bank, Barclays Bank. Сюди ж приєдналися й китайські установи. Консорціуми формуються



**Рис. 1. Концептуальні основи застосування Blockchain-технології для трансформації фінансових відносин суб'єктів господарювання**

*Джерело: складено автором*

завдяки можливості використання Blockchain у групах. На платформі Corda [8] група цих компаній перевірила можливість здійснення транзакції та врегулювання її без зайвого узгодження. Розрахунок може бути завершений в той же день, тобто на один день коротше, ніж поточний стандарт.

Standard Chartered [9] та Національний банк Австралії [10] спільно з Канадським імператорським банком торгівлі вже випробовують пульсаційну криптовалюту, діяльність якої заснована на Blockchain, для вибраних міжнародних транзакцій. Розрахунок відбувається за 10 секунд, тоді як за стандартними рішеннями

нями – два дні. Вартість таких угод зменшиться на 40%, згідно з розрахунками МакКінсі [11]. У всьому світі це мільярди доларів на рік. Операційні витрати впадуть на 13,5–15 млрд доларів, витрати на бізнес-ризикі будуть зменшені на 1,1–1,3 млрд доларів. Зауважимо, оцінки таких угод досить утопічні. Зокрема, стаття журналу Wall Street Journal у 2015 р., написана під час запуску проекту «Монета Utility Settlement» за участю UBS та інших великих банків, цитувала звіт консалтингової фірми, що передбачає економію 20 млрд доларів на рік до 2022 р. на ринку, де сукупні експлуатаційні витрати становлять від 65 до 80 млрд доларів на рік [12].

Відзначимо й інші підходи до впровадження технології Blockchain у фінансовій системі, зокрема авторів роботи [13]. За їхніми словами, мережу розподілених реєстрів можна революційно використовувати в новій економіці. Автори не рекомендують цілісно втручатися в систему врегулювання, яка нині гарантує фінансову безпеку світової економіки, і пропонують відійти від монетизованої економіки на користь концепції бартеру. Бартер відомий тисячі років і передбачає обмін товарами та послугами без використання платіжних засобів. Ikeada та Hamid пропонують використовувати мережу розподілених реєстрів у невеликих Blockchain-мережах під назвою Mariana. Mariana як мікромережа для розрахунків не потребуватиме грошей, жетонів, віртуальної валюти, доказу роботи, а лише мінімум двох людей, які хочуть здійснювати операції обміну продуктами чи послугами. Автори стверджують, що сучасний бартер дасть змогу переосмислити вартість товарів та послуг. Гроші все одно діють в економіці, але як альтернатива бартеру. Відзначимо, що це не є революційним підходом до сучасної економіки, але він стимулює роздуми щодо обґрунтованості діючих принципів облікової системи й оцінки товарів та послуг.

Blockchain створює нові можливості для трансформації фінансових відносин суб'єктів господарювання. З одного боку, Blockchain знижує експлуатаційні витрати, операції стають більш прозорими і безпечними, з іншого – усуває посередників, у тому числі банки, і скорочує число співробітників за рахунок комп'ютеризації. Усе це має значний вплив на фінансові відносини суб'єктів господарювання. Одним із найбільш ефективних інструментів Blockchain вважаються смарт-контракти, які повністю автономні й угода може бути досягнутою між двома сторонами без участі третьої сторони. Ідея полягає у тому, щоб укласти договір у порядку, вільному від конфліктів, уникаючи при цьому посередників. Blockchain дає змогу всім, хто бере участь у транзакції, переглянути

весь життєвий цикл транзакцій та залучення всіх учасників транзакції. Смарт-контракти можна використовувати для підвищення прозорості та контролю строків платежів і зменшення ризику. Упровадження Blockchain в платіжні системи дає змогу впроваджувати їх у міжнародному масштабі, поліпшуючи їхню якість та швидкість упровадження, роблячи процес більш прозорим та безперервним.

Ідея технології Blockchain полягає в усуненні посередників, які, як правило, є фінансовими установами, тому чи зможуть банки адаптуватися до нової бізнес-моделі, буде залежати від того, чи ця технологія стане великою загрозою або можливістю для розвитку і придбання нових клієнтів.

Одним із найскладніших та багатогранних питань є формування фінансових відносин з іншими підприємствами й організаціями щодо постачання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, реалізації продукції, наданні послуг та ін. Окрім інших зобов'язань, платежі повинні бути здійснені багатьма транспортними компаніями, імпортно-експортні мита повинні сплачуватися, коли товари перетинають державні кордони, а різноманітні застави та акредитиви закінчуються, коли товари доставляються до різних проміжних або кінцевих пунктів призначення.

Перевізники, позикодавці та інші сторони, пов'язані з перевезенням вантажів, незалежно ведуть безліч різних реєстрів, і записи у цих реєстрах не завжди співпадають принаймні з двох причин. Перша – це можливість випадкових помилок діловодства, що може призвести до розбіжностей щодо платежів, які можуть бути вирішені лише тривалою розсилкою паперових документів туди і назад. По-друге, багато учасників ланцюжка поставок будуть стимулювати фальсифікувати записи у власних журналах, наприклад представляючи прибуття вантажної машини, що відбулося раніше, ніж це було насправді, щоб зменшити балансову вартість позики або уникнути штрафних санкцій. У низці випадків ці проблеми є настільки серйозними, що фінансування угоди взагалі неможливо отримати, а замовлення на експорт скасовується [14]. Розподілений реєстр, що створюється та оновлюється всіма сторонами, є вирішенням цих проблем.

Зберігання цих реєстрів у середовищі Blockchain сприятиме підвищенню їхньої безпеки, виключаючи можливість будь-якою однією стороною редагувати, створювати резервні копії чи іншим чином змінювати історію ведення реєстру. Ураховуючи проблеми моральної небезпеки, пов'язані з неправильним звітуванням, використання технології Blockchain виглядає особливо підходящим.

Можливість потенційних заощаджень величезна, враховуючи, що ринок фінансування торгівлі наразі коштує до 12 трлн доларів щорічно [14].

Видатним прикладом успішного використання технології Blockchain у фінансуванні торгівлі, як описано Моррісом [15], є *we.trade* – консорціум приблизно з десятка відомих європейських банків, який використовує спільну книгу, побудовану IBM на платформі Hyperledger, щоб полегшити своєчасні платежі, пов'язані з переміщенням товарів.

Однак, на нашу думку, є ще один абсолютно новий інструмент, що базується на технології Blockchain і який може призвести до революції у сфері підприємницьких та корпоративних фінансів. Маємо на увазі ICO (англ. – первинне розміщення монет) – інструмент інвестування, за якого ви обмінюєте свою криптовалюту на токени певного проекту. Пропозиції токенів, або пропозиції первинних монет (ICO), – це розумні контракти на основі технології Blockchain, призначені для залучення зовнішніх фінансів без посередника [16].

Емітенти токенів використовують смарт-контракти, що реалізують автоматичний алгоритм такого типу: якщо інвестор надсилає кошти в розмірі  $X$  на емітент-маркер  $J$ , то він автоматично отримує  $Y$  токенів від  $J$  в обмін, де  $X/Y$  – обмінний курс, який було зафіксовано попередньо. Основна інновація цієї технології полягає у тому, що вона повністю усуває посередника, щоб інвестори та емітенти токенів могли ділитися виключно між собою. Ще одна приваблива особливість цього нового механізму фінансування полягає у тому, що майже відсутні транзакційні витрати, що робить його також дуже привабливим для суб'єктів господарювання [16].

Токенові пропозиції привабливі як для малих фірм, так і для великих. Для підтвердження цього моменту достатньо двох фактів. По-перше, найбільша пропозиція токенів поки що (4,2 млрд доларів) перевищує за валовою виручкою всі сукупні доходи, зібрані всіма підприємницькими фірмами на провідній платформі краудфандингу Kickstarter з моменту створення в 2009 р. [17]. По-друге, пропозиція токенів у розмірі валової виручки порівняна з трьома найбільшими IPO за той же період часу [18]. Це свідчить про те, що пропозиції токенів можуть викликати революцію не лише у підприємницькій діяльності, а й у корпоративних фінансах великих компаній. Ця технологія також пропонує широкі програми для багатонаціональних підприємств, які мають на меті впорядкувати свої внутрішні трансферти капіталу в різних країнах. Як наочний приклад

можна розглянути банк «Дж.П. Морган», який оголосив у лютому 2019 р. про випуск власної криптовалюти JPMorgan-Coin.

До недавнього часу технологія Blockchain не могла бути легко інтегрованою в існуючі системи фінансових відносин суб'єктів господарювання. Першим кроком в успішній реалізації імплементації технології розділених реєстрів є впровадження функціональної системи ERP. Blockchain не може вижити самостійно. Це не програмний пакет, який діє як система ERP. Для того щоб технологія Blockchain могла функціонувати належним чином, вона повинна бути інтегрована в існуючі системи ERP, які будуть використовувати внутрішні дані для зв'язку і взаємодії як усередині, так і зовні, використовуючи безліч різних технологій.

Для того щоб фінансові відносини були успішними, технологія Blockchain повинна бути інтегрована з усіма зацікавленими сторонами угоди. Це означає, що всі зацікавлені сторони повинні співпрацювати через Blockchain, надавати й обмінюватися інформацією. Якщо немає взаємодії між зацікавленими сторонами, то не існує ніяких переваг, які досягаються від впровадження та використання Blockchain, і Blockchain не матиме ніякого впливу на галузі. Метою розподілених бухгалтерських реєстрів є зовнішня узгодженість між суб'єктами господарювання.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

По-перше, потенціал технології Blockchain значною мірою ще не розкритий, і для багатьох сфер соціально-економічних відносин, зокрема і фінансових, може бути лише окреслений у загальних рисах. Однак уже сьогодні зрозуміло, що суб'єктам господарювання слід готуватися до радикальних змін.

По-друге, характерною рисою використання технології Blockchain у фінансових відносинах суб'єктів господарювання є те, що вона забезпечує безпеку даних, діє автоматизовано, тим самим усуваючи потребу в посередниках, а отже, знижується і ризик людської помилки. У цій прозорій базі даних дані захищені від маніпуляцій, зміни або зламування частин Blockchain, бо для цього необхідно було б контролювати всі комп'ютери, які працюють у мережі над створенням блоків та ланцюгів. Тим не менше все ж таки існують ризики: маніпуляції з фальшивими угодами з метою обману системи буде можливим, але складним.

По-третє, у розвитку та впровадженні технології Blockchain значну участь має приймати держава. Швидкість розвитку технологій і їх впровадження в соціально-економічні процеси настільки велика, що здатна створити певні загрози для держави в разі відсутності

належного реагування через регламентацію і певне регулювання, розроблення стандартів і загальних правил використання. Це питання особливо актуальне у фінансовому секторі, де, наприклад, поява «приватних» грошей може мати значні негативні наслідки для фінансової стабільності держави.

Необхідність подальших досліджень визначається високою швидкістю розвитку технологій. Перспективою подальших досліджень у даному контексті може бути застосування технології як у комерційній діяльності підприємств, так і у сфері державного управління та регулювання у фінансовому секторі.

#### Список використаних джерел:

1. Biedrzycki N. Księga wszystkich ksiąg. Oto, czym jest blockcha- in i dlaczego wszystko zmieni. 2018. URL: <https://businessinsider.com.pl/techno-logie/blockchain/blockchain-i-jego-zastosowania-to-universalne-na-rzedzie/l2yv0b6> (дата звернення: 20.02.2020).
2. Piech K. (red.) Leksykon pojęć na temat technologii block- chain i kryptowalut. 2016. URL: [http://www.portfelbitcoin.pl/wp-content/uploads/2017/12/leksykon\\_pojec\\_na\\_temat\\_tehnologii\\_blockchain\\_i\\_kryptowalut.pdf](http://www.portfelbitcoin.pl/wp-content/uploads/2017/12/leksykon_pojec_na_temat_tehnologii_blockchain_i_kryptowalut.pdf) (дата звернення: 02.03.2020).
3. Piotrowska A.I. Bitcoin płatnicze i inwestycyjne zastosowania kryptowaluty. Warszawa : Wydawnictwo CeDeWu, 2018. 265 s.
4. Capiga M. Bezpieczeństwo transakcji finansowych w Polsce. Warszawa : Wydawnictwo CeDeWu, 2015. 200 s.
5. Międlar P. Blockchain w systemie finansowym. *Studia I Prace Kolegium Zarządzania I Finansów*. 2019. P. 77–88. URL: <https://econjournals.sgh.waw.pl/SiP/article/view/647> (дата звернення: 02.03.2020).
6. Guo Y., Liang C. Blockchain Application and Outlook in the Banking Industry. *Financial Innovation*. 2016. Vol. 2(1). P. 24.
7. Suberg W. We Don't Need Blockchain: R3 Consortium After \$ 59 Million Research, 2017. URL: [cointelegraph.com/news/we-dont-need-blockchain-r3-consortium-after-59-million-research](https://cointelegraph.com/news/we-dont-need-blockchain-r3-consortium-after-59-million-research) (дата звернення: 10.03.2020).
8. Brown R.G., Carlyle J., Grigg I., Hearn M. Corda: An Introduction, R3 CEV, August, 2016.
9. Standard Chartered We've Exceted our Firs Real-time Cross-border Payment for Businesses, 2016. URL: [www.sc.com/en/media/press-release/weve-executed-our-first-real-time-cross-border-payment-for--businesses/](http://www.sc.com/en/media/press-release/weve-executed-our-first-real-time-cross-border-payment-for--businesses/) (дата звернення: 12.03.2020).
10. BankingTech NAB Complets Successful International Money Transfer Using Blockchain, 2016. URL: [www.bankingtech.com/2016/09/nab-completes-successful-international-money-transfer--using-blockchain](http://www.bankingtech.com/2016/09/nab-completes-successful-international-money-transfer--using-blockchain) (дата звернення: 15.02.2020).
11. McKinsey Blockchain – Disrupting the Rules of the Banking Industry, 2016. URL: [www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/how-blockchains-could-change-the-world](http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/how-blockchains-could-change-the-world) (дата звернення: 12.03.2020).
12. Irrera Anna UBS building virtual coin for mainstream banking. *The Wall Street Journal*. 2015 September 3. URL: <https://blogs.wsj.com/digits/2015/09/03/ubs-building-virtual-coin-for-mainstream-banking/> (дата звернення: 17.03.2020).
13. Ikeda K., Hamid M.N. Applications of Blockchain in the Financial Sector and a Peer--to-peer. *Global Barter Web Advances in Computers*. 2018. Vol. 111. P. 99–120.
14. Jessel B., DiCaprio A. Can blockchain make trade finance more inclusive? *Journal of Financial Transformation*. 2018. Vol. 47. P. 35–50.
15. Morris N. Trade finance blockchain race is about to start. *Ledger Insights*. 2018. URL: <https://www.ledgerinsights.com/wetrade-trade-finance-blockchain-race/> (дата звернення: 17.03.2020).
16. Momtaz Paul P. Ceo emotions and underpricing in initial coin offerings, Working paper, University of California Los Angeles (UCLA), 2018. URL: <https://ssrn.com/abstract=3305765> (дата звернення: 10.03.2020).
17. Fisch Christian Initial coin offerings (icos) to finance new ventures. *Journal of Business Venturing*. 2019. Vol. 34. P. 1–22.
18. Howell Sabrina T., Marina Niessner, and David Yermack Initial coin offerings: Financing growth with cryptocurrency token sales, Working Paper 24774. National Bureau of Economic Research, 2018.

#### References:

1. Biedrzycki N. (2018) Księga wszystkich ksiąg. Oto, czym jest blockcha- in i dlaczego wszystko zmieni. Available at: <https://businessinsider.com.pl/techno-logie/blockchain/blockchain-i-jego-zastosowania-to-universalne-na-rzedzie/l2yv0b6> (accessed: 20 February 2020).
2. Piech K., (red.), (2016) Leksykon pojęć na temat technologii block-chain i kryptowalut. Available at: [http://www.portfelbitcoin.pl/wp-content/uploads/2017/12/leksykon\\_pojec\\_na\\_temat\\_tehnologii\\_blockchain\\_i\\_kryptowalut.pdf](http://www.portfelbitcoin.pl/wp-content/uploads/2017/12/leksykon_pojec_na_temat_tehnologii_blockchain_i_kryptowalut.pdf) (accessed: 02 March 2020).
3. Piotrowska A.I. (2018) Bitcoin płatnicze i inwestycyjne zastosowania kryptowaluty. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.

4. Capiga M. (2015) *Bezpieczeństwo transakcji finansowych w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
5. Międlar, P. (2019) Blockchain w systemie finansowym. *Studia I Prace Kolegium Zarządzania I Finansów*, (173), 77–88. Available at: <https://econjournals.sgh.waw.pl/SiP/article/view/647> (accessed: 02 March 2020).
6. Guo Y., Liang C. (2016) Blockchain Application and Outlook in the Banking Industry, „Financial Innovation”, Vol. 2(1), 24.
7. Suberg W. (2017) We Don't Need Blockchain: R3 Consortium After \$ 59 Million Research. Available at: [cointelegraph.com/news/we-dont-need-blockchain-r3-consortium-after-59-million-research](http://cointelegraph.com/news/we-dont-need-blockchain-r3-consortium-after-59-million-research) (accessed: 10.03.2020).
8. Brown R.G., Carlyle J., Grigg I., Hearn M. (2016) *Corda: An Introduction*, R3 CEV, August, 2016.
9. Standard Chartered (2016) We've Exceeded our First Real-time Cross-border Payment for Businesses. Available at: [www.sc.com/en/media/press-release/weve-executed-our-first-real-time-cross-border-payment-for-businesses/](http://www.sc.com/en/media/press-release/weve-executed-our-first-real-time-cross-border-payment-for-businesses/) (accessed: 12 March 2020).
10. BankingTech (2016) NAB Completes Successful International Money Transfer Using Blockchain. Available at: [www.bankingtch.com/2016/09/nab-completes-successful-international-money-transfer-using-blockchain](http://www.bankingtch.com/2016/09/nab-completes-successful-international-money-transfer-using-blockchain) (accessed: 15 February 2020).
11. McKinsey (2016) Blockchain – Disrupting the Rules of the Banking Industry. Available at: [www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/how-blockchains-could-change-the-world](http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/how-blockchains-could-change-the-world) (accessed: 12 March 2020).
12. Irrera Anna (2015) “UBS building virtual coin for mainstream banking”. *The Wall Street Journal*, September 3. Available at: <https://blogs.wsj.com/digits/2015/09/03/ubs-building-virtual-coin-for-mainstream-banking/> (accessed: 17.03.2020).
13. Ikeda K., Hamid M.N. (2018) Applications of Blockchain in the Financial Sector and a Peer-to-peer Global Barter Web. „Advances in Computers”, vol. 111, s. 99–120.
14. Jessel, B., and A. DiCaprio (2018) “Can blockchain make trade finance more inclusive?”. *Journal of Financial Transformation*. vol. 47, s. 35–50.
15. Morris, N. (2018) “Trade finance blockchain race is about to start”. *Ledger Insights*. Available at: <https://www.ledgerinsights.com/wetrade-trade-finance-blockchain-race/> (accessed: 17 March 2020).
16. Momtaz, Paul P. (2018a) Ceo emotions and underpricing in initial coin offerings, Working paper, University of California Los Angeles (UCLA). Available at: <https://ssrn.com/abstract=3305765> (accessed: 10 March 2020).
17. Fisch Christian (2019) Initial coin offerings (icos) to finance new ventures. *Journal of Business Venturing*, 34, 1–22.
18. Howell Sabrina T., Marina Niessner, and David Yermack (2018) Initial coin offerings: Financing growth with cryptocurrency token sales. Working Paper 24774, National Bureau of Economic Research.



## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-17>**Височан О.С.**доктор економічних наук,  
професор кафедри обліку та аналізу  
Національного університету «Львівська політехніка»**Оліховський В.Я.**кандидат економічних наук,  
асистент кафедри обліку та аналізу  
Національного університету «Львівська політехніка»**Vysochan Oleh, Olikhovskiy Volodymyr**  
Lviv Polytechnic National University**ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ  
У ЛОУКОСТ-СЕГМЕНТІ****ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF TOURIST SERVICES  
IN LOW-COST SEGMENT**

У статті встановлено ознаки, характерні для діяльності підприємств лоукост-сегменту туристичного бізнесу, що чинять найбільший вплив на побудову системи бухгалтерського обліку. Доведено актуальність вибраної тематики, керуючись показниками темпів зростання туристичної галузі у світі, що неминує впливає на економічний розвиток країн, зайнятість населення, охорону навколишнього середовища та збереження культурної спадщини. Наведено основні принципи, на яких ґрунтується діяльність компаній лоукост-сегменту туристичного бізнесу. Представлено риси, притаманні обліку лоукост-компаній, провоковані масштабністю їхньої діяльності, яка супроводжується рутинністю і типовістю господарських операцій. Узагальнено пріоритетні та найбільш трудозатратні ділянки, які вимагають максимальної уваги під час організації облікового процесу. Узагальнено вплив характеристик послуг/турпродукту, які надаються компаніями, що сповідують концепцію «лоу-кост», на систему бухгалтерського обліку.

**Ключові слова:** бухгалтерський облік, туристична послуга, туризм, організація обліку, лоукост-перевізник, перевізник із повним сервісом.

В статье установлены признаки, характерные для деятельности предприятий лоукост-сегмента туристического бизнеса, оказывающие наибольшее влияние на построение системы бухгалтерского учета. Доказана актуальность тематики, руководствуясь показателями темпов роста туристической отрасли в мире, что неизбежно влияет на экономическое развитие стран, занятость населения, охрану окружающей среды и сохранения культурного наследия. Приведены основные принципы, на которых основывается деятельность компаний лоукост-сегмента туристического бизнеса. Представлены черты, присущие учету в лоукост-компаниях, провоцируемые масштабностью их деятельности, сопровождающиеся рутинностью и типичностью хозяйственных операций. Обобщены приоритетные и наиболее трудозатратные участки, требующие максимального внимания при организации учетного процесса. Обобщено влияние характеристик услуг/турпродукта, предоставляемых компаниями, исповедующими концепцию «лоу-кост», на систему бухгалтерского учета.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, туристическая услуга, туризм, организация учета, лоукост-перевозчик, перевозчик с полным сервисом.

The article identifies features that are characteristic of the activity of low-cost enterprises of the tourist business segment, which have the greatest impact on the construction of the accounting system. Among them: cost minimization – low-cost companies seek to reduce costs by using all legal means; scale of activity – profitability in low cost companies is achieved not by a high margin (as the difference between the cost of sales and cost), but by the large volume of services provided and their maximum concentration; active sale of related and ancillary services, in particular: car rental, insurance sales, gift vouchers, organization of additional meals above the basic tourist service, tickets for entertaining

events, ordering guide services, information and consulting services and a number of others. The topicality of the chosen topic is proved, taking into account the growth rates of the tourist industry in the world, which inevitably affects the economic development of the countries, employment of the population, environmental protection and preservation of cultural heritage. It was found that the market share of low-cost carriers increased from 15.7% in 2006 to 31% in 2018; Ryanair's low-cost carrier has become Europe's largest airline with 152.4 million passengers. The basic principles on which the activity of the low-cost companies of the tourist business segment are based. The features inherent in the accounting of low-cost companies are presented, provoked by the scale of their activity, which is accompanied by the routine and typicality of business operations. The priority and the most labor-intensive areas are summarized, which require maximum attention when organizing the accounting process. The influence of the characteristics of services / tourist products provided by low cost companies on the accounting system is generalized: improvement of the method of accounting of discounts taking into account the accepted price policy; the need to build accounting (including analytical), taking into account the division of activities into main, additional and related; creating reserves to synchronize and offset costs and revenue over the reporting period.

**Key words:** accounting, tourist service, tourism, accounting organization, low-cost carrier, full-service carrier.

**Постановка проблеми.** Упродовж останнього десятиліття індустрія туризму демонструє стабільні темпи зростання, що неминує впливає на економічний розвиток країн, зайнятість населення, охорону навколишнього середовища та збереження культурної спадщини. Значна кількість країн (Чорногорія, Хорватія, Мальта, Таїланд, Мальдіви тощо) понад 10% ВВП отримують від туризму. Фактично це означає, що добробут населення цих країн напряму залежить від розвитку туристичної галузі.

Поступова переорієнтація ринкового механізму розвитку туризму на умови, що потребують урахування попиту різних споживачів та узгодження з ними пропозиції, призвела до ситуації, коли існуюча облікова система не здатна надати необхідні відомості для достовірної оцінки ефективності туристичної діяльності підприємства [1, с. 219].

Саме необхідність задоволення попиту клієнтів у послугах, що надаються за мінімальною вартістю без утрати якості останніх, призвела до появи лоукост-сегменту туристичного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Облік у туризмі знаходиться у фокусі досліджень таких вітчизняних учених, як: Р.І. Балашова, З.А. Балченко, Ж.А. Богданова, О.М. Гончаренко, Т.П. Данканич, В.М. Жук, С.Я. Король, Т.В. Момонт, Т.С. Осадча, С.М. Пилипенко, І.М. Пожарицька, О.В. Прокопишина, Н.Б. Рошко, О.В. Сметанко та ін. Водночас особливості облікових процесів, притаманних лоукост-моделі ведення бізнесу, досі залишаються малодослідженими.

**Метою дослідження** є встановлення ознак, характерних для діяльності підприємств лоукост-сегменту туристичного бізнесу, що чинять найбільший вплив на побудову системи бухгалтерського обліку останніх.

**Завдання дослідження:**

1) навести основні принципи, на яких ґрунтується діяльність компаній лоукост-сегменту туристичного бізнесу;

2) представити риси, притаманні обліку лоукост-компаній, прововані масштабністю їхньої діяльності, яка супроводжується рутинністю і типовістю господарських операцій;

3) узагальнити пріоритетні та найбільш трудозатратні ділянки, які вимагають максимальної уваги під час організації облікового процесу;

4) узагальнити вплив характеристик послуг/турпродукту, які надаються компаніями, що сповідують концепцію «лоу-кост», на систему бухгалтерського обліку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Концепція діяльності на засадах лоу-кост сьогодні асоціюється зі сферою перевезень пасажирів, у якій вона набула найбільшої популярності.

Інформація, оприлюднена ресурсом *statista.com* [2], свідчить про те, що частка ринку лоукост-перевізників зросла з 15,7% у 2006 р. до 31% у 2018 р. (майже вдвічі!). Тому не дивує той факт, що, за даними Skyscoper, у 2019 р. лоукостер Ryanair став найбільшою авіакомпанією Європи за кількістю перевезених пасажирів – 152,4 млн осіб [3]. Ця ж компанія разом зі ще одним лоукостером easyJet, за даними Business Insider [4], увійшла до 10 найбільших авіакомпаній світу, випереджаючи таких гігантів, як Аерофлот, Air France, Emirates, Lufthansa та Turkish Airlines.

У зарубіжній літературі лоукост-перевізники (Low-cost Carriers – LCC) протиставляються перевізникам із повним сервісом (Fullservice Carriers – FSC). Перші завдяки оптимізації різноманітних операційних процесів отримують цінові переваги над другими. Як наслідок, це дає їм змогу пропонувати клієнтам послуги за нижчими, ніж у FSC-компаній, тарифами.

Філіп Детлін із Массачусетського технологічного інституту серед ознак, притаманних лоукост-моделі в авіаперевезеннях називає такі: перельоти на короткі відстані; використання вторинних та/або незавантажених аеропортів; незначні обсяги транзитних пасажирів; високий рівень завантаженості маршрутів; розповсюдження квитків власними каналами, наприклад через кол-центри або модулі з продажу квитків на Інтернет-сайті компанії; один клас подорожі з відносно високою щільністю сидінь; проста структура флоту, зазвичай із використанням лише одного типу літака; щоденна експлуатація літаків; гнучкі правила роботи; уникнення участі у глобальних альянсах та деякі інші [5].

Основною метою фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств є не лише отримання прибутку, а й створення якісного продукту, який максимально задовольнятиме вимогам споживачів. Баланс між цими часто взаємовиключаючими цілями й є основним завданням для менеджменту туристичних підприємств, інформаційну підтримку вирішення якого повинна забезпечити підсистема бухгалтерського обліку [6, с. 132].

Основними принципами, на яких ґрунтується діяльність компаній лоукост-сегменту туристичного бізнесу (не лише у секторі авіаперевезень), що впливають на організацію облікового процесу, на нашу думку, є:

1) мінімізація собівартості. Компанії-лоукостери прагнуть знизити ціну, використовуючи всі легальні засоби. Наслідками можуть бути:

– зарплати персоналу лоукостерів зазвичай нижчі середньогалузевих показників, тоді як інтенсивність роботи – вища;

– фрагментація туристичної послуги, з окремих компонент якої формуються додаткові послуги, які оплачуються понад вартість основної;

– перенесення значної частини активностей фронт-офісу (довідка, продаж квитків, повернення платежів, прийом реклаमाцій, зв'язок зі службою технічної підтримки тощо) в онлайн-формат (у т. ч. і за рахунок активного використання у діяльності мобільних додатків, систем електронної комерції, чату, електронних кабінетів клієнта тощо), що забезпечує зменшення кількості персоналу та обсягів офісних площ;

– транспортні компанії часто не користуються платформами автостанцій на проміжних зупинках за маршрутом, таким чином, мінімізуючи витрати на оплату послуг, пов'язаних з організацією прибуття і відправлення автобусів;

– авіакомпанії за наявності поблизу великих міст декількох аеропортів вибирають той, який пропонує більш лояльну цінову політику, ігноруючи чинник відстані від місця прибуття (наприклад, аеропорт Хан, який є базовим для

декількох бюджетних авіаліній, знаходиться за 120 км від Франкфурта, тоді як основний – лише за 12 км; аеропорт Скавста – за 100 км від Стокгольму, Арланда – 42 км; Саннефіорд – 110 км від Осло, Гардермуен – 45 км від норвезької столиці тощо). Таким чином, частка витрат на подорож до місця призначення фактично перекладається на споживача;

– інше;

2) масштабність діяльності. Прибутковість у компаніях, які сповідують концепцію «лоукост», досягається не за рахунок високої маржі (як різниці між ціною реалізації і собівартістю), а завдяки значним обсягам реалізованих послуг та їх максимальній концентрації, яка характеризується величинами заповнюваності транспортного засобу, повноти посадки в закладі громадського харчування, заселеності готелю тощо. У зв'язку із цим максимальна увага приділяється залученню клієнтів засобами агресивної реклами, широкого використання можливостей Інтернет-мережі, постійного проведення акційних розпродажів та ін. Найбільш часто використовується бізнес-модель прямих продажів, оскільки невелика прибутковість кожної окремої послуги стає перепорою для організації дистрибуційної посередницької мережі. Масштабність діяльності дає змогу таким компаніям вибирати агресивну політику співпраці з партнерами, диктуючи умови договорів на власну користь. Наприклад, екскурсоводи, які працюють із туристичними операторами, часто отримують винагороду (в розрахунку на одного туриста) меншу, ніж за умов прямих контактів із клієнтом, однак ці втрати можуть бути компенсованими більшою кількістю замовлень. Водночас масштабність фактично унеможливорює індивідуальний підхід до клієнта та зумовлює необхідність використання багатьох внутрішніх стандартів, інструкцій та нормативів, які повністю формалізують послідовність дій для розв'язання тих чи інших проблем.

Масштабність діяльності, яка супроводжується рутинністю і типовістю господарських операцій, виводить на перший план питання автоматизації бухгалтерського обліку та його інтеграцію в автоматизовану систему управління лоукост-компанії. Складовою частиною цієї системи є надійний модуль онлайн-платежів, а також ціноутворення. Дані з нього повинні оперативно оброблятися і передаватися для відображення на бухгалтерських рахунках. Є можливість виникнення так званого «кумулятивного ефекту», за якого вчасно не виявлена похибка, маючи локальний характер, однак накопичуючись упродовж тривалого часу, може призводити до згубних наслідків для всієї системи бухгалтерського обліку. Не в останню чергу якість облікової інформації в такого роду компаніях визначається її оперативністю.

Масштабність діяльності та складність організаційних зв'язків призводять до необхідності розроблення певною мірою унікальної системи обліку для таких компаній, обмеженості у використанні типових рішень, унікальності облікової політики, яка повинна максимально повно відповідати на запити управління, а також чіткої маршрутизації інформаційно-облікових потоків. Захист персональних даних клієнтів від несанкціонованого доступу також є надважливим завданням;

3) активний продаж супутніх та додаткових послуг. Такими послугами можуть бути: оренда автомобілів, продаж страхових полісів, подарункових ваучерів, організація додаткового харчування понад встановлене у базовій туристичній послугі, реалізація квитків на розважальні заходи, замовлення послуг екскурсовода, інформаційно-консультаційні послуги та низка інших. У такому разі компанія-лоукостер виступає як посередник і отримує додатковий дохід у вигляді агентської винагороди. Лоукостери досить часто йдуть на зниження ціни туристичної послуги до рівня собівартості (а інколи й нижче), сподіваючись на компенсацію втрат за рахунок продажу додаткових та супутніх послуг. Наприклад, авіакомпанія може суттєво знизити вартість квитка в розрахунок на те, що пасажир замовить послугу перевезення додаткового багажу, пріоритетну посадку чи харчування на борту. Окрім того, забезпечується збільшення кількості лояльних до компанії клієнтів, позитивне відношення яких дасть змогу залучити нових покупців у майбутньому.

Облік повинен вестися з обов'язковим розмежуванням основної діяльності та надання

супутніх і додаткових послуг. На верхніх рівнях ієрархії синтетичних та аналітичних рахунків узагальнюється інформація щодо доходів і витрат у розрізі видів діяльності та центрів відповідальності. За умов стабільної важливості функціональної прив'язки останніх географічний (територіальний) розподіл за значної частки бізнес-процесів, перенесених в Інтернет-мережу, для таких компаній відходить у минуле.

Пріоритетними та найбільш трудозатратними ділянками, які вимагають максимальної уваги під час організації облікового процесу, є: облік доходів та витрат; облік розрахункових операцій; облік праці та її оплати; облік основних засобів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Організація та методика ведення обліку в компаніях лоукост-сегменту туристичного бізнесу характеризуються такими базовими особливостями:

- значна залежність потенційних клієнтів компаній-лоукостерів від коливань ціни (еластичність попиту свідчить про високу його кореляцію з рівнем доходів населення) зумовлює необхідність використання стратегій, пов'язаних з її мінімізацією, що спричиняє потребу в удосконаленні методики обліку зніжок з урахуванням прийнятої цінової політики;

- взаємодоповнюваність послуг у складі продукту, що пропонується лоукостерами, зумовлює необхідність побудови обліку (у т. ч. аналітичного) з урахуванням поділу діяльності на основну, додаткову та супутню;

- можливе коливання попиту у часовому розрізі (наявність сезонного складника) виводить на перший план створення резервів для синхронізації й вирівнювання витрат і доходів упродовж звітного періоду.

#### Список використаних джерел:

1. Височан О.С. Витрати на формування споживчої цінності туристичного продукту як об'єкт бухгалтерського обліку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 2(4). Ч. 1. С. 218–223.
2. Low cost carriers' worldwide market share from 2007 to 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/586677/global-low-cost-carrier-market-capacity-share/> (дата звернення: 25.03.2020).
3. 10 Largest Airlines in Europe by Passenger Numbers. URL: <https://www.skycop.com/aviation/10-largest-airlines-in-europe-by-passenger-numbers/> (дата звернення: 25.03.2020).
4. Zhang B. The 20 Biggest Airlines in the World, Ranked. URL: <https://www.businessinsider.com/biggest-airlines-world-oag-2019-3> (дата звернення: 25.03.2020).
5. Dietlin Ph. (2004). The Potential for Low-Cost Airlines in Asia. URL: <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/28301> (дата звернення: 25.03.2020).
6. Височан О.С. Концептуалізація розвитку бухгалтерського обліку у суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність : монографія. Львів : Видавництво Тараса Сороки, 2015. 312 с.

#### References:

1. Vysochan O.S. (2015) Vytraty na formuvannya spozhyvchoi tsinnosti turystychnoho produktu yak ob'iekt bukhhalterskoho obliku [Costs of shaping the consumer value of a tourism product as an accounting object]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika*. 2(4). 218–223.

2. Low cost carriers' worldwide market share from 2007 to 2018. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/586677/global-low-cost-carrier-market-capacity-share/> (accessed 25 March 2020).
3. 10 Largest Airlines in Europe by Passenger Numbers. Retrieved from: <https://www.skycop.com/aviation/10-largest-airlines-in-europe-by-passenger-numbers/> (accessed 25 March 2020).
4. Zhang B. The 20 Biggest Airlines in the World, Ranked. Retrieved from: <https://www.businessinsider.com/biggest-airlines-world-oag-2019-3> (accessed 25 March 2020).
5. Dietlin Ph. (2004) The Potential for Low-Cost Airlines in Asia. Retrieved from: <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/28301> (accessed 25 March 2020).
6. Vysochan O.S. (2015) Konceptualizacija rozvytku bukhghaltersjkojho obliku u subjektiv, shho zdijsnjutj turystychnu dijaljnistj [Conceptualization of accounting development in entities engaged in tourism]: monoghrafija. Ljviv: Vydavnyctvo Tarasa Soroky. (in Ukrainian)

УДК 657

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-18>

**Дорош Н.І.**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри бухгалтерського обліку та аудиту  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Кізенко Є.С.**

магістрант  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Dorosh Nina, Kizenko Yevheniia**

Kyiv National Taras Shevchenko University

## ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

## PECULIARITIES OF ACCOUNTANT AND TAXATION TREATMENT OF COMPANY'S PROFITS

У статті розглянуто різнобічні підходи до визначення сутності категорії «прибуток», розкрито значення прибутку підприємства на сучасному етапі розвитку економіки. Проаналізовано стан прибутковості підприємств, визначено чинники впливу на його формування. Відображено ключові особливості обліку фінансових результатів підприємств від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Визначено особливості оподаткування прибутку підприємств, застосування тимчасових податкових різниць із податку на прибуток, визначення відстрочених податкових активів та зобов'язань, відображення витрат (доходів) із податку на прибуток у бухгалтерському обліку підприємств. Здійснено порівняльний аналіз між П(С)БО 17 «Податок на прибуток» та МСБО 12 «Податки на прибуток». Висвітлено основні напрями розподілу і використання прибутку. Розкрито основні особливості нарахування та виплати дивідендів фізичним та юридичним особам.

**Ключові слова:** сутність прибутку, оподаткування прибутку, відстрочені податкові активи, відстрочені податкові зобов'язання, податок на прибуток, дивіденди.

В статье рассмотрены разносторонние подходы к определению сущности категории «прибыль», раскрыто значение прибыли предприятия на современном этапе развития экономики. Проанализировано состояние прибыльности предприятий, определены факторы влияния на его формирование. Отражены ключевые особенности учета финансовых результатов предприятий от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности. Определены особенности налогообложения прибыли предприятий, применения временных налоговых разниц по налогу на прибыль, определения отложенных налоговых активов и обязательств, отражения расходов (дохо-

дов) по налогу на прибыль в бухгалтерском учете предприятий. Осуществлен сравнительный анализ между П(С)БУ 17 «Налог на прибыль» и МСБУ 12 «Налоги на прибыль». Освещены основные направления распределения и использования прибыли. Раскрыты основные особенности начисления и выплаты дивидендов физическим и юридическим лицам.

**Ключевые слова:** сущность прибыли, налогообложение прибыли, отсроченные налоговые активы, отложенные налоговые обязательства, налог на прибыль, дивиденды.

In the article various approaches to definition of the category "profit" is given. Copyright definition of business profits is provided. The value of the profit for the enterprise at the present stage of economic development is investigated. The current state of profitability of enterprises is analyzed, as well as the factors that influence its formation. The growth (decrease) of profits and losses of large and medium-sized enterprises in Ukraine is reflected. The main features of financial results accounting from operating, financial and investment activities are described, the typical correspondences of writing-off of revenue and expenditures from the financial performance of the company are given. The object of taxation is determined, the essence of the company profit tax is theoretically summarized, the model for calculation company profit tax for the established state tax rate is built. The national features of enterprise's profits taxation are described, the use of temporary tax differences on the company profit tax is investigated, deferred tax assets and liabilities are determined, the recording of expenditures (revenue) on profit tax in the accounting records of enterprises is summarized. Comparative analysis of Ukrainian GAAP 17 "Income tax" and IAS 12 "Income Taxes" states the general and distinctive features of the methodological principles for profit and company profit tax accounting. The basic directions of distribution and use of profit of the enterprise are presented. The features of the formation of reserve capital and its reflection in accounting is described. The definition of "dividends" is given, the main features of their calculation and payment to individuals and legal entities are summarized. The typical correspondences for accounting the taxation of dividends paid to individuals and to physical persons by income tax as well as by military fee is presented, the accrual of the advance payment for dividends to legal entities, and transfer of tax amounts to the state budget is summarized. The generalized order of distribution of net profit and reflecting in the accounting systems of companies is depicted.

**Key words:** profit essence, income taxation, deferred tax assets, deferred tax liabilities, income tax, dividends.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах економіки метою будь-якого виду діяльності підприємства є отримання прибутку та його максимізація. Сучасні тенденції України показують динаміку зменшення кількості прибуткових підприємств. Прибуток підприємства впливає не лише на формування його фінансових ресурсів, економічний розвиток, збільшення ринкової вартості, а й на соціально-економічний розвиток країни у цілому шляхом сплати податків, зборів до державного бюджету України. Величина прибутку визначається в бухгалтерському обліку та відображається у фінансовій звітності, на основі якої відбувається прийняття рішень зовнішніми і внутрішніми користувачами. Тому методика його формування, використання та відображення в бухгалтерському обліку потребує вдосконалення, що дасть змогу отримати об'єктивну інформацію про стан та подальший розвиток підприємств.

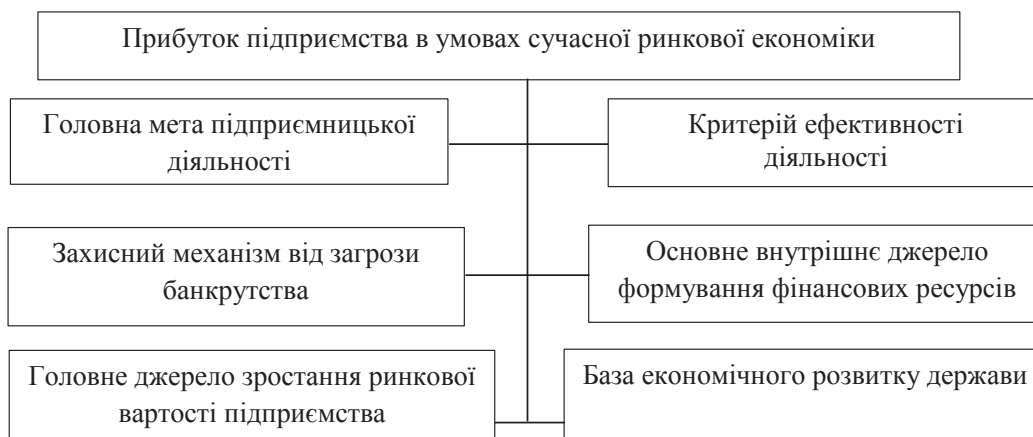
**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Головні аспекти організації бухгалтерського обліку, оподаткування прибутку підприємств та відображення у фінансовій, податковій звітності досліджували такі науковці, як: В.Л. Андрущенко, О.П. Атамас, В.В. Бабоч, М.Д. Білик, Н.І. Дорош, В.І. Ганін, Р.Ф. Бруханський, О.В. Попович, О.П. Славкова, В.В. Сопко,

О.М. Стрішенець, В.П. Хомутенко, М.Г. Чумаченко, Я.Р. Ярема та ін. Проте у зв'язку з постійними змінами у нормативно-правовому законодавстві України існує низка теоретичних і практичних питань, які все ще залишаються дискусійними та невирішеними, що й визначає актуальність цього дослідження.

**Метою дослідження** є розкриття особливостей теоретичних та методологічних аспектів бухгалтерського обліку й оподаткування прибутку підприємств у сучасних умовах економіки та визначення основних напрямів його розподілу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На всіх етапах розвитку бухгалтерського обліку прибуток підприємств та методика його розрахунку у зв'язку з постійними змінами у нормативно-правовому законодавстві країни завжди залишаються у центрі уваги вітчизняних науковців. На рис. 1 схематично зображено значення прибутку в сучасній економіці.

Прибуток підприємств вважається однією з найбільш складних економічних категорій, складність визначення зумовлена різноманітністю інтересів, які він відображає. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [4] визначає прибуток як суму, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.



**Рис. 1. Значення прибутку в сучасній економіці**

*Джерело: узагальнено авторами на основі [10]*

Сьогодні не існує єдиного підходу до визначення сутності економічної категорії «прибуток», кожен дослідник розглядає цю категорію в різних економічних аспектах. Як наслідок, піднімається багато дискусійних питань, які пов'язані з визначенням прибутку, обліком та відображенням у фінансовій звітності. В.Л. Вороніна визначає прибуток як чистий дохід підприємця на вкладений капітал, виражений у грошовій формі, що характеризує винагороду за ризик підприємницької діяльності та визначається як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності та спрямований на досягнення конкретного рівня конкурентоспроможності й іміджу підприємства [11, с. 196]. На думку А.В. Колєватова, прибуток є важливою економічною категорією, на яку впливають процеси, що відбуваються в навколишньому середовищі, у сферах виробництва й розподілу суспільного продукту та національного доходу [13, с. 719].

Проаналізувавши різні підходи до визначення прибутку, можна узагальнити, що прибуток є основним фінансовим показником діяльності підприємства, який відображає ефективність його функціонування шляхом прийняття управлінських рішень, які спрямовані на подальший розвиток діяльності суб'єкта господарювання та максимізацію прибутку, який є суттєвим та важливим аспектом його діяльності.

На формування прибутку підприємства впливають різноманітні внутрішні та зовнішні чинники. До зовнішніх чинників варто віднести: економічні умови господарювання, місткість ринку, платоспроможний попит споживачів, державне регулювання діяльності підприємств. До внутрішніх чинників належать: обсяг продукції, що випускається, собівартість виробни-

цтва, ціна продукції, що реалізується, асортимент продукції, що випускається, тощо [10].

Сьогодні в Україні спостерігається динаміка до зниження показників прибутковості підприємств і, як наслідок, низькі розміри сплачених податків на прибуток. Це пояснюється також тим, що підприємства не бажають показувати реальну величину прибутків, завищують витрати виробництва для зменшення розмірів оподаткування.

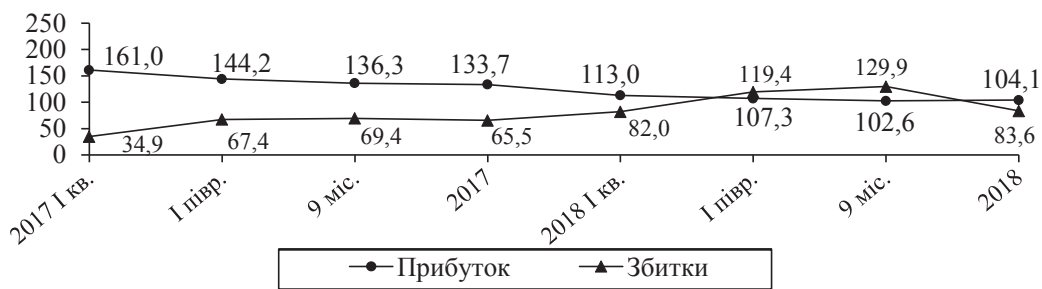
У зарубіжній практиці спостерігається протилежна тенденція. Підприємства завищують свої доходи для отримання прибутку підприємством та відображення його у фінансовій звітності, яка є основою для прийняття рішень нових інвесторів щодо спрямування своїх інвестицій [16, с. 46].

На рис. 2 зображено темпи зростання (зниження) прибутків та збитків великих та середніх підприємств у відсотковому співвідношенні до відповідного періоду попереднього року.

За результатами проведеного аналізу спостерігається значна тенденція до зниження прибутків підприємств у 2018 р. порівняно з 2017 р.

Порядок формування та відображення у фінансовій звітності доходів та витрат суб'єктів господарювання визначено нормами П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Доходи та витрати відображають у бухгалтерському обліку в момент їх виникнення, в умовах першої події. Методологічні підходи до обліку витрат, доходів і результатів діяльності розкриваються в П(С)БО 15 «Дохід» [5] та П(С)БО 16 «Витрати» [6].

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 [9], за рахунком 79 «Фінансові результати» відображається узагальнення інформації про фінансові результати



**Рис. 2. Темпи зростання (зниження) прибутку та збитків підприємств**

Джерело: узагальнено авторами на основі даних [15]

діяльності підприємства. За кредитом рахунку відображаються суми в порядку закриття рахунків обліку доходів, за дебетом – суми в порядку закриття рахунків обліку витрат, також належна сума нарахованого податку на прибуток. Рахунок 79 «Фінансові результати» має такі субрахунки: 791 «Результат операційної діяльності», 792 «Результат фінансових операцій», 793 «Результат іншої звичайної діяльності». Алгоритм відображення даних за субрахунком 791 «Результат операційної діяльності» зображений на рис. 3.

Що стосується субрахунку 792 «Результат фінансових операцій», за кредитом субрахунку наприкінці звітного періоду відображаються суми в порядку закриття рахунків 72 «Доход від участі в капіталі» та 73 «Інші фінансові доходи». За дебетом субрахунку 792 «Результат фінансових операцій» наприкінці звітного періоду відображаються суми в порядку закриття рахунків 95 «Фінансові витрати» та 96 «Втрати від участі в капіталі».

Субрахунок 793 «Результат іншої звичайної діяльності» призначений для визначення фінансових результатів іншої звичайної діяльності. За кредитом субрахунку 793 «Результат іншої звичайної діяльності» в кореспонденції з дебетом рахунку 74 «Інші доходи» списують доходи від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів, майнових комплексів, від неопе-

раційної курсової різниці та від іншої звичайної діяльності. За дебетом субрахунку 793 «Результат іншої звичайної діяльності» в кореспонденції з кредитом рахунку 97 «Інші витрати» списують витрати, які виникли в процесі звичайної діяльності, але які не пов'язані з виробництвом або реалізацією основної продукції та послуг.

Що стосується податку на прибуток, то це обов'язковий платіж до бюджету, які сплачують усі підприємства незалежно від форми власності з прибутку від господарської діяльності підприємства. Об'єктом оподаткування в Податковому кодексі України за основною ставкою 18% (п. 136.1 ПКУ) є прибуток, який визначається шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних П(С)БО або МСФЗ, на різниці, які виникають відповідно до положень п. 134.1.1–134.1.5 ПКУ.

У бухгалтерському обліку податок на прибуток регулюється відповідно до П(С)БО 17 «Податок на прибуток» [7] та МСБО 12 «Податки на прибуток» [8]. П(С)БО 17 «Податок на прибуток» визначає методологічні засади формування інформації про витрати, доходи, активи і зобов'язання з податку на прибуток та її розкриття у фінансовій звітності.

У П(С)БО 17 «Податок на прибуток» та Інструкції до плану рахунків № 291 передбачається застосування тимчасових податкових різниць із податку на прибуток, які виникають унаслідок того, що визначення деяких доходів і витрат у бухгалтерському і податковому обліку відбувається в різних звітних періодах, тому П(С)БО 17 «Податок на прибуток» трактує визначення тимчасової податкової різниці як різницю між оцінкою активу та зобов'язання за даними фінансової звітності та податковою базою цього активу або зобов'язання відповідно.

791 «Результат операційної діяльності»	
Д-т	К-т
90 «Собівартість реалізації»	70 «Доходи від реалізації»
92 «Адміністративні витрати»	71 «Інший операційний дохід»
93 «Витрати на збут»	
98 «Податки на прибуток»	
Дебетовий оборот	Кредитовий оборот
Кінцеве сальдо (якщо збиток)	Кінцеве сальдо (якщо прибуток)

**Рис. 3. Алгоритм відображення даних за субрахунком 791 «Результат операційної діяльності»**

Джерело: узагальнено авторами на основі [9]



Таблиця 1

**Порівняння методологічних засад податку на прибуток в обліку  
та звітності відповідно до П(С)БО 17 та МСБО 12**

<b>Ознака</b>	<b>П(С)БО 17 «Податок на прибуток»</b>	<b>МСБО 12 «Податок на прибуток»</b>
Принципове питання обліку податку на прибуток	Не визначено	Визначення концептуальних засад відображення в обліку поточних та майбутніх податкових наслідків від операцій поточного періоду, а також відшкодування балансової вартості активів і зобов'язань у майбутньому
Визнання поточного податку	Відображається у складі поточних зобов'язань та оцінюється сумою коштів, яка не була сплачена до бюджету. За перевищення суми коштів, сплачених до бюджету, над сумою, що підлягає сплаті, виникає дебіторська заборгованість	Визнається як зобов'язання та оцінюється сумою коштів, яка не була сплачена до бюджету. За перевищення суми коштів, сплачених до бюджету над сумою, що підлягає сплаті, відноситься до активів
Використання середньої ставки податку	Не передбачено	Передбачено
Відображення у фінансовій звітності	Баланс. Поточні податки відображаються у складі поточних зобов'язань або оборотних активів, відстрочені податкові активи та зобов'язання – у складі необоротних активів та довгострокових зобов'язань	Поточні податки відображаються у складі зобов'язань або активів, відстрочені податкові активи та зобов'язання – у складі необоротних активів або довгострокових зобов'язань
	Звіт про фінансові результати (у світовій практиці – Звіт про прибутки та збитки)	Поточні та відстрочені податки відображаються у складі доходів або витрат (винятком є операції, що призводять до змін безпосередньо у власному капіталі)

*Джерело: узагальнено авторами на основі [7; 8; 14, с. 198]*

Пунктом 3 П(С)БО 17 «Податок на прибуток» передбачено, що тимчасові податкові різниці мають два види: ті, що підлягають вирахуванню, та ті, що підлягають оподаткуванню. Якщо такі різниці підлягають вирахуванню, то вони призводять до зменшення податкового прибутку, а ті, що підлягають оподаткуванню, включаються до податкового прибутку в майбутніх періодах.

У разі виникнення в бухгалтерському обліку підприємства тимчасових податкових різниць під час формування поточного податку на прибуток потрібно визначати відстрочені податкові зобов'язання та відстрочені податкові активи. Вони визнаються витратами або доходами у звіті про фінансові результати, крім податку на прибуток, що нарахований унаслідок дооцінки активів та інших господарських операцій, які відображаються збільшенням власного капіталу (п. 4 П(С)БО 17 «Податок на прибуток»). Як наслідок, витрати (дохід) із податку на прибуток – загальна сума витрат (доходу), яка складається з поточного податку на прибуток з урахуванням відстроченого податкового зобов'язання і відстроченого податкового активу.

У зв'язку із запровадженням нових вимог до ведення обліку податку на прибуток та переходом підприємств на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку актуальним є питання порівняння їх із національними щодо методики обліку прибутку підприємств та його відображення у фінансовій звітності (табл. 1).

За результатами порівняння можна зробити висновок, що суттєві відмінності у цілому відсутні, присутня більш конкретна деталізація щодо обліку прибутку підприємств у МСБО 12 «Податки на прибуток». МСБО 12 «Податки на прибуток» визначає порядок визнання податкових різниць у нетипових ситуаціях, про які в П(С)БО 17 «Податок на прибуток» не згадується: вплив гудвілу на податкову базу у разі об'єднання бізнесу (п. 19 МСБО 12 «Податки на прибуток»); податкові наслідки визнання іноземних фінансових інвестицій з іншою функціональною валютою (п. 41 МСБО 12 «Податки на прибуток»); вплив переоцінки інвестиційної нерухомості (п. 51 МСБО 12 «Податки на прибуток») тощо.

За даними бухгалтерського обліку суми податку на прибуток відображаються за рахунком 98 «Податок на прибуток». Податок на при-

буток, що розрахований у податковому обліку і підлягає сплаті до бюджету, відображають за кредитом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» у кореспонденції з дебетом рахунків 98 «Податок на прибуток», 17 «Відстрочені податкові активи» та 54 «Відстрочені податкові зобов'язання». Сплату податку на прибуток до бюджету відображають за дебетом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» у кореспонденції з кредитом рахунку 311 «Поточні рахунки в національній валюті». Нарахована сума податку на прибуток відображається за дебетом рахунку 98 «Податок на прибуток», а за кредитом – включення її до фінансових результатів.

Якщо в бухгалтерському обліку у суб'єкта господарювання присутні відстрочені податкові активи та зобов'язання, то потрібно визначити бухгалтерські витрати (дохід) за податком на прибуток, які визначаються за таким алгоритмом: до поточного податку на прибуток потрібно додати відстрочені податкові зобов'язання та відняти відстрочені податкові активи.

Суми відстрочених податкових зобов'язань визначаються як сальдо за кредитом рахунку 54 «Відстрочені податкові зобов'язання» на кінець року мінус сальдо за кредитом рахунку 54 «Відстрочені податкові зобов'язання» на початок року. Але потрібно зауважити, що відстрочені податкові зобов'язання не завжди враховують під час розрахунку витрат (доходу) за податком на прибуток, а лише під час дооцінки необоротних активів, тому нарахування відстрочених податкових зобов'язань за рахунок зменшення капіталу в дооцінках відображається в бухгалтерському обліку за таким проведенням: Д-т 41 «Капітал в дооцінках», К-т 54 «Відстрочені податкові зобов'язання».

Відстрочені податкові активи за звітний період визначаються як сальдо за дебетом рахунку 17 «Відстрочені податкові активи» на кінець звітного періоду мінус сальдо за дебетом рахунку 17 «Відстрочені податкові активи» на початок звітного періоду.

Якщо після визначення витрат (доходу) за податком на прибуток був отриманий дохід, його потрібно відображати за кредитом рахунку 98 «Податок на прибуток», якщо це витрати – потрібно відображати за дебетом рахунку 98 «Податок на прибуток».

В Інструкції про застосування Плану рахунків [9] фінансовий результат діяльності підприємства визначається через закриття субрахунків за окремими видами діяльності рахунку 79 «Фінансові результати», визначення кінцевого сальдо, яке списують на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», який має такі субрахунки: 441 «Прибуток нерозподілений», 442 «Непокриті збитки», 443 «Прибуток викорис-

таний у звітному періоді». На рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» ведеться облік нерозподілених прибутків чи непокритих збитків поточного та минулих років, а також використаного в поточному році прибутку. За кредитом рахунку відображається збільшення прибутку від усіх видів діяльності, за дебетом – збитки та використання прибутку.

У ч. 3 ст. 142 Господарського кодексу зазначається, що порядок розподілу прибутку, отриманого суб'єктом господарювання, установлює власник (власники) або уповноважений ним орган відповідно до законодавства та статутних документів, тому порядок розподілу прибутку має бути закріплений у статутних документах господарського товариства.

Основними напрямками розподілу прибутку є: формування резервного капіталу, покриття збитків минулих періодів, виплата дивідендів, збільшення розміру зареєстрованого (пайового) капіталу, статутного капіталу, заохочувальні фонди, інші фонди [12, с. 39].

В акціонерних товариствах, відповідно до ст. 19 Закону України «Про акціонерні товариства», резервний капітал формується у розмірі не менше 15% статуту капіталу товариства шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку. Резервний капітал створюється для покриття збитків товариства, а також для виплати дивідендів за привілейованими акціями, також можуть бути додатково передбачені інші напрями використання резервного капіталу.

Формування резервного капіталу з прибутку підприємства буде відображатися за таким проведенням: Д-т 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді» та К-т 43 «Резервний капітал». Якщо підприємство в минулих звітних періодах отримало збиток, то для його погашення використовують нерозподілений прибуток: Д-т 441 «Прибуток нерозподілений», К-т 442 «Непокриті збитки».

Відповідно до Податкового кодексу України, Закону України «Про акціонерні товариства» та П(С)БО 15 «Дохід», під час отримання прибутку підприємство має обов'язково нарахувати та виплатити дивіденди. У нормативно-правових актах наведено різні визначення поняття «дивіденди». Відповідно до п. 4 П(С)БО 15 «Дохід», дивіденди трактуються як частина чистого прибутку, розподілена між учасниками (власниками) відповідно до частки їхньої участі у власному капіталі підприємства.

Дивіденди, нараховані власникам простих і привілейованих акцій, обліковують за субрахунком 671 «Розрахунки за нарахованими дивідендами», за кредитом якого відображають збільшення заборгованості товариства перед

Таблиця 2

## Нарахування і виплати дивідендів фізичним та юридичним особам

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		Д-т	К-т	
Для фізичних осіб				
1	Нараховано суму дивідендів	443	671	2000,00
2	Нараховано податок із доходів фізичних осіб у вигляді дивідендів за ставкою 18%	671	641.1	360,00
3	Нараховано військовий збір 1,5%	671	642	30,00
4	Виплачено дивіденди з поточного рахунку в банку	671	311	1610,00
5	Перераховано суму податку з доходів фізичних осіб до державного бюджету	641.1	311	360,00
6	Перераховано суму податку з військового збору до державного бюджету	642	311	30,00
Для юридичних осіб				
1	Нараховано суму дивідендів	443	671	10000,00
2	Виплачено дивіденди з поточного рахунку в банку	671	311	10000,00
3	Перераховано до бюджету авансовий внесок із податку на прибуток (18%)	641	311	1800,00

Джерело: складено авторами

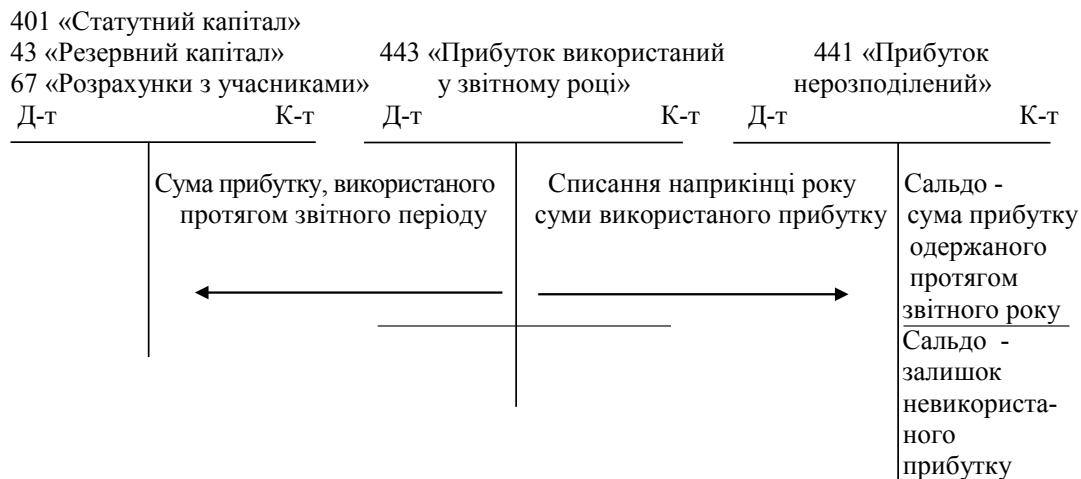


Рис. 4. Порядок розподілу і відображення прибутку за рахунками обліку

Джерело: узагальнено авторами

засновниками та учасниками товариства, а за дебетом – зменшення (погашення) заборгованості. Під час нарахування дивідендів та відображення їх в обліку необхідно враховувати особливості їх оподаткування. Дивіденди фізичним особам за привілейованими акціями оподатковуються податком із доходів фізичних осіб (18%) та утримується військовий збір на загальних підставах (1,5%).

Щодо нарахування дивідендів власникам юридичних осіб, то емітент корпоративних прав нараховує та вносить до бюджету авансовий внесок із податку в розмірі ставки, вста-

новленої ст. 136 Податкового кодексу України (18%). Під час оподаткування дивідендів податки мають бути сплачені до/або одночасно з виплатою дивідендів. Операції з нарахування та виплати дивідендів фізичним та юридичним особам відображено у табл. 2.

Отже, нерозподілений прибуток визначається як залишок чистого прибутку після нарахування дивідендів, відрахувань у резервний фонд та в інші фонди, передбачені статутом підприємства. Загальний порядок обліку розподілу і відображення прибутку можна зобразити ще за допомогою рис. 4.

Під час складання річної фінансової звітності використаний прибуток протягом року списується на зменшення нерозподіленого прибутку за дебетом субрахунку 441 «Прибуток нерозподілений» і за кредитом субрахунку 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді». Як наслідок, субрахунки 441 «Прибуток нерозподілений» та 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді» закриваються.

У сучасних умовах управління розподілом та використанням прибутку підприємств є дуже важливим, оскільки ефективність цього процесу залежить від ефективності підприємства та його фінансової незалежності, що безпосередньо впливає на вартість капіталу та ринкову вартість підприємства.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, прибуток є основним джерелом фінансування розвитку суб'єкта господарювання.

Сьогодні не існує єдиного визначення категорії «прибуток». Проаналізувавши різні підходи, можна узагальнити, що прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарювання, який характеризує ефективність його функціонування, визначається шляхом послідовного порівняння доходів і витрат та включає визначення фінансового результату від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності. Прибуток підприємства використовується для розвитку самого підприємства, є власним джерелом інвестицій, а також розглядається як дохід власників та спрямовується на виплату дивідендів. Дотримання всіх методологічних засад ведення обліку доходів та витрат підприємства дасть змогу отримати інформацію щодо реальної величини прибутку підприємства, яка дасть можливість оцінити подальші перспективи розвитку його діяльності.

#### Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 02.03.2020).
2. Податковий кодекс України : Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/card/2755-17> (дата звернення: 02.03.2020).
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 03.03.2020).
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. №73 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z036-13> (дата звернення: 03.03.2020).
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : Наказ Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (дата звернення: 04.03.2020).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 04.03.2020).
7. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» : Наказ Міністерства фінансів України: від 28 грудня 2000 р. № 353 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0047-01> (дата звернення: 04.03.2020).
8. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 12 «Податки на прибуток». URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_012](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_012) (дата звернення: 04.03.2020).
9. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення: 02.03.2020).
10. Богацька Н.М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. doi: 10.32702/2307-2105-2019.9.30
11. Вороніна В.Л. Ідентифікація видів прибутку як об'єкта бухгалтерського обліку, аналізу та контролю. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 5. С. 190–196.
12. Гайдаржійська О.М., Бондаренко О.М., Івченко М.Ю. Порядок формування і використання прибутку підприємства в бухгалтерському обліку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. № 21(1). С. 38–41.
13. Колеватова А.В. Напрями вдосконалення процесу формування та управління прибутком на підприємствах. *Молодий вчений*. 2018. № 5(2). С. 717–720.
14. Шкуліпа Л.В. Конверсія вітчизняної практики обліку податку на прибуток до міжнародних стандартів фінансової звітності. *Молодий вчений*. 2019. № 3. С. 195–200.
15. Фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств у 2018 році. *Експрес-випуск Державної служби статистики*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/04/49.pdf> (дата звернення: 07.03.2020).

16. Widarti, Subiyanto, Pramajaya, J. The Effect Of Profit Management On Company Performance. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*. 2018. Vol. 7(4). P. 44–63.

#### References:

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy [The Commercial Code of Ukraine] Law of Ukraine of 16.01.2003 No. 436-IV. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (accessed 02.03.2020).
2. Podatkovyi Kodeks Ukrainy [Tax Code of Ukraine] Law of Ukraine of 02.12.2010 No. 2755-VI. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 02.03.2020).
3. Pro bukhholderskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini [On Accounting and Financial Reporting in Ukraine] Law of Ukraine of 17.07.1999 No. 996–XIV. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (accessed 03.03.2020).
4. Natsionalne polozhennia (standart) bukhholderskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti» [National Accounting Standard (Standard) 1 “General Financial Reporting Requirements”] Order of the Ministry of Finance of Ukraine of 07.02.2013 No. 73. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z036-13> (accessed 03.03.2020).
5. Polozhennia (standart) bukhholderskoho obliku 15 «Dokhid» [National Accounting Standard 15 “Income”] Order of the Ministry of Finance of Ukraine of 29.11.1999 No. № 290. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (accessed 04.03.2020).
6. Polozhennia (standart) bukhholderskoho obliku 16 «Vytraty» [National Accounting Standard 16 “Costs”] Order of the Ministry of Finance of Ukraine of 31.12.1999. No. 318. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (accessed 04.03.2020).
7. Polozhennia (standartu) bukhholderskoho obliku 17 «Podatok na prybutok» [National Accounting Standard 17 “Income Taxes”] Order of the Ministry of Finance of Ukraine of 28.12.2000 No. 353. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0047-01> (accessed 04.03.2020).
8. Mizhnarodnyi standart bukhholderskoho obliku 12 «Podatky na prybutok» [International Accounting Standard 12 “Income Taxes”] Available at: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_012](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_012) (accessed 04.03.2020).
9. Instruktsiia pro zastosuvannia planu rakhunkiv bukhholderskoho obliku aktyviv, kapitalu, zoboviazan i hospodarskykh operatsii pidpriemstv i orhanizatsii [Instructions for use of the chart of accounts for the accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations] Order of the Ministry of Finance of Ukraine of 30.11.1999 No. 291. Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (accessed 02.03.2020).
10. Bohatska N. M. (2019) Prybutok pidpriemstva: yoho rol, formuvannia ta rezervy zbilshennia v umovakh rynkovoi ekonomiky [Enterprise profit: its role, formation and reserves of growth in the market conditions] *Efektivna ekonomika*, vol. 9. doi: 10.32702/2307-2105-2019.9.30
11. Voronina V. L. (2017) Identyfikatsiia vydiv prybutku yak ob'ektu bukhholderskoho obliku, analizu ta kontroliu [Identification of the views to the knowledge of the account of the accountant of the accounting obleck, analysis to the control]. *Market infrastrukture*, vol. 5, pp. 190–196.
12. Haidarzhyska O. M. (2018) Poriadok formuvannia i vykorystannia prybutku pidpriemstva v bukhholderskomu obliku [The order of formation and use of the enterprise’s profit in the accounting]. *Uzhorod National University Herald. International Economic Relations And World Economy*, vol. 21(1), pp. 38–41.
13. Kolevatova A. V. (2018) Napriamy vdoskonalennia protsesu formuvannia ta upravlinnia prybutkom na pidpriemstvakh [Directions of perfection of the process of formation and profit management at enterprises]. *Young scientist*, vol. 5(2), pp. 717–720.
14. Shkulipa L. V. Konversiiia vitchyznianoï praktyky obliku podatku na prybutok do mizhnarodnykh standartiv finansovoi zvitnosti [Conversion of national practice of tax profit accounting to international financial reporting standards]. *Young scientist*, vop. 3, pp. 195–200.
15. Finansovi rezultaty diialnosti velykykh ta serednykh pidpriemstv u 2018 rotsi [Financial results of operations of large and medium-sized enterprises in 2018]. Express release of the State Statistics Service. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/04/49.pdf> (accessed 07.03.2020).
16. Widarti, Subiyanto, Pramajaya, J. (2018). The Effect Of Profit Management On Company Performance. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, vol. 7(4), pp. 44–63.

**Мазуренок О.Р.**кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту  
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя**Плекан У.М.**кандидат економічних наук,  
асистент кафедри бухгалтерського обліку та аудиту  
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя**Mazurenok Oksana, Plekan Ulyana**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

## СТРАТЕГІЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БУХГАЛТЕРСЬКИМ ОБЛІКОМ

### STRATEGY FOR EFFECTIVE ACCOUNTING MANAGEMENT

Для досягнення позитивного ефекту від управління підприємством необхідно запровадити чітку стратегію управління бухгалтерським обліком як ключовим елементом усієї системи управління будь-якою структурою. У статті описано авторську позицію щодо формулювання теоретичних основ запровадження системи управління бухгалтерським обліком на підприємствах. Виділено основні чинники, що зумовлюватимуть вибір тієї чи іншої стратегії залежно від поставлених умов. Зазначено, що основою для управління бухгалтерським обліком виступають її передумови, мотиви і цілі, які чітко взаємопов'язані між собою. Наведено основні закономірності зв'язку мети та результатів управління бухгалтерським обліком. Сформульовано характерні особливості запровадження довготермінової стратегії управління бухгалтерським обліком на підприємствах України. Визначено основні переваги та недоліки запровадження стратегії управління бухгалтерським обліком суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** система, бухгалтерський облік, чинники, закономірності, особливості, переваги та недоліки.

Для достижения положительного эффекта от управления предприятием необходимо ввести четкую стратегию управления бухгалтерским учетом как ключевым элементом всей системы управления любой структурой. В статье описана авторская позиция относительно формулировки теоретических основ внедрения системы управления бухгалтерским учетом на предприятиях. Выделены основные факторы, предопределяющие выбор той или иной стратегии в зависимости от поставленных условий. Отмечено, что основой для управления бухгалтерским учетом выступают ее предпосылки, мотивы и цели, которые четко взаимосвязаны между собой. Приведены основные закономерности связи цели и результатов управления бухгалтерским учетом. Сформулированы характерные особенности внедрения долгосрочной стратегии управления бухгалтерским учетом на предприятиях в Украине. Выделены основные преимущества и недостатки введения стратегии управления бухгалтерским учетом субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** система, бухгалтерский учет, факторы, закономерности, особенности, преимущества и недостатки.

An inefficient system for managing key processes of activity generally does not allow to obtain appropriate synergistic effects, that is, there is no situation where the dynamic development of one sector of an enterprise or organization stimulates the growth of others. Considering the tendencies of the world economy development, the characteristic feature of the enterprise activity is the attempt to stable operation in the conditions of crisis and constant improvement of activity in order to ensure the appropriate level of profitability. The unsatisfactory condition of accounting processes creates an internal strategic threat to the activity of enterprises, destabilization of the financial state, requiring immediate resolution of problems related to the development and implementation of an effective accounting management strategy at Ukrainian enterprises. In order to achieve a positive effect on business management, it is necessary to introduce a clear accounting management strategy as a key element of any management system of any structure. The article describes the author's position on the formulation of the theoretical

foundations for the introduction of accounting management at enterprises. The main factors that will determine the choice of a strategy depending on the set conditions are highlighted. It is stated that the basis for accounting management is its preconditions, motives and goals, which are clearly interrelated. The analysis also outlined the main patterns of relationship between the purpose and results of accounting management. The author formulates the peculiar features of the introduction of a long-term accounting management strategy for enterprises in Ukraine. The main advantages and disadvantages of implementing a business management accounting strategy are outlined in the paper. The company needs to look for the best option for accounting management, which would ensure stability in the future activities. First of all, a detailed analysis of the current accounting system should be carried out and the negative factors that threaten its successful operation in the future should be identified. After the research, you can implement a new accounting management strategy, avoiding previous mistakes.

**Key words:** system, accounting, factors, patterns, features, advantages and disadvantages.

**Постановка проблеми.** Різка диспропорція змін у розвитку українських підприємств великою мірою пояснюється розбалансованістю структури управління суб'єктами господарювання. Неефективна система управління ключовими процесами діяльності загалом не дає змоги отримувати відповідні синергійні ефекти, тобто відсутня ситуація, коли динамічний розвиток одного сектору підприємства чи організації стимулює зростання інших. З огляду на тенденції розвитку світової економіки, характерними рисами діяльності підприємств є намагання стабільно функціонувати в умовах кризи та постійне вдосконалення з метою забезпечення відповідного рівня прибутковості. Незадовільний стан бухгалтерських процесів створює внутрішню стратегічну загрозу діяльності підприємств, дестабілізацію фінансового стану, вимагаючи негайного вирішення проблем, пов'язаних із розробленням та впровадженням ефективної стратегії управління бухгалтерським обліком на підприємствах України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам розвитку стратегічного обліку присвячено значну кількість наукових праць зарубіжних і вітчизняних учених: Ф.Ф. Бутинця, А. Велш Глена, С.Ф. Голова, О.П. Кундря-Висоцької, Н.М. Малюги, Б. Райана, Л.П. Радецької, С.В. Свірко, М.В. Тихомирова, Д.Р. Хенсена, І.Й. Яремко та ін. Водночас досліджувана нами тема є вагомою з позиції запровадження системи управління бухгалтерським обліком і вимагає окремої уваги та детальнішого розгляду.

**Метою дослідження** є формулювання теоретичних основ запровадження стратегії ефективного управління бухгалтерським обліком на підприємствах, а також виділення ключових чинників її запровадження, аналіз закономірності зв'язку мети та результатів управління бухгалтерським обліком.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вчена-обліковець Н.М. Малюга зазначає: «Курс на зміни соціально-економічного розвитку держави суттєво підвищує вимоги до наукових досліджень у сфері теорії бухгалтер-

ського обліку. Недостатнє розроблення наукових основ обліку, його теоретичної бази повинно привернути увагу молодих науковців, які у своїх дослідженнях будуть намагатися відійти від ремеслового характеру і забезпечити майбутню науку про бухгалтерський облік через визначення його ролі в управлінській і соціально-економічній діяльності» [1, с. 113].

Важливою характеристикою стратегічної парадигми обліку виступає стратегічне мислення як процес, у якому керівники підприємства прагнуть спрямувати спільні зусилля на осмислення. Що вище рівень невизначеності зовнішнього ринку, технологічного або економічного середовища, то більше чинників має враховувати цей процес у пошуку керівництвом необхідних стратегій на основі системи похідних балансових звітів [2, с. 435].

Розмірковуючи над зв'язком теорії та практики бухгалтерського обліку, видатний радянський учений-економіст І.О. Кошкін зазначає: «...теорія відокремлена і незалежна від практики, безпредметна, а вивчати безпредметну теорію безглуздо. Але й практика, не освітлена теорією, сліпа, і вивчати не освітлену теорією практику не є продуктивним» [3, с. 6].

Формування практикою економічного, правового та облікового життя вимоги до побудови нової системи бухгалтерського обліку в секторі загального державного управління в Україні потребує розроблення його теоретичних положень, до яких відносяться ідентифікація його місця, ролі, мети, предмету, об'єктів, функцій та завдань [4, с. 293].

Часто поняття запровадження ефективного управління бухгалтерським обліком ототожнюється з подоланням певних кризових явищ на підприємствах. Унаслідок цього виникає потреба у реструктуризації та перерозподілі активів підприємства, що зумовлює зміну його економічного потенціалу. Для того щоб можна було мінімізувати ризики, досягнути відповідного економічного потенціалу під час реалізації стратегії управління бухгалтерським розвитком, необхідно визначити ключові чинники

впливу на систему бухгалтерського обліку та їх взаємозв'язки у системі вибору бухгалтерських рішень для прийняття в подальшому найбільш оптимальної стратегії управління бухгалтерським обліком.

Основними чинниками, що зумовлюють вибір певної стратегії в управлінні бухгалтерським обліком, є: а) зменшення обсягів реалізації продукції; б) діючий бізнес дає надприбуток, та не існує ефективної системи подальшого його розподілення; в) діюча справа може викликати синергетичний ефект, наприклад за рахунок кращого використання певних ресурсів (матеріалів, сировини, людського потенціалу), але потрібне запровадження конкретної методики розрахунку; г) діючі норми закону не дозволяють подальшого розширення бізнесу в рамках даної галузі, внаслідок чого потрібне запровадження певної системи управління, яка могла б переформатувати окремі напрями діяльності; д) можливість зниження втрат від податків; е) перспектива спрощеного ведення обліку для певної категорії підприємств.

Як зазначає проф. Н.М. Малюга, «органи державної статистики втратили вплив на побудову обліку, в результаті чого держава має недостовірні макроекономічні дані, що не відповідають дійсності. Розрахунок національного багатства держави не здійснюється, що негативно впливає на розвиток суспільства» [5, с. 20].

Ефективне управління бухгалтерським обліком дає переваги у конкурентній боротьбі, оскільки дає можливість підприємству маневрувати за умов змінної кон'юнктури, тим самим забезпечуючи стійку позицію на ринку, знижує ризик запровадження інноваційних змін у сфері бухгалтерського обліку, підвищує стійкість до змін у законодавстві країни, які сьогодні відбуваються дуже часто.

Основою для управління бухгалтерським обліком виступають її передумови, мотиви і цілі (рис. 1).

Під час управління бухгалтерським обліком підприємство визначає основні мотиви, що виникають із передумов, до яких належать закон нерівномірного економічного розвитку, зменшення прибутковості конкретного підприємства, зміни у діючій системі бухгалтерського обліку. Основними цілями для забезпечення ефективного управління бухгалтерським обліком будуть: досягнення економічної стабільності та фінансової стійкості підприємств, збільшення прибутковості й зменшення втрат від податків.

Адаптація до сучасних економічних умов змушує шукати найбільш прибуткові напрями, які б забезпечили стабільність у функціонуванні підприємств. Тому управління бухгалтерським обліком є інструментом трансформації капі-

талу та водночас методом оптимізації структурних перетворень у діяльності підприємств.

Концептуальна побудова стратегічної парадигми обліку ґрунтується на принципах бухгалтерського моделювання. Процес створення моделей і моделювання характерний для всіх наук. Не є винятком і бухгалтерський облік, який має справу не із самими об'єктами (предметами) обліку, а з їх характеристикою, тобто з інформацією про об'єкти [6, с. 17].

Відповідно до мети, управління бухгалтерським обліком у результаті ефективного її впровадження одержує певні результати (рис. 2). Ці частини міцно пов'язані між собою і можуть бути як метою, так і результатом одночасно. Якщо розглянути варіант «управління бухгалтерським обліком у період кризи», то основним завданням є уникнення банкрутства. Під час управління бухгалтерським обліком на підприємстві, яке стабільно отримує прибутки, основним завданням буде як отримання додаткових прибутків, так і надприбутків.

Вибір стратегії управління бухгалтерським обліком залежить від багатьох чинників, серед яких – діюча система бухгалтерського обліку, його структура, механізм реалізації та ін. Також важливим елементом під час запровадження стратегії управління бухгалтерським обліком є врахування діючих на підприємстві тих чи інших систем управління у цілому.

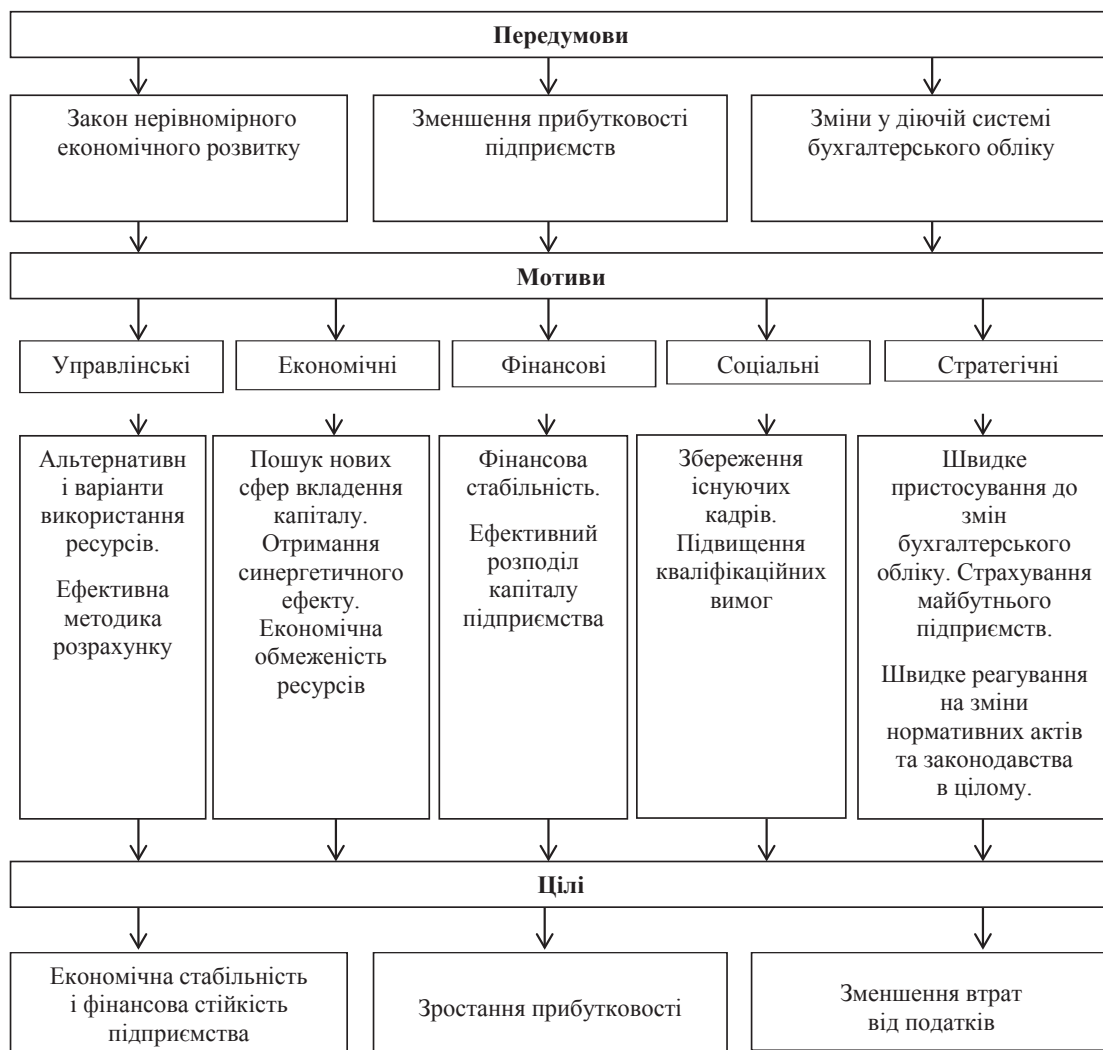
Запровадження перспективної стратегії управління бухгалтерським обліком як власної стратегії розвитку залежить від причин, які сприяють застосуванню даної стратегії, та результатів попередніх механізмів запровадження управління бухгалтерським обліком.

До характерних особливостей запровадження довготермінової стратегії управління бухгалтерським обліком на підприємствах в Україні можна віднести:

- недостатній рівень обізнаності у сфері управління бухгалтерським обліком;
- недостатню увагу до планування системи бухгалтерського обліку;
- несвоєчасність процесу запровадження нових механізмів бухгалтерського обліку;
- недостатнє використання потенціалу синергії;
- обмеження фінансових ресурсів;
- недостатню кількість працівників;
- примітивізацію технічної бази;
- низький рівень інноваційного складника;
- брак висококваліфікованих кадрів;
- недостатність в автоматизованості процесів, велику трудоємність робіт;
- нечітку нормативну базу.

Лауреат Нобелівської премії з економіки П. Самуельсон зазначав, що «невизначеність і ризик – невід'ємні складники світу бізнесу. Суть





**Рис. 1. Передумови, мотиви та цілі управління бухгалтерським обліком**

Джерело: розроблено авторами



**Рис. 2. Основні закономірності зв'язку мети та результатів управління бухгалтерським обліком**

Джерело: розроблено авторами

**Основні переваги та недоліки запровадження стратегії управління бухгалтерським обліком**

№ з/п	Управління бухгалтерським обліком як засіб	
	Переваги	Недоліки
1	- перерозподіл капіталовкладень в різні активи:	
	зростання прибутку	збільшення кількості ризиків
2	- часткове або повне переведення капіталу в іншу сферу діяльності	
	отримання додаткових прибутків, підвищення фінансової стабільності	необхідність часткової або повної реструктуризації виробничого процесу підприємства, як результат – поява додаткових капіталовкладень
3	- вихід із кризи:	
	санация фінансових показників, поява інвестицій	необхідність розроблення нових механізмів управління бухгалтерським обліком
4	- уникнення банкрутства:	
	можливість уникнення банкрутства	збільшення заборгованості

*Джерело: розроблено авторами*

бізнесу можна сформулювати так: вкласти кошти зараз, щоб одержати прибуток у майбутньому. Вкладаючи кошти, ви фактично стаєте заручником невизначеного майбутнього» [7, с. 189].

М. Вітцель у статті «Корпорація знання» доходить до основоположного висновку щодо сутності невизначеності, підкреслюючи, що чим вища здатність організації генерувати знання, тим сильнішою є її здатність знижувати невизначеність, а отже, ризики [7, с. 206].

Основним недоліком у запровадженні стратегії управління бухгалтерським обліком є зростання ризиків, які пов'язані з вищенаведеними особливостями.

**Висновки з проведеного дослідження.** На нашу думку, ефективна стратегія управління бухгалтерським обліком як елемент антикризових заходів дає можливість оздоровлення фінансових показників підприємства, але вод-

ночас з'являється проблема у пошуку додаткових інвестицій. З огляду на те, наскільки глибока криза та яка ймовірність банкрутства підприємства, деякою мірою запровадження нової системи управління бухгалтерським обліком може бути одним зі шляхів його уникнення. Тому підприємству необхідно шукати оптимальний варіант управління бухгалтерським обліком, який би забезпечив стабільність у подальшому його функціонуванні. З огляду на це, підприємствам передусім слід здійснювати детальний аналіз діючої системи бухгалтерського обліку та визначати ті негативні чинники, які загрожують його успішній діяльності в майбутньому. Після проведених досліджень та виявлення негативних тенденцій можна запроваджувати нову стратегію управління бухгалтерським обліком, уникаючи попередніх помилок.

**Список використаних джерел:**

1. Малюга Н.М. Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку. Житомир : ЖДТУ, 2005. 541 с.
2. Райан Б. Стратегический учет для руководителей. Москва : Аудит, ЮНИТИ, 1998. 616 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Становлення бухгалтерського обліку як науки. *Праці міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток науки про бухгалтерський облік»*. Житомир, 2000. № 12. Ч. 1. С. 5–23.
4. Свірко С.В. Проблеми ідентифікації змістовного наповнення відправних положень бухгалтерського обліку в дисертаційних роботах вчених України. *Фінанси, облік і аудит*. 2009. Вип. 12. С. 289–297.
5. Малюга Н.М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в Україні: теоретико-методологічні основи : наукова доповідь за дисертацією на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Житомир, 2006. 84 с.
6. Тихомиров М.В. Основные виды моделирования, применяемые при исследовании управленческого учета. *Экономический анализ: теория и практика*. 2006. № 1. С. 17–19.
7. Кундря-Висоцька О.П. Змістовні характеристики стратегічної парадигми обліку. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2010. № 3(53). С. 137–139.
8. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 522 с.

**References:**

1. Malyuga N. M. (2010) Bukhhalterskyi oblik v Ukraini: teoriia y metodolohiia, perspektyvy rozvytku [Accounting in Ukraine: theory and methodology, prospects for development]. Zhytomyr: ZhSTU, 541 p.
2. Ryan B. (1998). Stratehycheskyi uchet dlia rukovodytelei [Strategic accounting for executives]. Moscow: Audit, UNIT, 616 p.
3. Butinets F.F. (2000) Stanovlennia bukhalterskoho obliku yak nauky [Formation of accounting as a science]. *Proceedings of the international scientific and practical conference «The development of accounting science»*. Zhytomyr, no. 12, part 1, pp. 5–23.
4. Svirko S.V. (2009) Problemy identyfikatsii zmistovnoho napovnennia vidpravnykh polozhen bukhalterskoho obliku v dysertatsiinykh robotakh vchenykh Ukrainy [ Problems of identification of meaningful filling of starting positions of accounting in the dissertation works of scientists of Ukraine]. *Finance, accounting and auditing. Collection of scientific works*, vol. 12, pp. 289–297.
5. Malyuga N. M. (2006) Kontseptsiiia rozvytku bukhalterskoho obliku v Ukraini: teoretyko-metodolohichni osnovy [The concept of accounting development in Ukraine: theoretical and methodological bases]. Zhytomyr, 84 p.
6. Tikhomirov M. V. (2006) Osnovnye vydy modelyrovaniya, prymeniaemye pry yssledovanii upravlencheskoho ucheta [The main types of modeling used in the study of management accounting]. *Economic analysis: theory and practice*, no. № 1, pp. 17–19.
7. Kundrya-Vysotska O. P. (2010) Zmistovni kharakterystyky strategichnoji paradyghmy obliku [Substantive characteristics of the strategic accounting paradigm]. *Journal of ZhSTU. Economic sciences*, no. 3(53), pp. 137–139.
8. Golov S. F. (2007) Bukhghalterskyj oblik v Ukraini: analiz stanu ta perspektyvy rozvytku [Accounting in Ukraine: analysis of the state and prospects of development]. *Working paper*. Kyiv: Center for educational literature, 522 p.

УДК 657.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-20>**Соколенко Л.Ф.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування  
Сумського державного педагогічного університету  
імені А.С. Макаренка

**Sokolenko Lyudmyla**

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko

**ОБ'ЄКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ  
КЕРУЮЧИХ КОМПАНІЙ СФЕРИ ЖКГ:  
ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДУ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ****ACCOUNTING OBJECTS IN HOUSING  
AND UTILITY MANAGEMENT COMPANIES:  
TRANSFORMATION OF THE IDENTIFICATION APPROACH**

У статті обґрунтовано доцільність підходу до ідентифікації об'єктів бухгалтерського обліку у керуючих компаніях сфери житлово-комунального господарства на основі визначення її основних бізнес-процесів. Установлено структуру бізнес-процесів досліджених компаній, до яких належать підтримка функціонування матеріально-технічної бази та онлайн-платформи компанії, робота з постачальниками і підрядниками, робота зі споживачами (надання послуг та супровід фінансових операцій). Визначено, що впровадження поділу об'єктів бухгалтерського обліку за бізнес-процесами сприятиме зростанню ефективності використання ресурсів компанії, прозорості облікової інформації для ухвалення управлінських рішень, оперативному використанню інформації із

загальнодержавних реєстрів відкритих даних, формуванню інформаційно-аналітичного базису управління бізнес-процесами керуючої компанії в єдиному інформаційному просторі.

**Ключові слова:** керуюча компанія у сфері ЖКГ, об'єкти бухгалтерського обліку, житлово-комунальні послуги, бізнес-процеси, житлово-комунальна інфраструктура, розрахунки з постачальниками і споживачами.

В статті обоснована целесообразність підходу к идентификации объектов бухгалтерского учета в управляющих компаниях сферы жилищно-коммунального хозяйства на основе определения ее основных бизнес-процессов. Установлена структура бизнес-процессов таких компаний, к которым относятся поддержка функционирования материально-технической базы и онлайн-платформы, работа с поставщиками и подрядчиками, работа с потребителями (предоставление услуг и сопровождение финансовых операций). Внедрение деления объектов бухгалтерского учета по бизнес-процессам будет способствовать росту эффективности использования ресурсов, прозрачности учетной информации для принятия управленческих решений, оперативному использованию информации из общегосударственных реестров открытых данных, формированию информационно-аналитического базиса управления бизнес-процессами управляющей компании в едином информационном пространстве.

**Ключевые слова:** управляющая компания в сфере ЖКХ, объекты бухгалтерского учета, жилищно-коммунальные услуги, бизнес-процессы, жилищно-коммунальная инфраструктура, расчеты с поставщиками и потребителями.

Appropriate accounting of business operations of housing and utility management company requires the conceptual construction of the system of accounting objects, based on its business processes peculiarities. For the purpose of forming a system of accounting and informational support for business processes in such management company and their re-engineering we should take into account features of each business process. In addition, the same resources involved to different business processes are used with different levels of profitability. Understanding the activity of a management company through the structure of its business processes will transform the system of accounting objects by activity vectors and enabling to take into account the sectoral features of housing and utility. Therefore, the task of accounting organization is to ground the structure and levels of analytics that would allow to obtain information about the material and human resources and staff involved into business processes and sub-processes. Grounded that detailed nomenclature of the list of processes and operations will allow determining reserves of labor and resources productivity. Development of the analytical structure of accounts give the possibility to identify the individual volume of services consumption (with normal indicators of use, reduction or expansion of consumption). Established, that the structure of business processes of the housing and utility management company include support of the material and technical base and online platform functioning, relations with suppliers and contractors, relations with consumers (provision of services and support of financial transactions). It is determined that the division of accounting objects by business processes will increase the efficiency of company resources using. Moreover, it will increase the transparency of accounting information for making management decisions and disclosure of financial statements. Also it will allow to use information from national open data sources and form the informational and analytical basis of management in a single information space.

**Key words:** housing and utility management company, accounting objects, housing and communal services, business processes, housing and communal infrastructure, suppliers and consumers settlements.

**Постановка проблеми.** Сучасне розуміння «правильного» та клієнтоорієнтованого бізнесу все більш виходить за межі класичного розуміння сфери послуг, охоплюючи сферу житлово-комунального господарства (ЖКГ). Споживачі як основні стейкхолдери такої діяльності виставляють нові вимоги до якості обслуговування, оперативності розрахунків та прозорості їх формування. Натомість процеси цифровізації глобальної, а разом із ними і національної економіки трансформують уявлення про механізми взаємодії керуючих компаній у сфері ЖКГ зі своїми клієнтами, а клієнтоорієнтований підхід визначає прагнення таких компаній змінити власні бізнес-моделі, адаптуючись до викликів конкурентних ринкових умов.

Належне облікове відображення господарських операцій керуючої компанії у сфері ЖКГ вимагає концептуальної побудови передусім системи об'єктів бухгалтерського обліку виходячи з особливостей її бізнес-процесів господарської діяльності. Структурне ускладнення підприємницьких структур та організаційно-правових засад діяльності таких компаній визначає потребу дослідження трансформації бізнес-процесів, адже в «класичні» структури існуючі закономірності розвитку компаній уже не вписуються, що визначає актуальність представленого дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічні питання бізнес-процесів та управління ними активно вивчають В. Стадник

та П. Іжевський [5], І.І. Стец [6], Л.І. Чернобай та О.І. Дума [8], Л.М. Таранюк [7]. Окремо слід виділити питання реінжинірингу бізнес-процесів, які досліджують О.М. Криворучко [2], О.В. Ольшанський [3; 4] та В.М. Ключарьов [4]. Разом із тим питання бізнес-процесів у контексті бухгалтерського обліку майже не розглядаються, тому слід звернути увагу на результати досліджень В.А. Дерія та М.В. Гуменної-Дерій [1].

**Метою дослідження** є наукове обґрунтування підходу до ідентифікації об'єктів бухгалтерського обліку у керуючих компаніях сфери ЖКГ на основі визначення її основних бізнес-процесів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Управління бізнес-процесами для сучасних компаній усіх галузей національної економіки набуває вирішального значення в умовах посилення невизначеності та нестабільності ринкового середовища. Як відзначають О.В. Ольшанський та В.М. Ключарьов, «у сучасних умовах використання процесно-орієнтованої системи управління організацією дає змогу отримати відчутні переваги, оскільки система взаємопов'язаних і взаємодіючих бізнес-процесів має кінцеву мету – створення продуктів або послуг, які мають цінність як для зовнішніх, так і внутрішніх споживачів» [4]. Погоджуючись із даним твердженням, вважаємо, що такий самий підхід нині актуальний і для діяльності керуючих компаній у сфері ЖКГ, адже традиційно компанії цієї сфери сприймаються як «радянські жеки». Тому переосмислення бізнес-процесів цих компаній дасть змогу осучаснити їхню діяльність, підвищити рівень задоволеності споживачів, сприятиме модернізації системи ЖКГ на основі досягнення ефективності управління нею.

За словами В.А. Дерія та М.В. Гуменної-Дерій, сучасний бізнес не може розвиватися без сегментації бізнес-процесів. «Це важливо з погляду мінімізації витрат на ці процеси і забезпечення максимізації доходів від них, тому керівник та менеджери підприємства мають постійно вдосконалювати класифікацію бізнес-процесів, бо вона безпосередньо впливає його витрати і доходи, а також на конкурентоспроможність підприємства на ринку товарів (продукції, робіт, послуг)» [1]. Погоджуючись із такою позицією, зауважимо, що управління бізнес-процесами набуває комплексності та трансформує концепції управління компаніями, орієнтуючи їх на цілісний розгляд проблем, урахування існуючих обмежень діяльності та вузьких місць.

Галузі ЖКГ притаманні власні риси, ризики та обмеження, тому формувати систему обліково-інформаційної підтримки бізнес-процесів керу-

ючої компанії у сфері ЖКГ та їх реінжинірингу слід також у контексті рис таких бізнес-процесів, адже обмежуватися класичним поділом об'єктів бухгалтерського обліку вже складно.

Окрім того, одні й ті ж ресурси, долучені до різних бізнес-процесів, використовуються з різним рівнем рентабельності. Підхід до розуміння діяльності керуючої компанії крізь структуру її бізнес-процесів дасть змогу трансформувати і систему об'єктів бухгалтерського обліку, забезпечивши їх структуру за векторами діяльності та виходячи з галузевих особливостей діяльності у сфері ЖКГ. Тому завданням організації бухгалтерського обліку є обґрунтування такої структури та рівнів аналітики, які б дали змогу отримувати інформацію про матеріально-ресурсне та кадрове забезпечення окремих бізнес-процесів та підпроцесів.

Тож дослідимо сутність, види та особливості бізнес-процесів компаній. В. Стаднік та П. Іжевський визначають бізнес-процес як «сукупність логічно взаємопов'язаних завдань (ланцюжок робіт, операцій, функцій) зі створення споживої цінності для зацікавлених у ній осіб (груп), що виконуються в межах певної організаційної оболонки, спроектованої за критеріями максимальної вигоди від поєднання унікальних можливостей учасників ланцюжка створення цінності» [5]. Виділяючи у цьому визначенні саме функціональний та операційний аспекти, зауважимо, що об'єкти бухгалтерського обліку, які виникають за операціями, слід класифікувати на основі структурування самих господарських операцій керуючої компанії. Пропонуємо таку структуру бізнес-процесів досліджуваних компаній (рис. 1).

Передусім слід визначити бізнес-процес «Підтримка функціонування та розвитку матеріально-технічної бази». На цьому етапі основними об'єктами бухгалтерського обліку будуть об'єкти основних засобів та інших необоротних матеріальних активів, а також капітальні інвестиції та витрати операційної діяльності, пов'язані з операціями і процедурами підтримки матеріально-технічної бази. Продемонстроване структурування бізнес-процесів дасть змогу виокремлювати капітальні інвестиції та витрати на підтримку функціонування і розвиток матеріально-технічної бази, зокрема аналітичний облік витрат на підтримку окремих об'єктів основних засобів чи їх комплексів дасть змогу встановити об'єкти виникнення витрат та калькулювати собівартість окремих видів сервісно-технічних послуг.

Окремо слід виділити бізнес-процес «Підтримка функціонування та розвитку онлайн-платформи», адже її використання вимагає не тільки виокремлених технічно-комп'ютерних



**Рис. 1. Бізнес-процеси діяльності керуючої компанії у сфері ЖКГ**

*Джерело: складено автором*

комплексів, здатних протистояти кіберзагрозам, та достатньо містких серверів для накопичення всього масиву даних про взаємодію компанії зі споживачами. Цей бізнес-процес вимагає розроблення власного або використання ліцензованого програмного забезпечення, формування баз даних, тому в обліку слід структурувати об'єкти нематеріальних активів та виокремити операції з ними, адже використання спеціалізованих програмних продуктів та платформ хмарних сервісів провокуватиме значну суму витрат керуючої компанії, які слід контролювати та встановлювати напрями оптимізації. Тут виникають пов'язані із цим витрати на дослідження та розроблення, витрати капітального характеру на модернізацію онлайн-платформи, а також витрати на інформаційну та комп'ютерну підтримку й обслуговування її роботи.

Використання платформ для взаємодії зі споживачами дає змогу акумулювати масиви даних, які потенційно можуть становити активи

керуючої компанії, адже в умовах розвитку аналітики на основі Big Data знеособлені масиви даних можуть містити інформацію, яка потенційно монетизується в умовах цифровізації економіки.

Окремого підходу вимагають процеси роботи з постачальниками і підрядниками, адже вони є реальними постачальниками послуг, надання яких населенню адмініструє керуюча компанія. Бізнес-процес «Робота з постачальниками і підрядниками» охоплює договірну роботу та операції придбання товарів та послуг, їх відповідне фінансове обслуговування, а також операції нарахування пов'язаних із цим податків та зборів. За постачальниками і підрядниками слід виділяти активи та послуги, які придбає у них керуюча компанія, а також обсяги наданих житлово-комунальних послуг, які сама керуюча компанія не надає.

Складнішим є бізнес-процес «Робота зі споживачами», адже він охоплює не тільки надання послуг, зокрема аутсорсингових (наприклад,

бухгалтерських), сервісно-технічних (прибирання, ремонту та монтажу, обслуговування мереж та ліфтів, вивезення побутових і будівельних відходів, дезинфекція, обрізка дерев та догляд за клумбами, охорона тощо), адміністративних (видача довідок і т. ін.), консультаційних послуг (надання технічних, юридичних, організаційних консультацій) та послуг кол-центру, а й матеріально-технічне, ресурсне, кадрове забезпечення їх надання.

Виокремлення кожного виду послуг дає змогу конкретизувати об'єкти калькулювання їхньої собівартості та диференціювати методику калькулювання. Окрім того, витрати ресурсів по них також будуть різними, вимагатимуть або не вимагатимуть залучення підрядників тощо. Це прямо впливає на організацію та методику бухгалтерського обліку операцій керуючої компанії у сфері ЖКГ під час її роботи зі споживачами.

Зокрема, за такими операціями об'єктами будуть майно та ресурси керуючої компанії, інші витрати на надання послуг, доходи від їх надання, а також розрахунки з працівниками, суми податкових зобов'язань, які нараховуються за операціями надання послуг. До цього процесу також належить супровід фінансових операцій, що означає потребу належного обліку дебіторської заборгованості з відповідними резервами сумнівних боргів, здійснення грошових розрахунків, урахування субсидій та пільг.

Базуючись на цілях управління бізнес-процесами, обґрунтованих О.В. Ольшанським [3], вважаємо за доцільне встановити цілі організації бухгалтерського обліку в частині розроблення та впорядкування об'єктів бухгалтерського обліку керуючої компанії у сфері ЖКГ:

1) розроблення структури рахунків аналітичного обліку роботи матеріально-технічної бази та обладнання відповідно до структури ресурсів, які споживаються в межах кожного бізнес-процесу (з можливістю ідентифікації нормативних показників їх використання);

2) встановлення деталізованої номенклатури переліку операцій та видів робіт, які виконуються персоналом за кожним бізнес-процесом, і для визначення резервів підвищення продуктивності праці виходячи з обсягів виконаних робіт та конкретних процедур;

3) розроблення структури рахунків аналітичного обліку розрахунків зі споживачами з можливістю встановлення індивідуального обсягу спожитих послуг та в межах кожного підпроцесу (з можливістю ідентифікації нормальних показників їх використання, скорочення чи розширення споживання);

4) оптимізація системи управління бізнес-процесами на основі вдосконалення інформаційної підтримки процесу комунікації між рівнями управління бізнес-процесами.

Використання обґрунтованого вище підходу до ідентифікації об'єктів бухгалтерського обліку дасть змогу належно організувати та вести бухгалтерський облік господарських операцій керуючої компанії з надання послуг у сфері ЖКГ належним чином. Це сприятиме зростанню ефективності використання ресурсів як самої компанії, так і споживачів, підвищенню прозорості інформації для управління кожним бізнес-процесом та інформування споживачів й оприлюднення, оперативному використанню інформації із загальнодержавних реєстрів відкритих даних, формуванню інформаційного базису та аналітичного інструментарію ухвалення управлінських рішень.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Упровадження обґрунтованої вище системи об'єктів бухгалтерського обліку дасть змогу в подальшому організувати та вести бухгалтерський облік господарських операцій керуючої компанії у сфері ЖКГ належним чином, що сприятиме:

1) зростанню ефективності використання ресурсів як самої компанії, так і споживачів та ОСББ, що дає змогу досягати економії, реінвестувати заощаджені кошти у модернізацію матеріально-технічної бази та бізнес-процесів компанії;

2) підвищенню прозорості інформації, яка формується у системі бухгалтерського обліку, на основі впровадження системи аналітичного обліку виходячи з особливостей об'єкта бухгалтерського обліку та бізнес-процесу, до якого він відноситься, адже управління кожним бізнес-процесом формує запит до інформаційної системи підприємства, визначаючи контекст та індикатори вихідної облікової інформації, на основі якої буде ухвалюватися управлінське рішення;

3) оперативному використанню інформації із загальнодержавних реєстрів відкритих даних, адже конкретизація об'єкту бухгалтерського обліку визначатиме можливість інтеграції інформації щодо нього у бухгалтерському обліку з відповідними даними державних реєстрів у режимі реального часу (сучасні інформаційні платформи дають змогу це робити);

4) формуванню інформаційно-аналітичного базису управління бізнес-процесами керуючої компанії на основі оперативної та аналітичної інформації, яка створюватиметься в єдиному інформаційному просторі, безпечному завдяки використанню хмарних сервісів та інструментів кібер-захисту.

**Список використаних джерел:**

1. Дерій В.А., Гуменна-Дерій М.В. Управлінський облік і аналіз бізнес-процесів у підприємстві. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2018. № 2(40). С. 12–18.
2. Криворучко О.М. Інтегрований підхід до удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. № 32. С. 17–29.
3. Ольшанський О.В. Розробка концепції удосконалення управління бізнес-процесами підприємств торгівлі. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 6(49). С. 110–113.
4. Ольшанський О.В., Ключарьов В.М. Теоретико-методологічні аспекти управління бізнес-процесами підприємств торгівлі. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 1(63). С. 130–136.
5. Стадник В., Іжевський П. Бізнес-системи та бізнес-процеси сучасних підприємств: взаємозв'язок взаємозалежність структури та ефективності. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2018. № 1(18). С. 137–148.
6. Стец І.І. Ідентифікація бізнес-процесів підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 233–240.
7. Таранюк Л.М. Методологія реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2011. № 1. С. 111–119.
8. Чернобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: класифікація та структурно-ієрархічна модель. *Економічний аналіз*. 2015. № 2. С. 171–182.

**References:**

1. Derii V. A., & Humenna-Derii M. V. (2018) Upravlinskyi oblik i analiz biznes-protsesiv u pidpriemstvi [Management accounting and analysis of business processes in the enterprise]. *Problemy teorii ta metodologii bukhgalterskoho obliku, kontroliu i analizu (electronic journal)*, no. 2(40), pp. 12–18.
2. Kryvoruchko O. M. (2018) Intehrovanyi pidkhid do udoskonalennia biznes-protsesiv pidpriemstva [An integrated approach to improving the enterprise's business processes]. *Ekonomika transportnoho kompleksu (electronic journal)*, no. 32, pp. 17–29.
3. Olshanskyi O. V. (2018) Rozrobka kontseptsii udoskonalennia upravlinnia biznes-protsesamy pidpriemstv torhivli [Development of the concept of improving the management of business processes of trade enterprises]. *BIZNES-NAVIHATOR (electronic journal)*, no. 6(49), pp. 110–113.
4. Olshanskyi O. V., & Kliucharov V. M. (2019) Teoretyko-metodolohichni aspekty upravlinnia biznes-protsesamy pidpriemstv torhivli [Theoretical and methodological aspects of managing business processes of trade enterprises]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia (electronic journal)*, no. 1(63), pp. 130–136.
5. Stadnyk V., Izhevskyi P. (2018) Biznes-systemy ta biznes-protsesy suchasnykh pidpriemstv: vzaiemozviazok vzaiemozalezhnist struktur ta efektyvnosti [Business systems and business processes of modern enterprises: the interrelation of interdependence of structures and efficiency]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava (electronic journal)*, no. 1(18), pp. 137–148.
6. Stets I. I. (2019) Identyfikatsiia biznes-protsesiv pidpriemstva [Identification of business processes of the enterprise]. *Infrastruktura rynku (electronic journal)*, no. 33, pp. 233–240.
7. Taraniuk L. M. (2011) Metodolohiia reinzhynirynhu biznes-protsesiv promyslovykh pidpriemstv [Methodology of reengineering business processes of industrial enterprises]. *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky (electronic journal)*, no. 1, pp. 111–119.
8. Chernobai L. I., Duma O. I. (2015) Biznes-protsesy pidpriemstva: klasyfikatsiia ta strukturno-ierarkhichna model [Business processes of the enterprise: classification and structural-hierarchical model]. *Ekonomichniy analiz (electronic journal)*, no. 2, pp. 171–182.



УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-21>**Багорка М.О.**доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу  
Дніпровського державного аграрно-економічного університету**Юрченко Н.І.**кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу  
Дніпровського державного аграрно-економічного університету**Bahorka Mariia, Yurchenko Nataliy**

Dnipro State Agrarian and Economic University

## МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК АДАПТАЦІЙНИЙ СКЛАДНИК СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

## MARKETING POTENTIAL AS AN ADAPTING COMPONENT OF MODERN ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

У статті досліджено особливості формування маркетингового потенціалу підприємств, встановлено основні чинники, що впливають на його формування, а також представлено методи аналізу та оцінки маркетингового потенціалу. Встановлено, що маркетинговий потенціал виступає інтегрованою маркетинговою системою підприємства, в основі якої лежать маркетингова концепція управління, організація і реалізація ефективних маркетингових заходів за допомогою маркетингового інструментарію. Основу маркетингового потенціалу становлять групи елементів: комплекс маркетингу, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз інформації, матеріальні активи, людські ресурси, кваліфікована робота служби маркетингу. Виявлено чинники-активатори маркетингового потенціалу підприємства, які здійснюють найбільший вплив на поточний і майбутній стан системи управління маркетинговим потенціалом підприємства й дають змогу визначити стратегію його розвитку.

**Ключові слова:** маркетинговий потенціал, маркетингове середовище, чинники впливу, адаптаційні можливості підприємства, оцінка маркетингового потенціалу.

В статье исследованы особенности формирования маркетингового потенциала предприятий, установлены основные факторы, влияющие на его формирование, а также представлены методы анализа и оценки маркетингового потенциала. Установлено, что маркетинговый потенциал выступает интегрированной маркетинговой системой предприятия, в основе которой лежат маркетинговая концепция управления, организация и реализация эффективных маркетинговых мероприятий с помощью маркетингового инструментария. Основу маркетингового потенциала составляют группы элементов: комплекс маркетинга, маркетинговые исследования и маркетинговый анализ информации, материальные активы, человеческие ресурсы, квалифицированная работа службы маркетинга. Выявлены факторы-активаторы маркетингового потенциала предприятия, осуществляющие наибольшее влияние на текущее и будущее состояние системы управления маркетинговым потенциалом предприятия и позволяющие определить стратегию его развития.

**Ключевые слова:** маркетинговый потенциал, маркетинговая среда, факторы влияния, адаптационные возможности предприятия, оценка маркетингового потенциала.

In the article the peculiarities of formation of marketing potential of enterprises are investigated, the main factors influencing its formation are established, as well as methods of analysis and estimation of marketing potential are presented. It is established that marketing potential can not be narrowed only to the characteristics of enterprise capabilities, but is an integrated marketing system of the enterprise, based on the marketing concept of management, organization and implementation of effective marketing activities using marketing tools, system of research, collection and analysis of information, organization of strategic planning and controlling marketing activities. The basis of marketing potential is made up of groups of elements: marketing complex, marketing research and marketing analysis of

information, tangible assets, human resources, qualified work of the marketing service. The groups of factors of formation and development of marketing potential of the enterprise are distinguished: external (resources of external development and their market opportunities, external marketing environment); internal (internal marketing environment that reflects the marketing material and intangible resources and opportunities of internal development of a trading company). The factors that activate the marketing potential of a trading enterprise, which exert the greatest influence on the current and future state of the management system of marketing potential of the enterprise and allow to determine the desired strategy for its development, are investigated and identified. A comprehensive approach to assessing marketing potential, incorporating quantitative metrics and qualitative characteristics, is the most accurate way to determine the most effective use of marketing potential by businesses. In order to ensure a sound assessment of the level of marketing potential of an enterprise, it is necessary to ensure the following steps: formation of a reliable and complete information base; identification of internal and external factors; development of a system of quantitative and qualitative indicators; the calculation of an integrated measure of the effectiveness of marketing potential.

**Key words:** marketing potential, marketing environment, factors of influence, adaptation capabilities of the enterprise, evaluation of marketing potential.

**Постановка проблеми.** У період реформування та сучасного розвитку економіки України вкрай важливою є адаптація вітчизняних підприємств до умов динамічного зовнішнього середовища, де особливо жорстокими стають умови ведення бізнесу на внутрішньому і зовнішньому ринках, конкурентне середовище, процеси інноваційного розвитку та організаційні трансформації. На ефективну діяльність сучасних підприємств впливає велика кількість чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх. У таких складних умовах господарювання підприємства мають сформувати модель поведінки, яка б урахувала взаємозв'язки чинників середовища з усіма стратегічними господарськими підрозділами підприємства.

Можливість та ефективність адаптації підприємств до змін середовища їх функціонування залежать від сформованого ними потенціалу, зокрема маркетингового. При цьому успішним може бути тільки підприємство, яке не лише володіє маркетинговим потенціалом, а й здатне його постійно нарощувати.

У сучасній теорії маркетингу представлено різноманітні економічні засоби, моделі, алгоритми, методи планування та організації маркетингової діяльності підприємств. Водночас на практиці вітчизняними підприємствами використовується лише доволі мала частина маркетингового інструментарію, що заважає в повному обсязі використовувати можливості підприємств і гальмує процес реалізації маркетингових стратегій та ефективного використання маркетингового потенціалу.

Як складна, багатостороння категорія маркетинговий потенціал потребує специфічних підходів до її вивчення, і при цьому особливої актуальності для практики управління підприємства набуває проблема методологічного підґрунтя організації процесів щодо дослідження параметрів та оцінки маркетингового потенціалу.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Сьогодні існує багато напрацювань вітчизняних науковців у напрямі формування та відтворення ресурсного потенціалу, сформовано окремі теоретичні положення щодо сутності, формуючих чинників та оцінки ефективності використання маркетингового потенціалу підприємств.

Викладення теорії потенціалу, її трактування подано в розробках українських та російських учених: О.Ф. Балацького, Б.Є. Бачевського, Л.В. Балабанової, А.А. Задоя, І.З. Должанського, Ю.В. Кіндзерського, Н.С. Краснокутської, Є.В. Лапіна, О.І. Олексюка, Е.В. Попова, І.М. Репіної, О.С. Федоніна та ін.

Дослідженням теоретичних аспектів формування та розвитку маркетингового потенціалу підприємства займалася доволі потужна спілка вчених, зокрема: С.В. Артеменко, Л.В. Балабанова, Л.В. Григор'єва, В.А. Гросул, Н. Рожко, Н.М. Тягунова, Ю.Г. Лисенко та ін.

Вагомий внесок у дослідження проблеми формування системи управління маркетинговим потенціалом зробили вітчизняні науковці Н. Куденко, А. Старостіна, П. Гордієнко, Л. Дідковська, Н. Яшкіна, К. Радченко та ін.

Водночас варто зазначити, що сьогодні питання активізації маркетингового потенціалу підприємств в Україні та механізму його накопичення і розвитку перебуває на стадії розроблення, а тому потребує подальших нових досліджень. Подальшого вивчення потребує також питання підвищення ефективності використання та оцінки маркетингового потенціалу підприємств, а також створення оптимального, збалансованого за структурою ресурсного потенціалу на регіональному та галузевому рівнях з урахуванням специфічних особливостей підприємств.

**Метою дослідження** є аналіз особливостей формування маркетингового потенціалу підприємств в умовах турбулентності ринкового

середовища, встановлення основних чинників, що впливають на його формування, а також визначення ключових методів аналізу та оцінки маркетингового потенціалу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Уже немає сумніву, що маркетинг є головним складником процесу управління та інструментом, що слугуватиме підвищенню ефективності діяльності підприємства у сучасних умовах і сферах господарювання.

Ефективний маркетинг передбачає постійний моніторинг ринкового простору і конкурентного середовища, забезпечує формування асортиментної, цінової, збутової, комунікаційної політики підприємства з урахуванням попиту споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Важливо акцентувати увагу на тому факті, що багато керівників торговельних підприємств не достатньою мірою усвідомлюють значущість маркетингу, не розуміють його важливість або не мають навичок практичного використання маркетингового інструментарію.

Одним із ключових понять маркетингу, за допомогою якого підприємство зможе визначити свій сучасний стан, виявити скриті резерви і розробити ефективні й результативні стратегії майбутнього розвитку, є ринковий потенціал. Нині найбільш повне використання потенціалу підприємств – це їхнє стратегічне завдання.

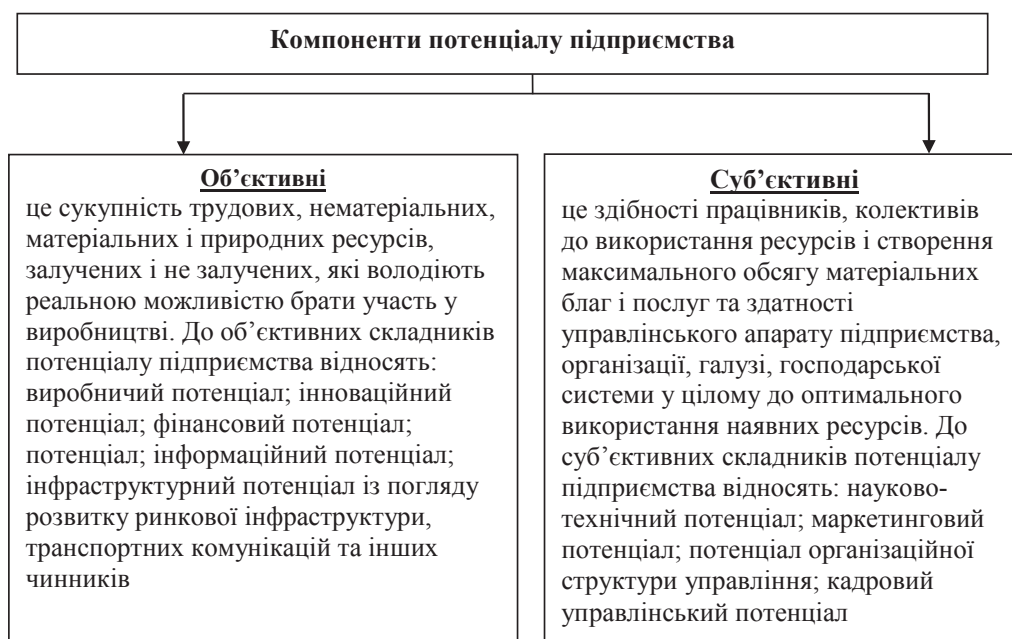
Основна проблема у формуванні маркетингового потенціалу підприємства полягає у тому, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності. Тобто маркетинговий

потенціал є складною і динамічною системою, оскільки саме взаємозв'язки між окремими складниками потенціалу здійснюють безпосередній вплив на його елементи, модифікуючи вихідні властивості й закономірності їх функціонування, сприяючи тим самим переходу потенціалу в новий якісний стан як єдиного цілого, тобто системи вищого порядку.

Недостатня увага до вивчення питання ролі та місця маркетингу в торговельних підприємствах зумовила його важливість для забезпечення реалізації потенційних ресурсних можливостей економіки України.

Потенціал підприємства є складною і комплексною характеристикою його розвитку, що інтегрує цілу низку процесів у системі управління і розвитку підприємства. Дійсно, потенціалом підприємства можна вважати сукупність реалізованих і нереалізованих можливостей ресурсів і компетенції підприємства створювати очікуваний результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів. При цьому виділяють такі блоки структури потенціалу (рис. 1).

Виходячи з великої кількості трактувань і підходів до визначення поняття «потенціал», ми узагальнили їхні загальні риси: в основі функціонування будь-якого підприємства є ресурси (чинники виробництва), які і зумовлюють основні можливості підприємства; серед основних видів ресурсів особливої уваги заслуговують ресурси системи управління (менеджмент, блок управління). Саме тому потенціал визначають як здатність підприємства ефективно функціону-



**Рис. 1. Складники потенціалу підприємства**

*Джерело: сформовано авторами*

вати та досягати поставлених цілей за допомогою таких властивостей, як адаптивність, гнучкість, мобільність, стійкість, стабільність.

Виходячи з того, що сучасне підприємство є складною відкритою виробничо-господарською і соціальною системою, яка взаємодіє із зовнішнім оточенням, основним завданням його функціонування є встановлення оптимальних взаємозв'язків між ним і середовищем, у якому воно функціонує. У зв'язку з тим, що умови діяльності підприємств України стають усе більш динамічними і складними, а економічні відносини – більш глобальними та невизначеними, виявлення всіх наявних можливостей прибуткового функціонування підприємства є все більш актуальним, тим більше що загострення конкуренції у боротьбі за споживача привертає увагу до маркетингу як одного зі складників підприємства, процес упровадження якого на підприємствах нашої країни дотепер перебуває на стадії формування. При цьому можливості та результати діяльності цієї системи визначаються маркетинговим потенціалом, що являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечує адаптацію підприємства до зовнішнього середовища і перспективність його розвитку.

Не маючи достатнього досвіду та інструментів стратегічного управління, які б дали змогу враховувати наростаючу конкуренцію, нестабільність і високий рівень невизначеності зовнішнього оточення, підприємствам дуже складно забезпечити ефективність діяльності та високий рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку. У цьому контексті необхідно розуміти, що у системі ринкових

економічних відносин у результаті дії низки притаманних особливостей підприємствам важко пристосуватися до змін бізнес-середовища. Ураховуючи цей факт, упровадження маркетингового підходу у практичну діяльність підприємств є резервом для підвищення ефективності використання наявного ресурсного потенціалу, а особливо маркетингового, для забезпечення його конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Варто зауважити, що рівень маркетингового потенціалу підприємств може бути різним залежно від розміру підприємства, виду продукції, асортименту, фінансових можливостей, організаційних структур тощо, що дає підстави керівництву аналізувати власні бізнес-можливості й приймати управлінські рішення відповідно до ситуації на ринку.

Основні складники маркетингового потенціалу підприємства наведено на рис. 2.

Серед наведених чинників маркетингового потенціалу підприємства важливо виділити наявні нематеріальні ресурси, можливості керівників та інших категорій персоналу до управління цими ресурсами, здатність системи менеджменту оптимально використовувати наявні ресурси підприємства тощо.

Основна проблема у формуванні маркетингового потенціалу підприємства полягає у тому, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності. Тобто маркетинговий потенціал є складною і динамічною системою, оскільки саме взаємозв'язки між окремими складниками потенціалу здійснюють безпосередній вплив на його елементи, модифікуючи вихідні властивості і закономірності їх функціонування, сприяючи тим самим переходу потен-

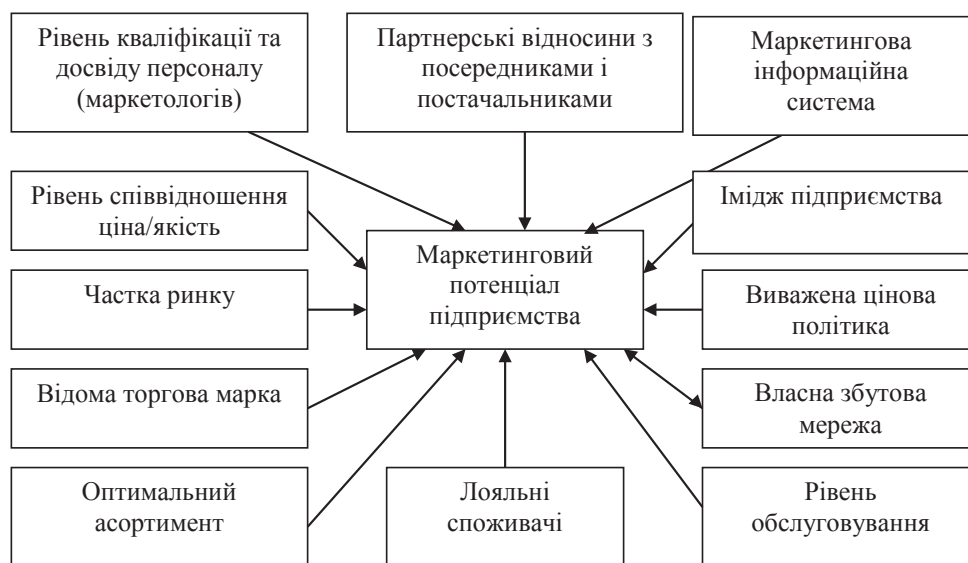


Рис. 2. Чинники, які формують структуру маркетингового потенціалу підприємства

Джерело: розроблено авторами

ціалу в новий якісний стан як єдиного цілого, тобто системи вищого порядку [1, с. 24].

Більшість авторів акцентує увагу на маркетинговому потенціалі як на інструменті, що допомагає суб'єкту господарювання максимізувати результати діяльності. Так, Н. Рожко та О. Бурлицька доводять, що сутність маркетингового потенціалу полягає у максимально можливій спроможності господарського суб'єкта використовувати всі передові напрацювання в галузі маркетингової діяльності [2, с. 62].

На думку Н.С. Краснокутської, маркетинговий потенціал підприємства, з одного боку, є структурним складником його бізнес-потенціалу, а з іншого – системою виробничих, фінансових та організаційних можливостей підприємства у забезпеченні ефективного збуту продукції на засадах оптимізації ланцюгів розподілу [3, с. 221].

В.В. Кучер та О.В. Кучер характеризують потенціал маркетингу як можливість застосування різноманітних маркетингових ресурсів, що є частиною ресурсів підприємства та спрямовані на забезпечення його ефективної маркетингової діяльності [4].

Деякі фахівці вважають, що маркетинговий і ринковий потенціали інтерпретуються однаково. Але ми вважаємо, що це рівні поняття. На нашу думку, важливими складниками маркетингового потенціалу є кадровий склад працівників, організаційна структура служби маркетингу, тобто вирішальну роль мають людський чинник, розкриття здібностей, ініціатив, соціальної відповідальності. І ще ми переконані, що до питання маркетингового потенціалу необхідно підходити виходячи з концепції інтегрованого маркетингу.

О.І. Дідченко визначає інтегрований маркетинг як «дворівневу систему, де перший її рівень – маркетингові функції, а другий рівень – скоординована робота усіх відділів підприємства (компанії)» [5, с. 271].

Узагальнюючі різні тлумачення, вважаємо, що маркетинговий потенціал являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей, які сприятимуть максимальному задоволенню потреби споживачів у продукції/послугах, сприяє збільшенню темпів зростання обсягів продажу, прибутковості й рентабельності підприємства. Ми переконані, що підвищення прибутковості підприємства напряму залежить від зростання його маркетингового потенціалу, який відповідає реальним можливостям і компетенціям підприємства, що мають бути реалізовані. Треба також зауважити, що можливості можуть бути і нереалізовані та чинити негативний вплив на результат діяльності підприємства.

На нашу думку, маркетинговий потенціал – це не просто можливості підприємства, а складова частина інтегрованої маркетингової системи підприємства, в основі якої лежать маркетингова концепція управління, організація і реалізація ефективних маркетингових заходів за допомогою маркетингового інструментарію, система досліджень, збору й аналізу інформації, організація стратегічного планування та контролю маркетингової діяльності.

Основу маркетингового потенціалу становлять групи елементів: комплекс маркетингу, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз інформації, матеріальні активи, людські ресурси, кваліфікована робота служби маркетингу.

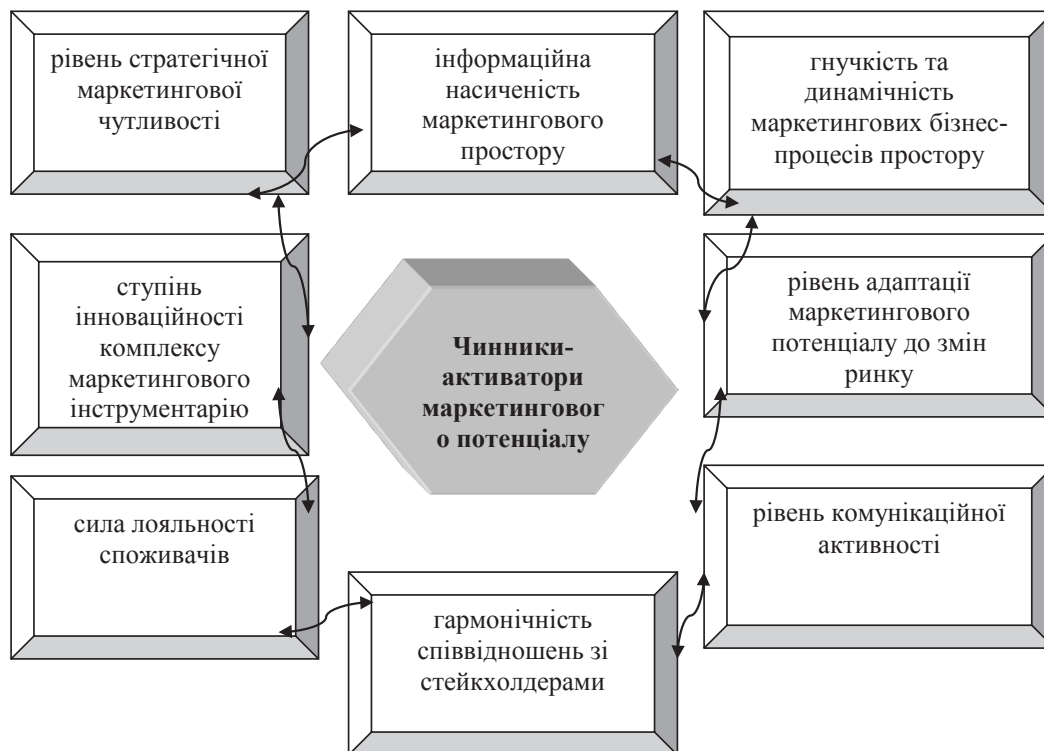
Маркетинговий потенціал як складова частина концепції інтегрованого маркетингу дасть змогу зменшити негативні наслідки змін в умовах невизначеності майбутнього, полегшить роботу підприємства в коротко- та довгостроковій перспективі, налагодити командну роботу працівників стратегічних господарських підрозділів підприємства.

Важливо враховувати, що процес формування маркетингового потенціалу сучасних підприємств має певні особливості, які пов'язані зі специфічними особливостями галузі, в якій функціонує підприємство; номенклатурою та асортиментом продукції підприємства; витратами на виробництво і реалізацію продукції/послуг та формуванням ціни; державним регулюванням цін на деякі види продукції, а також специфікою логістики.

На наше глибоке переконання, серед чинників внутрішнього характеру, які пов'язані з формуванням необхідного маркетингового потенціалу, є кадровий потенціал підприємства. Виняткова важливість кадрової політики зумовлена тим, що саме люди, як спеціалісти з маркетингу, так і торгово-оперативний персонал, можуть активізувати матеріальні маркетингові ресурси.

Активізація маркетингового потенціалу за рахунок кадрової політики вимагає дотримання певних принципів:

- принципу професійних навичок і компетенції персоналу;
- принципу розвитку, який передбачає постійне підвищення кваліфікації персоналу відповідно до сучасних вимог ведення бізнесу;
- принципу мотивації, за яким керівництво торговельного підприємства має заохочувати професійну конкуренцію персоналу, мотивувати досягнення поставлених цілей;
- принципу відношення до персоналу як основного людського капіталу і без перебільшення цінності підприємства, з інвестиційними вкладеннями у його розвиток для створення особливого мікроклімату в колективі.



**Рис. 3. Чинники-активатори, що впливають на формування маркетингового потенціалу підприємства**

*Джерело: узагальнено авторами*

За дотримання визначених принципів можна стверджувати, що хоча кадрова політика і не є єдиним чинником впливу на формування та розвиток маркетингового потенціалу підприємства, проте її дієвість та ефективність здатні забезпечити престижність праці на підприємстві й підвищити його конкурентоспроможність.

Важливо звернути увагу на активаторів маркетингового потенціалу, якими можуть виступати чинники, завдяки яким створюється можливість забезпечувати необхідний темп стійкого розвитку процесу маркетингового управління. Зважаючи на це, тільки шляхом організації комплексної та ефективної політики управління маркетинговим потенціалом у комбінації з чинниками-активаторами підприємство може забезпечити формування конкурентних переваг на споживчому ринку, а також здійснити найбільш повне та якісне задоволення потреб споживачів.

Ми спробували узагальнити основні, на нашу думку, чинники-активатори, що впливають на формування та розвиток маркетингового потенціалу підприємств (рис. 3).

Наведені на рис. 3 чинники-активатори можуть по-різному впливати на розвиток маркетингового потенціалу господарюючого суб'єкта галузі. Проте, на нашу думку, комплексна оцінка, за результатами якої визначається

політика управління маркетинговим потенціалом, не може бути здійснена без їх урахування.

Отже, маємо відзначити, що маркетинговий потенціал є інструментом, за допомогою якого підприємство зможе визначити свій існуючий стан, виявити невикористані резерви і розробити ефективні стратегії розвитку.

Виявлення та оцінка чинників-активаторів маркетингового потенціалу підприємства, які здійснюють найбільший вплив на поточний та майбутній стан системи управління маркетинговим потенціалом підприємства, дає змогу сформулювати стратегію його розвитку.

Ми переконані: для того щоб з'ясувати, якими ресурсами володіє підприємство, які можливості має й як ними можна скористатися у майбутньому, необхідно провести маркетинговий стратегічний аналіз.

Необхідність проведення аналізу та оцінки чинників маркетингового середовища має на меті ідентифікацію основних стратегічних проблем, що стримують розвиток підприємства й уповільнюють процес накопичення та ефективного використання його маркетингового потенціалу. Основні чинники маркетингового середовища, які потребують аналізу, представлені в табл. 1.

Згідно з наведеними кроками та з урахуванням специфіки маркетингового потенціалу

Таблиця 1

## Чинники впливу на формування маркетингового потенціалу

Чинники макросередовища	Чинники мікросередовища	Чинники внутрішнього середовища
Політика	Безпосередньо підприємства	Персонал (кадри)
Економіка	Конкуренти	Основні засоби
Наука	Постачальники	Фінансовий стан
Законодавство	Маркетингові посередники	Оборотні засоби
Природно-кліматичні умови	Клієнти	Місце на ринку
Культура	Контактні аудиторії	Політика ціноутворення
Рівень технологічного розвитку		Собівартість продукції
Рівень купівельної спроможності населення		
Екологія		

Джерело: сформовано авторами

В.В. Кучер виділяє три блоки завдань, які варто вирішити під час аналізу та оцінки маркетингового потенціалу, а саме:

- дослідження ринкового середовища підприємства та специфіки його впливу на маркетинговий потенціал у цілому та його складники;
- оцінка структурних особливостей маркетингового потенціалу підприємства з формуванням його кількісних та якісних характеристик;
- вивчення напрямів та можливих шляхів найбільш ефективного поєднання профілю маркетингового потенціалу підприємства та тенденцій ринкового середовища щодо формування синергічного ефекту впливу на цільові ринки та досягнення поставлених цілей [4].

Вищезазначені блоки є узагальненими, їх вирішення можливе лише на основі вивчення явищ нижчого ієрархічного рівня.

Для оцінки маркетингового потенціалу підприємства сьогодні існує багато методик. За результатами проведених досліджень ми узагальнили основні методики оцінки потенціалу підприємства, у тому числі й маркетингового (табл. 2).

На нашу думку, заслуговує уваги і той факт, що використання того або іншого методу залежить від вибраного підходу, цілей оцінки, виду і

повноти вихідної інформації, специфіки складових елементів маркетингового потенціалу підприємства, що оцінюються, та інших чинників. Зокрема, системністю та послідовністю відзначаються дослідження Р.В. Мажинського, який, проводячи аналогію між економічним та маркетинговим потенціалами підприємства, стверджує, що маркетинговий потенціал в укрупненому вигляді є сумою методичних, людських, матеріальних і інформаційних ресурсів, що забезпечують ринкову діяльність [6, с. 112].

В.П. Баранчєєв для оцінки маркетингового потенціалу пропонує використовувати такі показники, як масштаб ринку, обсяг продажів, конкуренція, наявність портфеля замовлень, витрати на рекламу. Якщо значення чинника (показника) можна вважати прийнятним, тоді він отримує оцінку 1, якщо значення чинника вважається неприйнятним, тоді він отримує негативну оцінку -1, якщо чинник має допустиме значення, то він отримує нульову оцінку. Вага кожного показника визначається добутком його вагомості на рівень споживання. Загальне значення маркетингового потенціалу визначається сумою отриманих значень показників [7, с. 45].

Діагностичний підхід до оцінки маркетингового потенціалу відображає рівень здібностей

Таблиця 2

## Основні підходи до оцінки маркетингового потенціалу підприємства

Наукові підходи	Характеристика
Результативний	Відображає рівень можливостей маркетингової системи, який оцінений кількісними методами. Проте використання тільки кількісних показників для оцінки маркетингового потенціалу є недостатнім
Діагностичний	Головну роль у цьому підході відіграє метод експертних оцінок, але при цьому відсутні точні рекомендації щодо його застосування, що ускладнює процес використання даного методу на практиці
Комплексний	Передбачає внутрішню і зовнішню оцінку маркетингового потенціалу, тобто розглядає й об'єктивний, й суб'єктивний складники. Відповідно, він включає у себе переваги перших двох підходів, але через високу трудомісткість і великий обсяг інформації застосувати цей метод на практиці досить складно

маркетингової системи, оцінений суб'єктивними методами (опитування думок керівників і фахівців; діагностичні інтерв'ювання співробітників; методи спостережень за управлінськими процесами; анкетування і т. д.).

Комплексний підхід до оцінки маркетингового потенціалу базується на поєднанні результативного та діагностичного підходів.

Для нас є очевидним, що комплексний підхід до оцінки маркетингового потенціалу включає кількісні показники та якісні характеристики й є найбільш точним способом, який дає змогу найбільш об'єктивно визначити ефективність використання маркетингового потенціалу підприємствами.

Уважаємо, що саме комплексна модель оцінки маркетингового потенціалу підприємства повинна базуватися на розрахунку основних показників його збутової діяльності: виручки від реалізації продукції, прогнозованої місткості сегмента ринку, витрат маркетингової служби і специфічних: ринкової частки, рівня передпродажної підготовки, коефіцієнта зміни обсягів реалізації, індексу рівня цін, коефіцієнта доведення продукту до споживача, показників рекламної діяльності.

**Висновки з проведеного дослідження.** Результати дослідження дають підстави зробити такі висновки.

Маркетинговий потенціал є одним із найважливіших чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємства, який має реалізовуватися за допомогою створення відповідних структур управління, системи моніторингу ринків, маркетингового аналізу, формування комплексної інформаційної системи.

Маркетинговий потенціал є інструментом, за допомогою якого сучасні підприємства зможуть визначити свій існуючий стан, виявити невикористані резерви і розробити ефективні

стратегії розвитку. Водночас маркетинговий потенціал не може звужуватися тільки до характеристики можливостей підприємства, а виступає інтегрованою маркетинговою системою підприємства, в основі якої лежать маркетингова концепція управління, організація і реалізація ефективних маркетингових заходів за допомогою маркетингового інструментарію, система досліджень, збору й аналізу інформації, організація стратегічного планування і контролю маркетингової діяльності. Основу маркетингового потенціалу становлять групи елементів: комплекс маркетингу, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз інформації, матеріальні активи, людські ресурси, кваліфікована робота служби маркетингу.

Розвиток маркетингового потенціалу підприємства за рахунок активного використання маркетингових ресурсів з урахуванням чинників, що мають вплив на формування маркетингового потенціалу, може збільшити ефективність використання ресурсів підприємства та його загальний потенціал. Тому виявлення й оцінка чинників-активаторів маркетингового потенціалу торговельного підприємства, які здійснюють найбільший вплив на поточний та майбутній стан системи управління маркетинговим потенціалом підприємства, дають змогу визначити бажану стратегію його розвитку.

Для забезпечення обґрунтованої оцінки рівня маркетингового потенціалу підприємства необхідно забезпечити виконання таких етапів: формування достовірної й повної інформаційної бази для оцінки маркетингового потенціалу; виокремлення внутрішніх та зовнішніх чинників, що характеризують маркетинговий потенціал; розроблення системи кількісних та якісних показників і значень вагових коефіцієнтів; розрахунок інтегрованого показника ефективності маркетингового потенціалу.

#### Список використаних джерел:

1. Божко В.М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом. *Економічний форум. Економіка та управління персоналом*. 2012. 43 с.
2. Рожко Н., Бурлицька О. Формування маркетингового потенціалу в умовах сучасного ринку. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 2(27). С. 60–63.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства, формування та оцінка : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.
4. Кучер В.В., Кучер О.В. Маркетинговий потенціал в системі управління аграрними підприємствами. URL : [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_112/65.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_112/65.pdf)
5. Дідченко О.І. Маркетинговий потенціал підприємства як складова економічного потенціалу. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1. Т. 3. С. 269–272.
6. Мажинський Р.В. Маркетинговий потенціал підприємства. *Торгівля і ринок України* : тематичний збірник наукових праць із проблем торгівлі і громадського харчування. Донецьк : ДонДУЕТ, 2003. Вип. 13. Т. II. С. 197–198.
7. Баранчев В.П. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия. *Маркетинг*. 2004. № 3. С. 42–50.



**References:**

1. Bozhko V.M. (2012) Marketyngovyj potencial: sutnist, skladovi ta vzayemozvyazok z ekonomichnym potencialom. [Marketing Potential: Essence, Components and Relationship to Economic Potential]. *Economics and personnel management, economic forum*, p. 43.
2. Rozhko N., Burlyczka O. (2010) Formuvannya marketyngovogo potencialu v umovax suchasnogo rynku. [Formation of marketing potential in today's market]. *Galician Economic Bulletin*, no. 2(27), pp. 60–63.
3. Krasnokutska N.S. (2005) Potencial pidpryemstva, formuvannya ta ocinka [Enterprise potential, formation and evaluation]. Kyiv: Center for Educational Literature, 352 p. (in Ukrainian)
4. Kucher V.V., Kucher O.V. (2011) Marketyngovyj potencial v systemi upravlinnya agrarnymy pidpryemstvamy. Available at: [http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_112/65.pdf](http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_112/65.pdf) (accessed 02 July 2018).
5. Didchenko O.I. (2013) Marketyngovyj potencial pidpryemstva yak skladova ekonomichnogo potencialu [Marketing potential of an enterprise as a component of economic potential]. *Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, vol. 1, no. 3, pp. 269–272.
6. Mazhynskij R.V. (2003) Marketyngovyj potencial pidpryemstva. Torgivlya i rynek Ukrayiny. [Marketing potential of the enterprise. Trade and Market of Ukraine]. *Thematic collection of scientific works on trade and catering*, vol. 13, no. 2, pp. 197–198.
7. Baranchev V.P. Analiz i otsenka marketingovogo potentsiala predpriyatiya [Analysis and evaluation of the marketing potential of the enterprise]. *Marketing*, no. 3, pp. 42–50.

УДК 338.487-6:615.8:659.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-22>**Вовчанська О.М.**кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу  
Львівського торговельно-економічного університету**Іванова Л.О.**кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та менеджменту  
Львівського державного університету  
фізичної культури імені Івана Боберського**Vovchanska Olha**

Lviv University of Trade and Economics

**Ivanova Liliya**

Lviv State University of Physical Culture of I. Boberskogo

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТАЦІЙНИХ ЗМІННИХ  
НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ****MARKETING RESEARCH OF SEGMENTATION VARIABLES  
IN THE WORLD MARKET OF WELLNESS TOURISM**

Статтю присвячено ідентифікації та характеристиці основних сегментаційних змінних на світовому ринку оздоровчого туризму. Встановлено основні сегменти туристів, які подорожують із метою оздоровлення. Виявлено, що найбільше подорожей із метою оздоровлення здійснюється вторинними велнес-туристами. Показано, що вторинний оздоровчий туризм збільшується швидшими темпами, ніж первинний, і все більше конвергує з іншими туристичними нішами, що сприяло сильному вектору його зростання. Здійснено маркетинговий аналіз регіональної структури світового ринку оздоровчого туризму. Досліджено, що оздоровчий туризм найбільшою мірою зосереджений в основних країнах Північної Америки, Європи та Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Проаналізовано рейтинг країн на світовому ринку оздоровчого туризму. Наголошується,

що під впливом пандемії коронавірусу COVID-19 та економічної рецесії акценти розвитку оздоровчого туризму будуть змінені через необхідність тимчасово перерозподілити ресурси на подолання соціальних і економічних наслідків.

**Ключові слова:** туризм, туристична індустрія, маркетингові дослідження, сегментація, оздоровчий туризм.

Статья посвящена идентификации и характеристике основных сегментационных переменных на мировом рынке оздоровительного туризма. Установлены основные сегменты туристов, путешествующих с целью оздоровления. Выявлено, что наиболее путешествий с целью оздоровления осуществляется вторичными велнес-туристами. Показано, что вторичный оздоровительный туризм увеличивается более быстрыми темпами, чем первичный, и все больше конвергирует с другими туристическими нишами, что способствовало сильному вектору его роста. Осуществлен маркетинговый анализ региональной структуры мирового рынка оздоровительного туризма. Установлено, что оздоровительный туризм в наибольшей степени сосредоточен в главных странах Северной Америки, Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона. Проанализирован рейтинг государств на мировом рынке оздоровительного туризма. Отмечается, что под влиянием пандемии коронавируса COVID-19 и экономической рецессии акценты развития оздоровительного туризма будут изменены из-за необходимости временно перераспределить ресурсы на преодоление социальных и экономических последствий

**Ключевые слова:** туризм, туристическая индустрия, маркетинговые исследования, сегментация, оздоровительный туризм.

The article is devoted to the identification and characterization of the main segmentation variables in the global wellness tourism market. The main segments of tourists traveling for the purpose of health improvement are identified. The majority of trips for the purpose of health improvement are carried out by secondary wellness tourists. Secondary wellness tourism is increasing at a faster rate than primary wellness tourism and is increasingly converging with other tourist niches, which has contributed to a strong vector of its growth. The market analysis of the dynamics of the main indicators of the global wellness tourism market and its regional structure is carried out. Today wellness tourism destinations are concentrating on the development of more authentic health tourism products and brands. Wellness trips account for 6.6% of all tourist trips, but at the same time make up 16.8% of total tourism expenditures. The share of the wellness sector in the global economy reached 5.3%. Wellness tourism has been shown to be most concentrated in several major countries in North America, Europe and the Asia Pacific region. The United States alone receives more than a third of the world's tourism revenue. The five leading wellness tourism countries (USA, Germany, China, France, Japan) occupy 59% of the world market, and twenty countries account for 84%. The ranking of the countries in the world market of health tourism is analyzed. China continues to rise in the ranking for the cost of wellness tourism, and is now in the top three, India is in the top ten, and Malaysia first entered the top twenty, ousting the Russian Federation. The number of countries actively promoting wellness tourism at the national level has increased from 65 in 2013 to over 100 in 2018. It is noted that demand and supply in the global tourism market today are being adversely affected by the coronavirus outbreak (COVID-19). Due to the coronavirus pandemic and the onset of the economic recession, the focus of wellness tourism development will be changed, due to the need to temporarily redistribute resources to overcome social and economic consequences.

**Key words:** tourism; tourism industry, marketing research, segmentation, wellness tourism.

**Постановка проблеми.** Оздоровчий туризм охоплює комплекс превентивних заходів, що передбачають запобігання розвитку хвороби або підтримку стану здоров'я людини альтернативними процедурами, не передбачаючи використання спеціалізованих клінік, спеціалізованих медичних працівників або надання інвазивних процедур. До оздоровчого туризму відносять спортивний туризм, йога-туризм, СПА-туризм (у тому числі туризм із метою отримання косметологічних послуг), курортний туризм (санаторно-курортне лікування) тощо. Мода на здоровий спосіб життя і різноманітні оздоровчі заходи профілактичного спрямування тільки збільшують його популярність.

Індустрія подорожей суттєво переосмислює оздоровлення, наповнюючи його абсолютно новим сенсом. Сьогодні потужні оздоровчі рекреації мають власні концепції щодо відповідного харчування, занять фізичними вправами, їжі під час подорожей і навіть щодо залучення своїх клієнтів до духовності завдяки медитації, яка слугує неповторним досвідом, що змінює життя туристів.

Сучасний світовий ринок оздоровчого туризму масштабний і різноманітний, конкуренція між регіонами й окремими країнами відбувається не тільки на рівні широкого асортименту запропонованих додаткових і інноваційних послуг, а й стосується автентичних оздоровчих туристичних продуктів та брендів.

Системне дослідження основних сегментів, сучасних трендів та інноваційних підходів на світовому ринку оздоровчого туризму є завжди надзвичайно актуальним для розроблення системи маркетингових заходів сприяння розвитку туризму в Україні.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

В умовах викликів сьогодення особливо актуальним та досить новим є дослідження ринку wellness як складової частини оздоровчого туризму. Найбільш цитованими у вітчизняних працях зарубіжними дослідниками wellness є Х. Данн, Дж. Тревіс, Д. Арделл та Г. Хеттлер. Рекреаційні інновації розглядалися такими зарубіжними авторами, як Т. Dalley, С. Case, D. Edwards, К. Killick, J. Schaverien, А. Hill, якими висвітлено новітні форми роботи wellness-комплексів. Окремі аспекти wellness розглядалися у науково-популярних, медичних та рекламно-інформаційних виданнях зарубіжних авторів: К. Робертса, Х-П. Файта, Дж. Пілатес, А. Копитіна. Науковці висвітлюють нові шляхи вирішення проблем упровадження інноваційних підходів та wellness-технологій в індустрію оздоровчого туризму.

Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери туристично-рекреаційних послуг та лікувально-оздоровчого туризму зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Б.І. Вихристенко, І.П. Гаврилишин, Б.І. Герасименко, П.В. Гудзь, В.Г. Гуляев, А.П. Дурович, М.І. Долішній, В.К. Євдокименко, Г.А. Карпова, Г.В. Казачковська, В.Д. Калитюк, В.І. Карсекін, В.А. Квартальнов, Н.Й. Коніщева, В.С. Кравців, Н.Н. Кузнецова та ін.

Підвищену зацікавленість науковців і практиків привертають проблеми оздоровчого туризму, які раніше не досліджувалися, зокрема встановлення основних чинників сегментації на світовому ринку оздоровчого туризму.

**Метою дослідження** є ідентифікація та характеристика основних сегментаційних змінних на світовому ринку оздоровчого туризму.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Протягом тисячоліть і донині дуже багато людей хочуть мати відпочинок від напруженого життя, сповільнитися і зосередитися на власному здоров'ї. Коли йдеться про оздоровлення, то це набагато більше, ніж СПА-центр, йога-рекреація чи фітнес-табори.

Туристи, які подорожують із метою оздоровлення, становлять широку та різноманітну групу споживачів із багатьма мотиваціями, інтересами та цінностями. Серед них можна чітко виділити такі основні сегменти:

1) первинні велнес-мандрівники – туристи, вибір поїздки чи місця призначення яких першочергово мотивований оздоровленням;

2) вторинні велнес-мандрівники – туристи, які прагнуть підтримувати своє оздоровлення час подорожі або беруть участь в оздоровчому спорті чи здійснюють будь-який інший вид подорожі.

Показово, що переважна частина подорожей із метою оздоровлення здійснюється вторинними велнес-туристами, тобто тими, хто шукає оздоровчих аспектів під час подорожі, коли власне оздоровлення не є її провідною мотивацією. У 2017 р. вторинний оздоровчий туризм займав частку 89% у туристичних оздоровчих поїздках і частку 86% у витратах на оздоровчий туризм. Вторинний оздоровчий туризм продовжує зростати швидшими темпами, ніж первинний. Так, у 2015–2017 рр. подорожі вторинного оздоровчого туризму зростали на 10% щорічно, тоді як первинні оздоровчі поїздки зростали щорічно тільки на 8% [1].

Оскільки оздоровчі туристи визначаються як люди, основна мотивація поїздки яких не є оздоровчою, мандрівники в інших сегментах ринку туристичних послуг, включаючи еко-туризм, спортивний/пригодницький туризм, культурний/мистецький туризм та ін., також можуть бути вторинними велнес-туристами. Дослідження показують, що туристи у цих сегментах схожі за демографічними показниками та за зацікавленістю до оздоровлення. Тому підставою Глобальний оздоровчий інститут (Global Wellness Institute – GWI) [2] прогнозує, що оздоровчий туризм із часом усе більше буде конвергувати з іншими туристичними нішами, що сприятиме постійному сильному вектору зростання.

Світова оздоровча економіка у 2015–2017 рр. зростала на 6,4% щорічно, з \$3,7 трлн до \$4,2 трлн, що майже вдвічі швидше, ніж зростання світової економіки загалом (3,6% щорічно, за даними МВФ). Основними сегментами щодо зростання доходів в оздоровчій економіці у 2015–2017 рр. були СПА-галузі (9,8%), оздоровчий туризм (6,5%) та велнес-нерухомість (6,4%) (рис. 1).

Витрати на оздоровлення (\$4,2 трлн) майже у два рази менші, ніж загальні глобальні видатки на охорону здоров'я (\$7,3 трлн, за даними ВООЗ). Частка оздоровчої галузі у глобальній економіці становить 5,3%. Світова оздоровча економіка у 2018 р. становила \$4,5 трлн.

У сучасному світі оздоровчий туризм – це подорожі, пов'язані з прагненням підтримувати чи поліпшувати стан організму людини. У 2013 р. GWI оприлюднив доповідь «Глобальна оздоровча економіка туризму (Global Wellness Tourism Economy report) – дослідження, яке визначило параметри та характеристики нової галузі оздоровчого туризму, оцінило його гло-

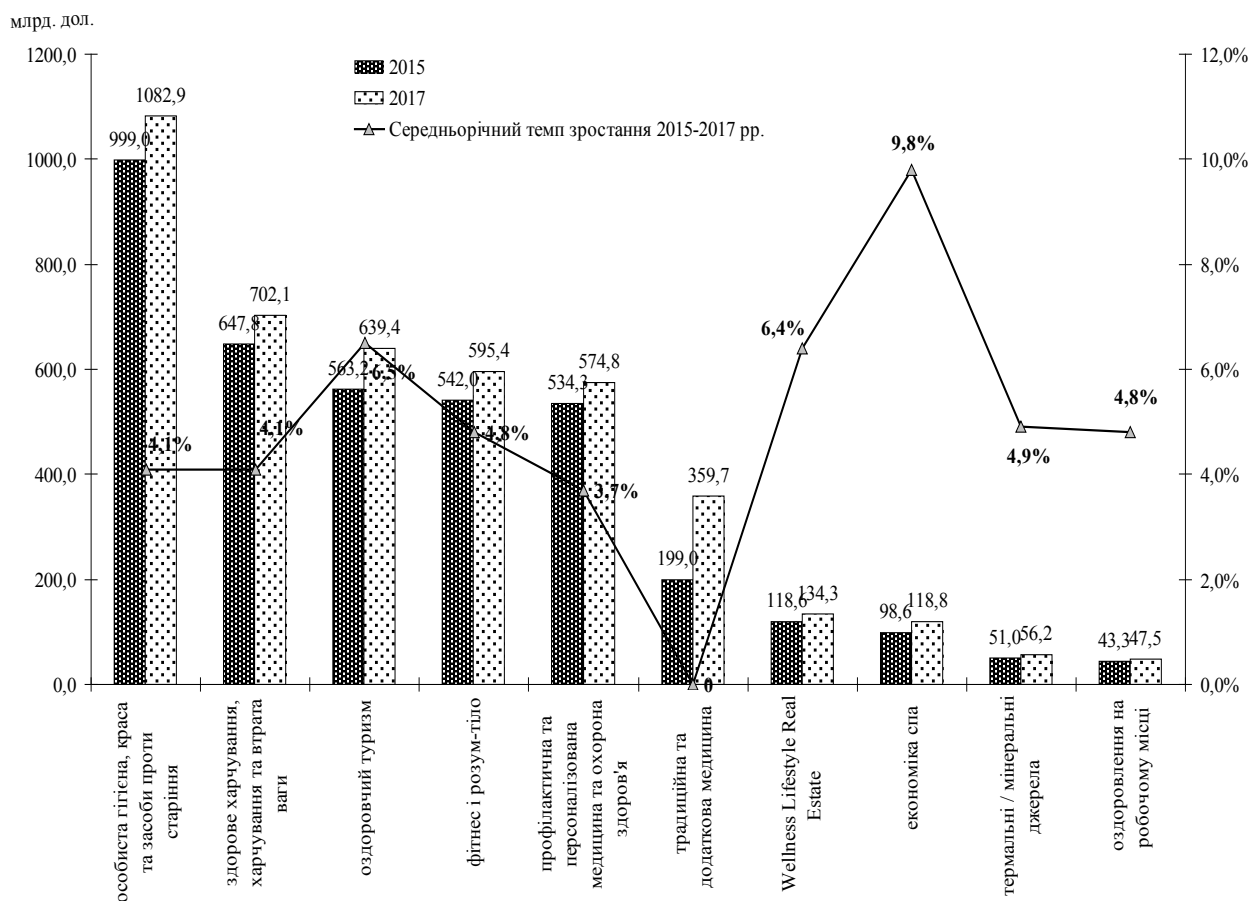


Рис. 1. Динаміка основних сегментів оздоровчої економіки у 2015–2017 рр. [3; 4]

бальний масштаб та встановило перспективні економічні наслідки [5].

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, зростання ринку оздоровчого туризму посилюється підвищенням обізнаності людей щодо заходів проти старіння для збереження зовнішнього вигляду. Багато чоловіків і жінок проходять процедури з естетичного омолодження обличчя. США, Бразилія, Мексика, Китай, Індія, Франція, Італія та Південна Африка – це країни, де попит на естетику обличчя невідмінно зростає. Сьогодні на США припадає понад 43% загальної частки ринку, і вони домінують на світовому ринку оздоровчого туризму. Великий досвід надання унікальних оздоровчих послуг у поєднанні з реконструкцією існуючих курортів та готелів сприяв збільшенню туристів та зростанню ринку оздоровчого туризму в США до 2020 р.

GWІ оцінив ємність світового ринку оздоровчого туризму в 2017 р. у \$639 млрд. Показово, що цей вид туризму зростає у понад два рази швидше, ніж загальний ринок туристичних послуг. Велнес-мандрівники у 2017 р. здійснили 830 млн міжнародних та внутрішніх оздоровчих поїздок, що на 139 млн більше, ніж у 2015 р. [5].

Таке зростання було зумовлене низкою чинників, серед яких – розширення світового середнього класу, посилення бажання споживачів перейти оздоровчий спосіб життя, збільшення інтересу до подорожей, підвищення доступності авіатранспорту та інші вагомні складники туристичних подорожей. Оздоровчі поїздки займають 6,6% усіх туристичних подорожей, але водночас становлять 16,8% від загальних витрат на туризм. Це пов'язано з тим, що туристи, які подорожують із метою оздоровлення, витрачають за одну поїздку більше, ніж середня категорія туристів, і це стосується як внутрішніх, так і закордонних туристів. Наприклад, у 2017 р. міжнародні туристи з метою оздоровлення в середньому витрачали \$1 528 за одну поїздку, і це на 53% більше, ніж витрати типового міжнародного туриста. Щодо внутрішніх туристів із метою оздоровлення, то їхні середні витрати становили \$609 за одну поїздку, і це суттєво більше (178%), ніж у типового внутрішнього туриста. Результати досліджень показують, що така ситуація зумовлена тим, що туристи з метою оздоровлення є, як правило, освіченіші, подорожують комфортніше, є прихильниками й ініціаторами нового досвіду та водночас вимогливі та вибагливі.

У 2018 р. світовий ринок оздоровчого туризму досягнув рівня \$683,3 млрд, і очікується, що до 2022 р. він становитиме \$919 млрд (рис. 2), середньорічний темп зростання – 7,5%, і при цьому буде здійснено 1,2 млрд оздоровчих подорожей щорічно. Зростаюча кількість туристів у всьому світі сприятиме збільшенню попиту на різні оздоровчі послуги [6].

Отримані результати маркетингових досліджень підтвердили, що Європа залишається регіоном із найбільшою кількістю туристичних поїздок із метою оздоровлення (табл. 1).

Північна Америка зберігає позиції лідера в оздоровчому туризмі, оскільки середні витрати на одну поїздку вищі. За останні п'ять років Азіатсько-Тихоокеанський регіон досягнув найбільших показників щодо кількості оздоровчих поїздок та витрат на оздоровчий туризм, і найбільше цьому сприяли сильна економіка та зростаючий середній клас.

Звернімо увагу, що оздоровчий туризм найбільшою мірою зосереджений у кількох основних країнах Північної Америки, Європи та АТР (табл. 2).

Тільки США отримують понад третину світових доходів від оздоровчого туризму. П'ять країн – лідерів оздоровчого туризму (США, Німеччина, Китай, Франція, Японія) охоплюють 59% світового ринку, а двадцять країн світу – 84%. Починаючи з 2013 р. Китай продовжує підійматися в рейтингу за витратами на оздоровчий туризм і зараз перебуває у першій трійці. Індія перейшла у першу десятку, а Малайзія вперше увійшла до двадцятки, витіснивши РФ.

Кількість країн, що активно просувають свої оздоровчі пропозиції на національному рівні,

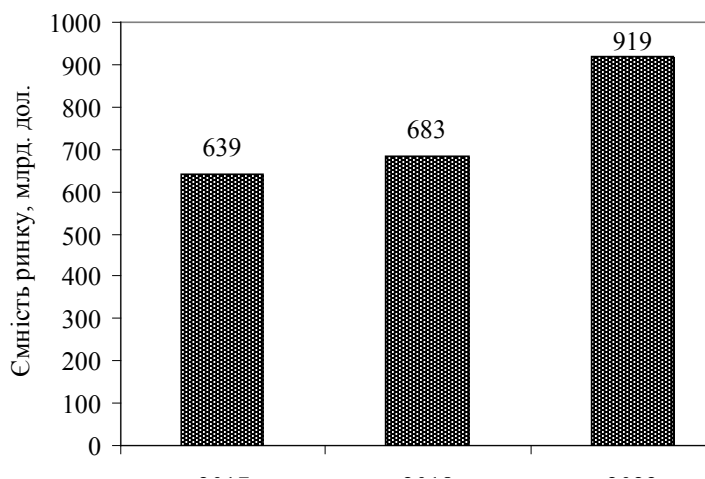


Рис. 2. Динаміка глобальної ємності ринку оздоровчого туризму, млрд дол. [7]

зросла з 65 у 2013 р. до понад 100 у 2018 р. Ще один приклад: у США в 2013 р. тільки вісім із 50 штатів пропонували послуги оздоровчого туризму, вже зараз понад третина їх рекламує певну форму оздоровчого туризму на своїх офіційних вебсайтах. Звернімо увагу, що сьогоднії destinations оздоровчого туризму концентруються на розробленні автентичніших оздоровчих туристичних продуктів та брендів. До «піонерів» належить регіон Керала (Kerala) в Індії з брендом «Земля Аюрведи» (Land of Ayurveda), якому вже понад два десятиліття, а новим прикладом є Коста-Ріка з компанією «Оздоровча Пура Віда» (Wellness Pura Vida).

Збільшення доходів людей, які практикують оздоровчий туризм, відкриває для підприємств туристичної індустрії багато можливостей інтегрувати оздоровчі товари та послуги у свої пропозиції та залучати більше коштів. Уже тепер аеропорти та авіакомпанії пропонують

Таблиця 1

Динаміка основних показників світового ринку оздоровчого туризму та його регіональна структура

Регіон	Кількість поїздок (млн)		Темп зростання 2017/2015, %	Витрати туристів (\$ млрд)		Темп зростання, 2017/2015, %
	2015	2017		2015	2017	
Північна Америка	186,5	204,1	109,4	215,7	241,7	112,1
Європа	249,9	291,8	116,8	193,4	210,8	109,0
Азіатсько-Тихоокеанський	193,9	257,6	132,9	111,2	136,7	122,9
Латинська Америка та Карибський басейн	46,8	59,1	126,3	30,4	34,8	114,5
Близький Схід та Північна Африка	8,5	11,0	129,4	8,3	10,7	128,9
Африка	5,4	6,5	120,4	4,2	4,8	114,3
Індустрія оздоровчого туризму, разом	691,0	830,0	120,1	563,2	639,4	113,5

Джерело: сформовано за результатами [5]

Таблиця 2

## Динаміка основних показників та рейтинг країн на світовому ринку оздоровчого туризму

		2015										2017					Темп зростання доходів галузі оздоровчого туризму, %
Рейтинг	Країна	Кількість поїздок (млн)	Кількість зайнятих (млн осіб)	Витрати туристів (\$ млрд)	Рейтинг	Країна	Кількість поїздок (млн)	Кількість зайнятих (млн осіб)	Витрати туристів (\$ млрд)	Темп зростання кількості поїздок, %							
1	США	161,2	1,87	202,2	1	США	176,5	1,88	226,0	109,5	111,8						
2	Німеччина	58,5	1,11	60,2	2	Німеччина	66,1	1,13	65,7	113,0	109,1						
3	Франція	30,6	0,32	30,2	3	Китай	70,2	1,78	31,7	229,4	105,0						
4	Китай	48,2	2,37	29,5	4	Франція	32,4	0,31	30,7	67,2	104,1						
5	Японія	37,8	0,18	19,8	5	Японія	40,5	0,18	22,5	107,1	113,6						
6	Австрія	14,6	0,16	15,4	6	Австрія	16,8	0,16	16,5	115,1	107,1						
7	Канада	25,3	0,25	13,5	7	Індія	56,0	3,74	16,3	221,3	120,7						
8	Великобританія	20,6	0,18	13,0	8	Канада	27,5	0,29	15,7	133,5	120,8						
9	Італія	6,6	0,15	12,7	9	Великобританія	23,2	0,20	13,5	351,5	106,3						
10	Мексика	15,3	0,48	12,6	10	Італія	13,1	0,15	13,4	85,6	106,3						
11	Швейцарія	9,2	0,10	12,2	11	Мексика	18,7	0,49	12,8	203,3	104,9						
12	Індія	38,6	5,32	11,8	12	Швейцарія	9,7	0,10	12,6	25,1	106,8						
13	Таїланд	9,7	0,50	9,4	13	Таїланд	12,5	0,53	12,0	128,9	127,7						
14	Австралія	8,5	0,10	8,2	14	Австралія	10,0	0,11	10,5	117,6	128,0						
15	Іспанія	13,6	0,08	7,7	15	Іспанія	18,8	0,10	9,9	138,2	128,6						
16	Південна Корея	18,0	0,13	6,8	16	Південна Корея	19,6	0,13	7,2	108,9	105,9						
17	Індонезія	5,6	0,52	5,3	17	Індонезія	8,3	1,31	6,9	148,2	130,2						
18	Туреччина	9,3	0,06	4,8	18	Малайзія	8,3	0,18	5,0	89,2	104,2						
19	Росія	13,5	0,15	3,5	19	Туреччина	9,1	0,05	4,4	67,4	125,7						
20	Бразилія	8,3	0,12	3,3	20	Бразилія	10,5	0,13	4,1	126,5	124,2						

Джерело: сформовано за результатами [5]

СПА-процедури, оздоровчі класи та варіанти здорового харчування. У готелях мейнстрімом є фітнес-обладнання у номері, здорові закуски та партнерство з оздоровчими брендами [1]. Серед закладів готельної індустрії на світовому ринку оздоровчого туризму найбільше представлено такі готельні мережі, як: Accor, Allergan, Carlson Rezidor, Four Seasons, Fitpacking, Galderma, Hilton, Hyatt, IHG, Ipsen, KPJ Healthcare, Marriott, Miraval Resort & Spa, Mövenpick, Omni Hotels Management, Pravassa, Rancho La Puerta, Shangri-La, Starwood.

Країни, що розвиваються в АТР, Латинській Америці та Карибському басейні, на Близькому Сході і Північній Африці та в Африці на південь від Сахари, за останні роки демонструють значне зростання показників ринку оздоровчого туризму. Хоча зазначені регіони мали частку тільки 40% в оздоровчих поїздках у 2017 р., на них припадало 57% приросту поїздок з 2015 р. Китай та Індія є лідерами зростання, додавши 22 млн та 17 млн оздоровчих поїздок відповідно (вїзних та внутрішніх) у 2015–2017 рр. За прогнозами GlobalData, витрати туристів в АТР на оздоровлення у 2022 р. досягнуть \$128,3 млн, це дасть йому змогу стати світовим ринком туризму, що розвивається найшвидше. Оздоровчий туризм також продовжує постійно зростати у промислово розвинених країнах включно зі США та кількома основними європейськими країнами [8].

Маркетингові дослідження засвідчують, що оздоровчий туризм в Європі має глибоке коріння. Протягом століть люди подорожували регіоном, щоб скористатися гарячими джерелами, альпійським повітрям, морським бризом, смачною їжею та ідилічними ландшафтами для зміни повсякденного життя, відпочинку й оздоровлення. В Євробарометрі представлено результати опитування 30 тис європейців у 33 країнах, і 13% респондентів указали, що оздоровчі/санаторно-курортні процедури були основною або вторинною мотивацією для відпустки у 2015 р. При цьому частка поїздок, для яких велнес був основною мотивацією, подвоїлася з 3% у 2010 р. до 6% у 2015 р. У кількох країнах первинна мотивація до оздоровчих поїздок дуже велика, зокрема в Ісландії (19% опитаних), Швеції (17%), Угорщині (16%), Португалії та Словаччині (по 15%), Чехії (10%) [5].

Запроваджуючи новітні цифрові та маркетингові технології, більшість країн Європи просуває конкретні форми оздоровлення на національних вебсайтах із туризму, багато країн посилюють промоцію своїх добре розвинених історичних термальних ресурсів і курортів. Менша, але все ж значна кількість країн також зосереджується на розвитку оздоровчого

туризму як частини національних стратегій щодо туристичної галузі. Десять країн, у тому числі Словенія та Чорногорія, запропонували національні ініціативи, спрямовані на заохочення інвестицій у велнес-сектори. Хорватія планує створити зону курортного туризму навколо одного з провідних термальних курортів, надаючи фінансові стимули для велнес-туристичних проєктів. Фінляндія пропонує використовувати державно-приватне партнерство для поліпшення національного оздоровчого туризму.

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень щодо оздоровчого туризму у Північній Америці, то більше третини штатів у США постійно рекламують певну форму оздоровчого туризму на своїх офіційних веб-сайтах із маркетингу в галузі туризму. Оздоровчий туризм переважно зосереджений на заході Сполучених Штатів через природні гарячі джерела та/або курорти. Кілька штатів також пропонують ширший, цілісний підхід до оздоровчого туризму, наприклад Нью-Мексико підкреслює свої традиції та методи лікування індіанських американців, тоді як Мен закликає до медитації та йоги серед природних пейзажів. У Канаді шість з одинадцяти її провінцій активно сприяють оздоровленню туристів. Незважаючи на те що купання в гарячій воді займає чільне місце, деякі з основних туристичних дестинацій, такі як Онтаріо та Британська Колумбія, також зосереджуються на курортах та загальних оздоровчих програмах. Слід зазначити, що зростання оздоровчих подорожей зумовлює нові стратегії розміщення та промоції в індустрії гостинності Північної Америки. Лідери галузі визнають зростаючий попит на оздоровлення не тільки в місцях відпочинку, а й у містах. Такі компанії, як Canyon Ranch і Six Senses, розширюються зі своїх основних дестинацій у найбільші мегаполіси США. Наприклад, Six Senses має розкішний міський готель, що прилягає до популярної в Манхеттені High Line. Бренди класу люкс, такі як Four Seasons, Ritz-Carlton і Mandarin Oriental, створили оздоровчі програми та послуги з поліпшення здоров'я та фітнесу, які впевнено конкурують із найкращими курортами. Наприклад, у готелях Mandarin Oriental є висококваліфіковані спеціалісти з оздоровлення, які проводять індивідуальні заняття з пілатесу, йоги, медитації, тай-чі.

Різноманітні природні та культурні цінності нарівні з мотиваціями ключових сегментів відвідувачів (відпочинок, відчуття природи, біорізноманіття, пригоди, активні канікули, екотуризм) надають сильний імпульс для розвитку оздоровчого туризму в Латинській Америці та Карибському басейні. Багато країн цього регі-

ону розкривають потенціал просування термальних/мінеральних джерел у поєднанні саме з оздоровчим туризмом.

Маркетингові дослідження ринку оздоровчого туризму в країнах Близького Сходу та Північної Африки показують, що кілька країн цього регіону помітно просувають оздоровчий туризм на своїх національних вебсайтах із туризму, але більшість країн зосереджується виключно на курортах (наприклад, Дубаї, Абу-Дабі, Катар, Марокко, Єгипет). Туніс і Алжир, як правило, найбільше виділяють свої традиційні морські узбережжя, тоді як Йорданія демонструє різноманітний оздоровчий туризм – від природного оздоровлення навколо Мертвого моря до спеціалізованих курортів та медитаційного туризму. Ізраїль широко використовує терапевтичні властивості Мертвого моря для оздоровчого туризму, а також активно здійснює просування догляду за шкірою та промоцію косметичних засобів. Багато регіонів Єгипту історично відомі терапевтичним туризмом, підкріпленим унікальними природними особливостями, наприклад чорні піски регіону Сафага/Червоне море, піщані ванни та гарячі джерела в оазисі Сіва, сірчані джерела в Гельвані.

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що серед країн Африки на південь від Сахари активно просувають оздоровчий туризм Маврикій, Намібія, Південна Африка та Танзанія. Ці країни переважно концентруються на СПА-сервісах, щоб видозмінити традиційні для міжнародних відвідувачів сафари чи пляжний туризм. У всій Африці – від островних курортних напрямків (наприклад, Сейшельські острови, Маврикій, Мадагаскар) до країн Південної та Східної Африки, сильних у сегментах сафари/дикої природи/екотуризму – туристичні дестинації додають і асортимент послуг з оздоровлення. Останнім часом у регіоні спостерігається надзвичайне зростання кількості оздоровчих рекреацій та йога-рекреацій, які дають змогу поєднувати оздоровчий стан із додатковими інтересами подорожей у категоріях еко, пригод, духовності та культури. Природна краса та пустеля цього величезного континенту створюють унікальні можливості оздоровлення, такі як зоряні ночі в Намібії, медитація серед дикої природи в Замбії, довгі безперервні пляжні прогулянки в Мозамбіку тощо.

Спалах коронавірусу COVID-19 став серйозною проблемою для світової туристичної індустрії. Досі неможливо навіть визначити, які збитки світовій економіці спричинить ця пандемія. Сила цього економічного впливу залежить від тривалості спалаху, ступеня тяжкості та поширення, про що наразі невідомо. У 2003 р. пандемія SARS завдала великої шкоди світовій

туристичній індустрії, при цьому світова економіка зазнала \$40 млрд збитків (0,1% світового ВВП). Економічний вплив корона вірусу, безумовно, буде більшим, оскільки частка Китаю у світовому ВВП збільшилася вчетверо, з 4% у 2003 р. до 16% у 2019 р.; зростання Китаю становить приблизно 30% загального світового економічного зростання.

Безумовно, найбільше через коронавірус COVID-19 постраждає саме галузь подорожей та туризму, позаяк Китай є найбільшим джерелом постачання туристів у світі. За даними GlobalData, у 2019 р. 159 млн виїзних китайських туристів витратили \$275 млрд [9]. Міжнародний туризм зазнавав падіння тільки у 2003 р. після ГПВІ та війни в Іраку, а також у 2009 р. на тлі економічної та фінансової кризи із сильним та швидким відновленням у наступні роки. Сьогодні туристичний сектор є одним із найбільш постраждалих від спалаху коронавірусної хвороби (COVID-19), що впливає як на попит, так і на пропозицію, особливо в Китаї, провідному сегменті видаткових витрат в туризмі та інших ключових азіатських і європейських напрямках.

Однозначно кількість оздоровчих подорожей буде значно меншою у 2020–2021 рр., незважаючи на широкий вибір дестинацій для клієнтів оздоровчого туризму. З огляду на еволюційний характер ситуації, ще зарано оцінювати повний вплив COVID-19 і на світовий ринок туристичних послуг. Ураховуючи сценарій SARS (атипова пневмонія) і H1N1 (свинячий грип), розмір та динаміку світового туристичного ринку, припинення подорожей, географічне поширення COVID-19 та його значний економічний вплив, UNWTO оцінює, що кількість іноземних туристів у 2020 р. скоротиться на 20–30% порівняно з 2019 р. При цьому UNWTO застерігає, що ці цифри засновані на останніх подіях, і прогноз буде уточнено, оскільки світова спільнота стикається з безпрецедентними обмеженнями на поїздки, які прийняті практично усіма країнами світу [10].

Ураховуючи безпрецедентне зменшення кількості туристичних поїдок, цілком очевидно, що доходи світової туристичної галузі можуть скоротитися на \$300–450 млрд, тобто більше ніж на третину від \$1,5 трлн, яких туризм досяг у 2019 р. Це найсерйозніший спад у світовій туристичній індустрії за останні 20 років, і на відновлення знадобиться, за прогнозами, не менше п'яти-семи років [10]. Для порівняння: у 2009 р. через глобальну економічну кризу кількість міжнародних прибуттів скоротилася на 4% до попереднього року, а спалах атипової пневмонії у 2003 р. призвів до скорочення тільки на 0,4%.

**Висновки з проведеного дослідження.** На відміну від короткострокових негативних чинни-



ків туристичних подорожей, викликаних економічним спадом, несприятливою політичною чи військовою ситуацією, тероризмом, галузевими страйками, природними катаклізмами, проблема COVID-19 є медичною, тому медичному та оздоровчому туризму буде відновитися значно важче, ніж іншим сегментам туристичного ринку. Ринку оздоровчого туризму доведеться працювати в інших ендогенних і екзогенних умовах. Будь-яка зміна поведінки споживачів оздоровчого туризму може бути постійною чи тимчасовою, але на разі невідомо, коли вони зможуть подорожувати внутрішньо або до інших країн. Як і не існує простого плану відновлення оздоровчого туризму, якого зможе дотримуватися більшість країн світу.

Отже, події останнього часу – пандемія коронавірусу COVID-19 і початок економічної

рецесії – однозначно змінять акценти на світовому ринку оздоровчого туризму, зокрема через необхідність тимчасово перерозподілити ресурси на подолання їх соціальних і економічних наслідків. Однозначно можна стверджувати, що світовий туризм, у тому числі й оздоровчий, точно не загине. Інша справа – він сильно видозміниться. Відбудеться апдейт усієї інфраструктури, міграційних політик держав, безпечності і т. д. Уже можна стверджувати, що перебіг, спричинений корона вірусом, системні і довгострокові.

Подальші дослідження стосуватимуться динаміки відновлення основних сегментів світового ринку оздоровчого туризму, а також розроблення та обґрунтування системи маркетингових заходів сприяння розвитку оздоровчого туризму в Україні.

#### Список використаних джерел:

1. Wellness tourism is worth us\$639bn, but what do these figures include? URL: <https://www.imtj.com/news/wellness-tourism-worth-us639bn/> (дата звернення: 28.03.2020).
2. Global Wellness Institute (GWI), official website. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/> (дата звернення: 28.03.2020).
3. Wellness Now a \$4.2 Trillion Global Industry – with 12.8% Growth from 2015-2017. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
4. Global Wellness Economy Monitor. October 2018. URL: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018\\_v5FINALExecutiveSummary\\_webREVISED.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5FINALExecutiveSummary_webREVISED.pdf) (дата звернення: 28.03.2020).
5. GlobalWellnessTourismEconomy.NOVEMBER2018. URL: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI\\_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf) (дата звернення: 28.03.2020).
6. Worldwide Wellness Tourism Market Expected To Reach \$ 1018.5 Billion By 2020. URL: <http://www.gosreports.com/worldwide-wellness-tourism-market/> (дата звернення: 28.03.2020).
7. Global market size of the wellness tourism industry in 2017 and 2022 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/1018497/global-market-size-of-the-wellness-tourism-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
8. Health and wellness tourism trips to Asia to reach 128.3 million by 2022, says GlobalData. URL: <https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-globaldata/> (дата звернення: 28.03.2020).
9. Coronavirus Means Big Hits to the Tourism Industry. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2020/02/25/coronavirus-means-big-hits-to-the-tourism-industry/> (дата звернення: 28.03.2020).
10. UNWTO Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (дата звернення: 28.03.2020).

#### References:

1. International Medical Travel Journal (IMTJ) (2018)? "Wellness tourism is worth us\$639bn, but what do these figures include?". Available at: <https://www.imtj.com/news/wellness-tourism-worth-us639bn/> (accessed 28 March 2020).
2. Global Wellness Institute (GWI), official website. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/>
3. Global Wellness Institute (GWI). Wellness Now a \$4.2 Trillion Global Industry – with 12.8% Growth from 2015-2017. Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/wellness-now-a-4-2-trillion-global-industry/> (accessed 28 March 2020).
4. Global Wellness Institute (GWI). Global Wellness Economy Monitor. October 2018. Available at: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018\\_v5FINALExecutiveSummary\\_webREVISED.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5FINALExecutiveSummary_webREVISED.pdf) (accessed 28 March 2020).
5. Global Wellness Institute (GWI). Global Wellness Tourism Economy. NOVEMBER 2018. Available at: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI\\_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf) (accessed 28 March 2020).

6. GosReports (2016) "Worldwide Wellness Tourism Market Expected To Reach \$ 1018.5 Billion By 2020". Available at: <http://www.gosreports.com/worldwide-wellness-tourism-market/> (accessed 28 March 2020).
7. Statista, Global market size of the wellness tourism industry in 2017 and 2022 (in billion U.S. dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1018497/global-market-size-of-the-wellness-tourism-industry/> (accessed 28 March 2020).
8. GlobalData (2020) "Health and wellness tourism trips to Asia to reach 128.3 million by 2022, says GlobalData". Available at: <https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-globaldata/> (accessed 28 March 2020).
9. Global Wellness Institute (2020) "Coronavirus Means Big Hits to the Tourism Industry". Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2020/02/25/coronavirus-means-big-hits-to-the-tourism-industry/> (accessed 28 March 2020).
10. UNWTO (2020) "Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism". Available at: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (accessed 28 March 2020).

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-23>

**Капінус Л.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу

Національного університету харчових технологій

**Лабінська Н.О.**

магістрантка

Національного університету харчових технологій

**Скригун Н.П.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу

Національного університету харчових технологій

**Kapinus Larysa, Labinska Natalia, Skrygun Natalia**

National University of Food Technologies

## МАРКЕТИНГОВА ПОВЕДІНКА ПОКУПЦІВ ТОВАРІВ У МАРКЕТПЛЕЙСІ

### MARKETING BEHAVIOR OF GOODS BUYERS IN MARKETPLACE

Подано основні поняття, що необхідні для розуміння тематики дослідження та ринкових механізмів поведінки покупців. Розглянуто ключові поняття «споживча поведінка», «потреба», «економічна потреба», «мотиви» різних зарубіжних та вітчизняних авторів в аспекті поняття «маркетплейс». Досліджено підходи до формування потреб та мотивів у суспільстві та окремих суб'єктів ринку в цілому. Сформовано зміст категорії «споживча поведінка» у середовищі маркетплейсів. Наведено різновиди платформ-маркетплейсів та подано їхні переваги з-поміж інших форматів продажу товарів на онлайн-ринку. Досліджено сучасні приклади використання маркетплейсів в Україні та світі. Проведено порівняльний аналіз відмінностей купівлі в онлайн- та офлайн-середовищі. Досліджено маркетингову поведінку покупців товарів у маркетплейсі та вивчено процеси прийняття рішення про купівлю товарів в онлайн-мережі. Розглянуто ключові відмінності формування процесу прийняття рішень про купівлю товарів між класичними підходами та онлайн-рішеннями. Досліджено відмінності прийняття рішення про купівлю споживачами товарів харчового та технічного призначення.

**Ключові слова:** поведінка споживача, потреба, мотив, маркетплейс, купівля онлайн, купівля офлайн, процес прийняття рішення про купівлю.

Представлены основные понятия необходимые для понимания исследуемой тематики и рыночных механизмов. Рассмотрены ключевые понятия «потребительское поведение», «потребность», «экономическая потребность», «мотивы» различных зарубежных и отечественных авторов в аспекте понятия «маркетплейс». Исследованы механизмы формирования потребностей и мотивов в обществе и отдельных субъектов рынка в целом. Сформировано содержание категории «потребительское поведение» в среде маркетплейсов. Приведены разновидности платформ-маркетплейсов и представлены преимущества их перед другими форматами продаж в сети онлайн. Исследованы современные примеры использования маркетплейсов в Украине и мире. Проведен сравнительный анализ различий покупки в онлайн- и офлайн-среде. Кроме того, проведено исследование маркетингового поведения покупателей товаров в маркетплейсах и процессов принятия решения о покупке товаров в сети онлайн. Рассмотрены ключевые отличия от классических моделей механизмов покупки потребителями. Исследованы различия принятия решения о покупке потребителями товаров пищевого и технического назначения.

**Ключевые слова:** поведение потребителя, потребность, мотив, маркетплейс, покупка онлайн, покупка офлайн, процесс принятия решения о покупке.

The basic concepts necessary for understanding the subject under study and market mechanisms are presented. The key concepts are considered: "consumer behavior", "need", "economic needs", "motives" of various foreign and domestic authors in terms of the concept of "marketplace". Economic needs play a big role in the consumer's decision to buy goods and services in the marketplace. This is where the whole development of this process begins. In order to understand this mechanism, the categories of "motive" and "need" in society and individual market entities as a whole were explored. Determining the motivation to buy the consumer is one of the key factors for the success of the enterprise and its products. Because, it is very important to explain and communicate to potential consumers information about why the consumer may need a product or service. Also, the content of the category "consumer behavior" in the marketplace environment was formed. Various marketing platforms are also outlined and their advantages are among other online sales formats. The advantages of using marketplaces for small and large enterprises are considered. Modern examples of the use of marketplaces in Ukraine and the world are explored. A comparative analysis of the differences between online and offline purchases was made. In Ukraine, internet marketing and related concepts of "consumer behavior on the Internet", "Internet needs" are only developing as well as new branches of specialists – "Internet marketer", "SMM-manager", "targeting", "SEO-optimizer" »Etc. New platforms are being created for the development of marketing activities, communication with the audience. Social development and marketplaces are a key development in promotion. In addition, a study of the marketing behavior of shoppers in marketplaces and an overview of the decision-making processes for buying goods online. The key differences from the classic models of consumer buying mechanisms are considered. It also examines the differences in the decision to buy consumer food and technical goods. Today, many new factors are influencing the needs. This is due primarily to the development of technology and change in human relations. Many conditions now dictate the Internet, television, outdoor advertising, innovation and accordingly the brands that create communication with the consumer. That is why this topic is becoming increasingly relevant in today's world.

**Key words:** consumer behavior, need, motive, marketplace, online purchase, offline purchase, the process of making a purchasing decision.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі з розвитком технологій змінюється й споживач. Разом із цим вносяться зміни й у механізми ринку та продажів, а саме платформ продажів. Із кожним роком маркетплейси набувають усе більшої популярності як серед споживачів, так і серед виробників. Особливо важливим тут є дослідження розвитку механізмів прийняття рішення про купівлю в онлайн-середовищі. Це зумовлює актуальність теми дослідження та її практичну спрямованість.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню тематики поведінки споживачів та процесів прийняття рішення про купівлю свої наукові праці присвятили такі автори, як С. Барнес, Р. Блекуел, М. Гнатенко, Д. Енджел, С. Каверин, А.В. Коротков, Ф. Котлер, С. Мочер-

ний, Т. Слотина та ін. Ними концептуалізовано сутність і зміст маркетингової поведінки споживачів та покупців, визначено етапи процесу прийняття рішення про покупку товарів [1; 2]. Проте динамічні зміни, які відбуваються в маркетинговій діяльності підприємств, та використання елементів комплексу Інтернет-маркетингу потребують постійної актуалізації маркетингових досліджень щодо купівлі товарів на онлайн-ринку, зокрема в контексті вивчення поведінки покупців товарів у маркетплейсі, що визначає актуальність і своєчасність теми дослідження та її практичну значущість.

**Метою дослідження** є обґрунтування теоретичних засад та формування практичного інструментарію щодо вивчення маркетингової поведінки покупців у маркетплейсі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Для того щоб навести ключову різницю між прийняттям рішення про покупку споживачами в онлайні (маркетплейсах) та класичних магазинах, необхідно спочатку навести визначення ключових термінів, які фігурують у цьому процесі.

Маркетплейс (англ. Marketplace) – це платформа електронної комерції, онлайн-магазин електронної торгівлі, що надає інформацію про продукт або послугу третіх осіб, чії операції обробляються оператором маркетплейса. Загалом можна сказати, що це місце, де можуть зустрічатися, домовлятися, укласти контракти, співпрацювати всі зацікавлені учасники ринку. Ключовими представниками цієї платформи у світі є Amazon, Ebay та Aliexpress, в Україні – Rozetka, Prom.ua, Bigl.ua та OLX.

Маркетплейси поділяють на кілька типів:

- мультимаркети;
- сервіси пошуку спеціалістів;
- аукціони;
- класифайди (платформи для різноманітних оголошень);
- прайс-агрегатори (платформи для порівняння цін);
- спеціалізовані, або кастомні, платформи (одяг, взуття тощо).

Ключовою різницею таких маркетплейсів від інших засобів просування або продажу (блогів, магазинів тощо) є те, що вони об'єднують багатьох продавців на одному сайті. Тобто у звичайних онлайн-магазинах є лише один продавець, на маркетплейсах же їх безліч.

Такий продаж значно спрощує продаж дрібним підприємствам, а споживачам – процес вибору товарів. Головна перевага для дрібних продавців – відсутність необхідності створення окремої платформи (сайту) для просування. Для споживача ж спрощується порівняння характеристик, зменшуються затрати сил та часу на перегляд багатьох різних сайтів замість одного.

Для ефективної роботи такої платформи (маркетплейс) необхідно дотримання основних принципів:

1. Ознайомлення споживачів із постачальниками.
2. Спрощення загального процесу обміну товарами та послугами.
3. Оформлення платежів та спрощення процесу комунікації у цілому.
4. Забезпечення правової бази, яка буде регулювати функціонування маркетплейсу.

Для того щоб дослідити поведінку споживачів в умовах маркетплейсу, необхідно дослідити саму сутність даної категорії.

Споживча поведінка – це процес формування попиту покупців, які здійснюють вибір товарів з урахуванням цін і особистого

бюджету, а також власних грошових доходів [7, с. 322–325]. Загалом можна доповнити це визначення А.В. Короткова тим, що на поведінку споживачів впливає безліч чинників, починаючи від ринкових механізмів (ціни, якості, доступності товару) та закінчуючи певним внутрішніми рушійними силами споживачів, які називають мотивами.

Потреба – це об'єктивно відчутна суб'єктом необхідність у чомусь, яка суб'єктивно є джерелом активності, розвитку особистості, соціальної спільності. Існує великий розкид у розумінні суті потреб – від біологічних до соціально-економічних [10, с. 279–280]. Наведемо визначення потреб як економічної категорії.

Економічні потреби – ідеальний внутрішній мотив людини, що спонукає її до економічної діяльності для забезпечення передусім власного добробуту та членів своєї сім'ї.

Економічні потреби тісно пов'язані з виробництвом, обміном, розподілом і споживанням. Необхідність задоволення економічних потреб спонукає виробництво створювати необхідні життєві блага. Своєю чергою, виробництво, створюючи нові товари та послуги, стимулює розвиток потреб людини. Так, винайдення телевізора, магнітофона тощо значно розширило коло економічних потреб. Такий самий діалектичний характер має взаємодія потреб і обміну, потреб і розподілу. Економічні потреби задовольняють у процесі споживання. Спожитий продукт або послуга породжує нові потреби. У такий спосіб економічні потреби відтворюються [5, с. 1].

Економічні потреби забезпечують взаємозв'язок інтересів, цілей і засобів та умов життя людей. Потребами і прагненнями до їх задоволення зумовлені економічні відносини між людьми, підприємствами і країнами [8, с. 60–61].

Економічні потреби грають велику роль у прийнятті рішення споживачем про купівлю товарів та послуг у маркетплейсі. Саме з них починається весь розвиток цього процесу. Для розуміння цього механізму необхідно також дослідити категорію «мотив».

Мотив – це образ успішно завершеної дії з реалізації потреби; це чуттєво забарвлене, обов'язково приємне і привабливе уявлення майбутньої процедури досягнення та володіння. Це передчуття й стає тією внутрішньою силою, яка спонукає діяти і становить зміст дієлова «хотіти». Мотив – те, що спонукає людину до діяльності, її привід [6, с. 152–153].

Тобто мотиви людини формуються більшою мірою через її навколишнє середовище, а саме через внутрішні і зовнішні чинники впливу на свідомість та підсвідомість. Як було вище зазначено, всі ці чинники (мода, тенденції, власний

досвід, думка оточуючих, реклама, мрії, прагнення) створюють психологічне поле людини, формують як саму людину, так і її бачення світу.

Мотиви є одним із найважливіших компонентів, які необхідно враховувати під час створення бренду та формування рекламної кампанії підприємства. Керуючись ними на підсвідомому рівні, споживачі вибирають, який товар чи послуга для них необхідні, а які – ні. Дослідивши процес формування мотивів у споживачів, маркетологи зможуть впливати на цей процес та створювати більш ефективний інструментарій взаємодії зі споживачем [3, с. 1–2].

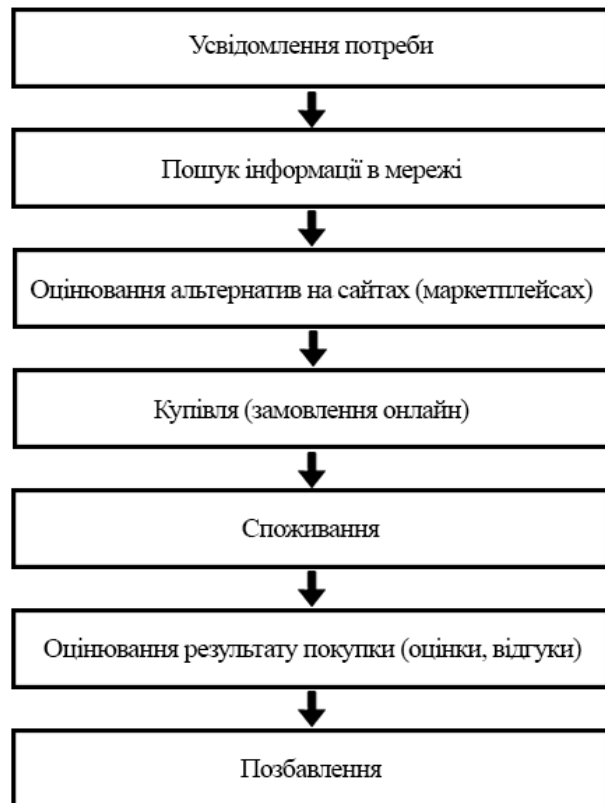
Досліджуючи процес прийняття рішення покупцями в теоретичному аспекті та аналізуючи особливості онлайн-купівлі, пропонуємо сучасні етапи процесу прийняття рішення про купівлю споживачами в онлайн-середовищі (рис. 1).

Розглянемо порівняльні характеристики процесу прийняття рішення про купівлю в онлайн- та офлайн-середовищі (табл. 1).

Розглянемо детальніше кожен з етапів процесу прийняття рішення про купівлю в аспекті порівняння купівлі в онлайн та офлайн-середовищі.

#### 1. Усвідомлення потреби.

Процес прийняття споживачем рішення про купівлю починається саме з усвідомлення потреби або нестачі чогось. Таке усвідомлення відбувається в результаті відчуття людиною відмінностей між її реальним та бажаним станом. Якщо відмінність незначна, то людина не відчуває потреби взагалі або відчуває, але на досить низькому рівні, що не призводить до активації дій. Але коли ця розбіжність досягає певного рівня або перевищує його, потреба стає усвідомленою [1, с. 2–3].



**Рис. 1. Етапи прийняття рішення про купівлю в онлайн-середовищі**

*Джерело: розроблено авторами на основі [5; 7; 9]*

Усвідомлення потреби, відчуття відмінностей виникає під дією різних чинників унаслідок взаємодії людини із соціальним оточенням. Вона настає під впливом таких умов і чинників:

а) зміни в житті – одруження, розлучення, народження дітей, зміна роботи, житла, поява нових знайомих тощо;

Таблиця 1

**Порівняння процесів прийняття рішення про купівлю споживачами в онлайн- та офлайн-середовищі**

Етапи	Купівля в онлайн-середовищі	Купівля в офлайн-середовищі
Усвідомлення потреби	Усвідомлення необхідності у купівлі товару або послуги для задоволення потреби	Усвідомлення необхідності у купівлі товару або послуги для задоволення потреби
Пошук інформації	Пошук інформації здійснюється в мережі Інтернет	Пошук інформації серед знайомих, ЗМІ, телебачення тощо
Оцінювання альтернатив	Споживач вибирає серед представлених одиниць на сайтах та маркетплейсах	Споживач робить оцінку товарів безпосередньо вже на місці продажу
Купівля	Замовлення онлайн	У точці продажу
Споживання	Споживання (використання) придбаного товару	Споживання (використання) придбаного товару
Оцінювання результату покупки	Оцінка сервісу та товару за допомогою онлайн-інструментів: оцінок, відгуків	Рекомендації друзям, знайомим родичам або, навпаки, критика товару
Позбавлення	Утилізація	Утилізація

*Джерело: розроблено авторами на основі [1; 5; 7; 9]*

- б) зміна фінансового стану людини – поліпшення, погіршення;
- в) споживання товару, вичерпання запасів, псування товару;
- г) незадоволеність наявним товаром;
- г) необхідність у супутніх або взаємодоповнюючих товарах;
- д) мода, цінності, норми, інновації;
- е) час та вік споживача (споживач стає старшим, змінюються смаки і цінності, бажання);
- є) маркетингові засоби [5, с. 53].

На даному етапі набули розвитку механізми просування та комунікації виробників зі споживачами. На яку платформу не перейшов би споживач, він буде бачити рекламу, яка нав'язуватиме потреби або пропонуватиме вирішення наявних потреб.

2. Пошук інформації. Це активізація існуючих знань у підсвідомості споживача, досвід, набутий роками, інформація з оточуючого середовища.

Спочатку відбувається пошук інформації у власній пам'яті. Якщо власних знань споживача недостатньо для прийняття обґрунтованого рішення щодо покупки, тоді починається пошук зовнішньої інформації – у зовнішньому середовищі. Кількість необхідної інформації, її масштаби і тривалість пошуку залежать від споживача, його індивідуальних і споживчих характеристик, впливу чинників навколишнього середовища, ситуаційних чинників, типу товару тощо. Одні споживачі схильні ризикувати, здійснюють покупки без значного інформаційного пошуку й оцінювання альтернатив, інші, навпаки, шукають детальну інформацію про товар, оцінюють, вибирають.

Ключовими джерелами інформаційного пошуку є пам'ять споживача; особисті джерела – сім'я, друзі, колеги, знайомі, сусіди; матеріали в засобах масової інформації (новини, спеціалізовані видання, довідники, експертні оцінки, рейтинги тощо); маркетингові джерела – засоби комплексу маркетингових комунікацій; експериментальні джерела – огляд чи апробація товару [9, с. 56].

У сучасному світі до класичних джерел інформації – телебачення, газети, радіо, знайомі, друзі – долучається ще одне джерело, яке з кожним роком набуває все більшої вагомості, – Інтернет. На цьому етапі підключається пошук інформації споживачем через системи пошуку (Google, Yandex, Yahoo тощо). Також утручається Інтернет-маркетолог – усі запити, задані потенційним споживачем у пошуку, відслідковуються; на їх основі змінюються механізми видачі пошукових систем, реклама налаштовується саме під потреби споживача та показує їх вирішення у контекстній рекламі, яка зазвичай і веде до маркетплейсів.

Знання про інформаційний пошук споживачів займають значну роль у розробленні комплексу Інтернет-маркетингу, майбутніх і поточних стратегій та засобів маркетингових комунікацій підприємства, визначають маркетингову поведінку підприємств на онлайн-ринку.

Після здійснення інформаційного пошуку, збирання, отримання необхідної інформації споживач переходить до оцінювання альтернатив.

3. Оцінювання альтернатив. На цьому етапі споживач аналізує варіанти вибору за певними критеріями й остаточно вибирає один із них.

За результатами інформаційного пошуку споживач порівнює та оцінює товари за різними критеріями, нормами, стандартами тощо. Оцінювання починається з вибору критеріїв та визначення їх значущості. Далі споживач кожен варіант оцінює за вибраними критеріями за їх значущістю або за головним критерієм, застосовуючи одне або більше правил рішення, і в результаті відбувається остаточний вибір.

На цьому етапі під час вибору товарів у мережі Інтернет у потенційного споживача є перевага – він може зробити більш раціональний вибір. Це зумовлено тим, що у нього є можливість одразу переглянути характеристики, ціну та наявність одразу декількох товарів і прийняти обґрунтоване рішення з позиції ключових потреб. Коли ж споживач у магазині, то на нього впливають багато чинників: кількість реклами у супермаркеті або магазині, спеціально підібрана музика, ароматмаркетинг, обмежений вибір товарів певної категорії, потік людей.

4. Купівля. Це прийняття рішення про покупку, оформлення замовлення на вибраний товар, його оплата й отримання товару.

На даному етапі перевага залишається за купівлею в Інтернеті, оскільки споживач може легко вибрати ту кількість товарів, яка йому необхідна, одразу побачити суму до сплати, оминати черги та витрати часу на похід до магазину. Навіть супермаркети в Україні почали розвивати систему онлайн-купівлі харчових продуктів та доставки їх додому (Auchan, Novus), адже однаково розуміють – за цим майбутнє.

5. Споживання (використання купленого товару).

Споживання товару може мати різні форми: бути негайним чи відкладеним на певний період; товар може бути застосований за призначенням або для нової мети; споживати його може сам покупець або інша особа, одна або декілька та ін.

Для забезпечення задоволення та безпеки споживача виробник товару має передбачити всі можливі варіанти його споживання. Для цього необхідно інформувати споживачів про товар, його властивості, способи використання, до товару додавати інструкції або зазна-

чати інструкції на упаковці, додатково можна проводити спеціальні консультації тощо. На маркетплейсах можна в мить дізнатися про всі ключові характеристики продукту, натиснувши «зворотний зв'язок»: терміни зберігання, температуру зберігання тощо.

Виробники пропонують овочі й фрукти в різному вигляді: свіжі, консервовані, морожені; при цьому застосовують різні види упаковок, придатні для використання в різних ситуаціях.

6. Оцінювання результату покупки. Суть цього етапу полягає у визначенні оцінки і ступеня отримання задоволення чи незадоволення від купленого блага.

На цьому етапі також додається зв'язок із виробником через Інтернет-платформи. Якщо раніше потрібно було повертатися до магазину, просити книгу побажань та скарг або передавати відгук головному менеджеру, то зараз усі відгуки на будь-які послуги або магазини можна залишити на спеціалізованих сайтах. Є у цьому як свої недоліки, так і переваги: по-перше, якщо якість товарів або послуг низька, то будуть погані відгуки, їх будуть бачити інші споживачі, і це буде впливати на їхнє рішення про купівлю; по-друге, якщо сервіс та надання послуг, збут товарів та якість товарів на вищому рівні, це може стати додатковою рекламою для підприємства.

7. Позбавлення. На цьому етапі відбувається утилізація товару.

Процес прийняття рішення про онлайн-купівлю змінюється відповідно до товарів, які споживач потребує.

Наприклад, розглядаючи товари харчової промисловості та їх купівлю на маркетплейсах, прийняття рішення покупцями зумовлюється також категорією товарів та терміном їх збері-

гання. Тобто харчові продукти щоденного використання не будуть у продажу на маркетплейсах, оскільки в них короткий термін зберігання. Однак продукти тривалого терміну зберігання люди зможуть придбати на маркетплейсі, але у цьому разі процес прийняття рішення про купівлю матиме такі етапи:

1. Усвідомлення потреби.

2. Пошук інформації про товари (у супермаркетах, у мережі Інтернет, дослідження термінів придатності, критеріїв зберігання харчової продукції).

3. Оцінка альтернатив (на цьому етапі споживач може вибрати мережу Інтернет, оскільки доволі часто товари певної категорії там дешевше, ніж у супермаркетах).

4. Купівля (придбання товару у маркетплейсі).

5. Споживання (використання товару).

6. Позбавлення.

Як бачимо, загалом процес прийняття рішення про купівлю харчових продуктів у маркетплейсі майже нічим не відрізняється від класичної моделі.

Порівняємо процес прийняття рішення про купівлю харчових та технічних продуктів у мережі онлайн (табл. 2).

Із таблиці бачимо, що основні відмінності між досліджуваними процесами відбуваються на етапі пошуку інформації та споживання.

Загалом ефективність маркетплейсу зумовлюється також підтримкою з боку Інтернет-маркетингу та SEO-оптимізації, яка налагоджує алгоритми видачі у пошуку.

**Висновки з проведеного дослідження.**

У сучасних ринкових умовах потреби людства визначаються багатьма новими чинниками впливу. Це пояснюється передусім розвитком технологій та зміною людських відносин.

Таблиця 2

**Порівняння процесу прийняття рішення про онлайн-купівлю харчових продуктів та непродовольчих товарів**

Етапи	Купівля продовольчих товарів (харчових продуктів)	Купівля непродовольчих товарів (харчових продуктів)
Усвідомлення потреби	Усвідомлення необхідності у купівлі товару або послуги для задоволення потреби	Усвідомлення необхідності у купівлі товару або послуги для задоволення потреби
Пошук інформації	Дослідження пріоритетів. Ключові характеристики: ціна, терміни зберігання, критерії зберігання харчової продукції	Дослідження пріоритетів. Ключові характеристики: гарантійний термін, характеристики товару, відгуки тощо
Оцінка альтернатив	Проведення порівняння товарів	Проведення порівняння товарів
Купівля	Онлайн-замовлення	Онлайн-замовлення
Споживання	Оцінювання смакових властивостей товару та надання відгуку за допомогою онлайн-інструментів: оцінок, відгуків	Оцінювання технічних властивостей товару та надання відгуку за допомогою онлайн-інструментів: оцінок, відгуків
Позбавлення	Утилізація	Утилізація

Джерело: розроблено авторами на основі [5; 9]

Багато умов відтепер диктують Інтернет, телебачення, зовнішня реклама, інновації, а також бренди, які створюють комунікацію зі споживачем. Відповідно до потреб деформуються й мотиви до купівлі товарів та послуг споживачами та купівельна поведінка споживачів.

Розглянувши сутність споживчих мотивацій у маркетингу таких ключових понять, як «потреба», «мотив», «поведінка споживача», визначено, що споживач є багатограним суб'єктом ринку, який залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників впливу. Його всесвіт залежить від навколишнього середовища та його оточення. Визначення мотивів до купівлі споживача є одним із ключових чинників успіху підприємства та його продукції.

Визначено, що в Україні Інтернет-маркетинг та супутні поняття «поведінка споживачів в Інтернеті», «Інтернет-потреби» тільки набувають розвитку, так само як і нові гілки спеціалістів: Інтернет-маркетолог, SMM-менеджер, таргетолог, SEO-оптимізатор тощо. Створюються нові платформи для розвитку маркетингової діяльності, комунікації з аудиторією. Ключового розвитку у просуванні набувають соціальні мережі та маркетплейси.

Узагальнюючи, можна сказати, що маркетплейс та онлайн-продажі у цілому спрощують узагалі всю систему налагодження зв'язків між виробниками та споживачами, полегшуючи прийняття рішення про купівлю останніми завдяки можливості порівнювати декілька товарів одночасно. Це вдалий інструмент збуту та просування товарів для підприємств різних галузей, який необхідно враховувати під час формування збутової та комунікаційної політики.

З'ясовано, що для побудови ефективної маркетингової стратегії вже недостатньо враховувати лише класичні методи просування. Необхідно враховувати специфіку поведінки онлайн-покупців та досліджувати процес прийняття споживчого рішення про купівлю товару на онлайн-ринку. Змінюються світ, технології, а разом із ними й споживач та його потреби і мотиви. В Україні все більшого розвитку набуває Інтернет-маркетинг: онлайн-продажі, просування товарів через соціальні мережі та маркетплейси. Вивчення та визначення підходів до формування нових Інтернет-стратегій та маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку – саме на вирішення цих питань будуть спрямовані подальші наукові дослідження.

#### Список використаних джерел:

1. Aragoncillo L., Orus C. Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing – ESIC*. 2018. Vol. 22. № 1. P. 42–62. URL: <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-007>
2. Chen Y., Barnes S. Initial trust and online buyer behaviour. *Industrial Management & Data Systems*. 2007. Vol. 107. № 1. P. 21–36. URL: <https://doi.org/10.1108/02635570710719034>
3. Hsin Chang H., Wen Chen S. The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator. *Online Information Review*. 2008. Vol. 32. № 6. P. 818–841. URL: <https://doi.org/10.1108/14684520810923953>
4. Zhang K., Xu H., Zhao S., Yu Y. Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness. *Internet Research*. 2018. Vol. 28. № 3. P. 522–543. URL: <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2016-0377>
5. Гнатенко М.К. Поведінка споживача. Харків : ХНУМГ, 2019. 53 с.
6. Каверин С.Б. Мотивация труда. Москва : Институт психологии РАН, 1998. 224 с.
7. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. Москва : Юрайт, 2014. 451 с.
8. Мочерний С.В. Основы економічних знань. Київ : Академія, 2002. 320 с.
9. Сідак А.Н. Маркетингові дослідження через Інтернет – інновація для України? URL: <http://innovations.com.ua/uk/digitallab/26/234/845> (дата звернення: 26.03.2020).
10. Слотина Т.В. Психология личности. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 304 с.

#### References:

1. Aragoncillo, L. and Orus, C. (2018) «Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media». *Spanish Journal of Marketing – ESIC*. Vol. 22, No. 1, pp. 42–62. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-007>
2. Chen, Y. and Barnes, S. (2007) «Initial trust and online buyer behaviour». *Industrial Management & Data Systems*. Vol. 107, No. 1, pp. 21–36. <https://doi.org/10.1108/02635570710719034>
3. Hsin Chang, H. and Wen Chen, S. (2008) «The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator». *Online Information Review*. Vol. 32, no. 6, pp. 818–841. <https://doi.org/10.1108/14684520810923953>
4. Zhang, K., Xu, H., Zhao, S. and Yu, Y. (2018) «Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness». *Internet Research*. Vol. 28, no. 3, pp. 522–543. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2016-0377>



5. Gnatenko M.K. (2019). Povedinka spozhyvacha [Consumer behavior]. Kharkiv: KhNUMH, 53 p. (in Ukrainian)
6. Kaverin S.B. (1998). Motivacija truda. [Motivation of work]. Moscva: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, 224 p. (in Russian)
7. Korotkov A.V. (2014) Marketingovye issledovaniya [Marketing research]. Moskva: Yuryt, 451 p. (in Russian)
8. Mocherniy S.V. (2002) Osnovy ekonomichnyh znan' [Fundamentals of economic knowledge]. Kyiv: Akademia, 320 p. (in Ukrainian)
9. Sidak A.N. Markety`ngovi doslidzhennya cherez Internet – innovaciya dlya Ukrayiny`? [Internet Marketing Research – Innovation for Ukraine?]. URL: <http://innovations.com.ua/uk/digitallab/26/234/845> (accessed: 26 March 2020).
10. Slotina T.V. (2008) Psihologija lichnosti [Psychology of personality]. St. Petersburg: Peter, 304 p. (in Russian)

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-24>

**Князєва Т.В.**

доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри міжнародної економіки  
Національного авіаційного університету

**Шевченко А.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету

**Kniazieva Tetiana, Shevchenko Anna**  
National Aviation University

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

## ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MEASURES OF THE FOREIGN ECONOMIC REGULATION FOR THE PROTECTION OF THE CONSUMER UKRAINIAN MARKET

У статті розглянуто напрями подолання негативних наслідків впливу транснаціональних корпорацій на внутрішній споживчий ринок, забезпечення продовольчої безпеки країни, вдосконалення інституційних та організаційно-економічних заходів державного регулювання для забезпечення захисту споживчого ринку. Обґрунтовано, що транснаціоналізація поглиблює міжнародний поділ праці, взаємозалежність національних економік, їх відкритість, формує різноманітні стійкі господарські зв'язки, що дає змогу підвищити ефективність вливання споживчого ринку у світові товаропотоки. Із позицій захисту національного споживчого ринку та реалізації політики імпортозаміщення головними цільовими орієнтирами визначено: зростання власного виробництва; збільшення споживчого та інвестиційного попиту; нарощування несировинного експорту за допомогою вивезення високотехнологічних, наукомістких товарів і послуг; активізація заходів у рамках системи комплексної підтримки експорту.

**Ключові слова:** споживчий ринок, інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність вітчизняного ринку, транснаціоналізація, транснаціональні корпорації.

В статье рассмотрены направления преодоления негативных последствий влияния транснациональных корпораций на внутренний потребительский рынок, обеспечения продовольственной безопасности страны, совершенствования институциональных и организационно-экономических мер государственного регулирования для обеспечения защиты потребительского рынка. Обосновано, что транснационализация углубляет международное разделение труда, взаимозависимость национальных экономик, их открытость, формирует различные устойчивые хозяйственные связи, позволяет повысить эффективность вливания потребительского рынка в мировые товаропотоки. С позиций защиты национального потребительского рынка и реализации политики импортозамещения главными целевыми ориентирами определены: рост собственного производства; увеличение потребительского и инвестиционного спроса; наращивание несырьевого экспорта с помощью вывоза высокотехнологичных, наукоемких товаров и услуг; активизация мероприятий в рамках системы комплексной поддержки экспорта.

**Ключевые слова:** потребительский рынок, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность отечественного рынка, транснационализация, транснациональные корпорации.

The study proved that globalization does not change the essence of functioning monopoly capital, which has been given a new form of existence through transnationalization. Transnational corporations, expanding their domination, implementing the policy of expansion, affect the evolution of emerging markets and the security of national economies, giving a heterogeneous, dualistic effect. It is substantiated that, on the one hand, multinational corporations are the main structuring link of the economic system of most countries, the locomotive of their development and the growth of production efficiency; on the other hand, are the generator of a number of negative socio-economic processes associated with the motives of their activities. Transnationalization deepens the international division of labor, the interdependence of national economies, their openness, forms diverse and stable economic relations (production, financial, scientific and technical, foreign trade, etc.), which allows to increase efficiency, intensify the infusion of the consumer market into world commodity flows. The expansion of transnational corporations not only enhances interaction with the state at the present stage of globalization, but also finds forms that most reflect the interests of transnational capital. Overcoming the negative effects of transnational corporations on the domestic consumer market, ensuring the country's food security implies the implementation of a strategy of import substitution and reasonable protectionism, some of which are in contradiction with accepted international trade standards. It activates foreign economic policy, improves institutional and organizational and economic measures of state regulation to ensure the protection of the boundaries of the consumer market. From the standpoint of protecting the national consumer market and implementing the policy of import substitution, the main target benchmarks are defined: growth of own production; increase in consumer and investment demand; increasing non-raw exports through the export of high-tech, knowledge-based goods and services; intensification of measures within the system of integrated export support.

**Key words:** consumer market, investment attractiveness, competitiveness of domestic market, transnationalization, transnational corporations.

**Постановка проблеми.** Вплив процесу транснаціоналізації на функціонування споживчих ринків, що розвиваються, виступає невід'ємною рисою розвитку світової економіки в умовах глобалізації. Ознаки глобалізаційних процесів знаходять вираз у наростаючій відкритості держав, лібералізації фінансових потоків і національних режимів торгівлі, формуванні світового споживчого та фінансового ринку, міжнародних економічних інститутів, всесвітньої інформаційної мережі. Актуальність дослідження зумовлена тим, що ТНК – складне явище, котре постійно еволюціонує в системі світогосподарських зв'язків, що вимагає вивчення їх сутності, виявлення протидії сутнісному впливу, пошуку інструментів, механізмів національного та міжнародного контролю діяльності транснаціональних корпорацій на споживчих ринках, що розвиваються.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідники, які займалися вивченням глобалізації ринків, монополізацією, вивезенням капіталу і процесом транснаціоналізації: Г. Даннінг Маклауд, Т. Левітт, О. Домар, Дж. Кейнс, К. Маркс, Ф. Махлуп, Дж. Міль, Б. Олін, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Дж. Стігліц, Р. Харрод, Й. Шумпетер та ін. У дослідженнях учених-економістів різних часів основну увагу зосереджено на питаннях вивчення теоретичного фундаменту розвитку ТНК без урахування впливу інституційних протиріч та протиріч, пов'язаних з їх функціонуванням. Характер експансії ТНК, зміна профілю їхньої діяльності, чинники, що детермінують ці процеси в аспекті національної специфіки країн, досліджено і представлено в літературі недостатньо. Не повною мірою висвітлено потенційно можливі позитивні й негативні аспекти впливу транснаціоналізації на український споживчий ринок як підсистему

світового ринку, тому відчувається необхідність у теоретичних дослідженнях, що проаналізують його стан і перспективи функціонування.

**Метою дослідження** є виявлення тенденцій, протиріч і особливостей експансії ТНК, аргументація посилення їхнього впливу на український споживчий ринок, визначення змістовних блоків напрямів його адаптації до процесу транснаціоналізації з урахуванням цільових показників функціонування, інституційних аспектів регулювання, пріоритетних напрямів державного захисту, експортоорієнтованої активності і імпортозаміщення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У наукових публікаціях представлено різні категоріальні інтерпретації глобалізації, проте єдине загальноприйняте трактування відсутнє. Категорія «ТНК» базується передусім на формулюваннях міжнародних організацій. Серед сучасних підходів до ТНК особливе значення має теорія Г. Даннінга Investment Development Path (IDP). Вона стверджує, що рівень економічного розвитку країн пов'язаний зі ступенем зрілості її підприємств, обсягами участі в міжнародному перетіканні капіталу. Протиріччя структурного і функціонального характеру, кризові та конфліктні ситуації, що деформують і гальмують процеси монополістичного капіталонакоплення, детермінують і підтримують високі темпи впровадження ТНК на ринки, що розвиваються. Аналіз секторальної, галузевої і структурної трансформації економік, що розвиваються, дав змогу систематизувати низку нових тенденцій експансії ТНК (табл. 1).

Аналіз тренду транснаціоналізації свідчить про масштаби і напрями експансії ТНК на споживчі ринки країн, що розвиваються, розподіл ними природних, виробничих, фінансових та людських ресурсів, що дає змогу стверджувати про формування протиріч і нових вузлів конфліктів у сучасній світовій економіці (рис. 1).

Оцінка причин, масштабів і тенденцій експансії ТНК свідчить, що в умовах глобалізації суть монополістичного капіталу не змінюється. ТНК розширюють межі свого панування. Загальним вектором є те, що ТНК забезпечують стійкі економічні зв'язки між різними підсистемами і країнами, формують єдине всесвітнє господарство. Транснаціоналізація споживчого ринку України є об'єктивно необхідним і підготовленим усім ходом глобалізації стратегічним кроком, без якого формування розвинутої економічної системи країни, забезпечення її конкурентоспроможності та ефективності не уявляється можливим. Систематизація тенденцій та особливостей функціонування споживчого ринку під впливом зовнішньоекономічної експансії ТНК свідчить про трансформації його обсягів, структури і меж як складного механізму взаємодії соціальних, економічних, політичних, інституційних елементів і суб'єктів процесу товарообміну (табл. 2).

Експансія ТНК на споживчому ринку пройшла три етапи, результатом є присутність в Україні найбільших ТНК в електронній та електротехнічній промисловості, хімії, харчосмаковій і харчовій промисловості, фармацевтиці,

Таблиця 1

**Тенденції, детерміновані транснаціоналізацією**

Період	Тенденції
70–80-ті роки ХХ ст.	Активізація вивезення капіталу з країн, що розвиваються
80-ті роки ХХ ст.	1. Відтік капіталу ТНК із країн, що розвиваються (нові індустріальні країни Східної і Південно-Східної Азії: Гонконг, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань), зумовлений, по-перше, падінням привабливості регіону для ТНК у зв'язку з підняттям рівня заробітної плати; по-друге, нарощуванням їх промислового експорту. 2. Переорієнтація галузевої структури експорту капіталу, інвестування в обробну промисловість, фінанси, сферу послуг.
1983–1986 рр.	Погіршується баланс інвестицій США, що пов'язано з уповільненням їхнього експорту і наростанням імпорту в країну іноземного капіталу.
90-ті роки ХХ ст.	Перегруповання зарубіжних інвестицій на користь розвинених країн, що викликано величезним боргом країн «третього світу», складнощами в його погашенні.
кінець ХХ – початок ХХІ ст.	Формування та активізація в світовій економіці ТНК нових індустріальних країн Південно-Східної Азії, групи країн Латинської Америки (Аргентини, Бразилії, Венесуели, Колумбії, Мексики, Чилі), найбільших країн Південної Азії (Індії, Пакистану), низки держав Близького Сходу.
початок ХХІ ст.	Агресивна політика ТНК із нарощування активів за допомогою поглинання, зміни структури їх діяльності, пов'язаної з обсягом і масштабами угод, злиття на суму 1 млрд доларів США і вище, зростанням капіталізації.

*Джерело: систематизовано авторами*

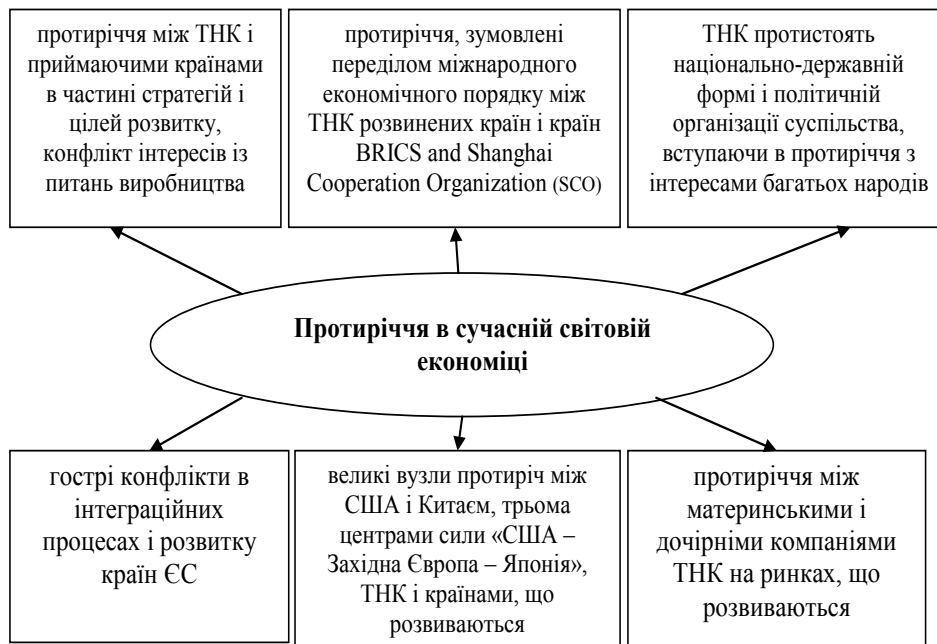


Рис. 1. Протиріччя в сучасній світовій економіці

Джерело: систематизовано авторами

Таблиця 2

## Основні тенденції українського споживчого ринку

Тенденції	Зміст та особливості
Рух у напрямі структурної і галузевої стабілізації	Зміна структури внутрішнього споживання і виробництва, зростання вимог до якості товарів і продуктів харчування, збільшення їх обсягу передбачають формування кордонів, ємності і масштабів вітчизняного ринку з урахуванням участі в міжнародному поділі праці і товаропотоків міжнародної торгівлі.
Зміна інституційної та організаційної структури	Формування принципово нової інституціональної, організаційно-правової структури та інфраструктури з орієнтацією на практику і технологію розвинених країн, адекватних сучасному стану світового ринку.
Реальний перехід від сировинної експортоорієнтованої політики до імпортозаміщення	Поступовий відхід від сировинної експортоорієнтованої політики в системі МРТ, випереджаюче зростання в міжнародній торгівлі переробленими і готовими до споживання товарами і продуктами харчування, а не сировинними виробами та продуктами.
Зміна позицій в глобальних товаропотоках і рейтингу світових експортерів	Перерозподіл обсягів і географічного напрямку експорту та імпорту окремих продовольчих і непродовольчих товарів у країни Східної Азії і Східної Європи, що розвиваються.
Подолання сформованих деформацій споживчого ринку за обсягом і структурою	Створення уніфікованого й ефективного механізму державно-правового регулювання ринку, оскільки інтеграція фірм під впливом ТНК охоплює всі базові сфери життєдіяльності: соціальну, економічну, інноваційну, інституційну.
Модифікація концепції конкурентоспроможності виробництва і ринку під впливом транснаціоналізації	У зв'язку з погіршенням позицій України в рейтингу світових експортерів, зумовлених зменшенням обсягів експорту традиційних продуктів на тлі ослаблення економіки і військових дій. У зв'язку із цим необхідно враховувати національні переваги і фактори розвитку в умовах глобального посилення конкуренції під впливом ТНК, погіршення кон'юнктури світового продовольчого ринку, мінливості цін і національних валют.
Забезпечення національної економічної безпеки за допомогою комплексу заходів	Проведення угод зі злиття і поглинання з урахуванням національних інтересів, захисту інтересів акціонерів та інвесторів, відкритості та прозорості, зближення вартості бізнесу та вартості активів компанії. Розвиток вітчизняної легкої, харчової, переробної промисловості та сільського господарства (на рівні організацій, регіонів і країни); вдосконалення державного регулювання зовнішньої торгівлі продовольством (на рівні країни).

Джерело: складено авторами

торгівлі й сфері послуг. Стратегічні інтереси ТНК охопили такі сегменти споживчого ринку, як «Продукти харчування й напої», «Роздрібний бізнес», «Сільське господарство (агробізнес)», де локалізувалися відомі компанії (табл. 3).

Нерівномірність економічного розвитку України під впливом ТНК у цілому і споживчого ринку

зокрема проявилася в галузевій, секторальній і структурній трансформації; стрибкоподібному розвитку в регіональному розрізі; формуванні конкурентного середовища; неадекватному стані та можливостях вітчизняного товаровиробника; масштабах експансії і об'єднанні, що досягається за рахунок злиття і поглинання (табл. 4).

Таблиця 3

## Приклади участі ТНК у капіталі українських компаній

Українська компанія	Іноземний власник
Чернігівський пивкомбінат «Десна» (пиво «Чернігівське»)	Anheuser-Busch InBev (Бельгія)
«Імперіал Тобако Юкрейн» (ТМ «Прима»)	Imperial Tobacco Group plc (Велика Британія)
«PepsiCo» Україна (ТМ «Sandora», «Садочок», «Чудо», «Слов'яночка», «Lipton», «lay's», «Агуша» тощо)	«PepsiCo» Inc. (США)
лікєро-горілочний завод «Хортиця», «Одеський коньячний завод»	Global Spirits (США)
Carlsberg Ukraine (ТМ «Львівське», «Балтіка»)	Carlsberg Group (Данія)
Креді Агріколь Банк	Credit Agricole (Франція)
ПАТ «Ідея Банк»	Getin Holding S. A. (Польща)
ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» (металургійна компанія)	ArcelorMittal (Люксембург)
ТОВ «Сателіт» (маслоекстракційний завод)	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
ТОВ «Фуджікура Аутомотив Україна Львів» (виробництво електричних кабельних мереж)	Fujikura (Японія)

Джерело: систематизовано авторами

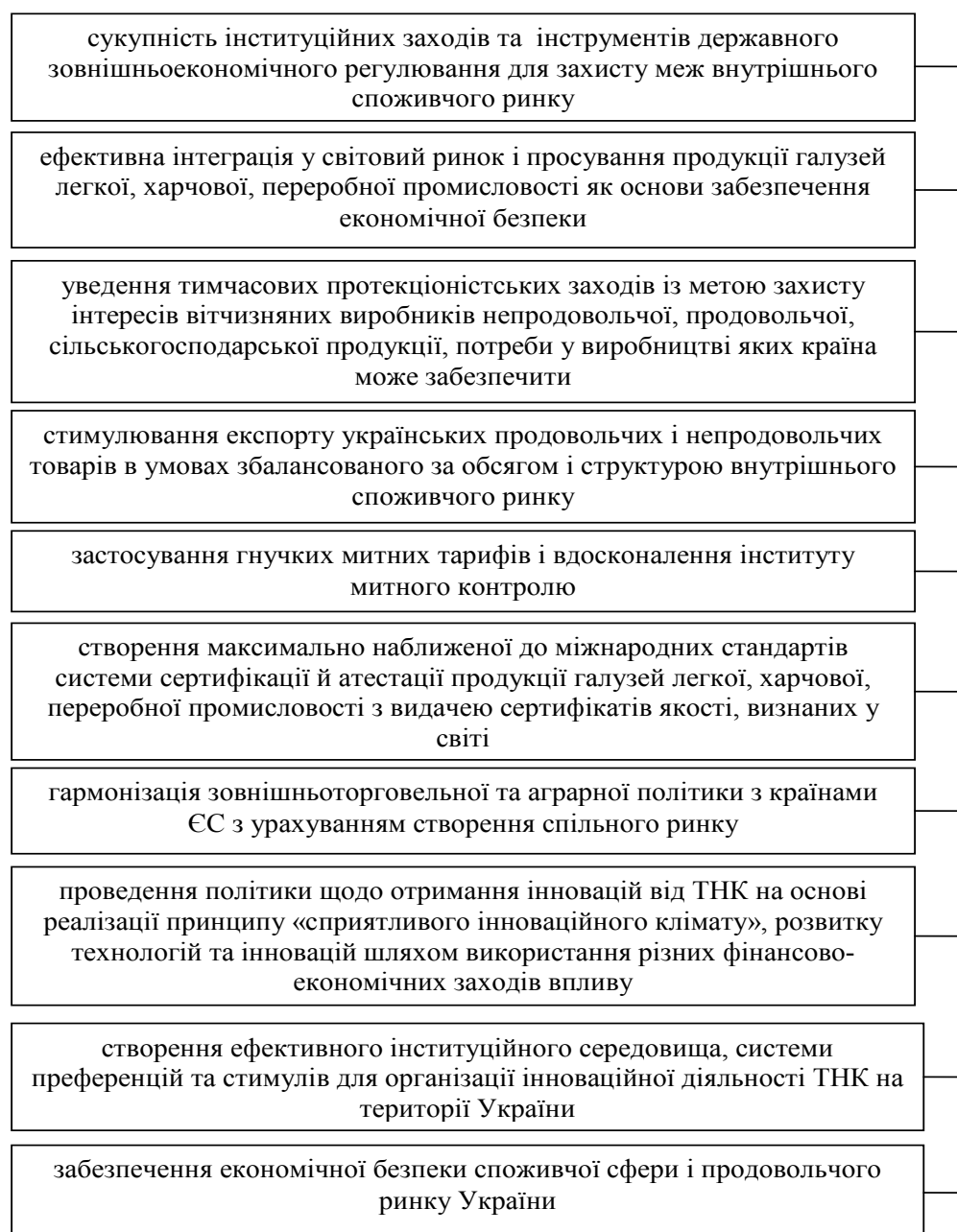
Таблиця 4

## Нерівномірність розвитку споживчого ринку України під впливом ТНК

Нерівномірність у розвитку	Наслідки
Регіональний розріз	Основна кількість ТНК зосереджена в регіонах із високою інфраструктурою (міста Київ, Харків, Одеса, Дніпро), у промислово розвинених областях, у регіонах із переважанням експортоорієнтованої видобувної промисловості
Секторальний розвиток	Вітчизняний виробник майже на всіх ринках займає місце в простому сегменті, навіть примітивному з позицій виробничих технологій і продажів (наприклад, лідерство на ринках хлібобулочних виробів та м'ясопереробки). Більш технологічно складні сегменти ринку зайняли ТНК: увезення величезного числа нових товарів, виникнення галузей під впливом прискорення темпів «інноваційної економіки», інформаційних технологій, комунікаційних засобів, електронної комерції, мережевих структур та ін.
Структурна трансформація	Зміна конкурентного середовища за допомогою поступового нарощування капіталу і активів, об'єднання, що досягається за рахунок злиття і поглинання у споживчому секторі, роздрібній торгівлі та сільському господарстві. Сформувався особлива інституційна система, що характеризується сильним креном у бік сировинного сектору як свідчення структурних і галузевих перекосів
Галузева специфіка	Корпорації локалізувалися в таких основних галузях, як електронна та електротехнічна, хімічна, харчосмакова і харчова промисловість, торгівля та сфери різноманітних послуг (табл. 3). На споживчий ринок країни впроваджуються переважно ТНК із сировинних, харчових галузей, торгівлі (локалізуючись у внутрішній оптовій і навіть роздрібній торгівлі) і послуг, що підтверджує активізація іноземних торгових мереж: ІКЕА, Metro Cash & Carry, Ашан та ін. Основною метою більшості корпорацій є не капіталовкладення у виробництво, а експансія і локалізація на ринках збуту продукції, виробленої в третіх країнах

(Закінчення таблиці 4)

Нерівномірність у розвитку	Наслідки
Масштаби експансії	За період ринкової трансформації до 2019 р. в більшості підгалузей продовольчого ринку найбільша частка належить ТНК: близько 50% переробки молока; понад 65% продукції сокової; понад 75% ринку пивоваріння. ТНК сконцентрували у себе в руках і контролюють більшу частину української харчової промисловості, частка капіталу в яку становить 60% і збільшується, завдяки цьому вони диктують роздрібні ціни на продовольство і закупівельні ціни на сільськогосподарську сировину

*Джерело: складено авторами*

**Рис. 2. Організаційно-економічні заходи державного зовнішньоекономічного регулювання для захисту споживчого ринку**

*Джерело: складено авторами*

Для розвитку економіки з урахуванням внутрішніх інтересів необхідні: активізація впровадження ТНК, що функціонують у сфері обробної промисловості; створення з їх участю спільних науково-дослідних підприємств для розроблення й отримання новітніх технологій та товарів; переорієнтація на реструктуризацію і модернізацію галузей із тривалим терміном окупності (наприклад, машинобудування) в силу нерівномірності вкладень компаній по галузях; розширення в країні сільськогосподарської кооперації як інструменту захисту фермерів від експансії ТНК; розроблення власного вітчизняного бренду.

Головним цільовим орієнтиром України є захист споживчого ринку за рахунок збільшення несировинного експорту, зростання обсягів поставок продуктів більш високого ступеня переробки, технічно і технологічно складної, що передбачає розроблення і реалізацію системи організаційно-економічних заходів

державного зовнішньоекономічного регулювання (рис. 2).

**Висновки з проведеного дослідження.** Експансіоністська діяльність ТНК на українському споживчому ринку складна і суперечлива. У цілому вони роблять позитивний вплив на розвиток економіки, проте орієнтовані на поліпшення власного фінансового стану (збільшити виробництво, капіталізацію прибутку) і подальший розвиток компанії. Без урядового втручання експансія ТНК призводить до втрати державного суверенітету, що підриває національну безпеку країни. Активним трансформаційним процесам піддалися український споживчий сектор, роздрібна торгівля і сільське господарство, тому потрібна сукупність державних заходів у сфері промислової і структурної політики, спрямованих на прискорення зростання внутрішнього виробництва, формування стійких меж українського споживчого ринку та ефективності його функціонування.

#### Список використаних джерел:

1. Akman, M. S., Berger, A., Dadush, U., Evenett, S., Johnson, L., Mendez-Parra, M., Ochoa, R., Schmucker. Key Policy Options For the G20 in 2017 to Support An Open and Inclusive Trade and Investment System. 2017. URL: <http://hdl.handle.net/11540/6922> (дата звернення: 11.01.2020).
2. Anderson, S., Cavanagh, J. The Rise of Corporate Global Power. Institute for Policy Studies, Washington. 2000. URL: <http://s3.amazonaws.com/corppwatch.org/downloads/top200.pdf> (дата звернення: 09.01.2020).
3. Assche, Ari Van, Gangnes, B. Global value chains and the fragmentation of trade policy coalitions. *Transnational Corporations*. 2019. Vol. 26, № 1. Pp. 31–60. URL: [https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d1a2\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d1a2_en.pdf) (дата звернення: 05.01.2020).
4. Becker-Ritterspach, F., Lange, K., Becker-Ritterspach, J. Divergent patterns in institutional entrepreneurship of MNCs in emerging economies. *Critical perspectives on international business*. 2017. № 13(3). Pp. 186–203.
5. Kaleka, A., Morgan, N. A. How marketing capabilities and current performance drive strategic intentions in international markets. *Industrial Marketing Management*. 2017. URL: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.02.001> (дата звернення: 10.01.2020).
6. Khalatur, S., Pavlova, G., Zhylenko, K. The role of some indicators of financial security in Ukraine in the context of transnationalization and national interests. *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. № 15(3). Pp. 237–248.
7. Koldovskiy, A., Chernega, K. Modeling the Ukrainian consumption. *Geopolitics under Globalization*. 2018. № 2(1). Pp. 34–44.
8. Крупяк І.Ю. Вектори зовнішньої торгівлі держави в умовах сучасних економічних перетворень. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 158–162. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/32.pdf> (дата звернення: 10.01.2020).
9. Jaworek, M., Kuzel, M. Transnational Corporations in the World Economy: Formation, Development and Present Position. *Copernican Journal of Finance & Accounting*. 2015. № 4(1). P. 55–70.
10. Національний банк України : офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 05.01.2020).
11. Mykhailova, L., Stoyanets, N., Mykhailov, A., Kharchenko, T., Bachev, H. Sustainable development of the Ukrainian agrarian sector: perspectives and challenges. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. № 16(3). Pp. 28–39.
12. Пелех О. Еволюція поглядів на чинники економічного розвитку: нові теоретичні підходи. *Бізнес Інформ*. 2018. № 7. С. 8–14.
13. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.01.2020).
14. UNCTAD World Investment Report 2018. Investor Nationality: Policy Challenges; United Nations, New York and Geneva, 2018. 213 p.
15. Wilkins M. The History of Multinational Enterprise. The Oxford Hand book of International Business: Oxford University Press, 2001. URL: <http://dx.doi.org/10.1093/0199241821.003.0001> (дата звернення: 05.01.2020).

16. World Bank: official website. URL: [http:// data.worldbank.org/](http://data.worldbank.org/) (дата звернення: 09.01.2020).
17. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S., Shevchenko A. Assortment Portfolio Price Positioning of a Transnational Corporation in the Ukrainian Market / SHS Web of Conferences. Volume 67 (2019). Fifteenth Scientific and Practical International Conference "International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics" (NTI-UkrSURT 2019). URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706048> (дата звернення: 24.01.2020).
18. Смерічевський С.Ф., Полоус О.В. Трансформація економічних процесів в контексті глобалізаційних зрушень. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини господарство»*. 2018. Т. 2. Вип. 22. С. 142–148.
19. Smerichevskiy S., Kryvoviazuk I, Raicheva L. Economic consequences of financial stability violation of world automotive corporations. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. № 2. P. 229–234. doi: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-229-234> (дата звернення: 18.01.2020).
20. Dzhusov O., Smerichevskiy S., Sardak S., Klimova O. The Application Features of Seasonal-Cyclic Patterns in International Financial Markets. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23(5):1–10 (2019).

#### References:

1. Akman, M. S., Berger, A., Dadush, U., Evenett, S., Johnson, L., Mendez-Parra, M., Ochoa, R., & Schmucker (2017) Key Policy Options For the G20 in 2017 to Support An Open and Inclusive Trade and Investment System. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11540/6922>
2. Anderson, S., Cavanagh, J. (2000) The Rise of Corporate Global Power. Institute for Policy Studies, Washington. Retrieved from: <http://s3.amazonaws.com/corpwatch.org/downloads/top200.pdf>
3. Assche, Ari Van & Gangnes, B. (2019) Global value chains and the fragmentation of trade policy coalitions. *Transnational Corporations*, vol. 26, № 1, pp. 31–60. Retrieved from: [https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d1a2\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationChapters/diaeia2019d1a2_en.pdf)
4. Becker-Ritterspach, F., Lange, K., & Becker-Ritterspach, J. (2017) Divergent patterns in institutional entrepreneurship of MNCs in emerging economies. *Critical perspectives on international business*, 13(3), pp. 186–203. <https://doi.org/10.1108/cpoib-06-2016-0024>
5. Kaleka, A., & Morgan, N. A. (2017) How marketing capabilities and current performance drive strategic intentions in international markets. *Industrial Marketing Management*, in press. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.02.001>
6. Khalatur, S., Pavlova, G. & Zhylenko, K. (2018) The role of some indicators of financial security in Ukraine in the context of transnationalization and national interests. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(3), pp. 237–248. doi: 10.21511/imfi.15(3).2018.20
7. Koldovskiy, A. & Chernega, K. (2018) Modeling the Ukrainian consumption. *Geopolitics under Globalization*, 2(1), pp. 34–44. [https://doi.org/10.21511/gg.02\(1\).2018.05](https://doi.org/10.21511/gg.02(1).2018.05)
8. Krupiak, I. Y. (2017). Vektory zovnishnoi torhivli derzhavy v umovakh suchasnykh ekonomichnykh peretvoren [Vectors of foreign trade of the state in the conditions of modern economic transformations]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 20, pp. 158–162. Retrieved from: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/32.pdf>
9. Jaworek, M., Kuzel, M. (2015) Transnational Corporations in the World Economy: Formation, Development and Present Position. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.12775/CJFA.2015.004>
10. National Bank of Ukraine: official website (n.d.). Retrieved from: <https://bank.gov.ua>
11. Mykhailova, L., Stoyanets, N., Mykhailov, A., Kharchenko, T. & Bachev, H. (2018) Sustainable development of the Ukrainian agrarian sector: perspectives and challenges. *Problems and Perspectives in Management*, 16(3), pp. 28–39. doi: 10.21511/ppm.16(3).2018.03
12. Pelekh, O. (2018) Evoliutsiia pohliadiv na chynnyky ekonomichnoho rozvytku: novi teoretychni pidkhody [Evolution of the views on the factors of economic development: new theoretical approaches]. *Biznes Inform*, 7, pp. 8–14. Retrieved from: [http://www.business-inform.net/annotatedcatalogue/?year=2018&abstract=2018\\_07\\_0](http://www.business-inform.net/annotatedcatalogue/?year=2018&abstract=2018_07_0)
13. State Statistics Service of Ukraine: official website (n.d.). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. UNCTAD World Investment Report 2018. Investor Nationality: Policy Challenges; United Nations, New York and Geneva, 2018. 213 p.
15. Wilkins, M. (2001) The History of Multinational Enterprise. The Oxford Hand book of International Business: Oxford University Press. <http://doi.org/10.1093/0199241821.003.0001>
16. World Bank: official website (n.d.). Retrieved from: [https:// data.worldbank.org/](https://data.worldbank.org/)
17. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S., Shevchenko A. Assortment Portfolio Price Positioning of a Transnational Corporation in the Ukrainian Market / SHS Web of Conferences. Volume 67 (2019) Fifteenth Scientific and Practical International Conference "International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics" (NTI-UkrSURT 2019). URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706048>



18. Smerichevskij S.F., Polous O.V. (2018) Transformaciya ekonomichnih procesiv v konteksti globalizacijnih zrushen. *Naukovij visnik Uzhgorodskogo nacionalnogo universitetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosini gospodarstvo*, t. 2, v. 22, s. 142–148.
19. Smerichevskiy S., Kryvoviazuk I, Raicheva L. (2018) Economic consequences of financial stability violation of world automotive corporations. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4, no. 2, pp. 229–234. doi: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-229-234>
20. Dzhusov O., Smerichevskiy S., Sardak S., Klimova O. The Application Features of Seasonal-Cyclic Patterns in International Financial Markets. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23 (5):1–10 (2019).

УДК 339.13+330.16

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-25>

**Пчелянська Г.О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу та реклами  
Вінницького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету

**Pchelianska Galyna**

Vinnitsia Institute of Trade and Economics  
of Kyiv National University of Trade and Economics

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

## THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINING CONSUMER LOYALTY IN THE FOOD MARKET

У статті розглянуто теоретичні підходи до визначення лояльності споживачів на продовольчому ринку. Визначено, що в умовах інтенсивної конкуренції від реакції споживача на маркетингові зусилля підприємства залежатимуть фінансові результати діяльності, перспективи подальшого розширення на ринках та сегментах ринку, тривалість життєвого циклу товарів. Інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку продовольчих товарів змушує виробників та посередників спрямувати маркетингові зусилля на формування лояльності споживачів то власних товарних марок. Лояльність як концепція базується на теорії поведінки споживачів. Визначено економічні та неекономічні переваги лояльності споживачів та, відповідно, такі підходи до її трактування, як транзакційний, перцепційний та комплексний. Окреслено такі аспекти лояльності, як поведінковий та сприйманий. Запропоновано основні принципи формування програми лояльності та її вдосконалення.

**Ключові слова:** поведінка споживачів, лояльність, продовольчий ринок, маркетинг, потреба, конкуренція.

В статье рассмотрены теоретические подходы к определению лояльности потребителей на продовольственном рынке. Определено, что в условиях интенсивной конкуренции от реакции потребителя на маркетинговые усилия предприятия будут зависеть финансовые результаты деятельности, перспективы дальнейшего расширения на рынках и сегментах рынка, продолжительность жизненного цикла товаров. Интенсивность конкуренции на внутреннем рынке продовольственных товаров заставляет производителей и посредников направить маркетинговые усилия на формирование лояльности потребителей к собственным торговым маркам. Лояльность как концепция базируется на теории поведения потребителей. Определены экономические и неэкономические преимущества лояльности потребителей и, соответственно, такие подходы к ее трактовке, как транзакционный, перцепционный и комплексный. Обозначены поведенческий и вос-

приймаемий аспекти лояльності. Предложены основные принципы формирования программы лояльности и ее совершенствования.

**Ключевые слова:** поведение потребителей, лояльность, продовольственный рынок, маркетинг, потребность, конкуренция.

The article considers theoretical approaches to determining consumer loyalty in the food market. The author states that in conditions of intense competition financial results of activity, prospects for further expansion of markets and market segments, the duration of the life cycle of products will depend on consumer's response to the marketing efforts of the company. The food market in Ukraine is a complex structure that provides production and sale of food products and raw materials for wholesale and final customers. The domestic food industry, which is a component of the agro-industrial complex, unites more than 40 sub-sectors and industries, which involve about 15 thousand economic entities. Meeting the needs of the population in food products, within its purchasing power, is carried out mainly at the expense of domestic manufacture. The provision Fund for the main food groups is about 90%. The intensity of competition in the domestic market of food products forces manufacturers and intermediaries to direct marketing efforts on forming the loyalty of consumers of their own trademarks. Loyalty as a concept is based on the theory of consumer behavior. It is determined that customer loyalty is a consumer's positive attitude to a particular product, brand, or company, which is formed on the basis of the relevant experience, and is accompanied by an emotional attachment to the product (brand, company) and insensitivity to the actions of competitors. The article defines the economic and non-economic advantages of consumer loyalty and, accordingly, such approaches to its interpretation as: transactional loyalty, perceptual loyalty and complex loyalty. The article identifies such aspects of loyalty as behavioral and perceived. Consumer's behavior and the degree of satisfaction with the company generates loyalty, which can be absolute, latent, feigned or absent. Scientific approaches to assessing consumer loyalty depending on its types are defined: behavioral loyalty, loyalty related to attitude, loyalty related to intentions, and complex loyalty. The author offers the basic principles of forming the loyalty program and its improvement. It has been established that the success of the company's loyalty program will determine its success in the relevant market or market segment. therefore, it is necessary to develop a program that differs from the competitors' loyalty program and meets the needs and expectations of consumers.

**Key words:** consumer behavior, loyalty, food market, marketing, need, competition.

**Постановка проблеми.** Вивчення поведінки та лояльності споживачів в умовах конкурентного середовища є одним із визначальних напрямів маркетингової діяльності підприємств. Від реакції споживача на маркетингові зусилля підприємства будуть залежати фінансові результати діяльності, перспективи подальшого охоплення ринку, стадія життєвого циклу товарів. Дослідження лояльності споживачів на продовольчому ринку є важливим, оскільки існує сильна конкуренція між усіма виробниками продовольчих товарів у всіх цінових сегментах, пропозиція перевищує попит, зростає роль як місцевих виробників, так і загальнонаціональних та закордонних. Отже, постає нагальна потреба дослідити, які ж чинники впливатимуть на формування лояльності споживачів до бренду та які фактори соціокультурного та ринкового середовища впливають на процес прийняття рішення про купівлю товарів та послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Маркетингові підходи до визначення лояльності споживачів стали предметом дослідження цілої когорти українських та зарубіжних учених, таких як: О.І. Гончар, І.І. Поліщук [1], Ю.О. Головчук [2], К.В. Гурджиян [3], Л.В. Дибчук [4], О.Е. Наумова [5], Л.Ю. Сагер, А.А. Колесник [6], А.М. Танасійчук [7], R. Voohene & Agyarong [8],

M.R. Al-Rousan & M. Badaruddin [9] та ін. Проте теоретичні підходи до лояльності споживачів потребують постійного вивчення та актуалізації у зв'язку зі швидкими змінами та розвитком ринкових відносин.

**Метою дослідження** є узагальнення теоретичних підходів до визначення лояльності споживачів на продовольчому ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Продовольчий ринок в Україні – це складна структура, що забезпечує виробництво і продаж продовольчих товарів та сировини для оптових і кінцевих покупців. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, вітчизняна харчова промисловість, яка є складовою частиною АПК, об'єднує понад 40 підгалузей і виробництв, у яких задіяні близько 15 тис суб'єктів господарювання, – це і потужні сучасні підприємства, які стоять на одному рівні з провідними гравцями на світовому ринку, і малі та середні переробники, які активно нарощують обсяги продукції для наповнення внутрішнього ринку та поступово виходять на зовнішні. Найбільша кількість здійснює виробництво м'яса та м'ясопродуктів, олії та тваринних жирів, борошномельно-круп'яної продукції, хліба, хлібобулочних і борошняних виробів (тортів, тістечок), готової їжі та страв [10].

Задоволення потреб населення у харчових продуктах у межах його купівельної спроможності здійснюється переважно за рахунок продукції вітчизняного виробництва. Фонд забезпечення за основними групами харчування становить близько 90%. Окрім того, завдяки наявності достатніх потужностей із виробництва харчових продуктів та запасів сировини і надалі буде забезпечене насичення внутрішнього ринку відповідно до його потреб. Основні харчові продукти, що складають внутрішній кошик, виробляються в достатніх обсягах. Упровадження нових стандартів та систем управління якістю на підприємствах галузі дає змогу оптимізувати асортимент та освоювати нові ринки збуту [10]. Інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку продовольчих товарів змушує виробників та посередників спрямувати маркетингові зусилля на формування лояльності споживачів до власних товарних марок.

Лояльність споживачів – це позитивне відношення покупців до певного продукту, марки, фірми, яке формується на основі відповідного досвіду здійснення покупок або звертання до даної фірми і супроводжується емоційною прихильністю до товару (марки, фірми) та нечутливістю до дій конкурентів [5]. Лояльність як концепція базується на теорії поведінки споживачів і є тим, як можуть проявляти споживачі своє ставлення до брендів, послуг або заходів. Часто лояльність клієнтів трактується на протигагу лояльності до бренда, щоб підкреслити, що лояльність є особливістю людей, а не чимось притаманним брендам [8]. Таким чином, лояльність споживачів залежатиме як від попереднього позитивного досвіду споживання, так і від прихильності до товарів бренду.

Теоретичний зміст лояльності розглядається як складник трьох елементів: довіра; прихильність до цінностей; довготермінові відносини. Лояльність споживачів визначається як їх уподобання до продукту, послуг, сервісу, торгової марки, логотипу, зовнішньому вигляду, персоналу, системи обслуговування конкретного підприємства [11].

У науковій літературі визначено економічні та неекономічні переваги лояльності споживачів. Так, серед економічних переваг слід відзначити можливість підприємства утримувати та збільшувати частку ринку підприємства. До неекономічних переваг віднесемо формування позитивної репутації та іміджу. Тобто лояльність клієнта означає, що клієнт повернеться до споживання або продовжуватиме використовувати той самий товар або ж інші товари того ж самого виробника, а також буде свідомо чи несвідомо рекомендувати товари підприємства [9].

Виділяють три визначення лояльності:

1) транзакційна лояльність (transactional loyalty) полягає у тривалій взаємодії споживачів із підприємством та здійсненні ними повторних купівель, але характеризується відсутністю емоційної прихильності до підприємства, товарів або послуг, що ним пропонуються [3]. Також розглядаються зміни в поведінці покупця (наприклад, частка певного продукту в загальних витратах покупця на товарну категорію), при цьому не зазначаються чинники, що викликають дані зміни. Це найбільш популярний погляд на лояльність, оскільки її поведінковий аспект тісно пов'язаний з економічними результатами компанії [12];

2) перцепційна лояльність (perceptual loyalty) – головними аспектами є суб'єктивні думки й оцінки покупців. Проявляється у тривалій взаємодії споживачів із підприємством та пояснюється наявністю позитивного ставлення або прихильності споживача до підприємства, товарів або послуг, що ним пропонуються, незалежно від пропозицій конкурентів, навіть у тому разі, якщо з фінансового погляду ці пропозиції для споживача є більш вигідними [3];

3) комплексна лояльність (complex loyalty) – розглядається комбінація двох зазначених вище аспектів купівельної лояльності. Часто комплексна лояльність операціоналізується у формі індексів лояльності, які складають періодично для різних рівнів компанії (відділення банку, географічні ринки тощо) [12]. Тобто комплексна лояльність передбачає купівельну та емоційність прихильність споживачів до продукції компанії.

Теорія маркетингу окреслює такі аспекти лояльності, як поведінковий та сприйманий. Поведінковий аспект лояльності визначається поведінкою споживача під час купівлі товару/послуги. Основними компонентами, досить зручними для вимірювання, є перехресний продаж (кількість додаткових товарів/послуг підприємства, куплених споживачами у певний проміжок часу), збільшення обсягу купівель (сума або частка збільшення розміру купівель одного і того ж товару/послуги за певний період), повторні купівлі, підтримка споживачем досягнутого рівня взаємодії з підприємством (відносна постійність суми купівлі одного і того ж продукту/послуги за певний проміжок часу). Найбільшою мірою на поведінковий аспект лояльності впливає конкурентна ситуація на ринку. Легко помітити, що поведінковий аспект лояльності тісно пов'язаний з економічними результатами діяльності підприємства [13].

Сприйманий аспект лояльності формується наданням переваги і думками споживачів, він вимірюється за допомогою опитувань. Голов-

ними метриками сприйманого аспекту лояльності є задоволеність (відчуття задоволення, яке виникає у споживача, який зіставляє свої очікування і реально сприйняту якість товару/послуги) та обізнаність (ступінь відомості діяльності підприємства на цільовому ринку або/та кількість рекомендацій існуючих споживачів, які призвели до залучення нових споживачів). Сама по собі задоволеність не призводить до лояльності, але при цьому незадоволеність споживача руйнує обидва її аспекти – поведінковий і сприйманий [13].

Поведінка споживача та ступінь задоволеності підприємством формують лояльність, яка може бути абсолютною, латентною, удаваною або ж відсутньою.

Справжня, або абсолютна, лояльність виникає, коли споживач добре ставиться до продукту/фірми на словах і на ділі підтверджує це повторними покупками. Фіктивна лояльність має місце, коли споживач не бажає купувати продукт і/або ставиться до нього негативно, але в силу певних обставин (наприклад, у результаті відсутності альтернатив, високих витрат переходу) змушений її купувати. Існування фіктивної лояльності – головний аргумент проти однобокого поведінкового підходу до лояльності, не цікавиться обґрунтуванням споживчого вибору. Поняття «латентна лояльність» позначає зворотню ситуацію, коли споживач, внутрішньо схильний до продукту/фірми й має позитивне ставлення, у покупках це ставлення майже ніяк не висловлює. Хоча на поточних доходах фірми латентна лояльність практично не відображається, тим не менше знати про таку лояльність важливо, оскільки багато латентно лояльні – потенційні майбутні клієнти, яких у даний момент стримує або фінансова неспроможність, або вік. За відсутності лояльності споживачі можуть просто не замислюватися про конкретну фірму чи бренд і робити покупки випадково або ж сам продукт своєю дешевизною й як фізичною, так і функціональною взаємозамінністю сприяє подібному поведінку [14].

Таким чином, для формування лояльності споживачів на ринку продовольчих товарів необхідно створити умови, щоб споживача віддавав перевагу продукції конкретного бренду; мав бажання і можливість здійснювати повторну покупку й у подальшому робити свій вибір на користь даної марки; відчував почуття задоволеності вибраним брендом; не шкодував за витраченими грошима; був нечутливим до маркетингових стимулів конкурентів; під час здійснення покупки керувався би більш емоційною компонентою, ніж раціональною; виконував означені умови протягом певного періоду часу, який визначено вищим керівництвом фірми [5].

У більшості існуючих методів лояльність споживачів оцінюється за допомогою декількох запитань або показників. У багатьох підходах до оцінки лояльності основну увагу приділяється фундаментальним компонентам лояльності. У зв'язку із цим виділяють такі підходи до оцінки лояльності [15]:

1) поведінкова лояльність оцінюється за допомогою показників, які характеризують уподобання щодо бренду: суму та періодичність покупок; тривалість відносин із компанією, частку покупок у компанії в загальному обсязі покупок клієнта; кількість та періодичність повторних покупок;

2) лояльність, що пов'язана з відношенням, слід розглядати, поділяючи її на два компоненти: раціональний та емоційний. Раціональний характеризує наміри взаємодіяти з компанією, об'єктивно оцінюючи характеристики продукту та ризики у разі переходу до іншої компанії. Емоційний компонент співвідноситься з позитивними відчуттями, які викликані покупкою та становлять афективний зв'язок із брендом. Ці компоненти перебувають у зв'язку і досліджувати їх треба у взаємодії. Основними параметрами лояльності, пов'язаної з відношенням, є: ступінь задоволеності; поінформованість; імідж бренду; вподобання бренду шляхом відмови від конкурентів;

3) лояльність, що пов'язана з намірами, характеризується показниками нечутливості до дій конкурентів, готовності рекомендувати компанію. Вивчення намірів є важливим складником, адже наміри вивчають та демонструють вірогідність іншої поведінки, що дає можливість прогнозувати. Також вивчення намірів дає повнішу картину, адже враховує дії конкурентів, роблячи отримані результати менш абстрактними;

4) комплексний підхід до лояльності передбачає поєднання елементів попередніх підходів [15].

Таким чином, клієнт є основним напрямом для будь-якого успішного бізнесу. Успіх у бізнесі залежить від розуміння фірмою та задоволення потреб і потреб клієнтів. Для забезпечення стійкої лояльності більшість роздрібних та оптових продавців продовольчих товарів формує власні програми лояльності.

Основні принципи програм лояльності: помірність є ключовим чинником програм лояльності; зменшує складність вибору для клієнта; допомагає покупцю відрізнити правильний вибір від неправильного; лояльні клієнти підвищують продажі [6]. Серед найважливіших заходів коригування програми лояльності М.М. Іваннікова пропонує такі: відповідні організаційні перетворення у бізнес-процесах підприємства з виділенням головних ключових чинників успіху; перегляд існуючої стратегії

комунікацій зі споживачами; розроблення системи заохочень персоналу; проведення тренінгів, семінарів; запровадження програми навчання споживачів щодо споживацької обізнаності (купівельної освіченості) [11].

Дуже часто успіх програми лояльності компанії буде визначати успіх на відповідному ринку чи сегменті ринку, у зв'язку із цим необхідно розробити таку програму, щоб вона відрізнялася від програми лояльності конкурентів та відповідала потребам та очікуванням споживачів.

Аналіз існуючих заходів щодо формування лояльності показав, що основні тенденції динаміки розвитку сучасних програм лояльності такі [14]: компанії продовжують шукати способи виділити свою програму лояльності на тлі інших, використовуючи різні поєднання винагород і витрат, для досягнення максимальної ефективності; нові програми лояльності будуть ще більше сегментовані під різні групи клієнтів, їхні інтереси і стиль життя; існуючі програми лояльності застаріють і почнуть концентрувати свої ресурси на більш цінних покупцях; програми лояльності придбають більш цілісне бачення споживачів і сфокусуються на побудові неформальних стосунків з учасниками, пропонуючи винагороди та визнання для поглиблення існуючої прихильності торговій марці; миттєвий обмін балів на продукцію партнерів; спрощення системи конвертації балів у винагороду; спільні програми.

**Висновки з проведеного дослідження.** Для суб'єктів продовольчого ринку, що генерують пропозицію товарів та послуг, вплив на поведінку споживачів та формування їхньої лояльності виступають важливими завданнями маркетингової діяльності. Визначено, що лояльність базується на теорії поведінки споживачів і визначається як позитивне ставлення до продукту організації, що було сформоване на основі попереднього купівельного досвіду чи прихильності до товарної марки виробника чи торгового посередника. У статті окреслено такі аспекти лояльності, як поведінковий та сприйманий. Поведінка споживача та ступінь задоволеності підприємством формує лояльність, яка може бути абсолютною, латентною, удаваною або ж відсутньою. Визначено наукові підходи до оцінки лояльності споживачів залежно від її видів: поведінкова лояльність, лояльність, що пов'язана з відношенням, лояльність, що пов'язана з намірами, та комплексна лояльність. Запропоновано основні принципи формування програми лояльності та її вдосконалення. Встановлено, що успіх програми лояльності компанії буде визначати її успіх на відповідному ринку чи сегменті ринку, у зв'язку із цим необхідно розробити таку програму, щоб вона відрізнялася від програми лояльності конкурентів та відповідала потребам та очікуванням споживачів на продовольчому ринку.

#### Список використаних джерел:

1. Gonchar O., Polishchuk I. (2019) Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise. *Journal of European Economy*. 2019. № 18.2. P. 213–225.
2. Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Врахування ефекту невизначеності при формуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7475> (дата звернення: 22.02.2020). doi: 10.32702/2307-2105-2019.12.53
3. Гурджиян К.В. Сутність та типи лояльності споживачів. *Економіка розвитку*. 2015. № 2(74). С. 78–86. URL: [http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152\\_74/e152hur.pdf](http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152_74/e152hur.pdf) (дата звернення: 02.02.2020).
4. Дибчук Л.В., Пчелянська Г.О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. *Проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 54–60. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-54-60>
5. Наумова О.Е. Формування лояльності споживачів як стратегічний напрям менеджменту підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. Т. 4. № 6. С. 171–174.
6. Сагер Л.Ю., Колесник А.А. Лояльність споживача: сутність та види програм. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 20. С. 176–186. URL: [https://nv.ntu.edu.ua/Archive/2013/23\\_7/164\\_lwa.pdf](https://nv.ntu.edu.ua/Archive/2013/23_7/164_lwa.pdf) (дата звернення: 28.01.2020).
7. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise / A. Tanasiichuk et al. *European journal of sustainable development*. 2019. Vol. 8. № 3. URL: <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejds/article/view/898>
8. Boohene, R. & Agyarpong, G.K.Q. (2011) Analysis of the Antecedents of Customer Loyalty of Telecommunication Industry in Ghana: the Case of Vodafone (Ghana). Canadian Center of Science and Education. URL: [https://pdfs.semanticscholar.org/e40e/d2ed5eaa9ecc13155b0dbd777e7378a3b1b8.pdf?\\_ga=2.244689285.1680944195.1582729505-1226577852.1581625588](https://pdfs.semanticscholar.org/e40e/d2ed5eaa9ecc13155b0dbd777e7378a3b1b8.pdf?_ga=2.244689285.1680944195.1582729505-1226577852.1581625588)
9. Al-Rousan, M.R. & Badaruddin, M. Customer loyalty and the impacts of service quality: The case of five star hotels in Jordan. *International Journal of Business, Economics, Finance and Management Sciences*. 2010. № 2(3). URL: <https://publications.waset.org/4322/customer-loyalty-and-the-impacts-of-service-quality-the-case-of-five-star-hotels-in-jordan>

10. Розвиток харчової переробної промисловості за 2018 рік. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/prodovolstvo/pidsumki-diyalnosti-pidpriyemstv-harchovoyi-ta-pererobnoyi-promislovosti/rozvitok-harchovoyi-pererobnoyi-promislovosti-za-2018-rik> (дата звернення: 12.02.2020).
11. Іваннікова М.М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 3. С. 62–42. URL: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014\\_3\\_62\\_72\\_0.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_3_62_72_0.pdf) (дата звернення: 30.01.2020).
12. Літовкіна О.О. Маркетингова стратегія моніторингу задоволення споживачів на основі індексу NPS (Net Promoter Score). *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2013. № 4. С. 133–138. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2013\\_4\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2013_4_19) (дата звернення: 04.02.2020).
13. Іванова Л.О., Музика О.М. Лояльність споживачів та формування їх видів на споживчому ринку. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.7. С. 164–173.
14. Кляченко І.О., Зозульов О.В. Програми лояльності споживачів до бренду. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2012. Вип. 6. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12367/1/2012\\_5\\_Klyachenko.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12367/1/2012_5_Klyachenko.pdf) (дата звернення: 08.02.2020).
15. Сіньковська В.М. Вимірювання лояльності споживачів в умовах конкуренції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. № 4. Том 3. С. 40–53.

#### References:

1. Gonchar O., Polishchuk I. (2019) Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise. *Journal of European Economy*, 2019, 18.2, 213–225.
2. Holovchuk Y. O., Dovhan, Y. V. (2019) Vrakhuvannia efektu nevyznachenosti pry formuvanni efektyvnoi biznes-stratehii pidpriyemstva [Consider effect of incertitude in the formation of an effective business strategy of the enterprise], *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7475> (accessed 22 February 2020). doi: 10.32702/2307-2105-2019.12.53
3. Hurdzhyian K.V. (2015) Sutnist ta typy loialnosti spozhyvachiv [The essence and types of consumer loyalty] *Ekonomika rozvytku*, 2(74), 78–86. Retrieved from: [http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152\\_74/e152hur.pdf](http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152_74/e152hur.pdf) (accessed 02 February 2020).
4. Dybchuk L. V., Pchelianska H. O. (2019) Marketynhovoho-lohistychna model dystrybutsii na prodovolchomu rynku [Marketing-logistic model of distribution in the food market]. *Problemy ekonomiky*, 3, 54–60. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-54-60>
5. Naumova O. E. (2011) Formuvannia loialnosti spozhyvachiv yak stratehichnyi napriam menedzhmentu pidpriyemstva [Formation of consumer loyalty as a strategic direction of enterprise management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 4/6, 171–174.
6. Saher L.lu., Kolesnyk A.A. (2018) Loialnist spozhyvacha: sutnist ta vydy proqram. *Infrastruktura rynku* [Consumer loyalty: the nature and types of programs], 20, 176–186. Available at: [https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2013/23\\_7/164\\_Iwa.pdf](https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2013/23_7/164_Iwa.pdf) (accessed 28 January 2020).
7. Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. (2019) Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. *European journal of sustainable development*. European center sustainable development. Italy. Vol. 8. No 3. Available at: <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898> (accessed 25 January 2020).
8. Boohene, R. & Agyapong, G.K.Q. (2011) Analysis of the Antecedents of Customer Loyalty of Telecommunication Industry in Ghana: the Case of Vodafone (Ghana). *Canadian Center of Science and Education*. Available at: [https://pdfs.semanticscholar.org/e40e/d2ed5eaa9ecc13155b0dbd777e-7378a3b1b8.pdf?\\_ga=2.244689285.1680944195.1582729505-1226577852.1581625588](https://pdfs.semanticscholar.org/e40e/d2ed5eaa9ecc13155b0dbd777e-7378a3b1b8.pdf?_ga=2.244689285.1680944195.1582729505-1226577852.1581625588) (accessed 2 February 2020).
9. Al-Rousan, M. R. & Badaruddin, M. (2010) Customer loyalty and the impacts of service quality: The case of five star hotels in Jordan. *International Journal of Business, Economics, Finance and Management Sciences*, 2(3). Available at: <https://publications.waset.org/4322/customer-loyalty-and-the-impacts-of-service-quality-the-case-of-five-star-hotels-in-jordan> (accessed 4 February 2020).
10. Rozvytok kharchovoi pererobnoi promyslovosti za 2018 [Food processing industry development for 2018]. Available at: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/prodovolstvo/pidsumki-diyalnosti-pidpriyemstv-harchovoyi-ta-pererobnoyi-promislovosti/rozvitok-harchovoyi-pererobnoyi-promislovosti-za-2018-rik> (accessed 12 February 2020).
11. Ivannikova, M. M. (2014) Marketynhove upravlinnia loialnistiu spozhyvachiv [Marketing management of consumer loyalty]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, 3, 62–42. Available at: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014\\_3\\_62\\_72\\_0.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_3_62_72_0.pdf) (accessed 30 January 2020).
12. Litovkina, O. O. (2013) Marketynhova stratehiia monitorynhu zadovolennia spozhyvachiv na osnovi indeksu NPS (Net Promoter Score) [Marketing strategy for monitoring consumer satisfaction based on the Net Promoter Score (NPS) index]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, 4, 133–138. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2013\\_4\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2013_4_19) (accessed 30 January 2020).

13. Ivanova, L. O., Muzyka, O. M. (2013) Loialnist spozhyvachiv ta formuvannia yikh vydiv na spozhyvchomu rynku [Consumer loyalty and formation of their types in the consumer market]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 23.7, 164–173.
14. Kliachenko I. O., Zozulov O. V. (2012) Prohramy loialnosti spozhyvachiv do brendu [Brand loyalty programs.] *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia*, 6. Available at: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12367/1/2012\\_5\\_Klyachenko.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12367/1/2012_5_Klyachenko.pdf) (accessed 8 February 2020).
15. Sinkovska, V. M. (2019) Vymiriuvannia loialnosti spozhyvachiv v umovakh konkurentsii [Measuring consumer loyalty in a competitive environment]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii*, 4/3, 40–53.

УДК 656.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-26>

**Чорнописька Н.В.**

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

**Болібрux Л.І.**

магістр  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Chornopyska Nataliya, Bolibrukh Lidiya**

Lviv Polytechnic National University

## ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ РИНКУ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ: ВПЛИВ ІНТЕРЕСІВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

### RAILWAY MARKET LIBERALIZATION IN UKRAINE: INFLUENCE OF STAKEHOLDERS INTERESTS

Узагальнено досвід європейських країн із реформування ринку залізничних перевезень. Визначено ключові зацікавлені сторони щодо відкриття ринку залізничних перевезень України, ідентифіковано їхні інтереси. Побудовано матрицю «сфера інтересів/масштаби охоплення», де сфера інтересів розділяє бізнес і політику, а масштаби охоплюють локальний (у межах України) та глобальний виміри. З'ясовано, що основною причиною надто повільного процесу лібералізації вітчизняного ринку залізничних перевезень є конфлікт інтересів основних стейкхолдерів. Запропоновано можливі шляхи вирішення існуючих конфліктів та уникнення потенційних конфліктів під час відкриття вітчизняного ринку залізничних перевезень.

**Ключові слова:** ринок залізничних перевезень, стейкхолдери, лібералізація, перевізники, незалежний залізничний регулятор, оператор залізничної інфраструктури.

Обобщен опыт европейских стран по реформированию рынка железнодорожных перевозок. Определены ключевые заинтересованные стороны в открытии рынка железнодорожных перевозок Украины, идентифицированы их интересы. Построена матрица «сфера интересов/масштабы охвата», где сфера интересов разделяет бизнес и политику, а масштабы охватывают локальное (в пределах Украины) и глобальное измерения. Установлено, что основной причиной слишком медленного процесса либерализации отечественного рынка железнодорожных перевозок является конфликт интересов основных стейкхолдеров. Предложены возможные пути решения существующих конфликтов и предотвращения потенциальных конфликтов при открытии отечественного рынка железнодорожных перевозок.

**Ключевые слова:** рынок железнодорожных перевозок, стейкхолдеры, либерализация, перевозчики, независимый железнодорожный регулятор, оператор железнодорожной инфраструктуры.

Research background. Railway transportation accounts for about 82% of freight and 50% of passenger traffic in the overall structure of the Ukrainian transport market. Against the background of the high deterioration of rolling stock and outdated infrastructure, there is a curtailment of capital investment programs. As a result, the gradual decline of the industry, a decrease in the share of rail transportation in the overall structure of the transport market, which stimulates the process of restructuring the industry, liberalization of the rail market in Ukraine. Despite the intensification of regulatory significant changes, the market has not yet taken place. This raises the question of identifying the key factors that influence the process of liberalization of the rail market in Ukraine. The hypothesis of the study is presented: the main obstacle to the liberalization of the rail market is not the legislative and political bases, but the joint (conflict) of the interests of the main stakeholders. Purpose of the article. The purpose of the article is to investigate the problem of railway market liberalization and to predict the scenario of liberalization of the Ukrainian railway market based on the identification of stakeholder interests. Methods. Stakeholder generalization, comparison, and matrix construction methods (stakeholder positioning) were used to identify stakeholder interests. Findings & Value added. The experience of European countries in reforming the rail transport market is generalized. Key stakeholders were determined to open the rail market in Ukraine, and their interests were identified. An "area of interest / coverage scale" was constructed, where the area of interest divides business and politics, and the scale covers local (within Ukraine) and global dimensions. Possible ways of resolving existing conflicts and avoiding potential conflicts at the opening of the domestic railway market were offered. The developed stakeholder positioning matrix ("areas of interest / scope of coverage") extends the practice of modern management tools to methodological approaches that can serve as a basis for substantiating strategic directions of the industry's development in general.

**Key words:** railway market, stakeholders, liberalization, carriers, independent railway regulator, railway infrastructure operator.

**Постановка проблеми.** Залізничні перевезення становлять близько 82% вантажних і 50% пасажирських перевезень у загальній структурі транспортного ринку України. Українська залізниця за обсягами вантажних перевезень займає четверте місце на Євразійському континенті, поступаючись лише залізницям Китаю, Росії та Індії [1]. Разом із тим перспективи розвитку галузі залізничних перевезень тісно пов'язані з інвестиційною політикою. На тлі високої зношеності рухомого складу та застарілої інфраструктури спостерігається згортання програм капітальних інвестицій. Обсяг виконання плану з капітальних інвестицій у 2017 р. становив 68%, у 2018 р. – 68%, а в 2019 р. – 38%. При цьому сам обсяг капінвестицій скоротився на 26% порівняно з минулим роком – з 25 млрд грн до 18 млн грн [2]. Як результат – поступовий занепад галузі, зменшення частки залізничних перевезень у загальній структурі транспортного ринку, що стимулює процес реструктуризації галузі, лібералізації ринку залізничних перевезень в Україні. Незважаючи на активізацію регуляторних чинників (прийняту Національну транспортну стратегію Drive Ukraine – 2030; стратегію «Укрзалізниця» на 2019–2023 рр.; розроблений законопроект «Про залізничний транспорт України», що пропонує нову модель ринку залізничних перевезень з урахуванням європейського законодавства), помітних зрушень на ринку ще не відбулося. Отже, постає питання ідентифікації ключових чинників, які впливають на процес лібералізації ринку залізничних перевезень в Україні. Гіпотеза нашого

дослідження: основною перешкодою на шляху лібералізації ринку залізничних перевезень є не законодавча та політична база, а стик (конфлікт) інтересів основних стейкхолдерів. Багато науковців наблизилися до постановки низки важливих питань, що стосуються досліджуваної теми, але так і не сформулювали їх. Чому за однакових передумов (історично залізничі європейських країн та України були вертикально інтегрованими державними монополіями; поступове зменшення частки залізничних перевезень та збільшення потреби в капітальних інвестиціях) одні країни успішно рухаються шляхом лібералізації ринку залізничних перевезень, а в інших цей процес затяжний? Що заважає останнім ставати більш конкурентоспроможними, використовуючи досвід провідних європейських країн?

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

З огляду перспективи відкриття ринку залізничних перевезень України, доречним є аналіз досліджень європейських практик запровадження лібералізації. Ранні публікації на дану тематику зроблені ще у 90-х роках ХХ ст., оскільки саме тоді розпочався процес лібералізації європейського ринку. Інтерес німецьких дослідників тривалий час був спрямований на вплив Євродирективи (1991 р.) та трьох залізничних пакетів (2001, 2004, 2007 рр.) на активізацію залізничної галузі та на дослідження джерел труднощів у стимулюванні добросовісної конкуренції [3]. Згодом пакети були оновлені Директивою 2012 р. та четвертим залізничним пакетом (2016 р.), які забезпечували форму-



вання єдиного залізничного простору Європи. Сьогодні найвищого рівня лібералізації ринку залізничних перевезень досягли такі країни, як Великобританія та Швеція. За ними слідує Австрія, Німеччина та Італія. Проблеми сьогодення дослідників цих країн зачіпають боротьбу з подвійно недосконалою конкуренцією: у межах залізничної галузі та міжгалузеву (з автомобільною галуззю) [4].

Не оминає уваги питання регуляторних чинників на формування єдиного європейського ринку залізничних перевезень. Дослідження італійських учених висвітлюють вплив реалізації регуляторної реформи ЄС на ринку залізничних перевезень на державну політику країн – членів ЄС [5]. Автори наголошують на важливості створення регуляторних агентств і доводять, що країни – члени ЄС із залізничними регуляторними агентствами, які виконують інституційні функції національних незалежних відомств як виконавців законодавства ЄС, швидше наближаються до моделі лібералізації залізничного ринку ЄС.

Комплексними дослідженнями ринку залізничних перевезень займаються спеціалізовані інститути, такі як European Rail Research Institute, Kühne Logistics University, Birmingham Centre for Railway Research and Education, The Institute of Railway Research at The University of Huddersfield, Institut für Bahnsysteme und Bahntechnik Darmstadt [6–10]. Для тих країн, де процес лібералізації та дерегуляції залізничного ринку лише розпочався, важливо послуговуватися уроками провідних європейських країн.

Вибіркові дослідження публікацій учених Польщі [11; 12], Угорщини [13], Туреччини [14] доводять спільність проблем із ситуацією в Україні [15]. Беручи до уваги досвід здійснення лібералізації ринку країнами Європи, тривалість і наслідки процесів, стейкхолдери зможуть краще прогнозувати та передбачати коливання ринку.

**Метою дослідження** є аналіз проблем лібералізації ринку залізничних перевезень та прогнозування сценарію лібералізації українського ринку залізничних перевезень на підставі ідентифікації інтересів стейкхолдерів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основним гравцем ринку є АТ «Укрзалізниця», яка досі утримує монополію. Сьогодні підприємство є збитковим. Ситуація ускладнюється зношеністю основних фондів, рухомого складу та масштабної інфраструктури. *Власники АТ «Укрзалізниця»* (Кабінет Міністрів України) зацікавлені вивести підприємство з критичного стану, впроваджуючи вертикальну реорганізацію в межах реформи, передбаченої стратегією «Укрзалізниця 2019–2023» та Угодою про асо-

ціацію з Європейським Союзом. Перш за все необхідним для АТ «Укрзалізниця» є відокремлення оператора залізничних послуг від оператора залізничної інфраструктури. Сфера інтересів *менеджерів АТ «Укрзалізниця»* лежить у площині можливостей професійного розвитку, вчасної заробітної платні та гарантії роботи. Для *працівників АТ «Укрзалізниця»*, а їх налічується понад 265,5 тис осіб, – вчасна заробітна плата та гарантія роботи.

Лібералізація передбачає відкриття доступу до залізничної інфраструктури приватним операторам. Відповідно, кількість стейкхолдерів зростає, а сфери їхніх інтересів автори пропонують узагальнити за допомогою матриці (рис. 1). Матриця позиціонує стейкхолдерів у двох вимірах: масштаби охоплення (місцеві, глобальні) та сфера інтересів (бізнес, політика).

Велику групу зацікавлених сторін становлять *вантажовласники*, а їх понад 1 тис підприємств різних галузей промисловості: вугільної, хімічної, лісової, оборонної, тютюново-махоркової, харчової, цегельної, целюлозної, цементної, цукрової, будівельної, металургійної тощо. Їхній інтерес полягає у вчасному транспортуванні своєї продукції та якісному обслуговуванні. Серед цієї групи слід виділити підприємства гірничо-металургійного комплексу та агрохолдинги, а саме «Івано-Франківськцемент», «Металургтранс», «Технобуд Груп» тощо. Це – потенційні *конкуренти* АТ «Укрзалізниця». Їхній інтерес – самостійне перевезення своєї продукції власним рухомим складом та тягою задля кращого задоволення потреб своїх клієнтів: своєчасного відвантаження своїх вантажів, поліпшення сервісу, здешевлення перевезень. Проте важливим аспектом виступає механізм тарифоутворення вантажних перевезень, яке ґрунтується на тарифних класах та дискримінує важливість транспортування окремих груп вантажів через доступність до інфраструктури.

Великий сегмент українських споживачів – *пасажери* (понад 150 млн осіб за рік), які бажають мати доступний, надійний, екологічний, комфортний вид транспорту.

*Виробники рухомого складу/запчастин/устаткування* зацікавлені у замовленнях, які будуть вчасно оплачені. Ця група зацікавлених сторін об'єднує понад 20 українських підприємств, серед яких – «Азовмаш», Харківський вагонобудівний завод, Білоцерківський завод «Трібо», «Віс Груп Плюс», «Мантікорм», «Метінвест-СМЦ», «Крендлз», «Сота Україна», «Альфа Метал Компані», «Інтерпайп Україна», Кременчуцький сталеливарний завод, Крюківський вагонобудівний завод тощо. Незважаючи на значну потребу в оновленні рухомого складу української залізниці, для цих підпри-

<b>Глобальні</b>	Конкуренти (PKP LHS, ZSSK Cargo)	Євразійські держави
	Постачальники (General Electric, Bombadier, Siemens, Newag, Pesa Bydgoszcz, Alstom , CRRC Corporation Limited та ін.)	Міжнародні партнери України (Світовий банк, IFC, EBRD, IMF, EIB)
<b>Місцеві</b>	АТ «Укрзалізниця» (власники, менеджери, працівники) (> 265 500) Конкуренти (>10) Вантажовласники (>1000) Пасажири (>150 млн.) Виробники рухомого складу/ запчастин/ устаткування (>20) Підприємства, що забезпечують технічне обслуговування (>10) Підприємства, що здійснюють ремонт вагонів (>20) Постачальники палива (>20)	Український уряд  Місцеві ради
	<b>Бізнес</b>	<b>Політика</b>

**Рис. 1. Матриця позиціонування стейкхолдерів («сфери інтересів/масштаби охоплення»)**

*Джерело: розробка авторів*

емств характерні недозавантаження власних потужностей, втрата робочих місць, зниження доходів через неплатоспроможність основного замовника – АТ «Укрзалізниця», який де-факто є державним підприємством-монополістом у сфері залізничних перевезень.

*Підприємства, що забезпечують технічне обслуговування, ремонт та капітальний ремонт,* також зацікавлені у замовленнях, які будуть вчасно оплачені. Ця група зацікавлених сторін об'єднує понад 10 українських підприємств, серед яких: Попаснянський вагоноремонтний завод, Панютинський вагоноремонтний завод, Стрийський вагоноремонтний завод, Дарницький вагоноремонтний завод тощо. За статистикою, у парку УЗ сьогодні знаходиться 3 396 локомотивів, з яких експлуатується 2 209. Решта несправні або потребують ремонту.

*Постачальники палива.* Залізничні вантажні перевезення є одними з найбільших споживачів дизельного палива в Україні. Щорічно на перевезення використовується близько 300 тис т. Діючі постачальники: «Трейд Коммодіті», «Елемент Нафта», Wexler Group, Socar, WOG, «То-

рум», «АНВІТРЕЙД», «ОККО Контракт», «Ойл Трейд 2018», «Альянс енерго трейд», «Глуско Україна», «Ферст груп», «Фідея», «Міроіл», УБСП «Азмол-Брітіш Петрокемікалс».

*Український уряд, держава,* яка ще й залишається мажоритарним власником «Укрзалізниця», тобто державі належить 50%+1 акція. Реформа залізничного ринку в Україні постійно знаходиться в полі зору ЗМІ. Уряд критично зацікавлений вести таку політику, завдяки якій відкриття залізничного ринку матиме найсприятливіший ефект для України і забезпечуватиме інтеграцію України в єдиний транспортний простір Євросоюзу.

Інтерес *місцевих рад* зводиться до того, що місцеві громади міст/селищ, де проходить залізничне полотно та є станція, одержують належно оплачувані робочі місця, збільшення доходів до місцевого бюджету, поліпшення інфраструктури міст/селищ, просування іміджу міст/селищ.

*Євразійські держави,* а саме країни ЄС, Росія, Білорусія та Китай, на глобальному рівні зацікавлені у наявності рівноправного партнера

у здійсненні залізничних перевезень, а також у розширенні географії перевезень.

*Міжнародні партнери України*, а саме Світовий банк, IFC, EBRD, IMF, EIB, перш за все мають інтерес у забезпеченні політичної підтримки процесу лібералізації ринку, а також забезпеченні технічної та фінансової допомоги у реалізації майбутніх спільних проєктів.

*Глобальні постачальники* зацікавлені у перспективних ринках збуту, до яких можна віднести український (за статистикою, знос вантажних вагонів становить 80%, електровозів – 87%, 40% колій потребують ремонту та модернізації). Український залізничний ринок попадає у сферу інтересів таких компаній – виробників локомотивів, як General Electric (Америка), Bombardier (Канада), Siemens, Newag, Pesa Vydgoszcz (Польща), Alstom (Франція), CRRC Corporation Limited (Китай), ELMESY та TRIBOTEC (Чехія), Hi-Bond Bearings (Індія).

*Глобальними конкурентами* можуть стати закордонні перевізники Польщі (PKP LHS) та Словаччини (ZSSK Cargo), проте інтерес також можуть проявляти оператори Білорусії та Росії, оскільки їхня залізнична мережа є інтероперабельною з українською.

**Висновки з проведеного дослідження.** Лібералізація призначена підвищити конкурентоспроможність української залізниці та сприятиме інтеграції української економіки в глобальну. Як показали дослідження, цей процес в Україні є досить затяжним та достатньо політизованим. Основна причина – стик інтересів стейкхолдерів АТ «Укрзалізниця» (український уряд – великі

вантажовласники), де провідну роль відіграє український уряд (Кабінет Міністрів України), який залишається мажоритарним власником АТ «Укрзалізниця» як перевізника. Дослідження підтвердили висунуту гіпотезу авторів.

Для вирішення існуючих конфліктів та уникнення потенційних конфліктів під час відкриття вітчизняного ринку залізничних перевезень необхідно прийняти спільні принципи, більшість з яких прописано у вже розроблених законодавчо-нормативних документах, однак бракує політичної волі їх затвердити, щоб вони набули чинності. Досі не сформовано позицію українського уряду відносно залізничної інфраструктури, не зрозумілий механізм її фінансування. Відкритим залишається питання відносно незалежного залізничного регулятора, у функціональні обов'язки якого входило б забезпечення рівного доступу до залізничної інфраструктури всіх перевізників, та незалежного органу сертифікації/стандартизації/безпеки, який дбатиме про якість залізничних перевезень відповідно до міжнародних вимог.

Розроблена матриця позиціонування стейкхолдерів («сфери інтересів/масштаби охоплення») розширює практику сучасних інструментів менеджменту методичними підходами, які можуть служити основою для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку галузі загалом. Лібералізація ринку залізничних перевезень загострить проблему конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту, що знайде відтворення у перспективних наукових пошуках авторів.

#### Список використаних джерел:

1. Укрзалізниця. *Вікіпедія – вільна енциклопедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F> (дата звернення: 03.02.2020).
2. «Укрзалізниця» нарощує прибуток, згортаючи капітінвестиції – Криворучко». *УНІАН*. 17.12.2019. URL: <https://www.unian.ua/economics/transport/10797737-ukrzaliznicya-naroshchuye-pributok-zgortayuchi-kapinvesticiji-krivoruchko.html> (дата звернення: 03.02.2020).
3. Szekely, Bulcsu. Progress of Liberalisation Process of the Railways in Germany and France. Lappeenranta University of Technology, 2009.
4. Crozet, Yves. Rail freight development in Europe: how to deal with a doubly-imperfect competition? 2016.
5. De Francesco, Fabrizio and Graziella Castro. Beyond legal transposition: regulatory agencies and de facto convergence of EU rail liberalization. *Journal of European Public Policy*. 2018. № 25.3. P. 369–388.
6. *European Rail Research Institute*. URL: <https://uic.org/research/> (дата звернення: 04.02.2020).
7. Kühne Logistics University Wissenschaftliche Hochschule für Logistik und Unternehmensführung (KLU). URL: <https://www.mastersportal.com/universities/1094/kuhne-logistics-university.html> (дата звернення: 03.02.2020).
8. Birmingham Centre for Railway Research and Education. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/research/railway/index.aspx> (дата звернення: 05.02.2020).
9. The Institute of Railway Research at The University of Huddersfield. URL: <https://research.hud.ac.uk/institutes-centres/irr/> (дата звернення: 03.02.2020).
10. Institut für Bahnsysteme und Bahntechnik an der Technische Universität Darmstadt Institut für Bahnsysteme und Bahntechnik. URL: [https://www.verkehr.tu-darmstadt.de/bst/bahnsysteme/startseite\\_bs\\_1/index.de.jsp](https://www.verkehr.tu-darmstadt.de/bst/bahnsysteme/startseite_bs_1/index.de.jsp) (дата звернення: 05.02.2020).

11. Zielaskiewicz H., Gniadek A. *Rozwój usług logistycznych w kolejowym transporcie towarów szansą na odzyskanie rynku* Czasopismo. *Logistyka*. 2018. № 3/2018. S. 18–23.
12. Antonowicz M., Zielaskiewicz H. Czy kolejowe przewozy towarowe odzyskują rynek transportowy Czasopismo. *Logistyka*. 2017. № 6/2017. S. 9–14.
13. FARKAS, BALINT. Increasing competitiveness in a liberalised rail freight market – the Hungarian Case. *Transylvanian Review*. 01.10.2018.
14. Zeybek Hulya. Customer segmentation strategy for rail freight market: The case of Turkish State Railways. *Research in Transportation Business & Management*. 2018. № 28. P. 45–53.
15. Krykavskyy Y., Stasiuk K. Railway freight transportation liberalization as a solution for improving client services quality. *SHS Web of Conferences*. 2019. Vol. 67: Fifteenth scientific and practical international conference «International transport infrastructure, industrial centers and corporate logistics» (NTI-UkrSURT 2019), June 6-8, 2019, Kharkiv, Ukraine. P. 1–6.

#### References:

1. Ukrzaliznytsia. The official Wikipedia site is a free encyclopedia, accessed 02/03/2020. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F>
2. "Ukrzaliznytsia" increases profits by curtailing capital investments – Kryvoruchko. Unian news agency, 12/17/2019, accessed 04/02/2020. URL: <https://www.unian.ua/economics/transport/10797737-ukrzaliznytsia-naroshchuye-pributok-zgortayuchi-kapinvesticiji-krivoruchko.html>
3. Szekely, Bulcsu. Progress of the Liberalization Process of the Railways in Germany and France. Lappeenranta University of Technology, 2009.
4. Crozet, Yves. "Rail freight development in Europe: how to deal with doubly-imperfect competition ?" 2016.
5. De Francesco, Fabrizio, and Graziella Castro. "Beyond legal transposition: regulatory agencies and the de facto convergence of EU rail liberalization". *Journal of European Public Policy*, 25.3 (2018): 369–388.
6. European Rail Research Institute Official site. URL: <https://uic.org/research/> (accessed 04.02.2020).
7. Kühne Logistics University – Wissenschaftliche Hochschule für Logistik und Unternehmensführung (KLU). Official site. URL: <https://www.mastersportal.com/universities/1094/kuhne-logistics-university.html> (accessed 02.03.2020).
8. Birmingham Center for Railway Research and Education Official Site. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/research/railway/index.aspx> (accessed 02.05.2020).
9. The Institute of Railway Research at The University of Huddersfield Official Site. URL: <https://research.hud.ac.uk/institutes-centres/irr/> (accessed 02.03.2020).
10. Institute for Bahnsystem and Bahntechnik an der Technische Universität Darmstadt Institute for Bahnsystem and Bahntechnik Official Website. URL: [https://www.verkehr.tu-darmstadt.de/bst/bahnsysteme/startseite\\_bs\\_1/index.de.jsp](https://www.verkehr.tu-darmstadt.de/bst/bahnsysteme/startseite_bs_1/index.de.jsp) (accessed 02.05.2020).
11. H. Zielaskiewicz, A. Gniadek *Rozwój usług logistycznych w kolejowym transporcie towarów szansą na odzyskanie rynku* Czasopismo "Logistyka", 3/2018, p. 18–23.
12. M. Antonowicz, H. Zielaskiewicz. *Czy kolejowe przewozy towarowe odzyskują rynek transportowy* Czasopismo "Logistyka", 6/2017, p. 9–14.
13. FARKAS, BALINT. "Increasing competitiveness in a liberalized rail freight market – the Hungarian Case." *Transylvanian Review*, 1.10 (2018).
14. Zeybek, Hulya. "Customer Segmentation Strategy for the Rail Freight Market: The Case of Turkish State Railways". *Research in Transportation Business & Management*, 28 (2018): 45–53.
15. Krykavskyy Y., Stasiuk K. Railway freight transportation liberalization as a solution for improving client service quality // *SHS Web of Conferences*. 2019. Vol. 67: Fifteenth Scientific and Practical International Conference "International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics" (NTI-UkrSURT 2019), June 6-8, 2019, Kharkiv, Ukraine. P. 1–6.

**Алексєєнко Д.Д.**здобувач,  
НТУ «Дніпровська політехніка»**Aliksieienko Daria**

Dnipro University of Technology

**ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ ВИРОБНИЦТВА  
ЛОКАЛЬНИХ СУСПІЛЬНИХ БЛАГ****INSTITUTIONAL MECHANISM OF LOCAL PUBLIC  
GOODS PRODUCTION**

Стаття присвячена вирішенню проблеми підвищення ефективності виробництва суспільних благ через застосування інституціональних важелів впливу на функціонування державного сектора. На основі принципів агентських відносин, а також уявлення про трансакційні витрати виявлено обмеженість держави як суб'єкта надання суспільних благ. Запропоновано наближення їх виробництва до місцевого рівня, що досягається через звуження кола учасників взаємодій до малої групи, між членами якої встановлена інституціональна близькість. Надання локальних суспільних благ представлено як процес укладання імпліцитної угоди між представниками місцевого політикуму і локальної спільноти, яка фінансує їх виробництво через сплату податків. Виокремлено переваги локальних спільнот у забезпеченні необхідного рівня виробництва суспільних благ.

**Ключові слова:** суспільні блага, локальні суспільні блага, інституціональна близькість, суспільний сектор, агентські відносини, неявний контракт, соціальний капітал.

Статья посвящена решению проблемы повышения эффективности производства общественных благ через применение институциональных рычагов влияния на функционирование государственного сектора. На основе принципов агентских отношений, а также представления о трансакционных издержках выявлена ограниченность государства как субъекта предоставления общественных благ. Предложено приблизить их производство к местному уровню, что достигается за счет сужения круга участников взаимодействий до малой группы, между членами которой установлена институциональная близость. Предоставление общественных благ на локальном уровне представлено как процесс заключения имплицитного контракта между представителями местного политикума и локального сообщества, которая финансирует их производство через уплату налогов. Выделены преимущества локальных сообществ в обеспечении необходимого уровня производства общественных благ.

**Ключевые слова:** общественные блага, локальные общественные блага, институциональная близость, общественный сектор, агентские отношения, неявный контракт, социальный капитал.

The production of public goods is an important component of ensuring high living standards and its ability to meet a wide range of socio-economic needs. Realities indicate the existence of both theoretical and practical problems in the functioning of the public sector of the economy, in which such goods are produced. This article is devoted to solving the problem of improving the efficiency of public goods' production through the use of institutional levers of influence on the functioning of the public sector. Analytical possibilities of neoclassical and institutional approaches to studying the sphere of production of public goods are analyzed. The effectiveness of institutional methodology in establishing ways to combine collective interests and achieve socially significant goals is demonstrated. On the basis of the application of agency relations principles as well as of the idea of transaction costs it is revealed that the state is limited as a subject of public goods in the required amount and corresponding quality. As an alternative, it is proposed to transfer most of the public goods to the mode of their production at the local level, which can be achieved by narrowing the circle of participants in the interaction to a small group, between members of which there is an institutional closeness. The principles of formation of such groups in the institutional environment of certain territorial groups are revealed. The provision of public goods at the local level is presented as a process of concluding an implicit agreement between representatives of local politics and the local community, which finances their production by paying

taxes. The advantages of local communities in ensuring the required level of production of public goods with much greater efficiency than is possible only with state participation are highlighted. It is established that the critical mass of social capital, which is accumulated in the local community, has a decisive influence on the efficiency of achieving collective goals in the production of public goods, which is as close as possible to the local level.

**Key words:** public goods, local public goods, institutional proximity, public sector, agency relations, implicit contract, social capital.

**Постановка проблеми.** Виробництво суспільних благ є важливою складовою забезпечення високих стандартів життя населення та його можливості задовольняти широкий спектр соціально-економічних потреб. Слугуючи засобом задоволення останніх, суспільні блага виступають одним із джерел формування людського капіталу як одного із найважливіших ресурсів сучасного економічного зростання. При всій важливості питань виробництва суспільних благ та постійному зверненні до даної проблематики представників економічної науки, ця сфера все ще залишається однією із найменш досліджених в плані розробки ефективних способів вирішення проблем надання суспільству тих благ, які не може у достатній кількості запропонувати ринок. Починаючи з А. Пігу, який перший на змістовному рівні поставив проблему виробництва суспільних благ, теоретичних пошуків П. Самуельсона, К. Ерроу, Р. Масгрейва, Дж. Стігліца, досліджень представників теорії суспільного вибору Дж. Бюкенена, Г. Таллока та М. Олсона і закінчуючи сучасними підходами Е. Остром, економічна наука прагне віднайти ефективний механізм виробництва суспільних благ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика суспільного сектора економіки та особливостей надання суспільних благ, у тому числі й на місцевому рівні, досить широко представлена і в сучасній вітчизняній економічній думці. Так, в роботах О. Длугопольського [1], М. Кічурчак [2], Ю. Петрушенка [3], Ю. Радіонова [4] та інших вчених розглядаються питання сутності суспільних благ, особливостей їх відтворення в сучасних умовах, аналізуються аспекти фінансового забезпечення виробництва на різних рівнях економічної системи України тощо. Разом з тим, економічна практика свідчить, що в Україні існують проблеми кількісного та якісного забезпечення суспільними благами, обмеженості фінансових та інших ресурсів для їх виробництва і, поряд з цим, наявність високого рівня корупційної складової у процесі їх надання суспільству. Тому проблематика виробництва суспільних благ, та, відповідно, обґрунтування ефективного механізму суспільного контролю за даним процесом, й надалі залишається актуальною.

**Мета статті** полягає у пошуку теоретико-методологічних підходів щодо вирішенню проблеми підвищення ефективності виробництва суспільних благ через застосування інституціональних важелів впливу на функціонування державного сектора.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вирішення питання виробництва суспільних благ, зазвичай, пропонується на основі організації їх виробництва у державному секторі економіки, оскільки таким чином вирішується проблема «ринкових провалів». Представники неокласичного напрямку економічної думки вихідною тезою своїх досліджень обирали ринковий спосіб отримання благ і намагалися застосувати його характеристики до суспільної сфери. Зокрема, вони передбачали раціональну поведінку індивідів і саме виходячи із її характеристик намагалися побудувати суспільні криві байдужості, з яких у подальшому мав би бути виведений попит суспільства на ті блага, які не надавалися у достатньому обсязі ринком. Результатом подібних пошуків стали теореми неможливості К. Ерроу і П. Самуельсона, контури мінімальних сукупних вимог для суспільства або групи, відкриті Т. Скітовські, концепція мериторних благ Дж. Масгрейва. Незважаючи на участь у вирішенні проблеми суспільних благ представників інституціоналізму, ця царина економічної науки так і не вийшла за межі методологічних передумов неокласичного аналізу. Представники теорії суспільного вибору Дж. Бюкенен, Г. Таллок, М. Олсон розширили економічний аналіз до політичної сфери, однак прийняття рішень описували, виходячи із раціонального контексту та індивідуалізму. Політичний ринок, який виступає об'єктом дослідження неоінституціоналістів, не переставав при цьому так і залишатися ринком, хоча й доволі специфічним. Відповідно, неокласична методологія, яка хоча й була поєднана з інституціоналізмом у річищі неоінституціональної теорії, не змогла віднайти дієвих механізмів виявлення суспільних переваг.

Якщо проаналізувати існуючі в економічній науці спроби виявити суспільні переваги за рахунок агрегування індивідуальних переваг по аналогії із ринковою ситуацією, то стає очевидним, що подібна процедура завжди наражалася

на непереборні труднощі. Поставало питання, а чи існує взагалі колективна раціональність? Дискусії з цього приводу завершилися тим, що економісти-теоретики визнали раціональність поняттям виключно індивідуальним. Шукаючи, однак, рішення проблеми надання суспільних благ, вчені у той або інший спосіб інтуїтивно відчували існування певних можливостей наближення до виявлення альтернативного механізму їхнього виробництва. Так, П. Самуельсон робить висновок, що «За наявності достатніх знань оптимальні рішення завжди можуть бути знайдені за рахунок сканування всіх станів світу, які можна досягти, і відбору одного із них, який найбільшим чином відповідає функції етичного добробуту. Рішення «існує», питання в тому, як його «знайти» [5, с. 375].

Знаходження подібного рішення не є персічним питанням. По-перше, ми повинні мати нормативний стандарт, який би відображав етичні уявлення щодо суспільного добробуту. По-друге, необхідною умовою є суспільне визнання саме цього стандарту та прийнятих шляхів його досягнення. Як результат, ми знову піднімаємо проблему досягнення суспільного консенсусу. За такої постанови питання дослідження зміщується у сферу моральної філософії і наражається на невирішеність сучасною наукою ключових проблем морального вибору суспільства. Спроба вирішити цю проблему в межах конституційного вибору також не позбавлена обмежень, в цій теорії передбачається, що нормативний стандарт визначають безпосередньо індивіди у ході голосування і у такий спосіб досягають узгодження своїх індивідуальних переваг. Неоптимальність застосування цієї процедури для виявлення дійсних суспільних переваг була продемонстрована представниками теорії суспільного вибору.

Не заглиблюючись у детальний розгляд етичних проблем, вважаємо, що висхідним положенням наших подальших роздумів у річизі проблем надання суспільних благ має стати теза про принципову можливість досягнення такого консенсусу серед членів певної спільноти. Звертаючись до висловлювання Дж. Найта, який стверджував, що «ми наполягаємо не тільки на тому, що певні ідеали реально притаманні індивідам, але й на тому, що це частина нашої культури і що вони досить одноманітні й об'єктивні для того, щоб сформувати стандарти порівняння для даної країни у даний час» [6, с. 41–45], робимо висновок, що, в принципі, однорідність групи щодо певних етичних стандартів може бути виведена із соціокультурних цінностей. Однак, слідуючи за логікою К. Ерроу ми маємо не тільки віднайти основу певного морального імперативу, але й «обрати механізм так, щоб

найкращим чином привести прагматичний імператив до співпадіння з моральним» [7, с. 128].

Тому для вирішення даної проблеми ми повинні вийти за межі неокласичного та неоінституціонального аналізу, в яких домінуючим є суб'єктивний підхід, а головною передумовою дослідження стає раціональна поведінка суб'єктів, і розглянути процес створення суспільних благ, виходячи із концепту біосоціо-духовної природи людини. Як відомо, реальні люди мають широкий спектр потреб, які зумовлені вимогами їхнього фізичного існування, розвитку особистості, спілкування з іншими людьми. Прагнучи задоволення всіх цих різновидів потреб і маючи відповідні інтереси люди вимушені взаємодіяти один з одним, щоб досягти поставлених цілей. Неокласична теорія споживацьких переваг демонструє нам лише ранги, які вибудовує індивід щодо наборів безпосередніх предметів задоволення потреб. Ми вважаємо, що більш важливим є розуміння не стільки того, які переваги демонструє споживач, а стільки того, як він безпосередньо буде діяти заради їх досягнення. Тобто, на передній план виходить мотивація. Чи буде він ухилятися від оплати суспільних благ, вважаючи, що отримає необхідне безкоштовно? Чи буде займатися благодійною діяльністю, жертвуючи час, а може й кошти, щоб прибрати засмічений міський парк або побудувати в ньому дитячий майданчик? Чи проявить політичну й громадянську активність, вимагаючи якісних суспільних благ від уряду? Саме ці питання, на нашу думку, є тими актуальними проблемами, які необхідно вирішувати у сфері виробництва суспільних благ. Отже, ми маємо вести мову про інтереси і механізм їхнього поєднання заради досягнення загальних цілей.

Стосовно приватних благ індивідуальні інтереси суб'єктів узгоджуються за допомогою цінового механізму. Коли ж ми маємо справу із суспільними благами, то тут виникає необхідність задіяння інших способів впливу на поведінку споживачів. Досліджуючи сутність процесів координації, представники французької школи інституціоналізму дійшли висновку про існування цілого ряду способів поєднання суперечливих інтересів членів суспільства, які не обмежуються виключно державою і ринком. До таких способів відносяться: традиційна (домашня), ринкова, індустриальна, етична, бюрократична, громадянська, державна координація. Відповідно, кожен із них має свої механізми і саме ці механізми дозволяють спрямувати економічних суб'єктів на досягнення соціально-значимих цілей [8]. По відношенню до суспільних благ виникає питання, хто саме є суб'єктом визначення останніх?

Ми виходимо з того, що реальне суспільство є поєднанням людей, наділених розумом і здатних чітко визначити характер перешкод, які їм заважають досягти поставленої мети при прагненні задовольнити свої потреби. Таке розуміння дає підстави визначити одним із ключових суб'єктів надання суспільних благ локальну спільноту, яка формується із індивідів, що довготривалий час проживають на одній території і, що найважливіше, пов'язані між собою спільністю цінностей, норм і правил поведінки. На відміну від географічного (територіального) принципу, детермінованого місцем проживання індивідів, ми пропонуємо визначати малу групу – суб'єкта надання суспільних благ на певній території – з огляду на характер соціальних взаємодій, які встановлюються між її членами. Локальна спільнота, якщо її розглядати у такому контексті, володіє значно вищими стимулами забезпечувати необхідний рівень суспільних благ і має у своєму розпорядженні дієві ресурси впливу на підвищення ефективності їх виробництва.

Перш за все, слід звернути увагу на той факт, що при звуженні кола учасників взаємодій при наданні суспільних благ, виходячи з критерію інституціональної локальності, вдається суттєво знизити трансакційні витрати. Коли виробництво суспільних благ фінансується із центрального бюджету відносини між споживачами суспільного блага та його виробниками набувають класичної форми взаємодії принципала й агента. Контрактні відносини між цими двома суб'єктами характеризуються тим, що принципал (замовник, у ролі якого виступає споживач суспільного блага-платник податків) передає агенту (органу державної влади) право прийняття рішення щодо організації виробництва певних благ за державний кошт і очікує ефективного виконання покладених на нього функцій (бажаного результату).

На відміну від ринкових товарів, при виробництві суспільних благ відносини між принципалом і агентом не фіксуються у вигляді класичної угоди – домінуючим є імпліцитний (неявний контракт), який базується на довірі платників податків до органів державної влади щодо їх здатності забезпечити суспільству необхідний обсяг таких благ з відповідною ефективністю. За таких умов державний орган є єдиним постачальником суспільних благ і здійснює необхідну для цього діяльність, яку принципал не може повною мірою відслідкувати. Відповідно, у держави виникають переваги у взаємодії – вона може самостійно обирати рівень зусиль, які буде спрямовувати на досягнення суспільних цілей. Тобто, вона може діяти у власних інтересах і має свободу вибору напрямків і обсягів фінансу-

вання. У таких випадках приймаються рішення, що суперечать суспільним інтересам і призводять до втрат суспільного добробуту. Виникає своєрідна «інституціональна пастка»: якщо агент досягає необхідного суспільного результату, то втрачає власний зиск, а якщо за рахунок недопостачання або зниження якості суспільних благ йому вдається максимізувати власну вигоду – втрати несуть платники податків.

Отже, при державному виробництві суспільних благ наявний конфлікт інтересів і несиметричність розподілу інформації: агент володіє повною інформацією щодо напрямів фінансування й очікуваних результатів і намагається схилити принципала (споживачів суспільного блага) до визнання доцільності прийнятих ним рішень. У політичній сфері, яка стосується організації виробництва суспільних благ, включається в дію механізм перерозподілу державних ресурсів (лобізм, логролінг) і суттєво загострюється конкурентна боротьба за «перекачку» останніх у ті сфери, з яких можна швидко вилучити політичну ренту. Перерозподільні бюджетні процеси та політичне маневрування потребують значних ресурсів (особливо витрат на проведення переговорів, приховання інформації, формування суспільної думки щодо необхідності фінансування саме тих напрямків, які обрав уряд тощо). А це підвищує трансакційні витрати.

Наближення виробництва суспільних благ до місцевого рівня робить прийняття таких рішень більш прозорим, оскільки в безпосередніх місцях їх споживання більш очевидними стають дійсні потреби населення, більш явно окреслюються ті сфери, куди саме необхідно спрямувати ресурси. Всередині локальних спільнот значно важче приховати інформацію про рентоорієнтовані наміри і дії місцевого політикуму – люди, які постійно взаємодіють між собою з легкістю виявляють прояви опортуністичної поведінки чиновників. В локальних спільнотах діють «вбудовані» механізми поповнення інформації, за рахунок яких споживачі можуть використовувати не тільки ту інформацію, яку надають політики, але й ту, яку вони приховали. Люди, об'єднані інституціональною близькістю, реагують не тільки на інформацію, яка передається цілеспрямовано, але й отримують її у процесі спостереження, міжособистісного спілкування. Отже, всі угоди, які укладаються між місцевими органами влади та безпосередніми виробниками локальних суспільних благ дуже просто перевірити, оскільки асиметрична інформація (приховане знання) більшою мірою відсутня.

Ці особливості локальних спільнот дозволяють значно знизити й витрати з контролю за



виконанням зобов'язань і задіяти менш витратний механізм примусу до їх виконання. Члени спільнот, які уклали контракт на виробництво блага і самі приймали участь у виборі напрямків і сфер фінансування, мають значно більшу зацікавленість у його виконанні, ніж третя сторона. Вони будуть слідкувати один за одним, викриваючи найменші прояви його порушення. Згідно досліджень Е. Остром, в малих групах люди постійно зустрічаються з наслідками своїх повсякденних дій. Вони постійно комунікують і взаємодіють між собою в локалізованому середовищі. Для них стає можливим віднайдення тих, кому можна довіряти, розуміння наслідків, до яких призводять їхні дії, самоорганізація для того, щоб навчитися досягати загальної вигоди, запобігаючи збиткам [9, с. 342]. Тому члени локальних спільнот самі припиняють шахрайство, оскільки це порушує їх права, і самостійно здійснюють нагляд за виконанням угод та застосовують примус до виконання встановлених правил. Якщо уважно придивитися до діяльності батьківських комітетів в школах, ініціативних контролюючих груп в об'єднаннях власників багатопверхових будинків тощо, то ми побачимо реалізацію цього принципу в дії. Тому у локальних спільнотах наявність загальної мети сама породжує взаємний контроль. Обмеженість числа учасників групи створює також і більш потужний потенціал впливу на результати діяльності держави у виробництві локальних суспільних благ, а об'єднання зусиль дозволяє отримати порівняльні переваги у тиску на державу [10].

**Висновки.** Вищевикладене дозволяє зробити висновок про суттєве зростання ефективності виробництва суспільних благ, якщо у ці

відносини поряд з державою включені локальні спільноти, що характеризуються інституційною близькістю їх членів. Ці угруповання приймають на себе заповзання звуження варіантів дій до певного, етично виправданого набору, і завдяки цьому не потребують виявлення колективних переваг. Між членами групи виникає спільність уподобань, яка ґрунтується на колективних уявленнях відносно цінностей, припустимих способів поведінки, які, в свою чергу вводяться в дію культурою. Як показує практика, серед груп, які протягом довготривалого історичного періоду здійснювали сумісну діяльність, що опосередковувалась різними нормами спілкування, мали минулий досвід вирішення колективних проблем були сформовані й схожі уявлення відносно цінностей та норм поведінки. Тому тут наявний сумісний розрахунок на довготривале співробітництво. Відтак встановлення й управління узгодженістю поведінки учасників неявного контракту виявляється невиокремленим із витрат на підтримання власне життєдіяльності учасників групи і виконання ними дій по досягненню загальних цілей. Отже, сумісні уявлення про правила поведінки виступають основою для сигнального розуміння поведінкових реакцій, а також є основою примушення до виконання контракту, оскільки невиконані обіцянки сприймаються спільнотою як порушення групової норми і породженням санкцій до порушників. Ці санкції будуть дієвими, якщо члени спільноти поділяють ці загальні уявлення. Ці міркування приводять нас до висновку про надзвичайну важливість соціального капіталу, за допомогою кого члени спільноти можуть вирішувати багато проблем колективної взаємодії.

#### Список використаних джерел:

1. Длугопольський О.В. Суспільний сектор економіки і публічні фінанси в епоху глобальних трансформацій. Тернопіль, 2011. 632 с.
2. Кічурчак М.В. Відтворення суспільних благ в економічній системі України: концептуальні засади теорії та практики. Львів, 2016. 494 с.
3. Петрушенко Ю.М. Методологічні засади фінансування місцевого розвитку за участі територіальних громад. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2014. № 2. С. 112–123.
4. Радіонов Ю.Д. Теоретичні основи суспільних благ в економічній системі держави. *Економіка та держава*. 2017. № 2. С. 22–27.
5. Самуельсон П.Э. Чистая теория общественных расходов. *Вехи экономической мысли* / под общ. ред. А.П. Заостровцева. 2004. Т. 4. С. 371–376.
6. Knight F. The Ethics of Competition. *The Ethics of Competition and Other Essays*. 1997. 392 p.
7. Эрроу К. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. 2004. 204 с.
8. Тевено Л. Рациональность или социальные нормы: преодоленное противоречие? *Экономическая социология*. 2001. Т. 2. № 1. С. 88–122.
9. Остром Э. Управляя общим. Эволюция институтов коллективной деятельности. 2010. 447 с.
10. Пилипенко Г.М. Громадянська культура як фактор економічного розвитку. *Економічний вісник Національного ірничого університету*. 2013. № 3(43). С. 9–21.

## References:

1. Dluhopolskyy O.V. (2011) *Suspilnyy sektor ekonomiky i publichni finansy v epokhu hlobalnykh transformatsiy* [The public sector of the economy and public finances in the era of global transformations]. Ternopil: Ekon. dumka TNEU. (in Ukrainian)
2. Kichurchak M.V. (2016) *Vidtvorennya suspilnykh blah v ekonomichniy systemi Ukrayiny: kontseptualni zasady teorii ta praktyky* [Reproduction of public goods in the economic system of Ukraine: conceptual principles of theory and practice]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka. (in Ukrainian)
3. Petrushenko Yu.M. (2014) *Metodolohichni zasady finansuvannya mistsevoho rozvytku za uchasti terytorialnykh hromad* [Methodological principles of financing local development with the participation of territorial communities]. *Visnyk of Ternopil National University of Economics*, no. 2, pp. 112–123.
4. Radionov Yu.D. (2017) *Teoretychni osnovy suspilnykh blah v ekonomichniy systemi derzhavy* [Theoretical foundations of public goods in the economic system of the state]. *Economy and State*, no. 2, pp. 22–27.
5. Samuelson P.E. (2004) *Chystaya teoriya obshchestvennykh raskhodov* [Pure theory of public spending]. *Vekhy ekonomicheskoy mysly* [The welfare economy and public choice]. SPb.: Ekonomicheskaya shkola, pp. 371–376.
6. Knight F. (1997) *The Etics of Competition* [The Etics of Competition and Other Essays]. New York: Routledge.
7. Errou K. (2004) *Kollektyvnyy vybor y yndyvudualnye tsennosty* [Collective choice and individual values]. Moscow: HSE Publishing House. (in Russian)
8. Teveno L. (2001) *Ratsyonalnost yly sotsyalnye normy: preodolennoe protyvorechye?* [Rationality or social norms: overcome contradiction?]. *Economic Sociology*, vol. 2, no. 1, pp. 88–122.
9. Ostrom E. (2010) *Upravlyaya obshchym. Evolyutsyya ynstytutov kolektyvnoy deyatel'nosti* [The evolution of institutions of collective]. Moscow: Thought, IRISEN. (in Russian)
10. Pylypenko H.M. (2013) *Hromadyanska kultura yak faktor ekonomichnoho rozvytku* [Civic culture as a factor of economic development]. *Economic Bulletin of the National Mining University*, no. 3(43), pp. 9–21.

УДК 658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-28>**Мушнікова С.А.**кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів  
Національної металургійної академії України**Mushnykova Svitlana**

National Metallurgical Academy of Ukraine

**СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З КОНФІГУРУВАННЯ  
АЛГОРИТМІВ ГЕНЕРУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ВПЛИВІВ  
НА БЕЗПЕКУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА****DECISION SUPPORT SYSTEM FOR CONFIGURATION  
OF ALGORITHMS FOR GENERATING MANAGEMENT INFLUENCES  
ON THE SECURITY OF INDUSTRIAL INDUSTRY**

В сучасних умовах господарювання перед управлінським персоналом промислових підприємств все гостріше встає питання виживання та безпечного розвитку. В дослідженні розглянуто загальні положення «дебютного» підходу в формуванні стратегії безпеки розвитку промислового підприємства. Зазначена необхідність формування системи підтримки прийняття управлінських рішень. На основі аналізу існуючих методів та підходів, запропонований метод штучного інтелекту, заснований на використанні обчислення природних явищ, а саме, мурашиний алгоритм, що базується на

моделюванні адаптивної поведінки мурашиної колонії. Наряду з перевагами пропонованого методу підтримки прийняття управлінських рішень, є певні складності його використання, а саме: потребує високого рівня кваліфікації, досвіду, компетенцій управлінського персоналу; коректне визначення терміну цільової функції (стратегічного або тактичного характеру); неможливість достатньо кількісної оцінки отриманому результату, тобто носить характер вірогідності настання.

**Ключові слова:** теорія «дебюту», мурашиний алгоритм, прийняття рішення, промислове підприємство, безпека розвитку, динамічна трансформація.

В современных условиях хозяйствования перед руководством промышленных предприятий все острее встает вопрос выживания и безопасного развития. В исследовании рассмотрены общие положения «дебютного» подхода в формировании стратегии безопасности развития промышленного предприятия. Отмечена необходимость формирования системы поддержки принятия управленческих решений. На основе анализа существующих методов и подходов, предлагается метод искусственного интеллекта, основанный на использовании вычисления природных явлений, а именно, муравьиный алгоритм, основанный на моделировании адаптивного поведения муравьиной колонии. Наряду с преимуществами предлагаемого метода поддержки принятия управленческих решений, есть определенные сложности его использования, а именно: требует высокого уровня квалификации, опыта, компетенций управленческого персонала; корректное определение срока целевой функции (стратегического или тактического характера); невозможность достаточной количественной оценки полученного результата, то есть носит вероятностный характер.

**Ключевые слова:** теория «дебюта», муравьиный алгоритм, принятие решения, промышленное предприятие, безопасность развития, динамическая трансформация.

In modern economic conditions, the management of industrial enterprises is increasingly faced with the issue of survival and safe development. It is noted that in such conditions there is a need to use the latest forms of innovative security management of industrial enterprises, one of which, in our opinion, is the theory of "debuts" at the stage of forming a security strategy. The study considers the general provisions of the "debut" approach in the formation of security strategy for the development of industrial enterprises. The need to form a system to support management decisions is noted. Moreover, today there are many definitions of "decision support system" (DSS), but no single definition has been found. Along with a large number of existing methods and techniques of mathematical modeling, statistical, economic and mathematical that provide support for management decisions at all levels of the national economy, the last twenty years are gaining momentum methods of artificial intelligence. Based on the analysis of existing methods and approaches, the proposed method of artificial intelligence is based on the used calculations of natural phenomena, namely, the ant algorithm based on modeling the adaptive behavior of the ant colony. The paper proposes a comparative description of the features of the two systems: the functioning of the ant colony and management decisions at the industrial enterprise. An algorithm for finding optimal solutions in the form of a complete oriented graph of solution search is developed. Thanks to the existing mathematical apparatus that describes the ant algorithm, it was used to configure the algorithm to support management decision-making with the generation of managerial influences on the safety management of industrial development. Along with the advantages of the proposed method of support for management decisions, there are some difficulties in its use. Thus, the proposed method requires a high level of qualification, experience, competencies of management staff; correct definition of the term of the target function (strategic or tactical); the impossibility of a sufficient quantitative assessment of the result obtained, ie has the character of the probability of occurrence.

**Key words:** "debut" theory, ant algorithm, decision making, industrial enterprise, development security, dynamic transformation.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан функціонування промислових підприємств знаходиться в складних кризових умовах, які посилилися останнім часом внаслідок світової пандемії Covid-19. В свою чергу, фактори зовнішньої та внутрішньої дії впливають на результати діяльності підприємств різноспрямовано і мають як шкідливі наслідки, так і позитивні.

Будь-який розвиток передбачає виникнення різного роду суперечностей між суб'єктами соціально-економічних відносин (антагонізм відносин). Це стосується всіх суб'єктів соціально-економічних відносин, на всіх рівнях

економіки: будь то виробник із споживачем, підприємець та державні органи управління, державні органи управління різних країн, та ін. Реалії сьогодення потребують пошуку новітніх форм управління, перш за все, на промислових підприємствах, як суб'єктах реального сектору економіки, від функціонування яких залежить в більшості добробут держави в цілому та кожного окремого її суб'єкта. В цих умовах вимогами до управлінського персоналу промислових підприємств є пошук оптимальних рішень до управління його безпечним розвитком.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Сучасність, яка характеризується розвитком інформаційних, комунікаційних технологій в соціально-економічних відносинах пред'являє високі вимоги до управлінського персоналу в прийнятті рішень. Тому, значна кількість наукових досліджень вітчизняних та закордонних авторів присвячена останні 20-ть років питанням підтримки прийняття рішень [4].

З іншої сторони, в період загострення кризових явищ, невизначеності ситуації що склалася, все більш науковців та практиків турбують питання виходу з цієї ситуації, подальшому розвитку діяльності всіх рівнів національної економіки [1-3; 6]. Але, без підтримки прийняття рішень на сьогодні неможливо досягти бажаного стану. На сьогодні, в період розвитку ІТ-технологій, у промислових підприємств виникає необхідність підтримки управлінського рішення за допомогою сучасних цифрових технологій, штучного інтелекту. Наряду з існуючими математичними, економіко-статистичними, та ін. методами та прийомами формування системи підтримки прийняття рішень, в останні десятиріччя знайшло розвитку методи штучного інтелекту, одним з яких є мурашиний алгоритм Марко Доріго. Основна ідея алгоритму підглянута в природі та пов'язана з імітацією руху колонії мурах [7; 9].

**Метою дослідження** є науково-практичні аспекти щодо обґрунтування доцільності формування системи підтримки прийняття рішень з конфігурування алгоритмів генерування управлінських впливів на безпеку розвитку промислового підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Розвиток промислового підприємства потребує формування стратегії, яка, задля підвищення їх конкурентоспроможності, повинна мати спрямованість на безпечні динамічні зміни. Передбачення спрямування безпеки розвитку (вектору спрямування) в умовах невизначеності є одним з найскладніших процесів. Істотним фактором підвищення ефективності управління безпекою розвитку промислових підприємств є застосування інноваційних моделей стратегії управління з використанням ігрових методів, математичних моделей і методів та моделей штучного інтелекту при підготовці і прийнятті управлінських рішень.

Початковий етап формування стратегії безпеки розвитку стикається з рядом факторів, які не дають можливості обрати один з найкращих варіантів для отримання позитивного результату в часи непередбачуваності. Тобто, виникає ряд причинно-наслідкових зв'язків, які потребують формулювання декількох альтернативних варіантів розвитку подій в різних економіч-

них умовах, з різним рівнем антагоністичного впливу учасників цих подій. Саме в таких умовах виникає необхідність використання новітніх форм інноваційного управління безпекою розвитку промислових підприємств, одним з яких, на наш погляд, є теорія «дебютів» саме на стадії формування стратегії безпеки розвитку [8].

Теорія «дебюту» (від французької *début* – початок) має походження від початкової стадії гри в шахи. Вона передбачає стрімкий безпечний передбачуваний розвиток подій та характеризує мобілізацію сил гравців. Найбільш активний розвиток теорії дебюту, створення принципово нових засад і основних їх варіантів довелося на період до ХХ сторіччя в часи розвитку шахів як гри. Вже до другої половини ХХ сторіччя дослідження дебютів в шахах звелось до аналізу окремих варіантів, що виникають на тих чи інших вже відомих початкових стадіях, а в останні роки розвиток теорії дебюту в шахах звівся нанівець. Завдяки кільком сторіч розвитку дебютної теорії і, в значній мірі, появи потужних комп'ютерів і якісних шахових програм, дебют став, мабуть, найменш творчою частиною шахової партії. Всі основні варіанти ретельно проаналізовані, іноді аж до 15-20 ходу, а в окремих випадках і далі [8].

Але, використання теорії дебюту, як різновид теорії гри в революційному управлінні розвитком соціально-економічних систем, має відповідне підґрунтя і є однією з інноваційних форм управління. Це стосується, перш за все, стрімкого безпечного розвитку діяльності промислових підприємств як соціально-економічних систем, пов'язаною з мобілізацією потужностей учасників соціально-економічних відносин, як гравців на ринку в різних економічних умовах. Це потребує значних зусиль в формуванні системи підтримки прийняття управлінського рішення.

На сьогодні існує безліч визначень поняття «система підтримки прийняття рішення» (СППР), але єдиного визначення не знайдено. Узагальнюючи думку авторів можна зазначити що систему підтримки прийняття рішень розглядають як [4]:

– інтерактивну прикладну систему, яка забезпечує кінцевих користувачів, що приймають рішення, легким та зручним доступом до даних і моделей з метою прийняття рішень у напівструктурованих і неструктурованих ситуаціях із різних галузей людської діяльності;

– такі системи, які ґрунтуються на використанні моделей і процедур з оброблення даних та думок, які допомагають керівникові приймати рішення;

– інформаційна система, яка використовується для підтримки різних видів діяльності під

час прийняття рішень в ситуаціях, де неможливо або небажано мати автоматичну систему, та повністю виконує весь процес прийняття рішень.

Основним користувачем системи підтримки прийняття рішення є менеджер або штатний професіонал (наприклад, фінансовий плановик). Стрижневою частиною системи є програмне забезпечення інтерфейсу (так званий діалог), що робить систему легкою для використання. Система містить моделі, що використовуються для аналізу даних. Дані супроводять або підтримують аналіз.

СППР не підготовляє рішення, а скоріше забезпечує даними, які використовуються разом з іншою інформацією користувачем для прийняття рішення.

До найважливіших цілей систем підтримки прийняття рішень належать [4]:

- 1) удосконалення рішень;
- 2) збільшення продуктивності праці творців рішень;
- 3) доповнення арсеналу інструментальних засобів творців рішень новими, продуктивнішими можливостями;
- 4) полегшення виконання одного або більше етапів прийняття рішень (збору інформації, проектування, відбору альтернатив);
- 5) упорядкування й полегшення аналізу можливих шляхів розв'язування проблем;
- 6) допомога творцям рішень у розв'язанні неструктурованих або напівструктурованих проблем;
- 7) підвищення компетентності творців рішень щодо управління знаннями.

СППР може бути стратегічною інформаційною системою та специфічною системою підтримки прийняття рішень щодо створення конкурентних переваг.

Сучасним комп'ютерним СППР притаманні такі риси та властивості [4]:

1. СППР надає керівникові допомогу в процесі прийняття рішень і забезпечує підтримку в усьому діапазоні контекстів структурованих, напівструктурованих і неструктурованих завдань. Розум людини та інформація, що генерується комп'ютером, становлять одне ціле для прийняття рішень.
2. СППР підтримує і посилює (але не замінює і не відмінює) міркування та оцінки керівника..
3. СППР підвищує ефективність прийнятих рішень (а не лише продуктивність ОПР).
4. СППР інтегрує моделі та аналітичні методи зі стандартним доступом до даних і вибіркою даних.
5. СППР проста у використанні навіть для осіб, які не набули значного досвіду спілкування з ЕОМ.

6. СППР побудована за принципом інтерактивного розв'язування завдань (безперервний режим).

7. СППР зорієнтована на гнучкість та адаптивність для пристосування до змін у середовищі чи в підходах до розв'язування задач, які обирає користувач.

8. СППР не мусить нав'язувати користувачеві певного процесу прийняття рішень.

Ця традиційна характеристика СППР останнім часом доповнилася новими можливостями за рахунок «інтелектуалізації», зокрема [4]:

1. СППР включає модуль знань, який описує деякі аспекти світогляду творців рішень, як завершити різні завдання та ін.

2. СППР має здатність набувати й підтримувати дискриптивні знання (ведення записів, реєстрацію).

3. СППР має здатність подавати знання на даний випадок у різний спосіб, а також у стандартизованих звітах.

4. СППР здатна вибрати будь-яку бажану частину збережених знань для презентації або отримання нового знання засобами розпізнавання і/або розв'язування проблем.

На концептуальному рівні відрізняють такі типи СППР [4]:

– керована повідомленнями (Communication-Driven DSS) – підтримує групу користувачів, що працюють над виконанням загальної задачі;

– керована даними (Data-Driven DSS, Data-oriented DSS) – в основному орієнтується на доступ і маніпуляції з даними;

– керована документами (Document-Driven DSS) – здійснює пошук і маніпулювання неструктурованою інформацією, заданої в різних форматах;

– керована знаннями (Knowledge-Driven DSS) – забезпечує рішення задач у виді фактів, правил, процедур;

– керована моделями (Model-Driven DSS) – забезпечує доступ і маніпуляції з математичними моделями (статистичними, фінансовими, оптимізаційними, імітаційними).

Наряду з великою кількістю існуючих методів та прийомів математичного моделювання, статистичного, економіко-математичного які забезпечують підтримку прийняття управлінських рішень на всіх рівнях національної економіки, останні двадцять років набирають оберти методи штучного інтелекту.

В останні роки інтенсивно розробляється науковий напрямок Natural Computing – «Природні обчислення», що об'єднує математичні методи, в яких закладені принципи природних механізмів прийняття рішень. Ці механізми забезпечують ефективну адаптацію флори і фауни до навколишнього середовища протягом мільйонів років.

Імітація самоорганізації мурашиної колонії складає основу мурашиних алгоритмів оптимізації – одного з методів природних обчислень. Колонія мурах може розглядатися як багатоагентна система, в якій кожен агент (мураха) функціонує автономно за дуже простими правилами. На противагу майже примітивної поведінки агентів, поведінка всієї системи виходить розумною [5]. Особливості пошуку оптимального шляху мурашиною колонією, яка знаходить його в будь-якому випадку, спонукала автора до запозичення цього природного явища в формуванні системи підтримки прийняття рішення в управлінні безпекою розвитку промислового підприємства на стратегічному рівні.

Порівняльна характеристика особливостей двох систем: функціонування мурашиної колонії та прийняття управлінських рішень на промисловому підприємстві, – наведені в табл. 1.

Завдяки існуючому математичному апарату, який описує мурашиний алгоритм [5], можна

використати його для конфігурування алгоритму підтримки прийняття управлінського рішення з генеруванням управлінських впливів (рис. 1).

В основі побудови мурашиного алгоритму лежить теорія графів. Побудова алгоритму відбувається в декілька кроків.

На першому етапі кожної ітерації кожний  $k$ -ий менеджер формує свою власну множину управлінських рішень  $X1k$ . Процес побудови множини  $X1k$  покроковий. На кожному кроці менеджер застосовує розподіл вірогідностей вибору наступної вершини для включення її та формується множина  $X1k(t)$ .

Перший етап здійснюється наступним чином. Менеджер переглядає всі вільні на даному етапі вершини  $Xck(t)$ . Для кожної вершини  $xi \in Xck(t)$  розраховуються два параметри:

$fik$  – сумарний рівень управлінських рішень на ребрах графа  $R$ , що зв'язують  $xi$  з вершинами вузла  $X1k(t)$ ;

$sik$  – число зв'язків на графі  $G$  між  $xi$  та  $X1k(t)$ .

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика соціальної поведінки мурашиної колонії та промислового підприємства**

Особливі характеристики мурашиної колонії	Особливості прийняття управлінського рішення на промисловому підприємстві
<b>1. Складність системи</b>	
Проста багатоагентна система	Складна, штучно створена, поліструктурна система
<b>2. Соціальна поведінка</b>	
Самоорганізація простої системи – безліч динамічних механізмів, що забезпечують досягнення глобальної мети низько розвинутої взаємодії елементів	Самоорганізація складної системи – сукупність статичних та динамічних механізмів, які забезпечують досягнення стратегічних цілей взаємодії високо розвинутої системи елементів
<b>3. Компоненти соціальної поведінки:</b>	
<b>3.1 Випадковість</b>	
Випадковість природи руху мурах	Випадковість прийняття управлінського рішення
<b>3.2 Багатократність</b>	
Потрібно багато і дуже багато спроб знайти найкоротший шлях або хоча б попередити інших, що не потрібно рухатися в цьому напрямку	Сукупність значної кількості альтернативних управлінських рішень для визначення оптимального за відповідним критерієм
<b>3.3 Позитивний зворотний зв'язок</b>	
Коли один суб'єкт взаємодії змінює деяку частину навколишнього середовища, а інші використовують інформацію про її стан пізніше, коли знаходяться в її околиці	Ефективна взаємодія осіб що приймають рішення різних рівнів управління при якій змінюється деяка частина внутрішнього та навколишнього середовища промислового підприємства
<b>3.4 Негативний зворотний зв'язок</b>	
З часом феромон випаровується, що дозволяє мурашкам адаптувати свою поведінку під зміни зовнішнього середовища	З часом знижується рівень адаптації до змін зовнішнього середовища внаслідок втрати активності управлінським персоналом
<b>3.5 Цільова оптимізаційна функція</b>	
Пошук та знаходження короткого маршруту руху	Досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі й часі

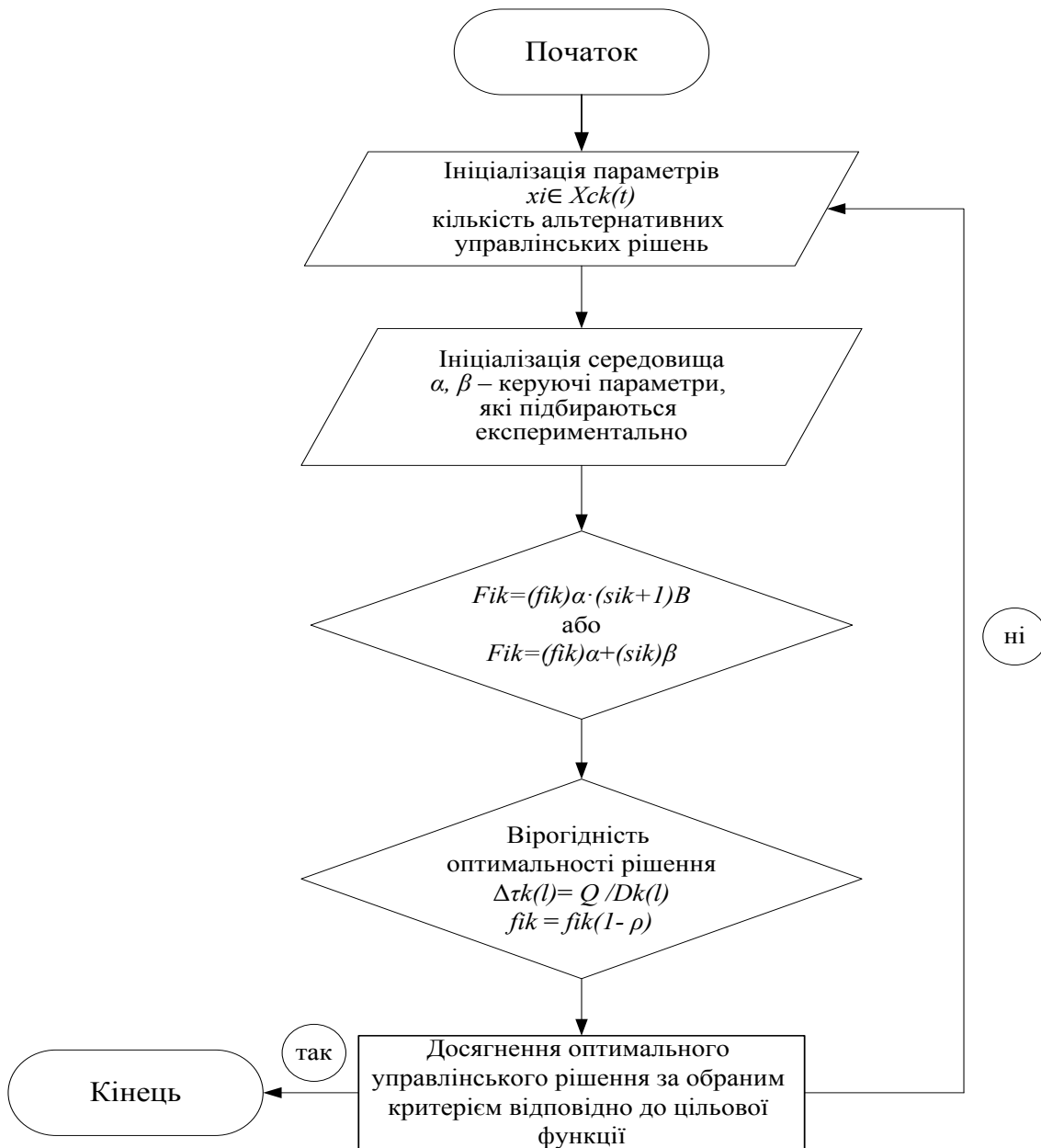


Рис. 1. Алгоритм підтримки прийняття управлінського рішення

За формулою (1) – при мультиплікативній згортці, або за формулою (2) – при адитивній згортці визначається потенційна вартість  $Fik$  зв'язків  $x_i$  з  $Xsk(t)$ .

$$Fik = (fik)\alpha \cdot (sik + 1)\beta, \quad (1)$$

$$Fik = (fik)\alpha + (sik)\beta, \quad (2)$$

де  $\alpha, \beta$  – керуючі параметри, які підбираються експериментально.

Вірогідність  $Pik$  включення вершини  $x_i \in Xsk(t)$  в формуючий вузол  $X1k(t)$  визначається наступним співвідношенням:

$$Pik = Fik / \sum iik F. \quad (3)$$

Менеджер з вірогідністю  $Pik$  вибирає одну з вершин, яка включається в множину  $X1k(t)$  та виключається з множини  $Xsk(t)$ .

При  $\alpha = 0$  найбільш імовірний вибір вершини  $x_i$ , максимально пов'язаної з вершинами вузла  $X1k(t)$ , тобто алгоритм стає жадібним.

При  $\beta = 0$  вибір відбувається тільки на підставі рішення, що призводить до субоптимальних рішень. Тому необхідний компроміс між цими величинами, який знаходиться експериментально.

Після формування за  $n1$  кроків менеджерами рішень (кожен менеджер – своє рішення  $X1k$ ), на другому етапі ітерації, кожен менеджер визначає управлінське рішення на ребрах повного підграфа  $R1k \subset R$ , побудованого на вершинах  $X1k$ . Кількість рішень  $\Delta\tau k(l)$ , відкладається  $k$ -им менеджером на кожному ребрі підграфа  $R1k \subset R$ , побудованого на  $l$ -ої ітерації, визначається наступним чином:

$$\Delta tk(l) = Q / Dk(l), \quad (4)$$

де  $l$  – номер ітерації,

$Q$  – загальна кількість управлінських рішень, визначається  $k$ -им менеджером на ребрах підграфу  $R1k \subset R$ ,

$Dk(l)$  – число зв'язків на графі  $G$  між множинами  $X1k$  и  $X2k$ , сформованими  $k$ -им менеджером на  $l$ -ій ітерації.

Після того, як кожний менеджер визначив та сформував управлінське рішення, на третьому етапі відбувається сумарний збір управлінських рішень на ребрах повного графа  $R$  відповідно до формули:

$$fik = fik(1 - \rho). \quad (5)$$

Після виконання всіх дій на ітерації знаходиться менеджер з кращим рішенням, яке запам'ятовується. Далі здійснюється перехід на наступну ітерацію. Таким чином, алгоритм розбиття на основі методу мурашиної колонії формулюється таким чином:

1. Відповідно до вихідних даних визначається число менеджерів що приймають рішення. Воно дорівнює числу  $n$  вершин графа  $G(X, U)$ .

2. Формується граф пошуку рішень  $R(X, E)$ , в кожному вершину якого міститься відповідний менеджер.

3. На всіх ребрах (або вершинах) графа  $R(X, E)$  відкладається початкова кількість управлінських рішень. Задаються значення параметрів:  $\alpha$ ,  $\beta$ . Вибирається критерій  $Fk$  по формулам (1) або (2).

4. Задається кількість ітерацій  $Nl$ .

5. На першому етапі кожної ітерації на графі пошуку рішень  $R(X, E)$  кожним менеджером  $zk$  будується маршрут  $Mk$  за обраним критерієм оптимальності та формується рішення  $Pk$ .

6. Для кожного рішення  $Pk$ , знаходиться значення цільової функції  $Dk$ .

7. На ребрах (або вершинах) всіх знайдених маршрутів в графі пошуку рішень  $R(X, E)$  менеджерами визначаються рішення. Кількість рішень які приймаються  $k$ -им менеджером обернено пропорційно числу зв'язків  $Dk(l)$  на графі  $G$  між множинами  $X1k$  та  $X2k$ , сформованими  $k$ -им менеджером на  $l$ -ій ітерації.

8. приймається рішення на ребрах (або вершинах) графа пошуку рішень  $R(X, E)$ .

9. Вибір найкращого рішення, отриманого протягом усіх виконаних ітерацій.

У загальному випадку робота цього алгоритму залежить від цільової функції, часу проведення, вартості та ефективності отриманих результатів.

Наряду с існуючими перевагами пропонованого методу штучного інтелекту «мурашиного алгоритму» в підтримці прийняття рішення в управлінні безпекою розвитку промислового підприємства, існують й складності в його використанні, а саме: формулювання постановки завдання для подальшого визначення оптимального рішення потребує від управлінського персоналу високого рівня кваліфікації, досвіду, компетенцій; визначення терміну цільової функції (стратегічного або тактичного характеру); кількісної оцінки отриманого ефективного результату.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

В сучасних умовах господарювання перед управлінським персоналом промислових підприємств все гостріше встає питання виживання та безпечного розвитку. В дослідженні розглянуто загальні положення «дебютного» підходу в формуванні стратегії безпеки розвитку промислового підприємства. Зазначена необхідність формування системи підтримки прийняття управлінських рішень. На основі аналізу існуючих методів та підходів, пропонований метод штучного інтелекту, заснований на використанні обчислення природних явищ, а саме, мурашиний алгоритм, що базуються на моделюванні адаптивної поведінки мурашиної колонії. Розроблено алгоритм пошуку оптимальних рішень у вигляді повного орієнтованого графа пошуку рішень.

Наряду з перевагами пропонованого методу підтримки прийняття управлінських рішень, є певні складності його використання. Так, пропонований метод потребує високого рівня кваліфікації, досвіду, компетенцій управлінського персоналу; коректне визначення терміну цільової функції (стратегічного або тактичного характеру); неможливість достатньо кількісної оцінки отриманому результату, тобто носить характер вірогідності настання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ареф'єва О.В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління [Текст] : моногр. / О.В. Ареф'єва, В.В. Прохорова. Харків : УкрДАЗТ, 2010. 301 с.
2. Ерохина Е.А. Теория экономического развития: (системно-самоорганизационный подход) / Е.А. Ерохина. Томск : Изд-во Том. ун-та, 1999. 160 с.
3. Прохорова В.В. Економічний розвиток підприємств: теоретико-методологічний аспект [Текст] : [монографія] / В.В. Прохорова. Х. : УкрДАЗТ, 2010. 521 с.
4. Шевчук І.Б. Системи підтримки прийняття рішень. Конспект лекцій. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 137 с.



5. Штовба С.Д. Муравьиные алгоритмы // Exponenta Pro. Математика в приложениях. 2004. 4(4). С. 70–75.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М. : Директмедиа Пабблишинг, 2008. 436 с.
7. Шутова Ю.О., Мартынова Ю.А. Исследование влияния регулируемых параметров муравьиного алгоритма на сходимость. XX Международная научно-практическая конференция «Современные техника и технологии». С. 281–282.
8. Arefyeva O. Opening theory as an innovative model of the development strategy of industrial companies / O. Arefyeva, V. Prokhorova, N. Chebanova, V. Khaustova, S. Mushnykova // International Journal of Engineering & Technology, 7(4.3). (2018). P. 387–392. URL: [www.sciencepubco.com/index.php/IJET/387-392](http://www.sciencepubco.com/index.php/IJET/387-392)
9. Dorigo M. Swarm Intelligence, Ant Algorithms and Ant Colony Optimization // Reader for CEU Summer University Course «Complex System». Budapest : Central European University, 2001. P. 1–38.

#### References:

1. Aref'eva O.V., Prohorova V.V. (2010) Upravlinnya rozvitkom ekonomichnih sistem: teoriya, mekhanizmi regulyuvannya ta upravlinnya [Tekst]: monogr. [Management of economic systems development: theory, mechanisms of regulation and management]. Harkiv: UkrDAZT, 301 s. (in Ukrainian)
2. Erokhyta E.A. (1999) Teoriya ekonomycheskoho rozvytyia: (systemno-samoorhayyzatsyonnyi podkhod) [The theory of economic development: (system-self-organizational approach)]. Tomsk: Yzd-vo Tom. un-ta, 160 s.
3. Prokhorova V.V. (2010) Ekonomichnij rozvitok pidpriemstv: teoretiko-metodologichnij aspekt [Tekst]: [monografiya] / V.V. Prokhorova. Kh.: UkrDAZT, 521 s.
4. Shevchuk I.B. Sistemi pidtrimki priinyattya rishen. Konspekt lekczij. Lviv: Lvivskij naczionalnij universitet imeni Ivana Franka, 2020. 137 s.
5. Shtovba S.D. (2004) Muravinye algoritmy // Exponenta Pro. Matematika v prilozheniyakh, 4(4), s. 70–75.
6. Shumpeter J. (2008) Teoriya ekonomicheskogo rozvitiya [Theory of Economic Development]. M.: Direktmedia Publishing, 436 s.
7. Shutova Yu.O., Martynova Yu.A. Issledovanie vliyaniya reguliruemykh parametrov muravinogo algoritma na skhodimost. XX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya «Sovremennye tekhnika i tekhnologii», s. 281–282.
8. Arefyeva O. (2018) Opening theory as an innovative model of the development strategy of industrial companies / O. Arefyeva, V. Prokhorova, N. Chebanova, V. Khaustova, S. Mushnykova // International Journal of Engineering & Technology, 7(4.3), p. 387–392. URL: [www.sciencepubco.com/index.php/IJET/387-392](http://www.sciencepubco.com/index.php/IJET/387-392)
9. Dorigo M. (2001) Swarm Intelligence, Ant Algorithms and Ant Colony Optimization // Reader for CEU Summer University Course «Complex System». Budapest: Central European University, pp. 1–38.

**Проценко В.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
професор кафедри туризму,  
документних та міжкультурних комунікацій  
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»

**Protsenko Valentyna**

Open International University of Human Development «Ukraine»

## **ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА ОСНОВА ІНТЕНСИФІКАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

## **KNOWLEDGE ECONOMY AS A STRATEGIC BASIS FOR INTENSIFICATION OF MANAGEMENT OF ECONOMIC BEHAVIOR OF INDUSTRIAL RAILWAY ENTERPRISES**

В статті визначено, що в сучасних умовах промисловим підприємствам залізничного транспорту необхідно вчасно реагувати на динамічні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища шляхом створення і освоєння нових знань, які формуються в результаті творчого процесу. Пошук нової наукової парадигми, що вимагає глобалізації знань, що є підґрунтям до формування наступної стадії розвитку людства, пов'язаного з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та дозволяє удосконалювати процеси генерації знань і використовувати їх в якості основного ресурсу економічного розвитку промислових підприємств залізничного транспорту. Виокремлено, що в економіці знань спостерігається залежність продукту, який виготовляється від результатів використання нових знань (виробничим ресурсом поряд з працею і капіталом). Отже, очевидними стають факти про те, що переваги в конкретних конкурентних позиціях будуть у тих промислових підприємств залізничного транспорту, які мають більше інноваційних знань, ніж їх конкуренти. А інноваційні знання нададуть їм можливість змінювати існуючі та встановлювати нові вимоги, які дозволяють стати їм лідерами в галузі. Протягом всього періоду існування суспільство швидко рухається вперед, шляхом подолання різних етапів розвитку, які характеризуються з позицій переваг використання ресурсів, що беруть участь в економічній діяльності промислових підприємств залізничного транспорту та технологічними укладами, направлених на трансформацію при зміні ресурсів. Економіка знань є фактором розвитку промислових підприємств залізничного транспорту, що здійснюється в першу чергу за рахунок нематеріальних чинників, основу яких складають знання і людський капітал. Розвиток економіки знань формується на двох рівнях: макроекономіка знань (концентрує свою увагу на проблемі макроекономічного зростання, заснованого на збільшенні ролі знань); мікроекономіка знань (розглядає управління бізнес-процесів підприємства крізь призму знань). Обидва рівня мають велике значення, але сконцентруємо увагу саме на мікрорівні, оскільки в умовах ринкових відносин промислові підприємства займають ключове місце в розвитку економіки. Науковцями досліджуються різні фактори внутрішнього та зовнішнього середовища та оцінюється їх вплив на підвищення стійкості розвитку промислових підприємств залізничного транспорту. Одним з важливих факторів, у сучасних умовах господарювання, є ефективне використання нових знань і управління новими знаннями на промислових підприємств залізничного транспорту. Особливо звертається увага на переваги стратегічного розвитку і націленість промислових підприємств залізничного транспорту на пошук та генерування нових знань, що є підґрунтям їх інноваційного розвитку. Визначено, що інтелектуальний капітал розглядається як основний стратегічний ресурс розвитку промислових підприємств залізничного транспорту. Найважливішим завданням управління є створення механізму акумуляції та ефективного використання нових знань, які зможуть забезпечити промисловим підприємствам залізничного транспорту значні конкурентні переваги. З'ясовано, що розвиток промислових підприємств залізничного транспорту залежить саме від використання нових знань, а конкурентоспроможність виготовленої продукції залежить від інноваційної складової закладених в ній ідей.

**Ключові слова:** управління, промислові підприємства залізничного транспорту, економіка знань конкурентоспроможність, людський капітал.

В статье определено, что в современных условиях промышленным предприятиям железнодорожного транспорта необходимо своевременно реагировать на динамические изменения внутренней и внешней среды путем создания и освоения новых знаний, которые формируются в результате творческого процесса. Поиск новой научной парадигмы, требует глобализации знаний, что является основой к формированию следующей стадии развития человечества, связанного с развитием информационно-коммуникационных технологий и позволяет совершенствовать процессы генерации знаний и использовать их в качестве основного ресурса экономического развития промышленных предприятий железнодорожного транспорта. Выделено, что в экономике знаний наблюдается зависимость продукта, который производится от результатов использования новых знаний (производственным ресурсом наряду с трудом и капиталом). Итак, очевидными становятся факты о том, что преимущества в конкретных конкурентных позициях будут в тех промышленных предприятий железнодорожного транспорта, имеющих более инновационных знаний, чем их конкуренты. А инновационные знания предоставят им возможность изменять существующие и устанавливать новые требования, которые позволяют стать им лидерами в отрасли. В течение всего периода существования общество быстро движется вперед, путем преодоления различных этапов развития, которые характеризуются с позиций преимуществ использования ресурсов, участвующих в экономической деятельности промышленных предприятий железнодорожного транспорта и технологическими укладами, направленных на трансформацию при изменении ресурсов. Экономика знаний является фактором развития промышленных предприятий железнодорожного транспорта, осуществляется в первую очередь за счет нематериальных факторов, основу которых составляют знания и человеческий капитал. Развитие экономики знаний формируется на двух уровнях: макроэкономика знаний (концентрирует свое внимание на проблеме макроэкономического роста, основанного на увеличении роли знаний); микроэкономика знаний (рассматривает управление бизнес-процессов предприятия через призму знаний). Оба уровня имеют большое значение, но сконцентрируем внимание именно на микроуровне, поскольку в условиях рыночных отношений промышленные предприятия занимают ключевое место в развитии экономики. Учеными исследуются различные факторы внутренней и внешней среды и оценивается их влияние на повышение устойчивости развития промышленных предприятий железнодорожного транспорта. Одним из важных факторов, в современных условиях хозяйствования, является эффективное использование новых знаний и управления новыми знаниями на промышленных предприятиях железнодорожного транспорта. Особенно обращается внимание на преимущества стратегического развития и нацеленность промышленных предприятий железнодорожного транспорта на поиск и генерирование новых знаний, что является основой их инновационного развития. Определено, что интеллектуальный капитал рассматривается как основной стратегический ресурс развития промышленных предприятий железнодорожного транспорта. Важнейшей задачей управления является создание механизма аккумуляции и использования новых знаний, которые смогут обеспечить промышленным предприятиям железнодорожного транспорта значительные конкурентные преимущества. Установлено, что развитие промышленных предприятий железнодорожного транспорта зависит именно от использования новых знаний, а конкурентоспособность выпускаемой продукции зависит от инновационной составляющей заложенных в ней идей.

**Ключевые слова:** управление, промышленные предприятия железнодорожного транспорта, экономика знаний конкурентоспособность, человеческий капитал.

The article determines that in modern conditions, railway industry enterprises need to respond in a timely manner to dynamic changes in the internal and external environment by creating and mastering new knowledge that is formed as a result of the creative process. The search for a new scientific paradigm requires the globalization of knowledge, which is the basis for the formation of the next stage of human development associated with the development of information and communication technologies and allows us to improve the processes of knowledge generation and use them as the main resource for the economic development of industrial enterprises of railway transport. It is emphasized that in the knowledge economy there is a dependence of a product that is produced on the results of using new knowledge (a productive resource along with labor and capital). So, the facts become clear that the advantages in specific competitive positions will be in those industrial enterprises of railway transport having more innovative knowledge than their competitors. And innovative knowledge will provide them with the opportunity to change existing and establish new requirements that allow them to become leaders in the industry. Throughout the entire period of existence, society quickly moves forward by overcoming the various stages of development, which are characterized from the standpoint of the advantages of using the resources involved in the economic activity of industrial enterprises of railway transport and technological patterns aimed at transforming when resources change. The knowledge economy is a factor in the development of industrial enterprises of railway transport, carried out primarily due to intangible factors, the basis of which is knowledge and human capital. The development of the

knowledge economy is formed at two levels: macroeconomics of knowledge (focuses on the problem of macroeconomic growth based on the increasing role of knowledge); microeconomics of knowledge (considers the management of enterprise business processes through the prism of knowledge). Both levels are of great importance, but we will focus on the micro level, since in the conditions of market relations industrial enterprises occupy a key place in the development of the economy. Scientists study various factors of the internal and external environment and evaluate their impact on increasing the sustainability of the development of industrial enterprises of railway transport. One of the important factors in modern business conditions is the effective use of new knowledge and the management of new knowledge at industrial enterprises of railway transport. Particular attention is paid to the advantages of strategic development and the focus of industrial railway enterprises on the search and generation of new knowledge, which is the basis of their innovative development. It is determined that intellectual capital is considered as the main strategic resource for the development of industrial enterprises of railway transport. The most important management task is to create a mechanism for accumulating and using new knowledge that can provide significant competitive advantages to industrial railway enterprises. It was established that the development of industrial enterprises of railway transport depends on the use of new knowledge, and the competitiveness of products depends on the innovative component of the ideas embedded in it.

**Key words:** management, industrial enterprises of railway transport, knowledge economy competitiveness, human capital.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах промисловим підприємствам залізничного транспорту необхідно вчасно реагувати на динамічні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища шляхом створення і освоєння нових знань, які формуються в результаті творчого процесу.

Пошук нової наукової парадигми, що вимагає глобалізації знань, що є підґрунтям до формування наступної стадії розвитку людства, пов'язаного з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та дозволяє удосконалювати процеси генерації знань і використовувати їх в якості основного ресурсу економічного розвитку промислових підприємств залізничного транспорту.

В економіці знань спостерігається залежність продукту, який виготовляється від результатів використання нових знань (виробничим ресурсом поряд з працею і капіталом). Отже, очевидними стають факти про те, що переваги в конкретних конкурентних позиціях будуть у тих промислових підприємств залізничного транспорту, які мають більше інноваційних знань, ніж їх конкуренти. А інноваційні знання надають їм можливість змінювати існуючі та встановлювати нові вимоги, які дозволяють стати їм лідерами в галузі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питаннями визначення ролі економіки знань в процесі інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: В. Геєць [1], П. Друкер [2], Т. Корнєєва [3], Д. Лук'яненко, О. Лук'яненко та О. Дорошенко [5], А. Маслов [6], В. Прохорова [7; 8], Л. Федулова [9], А. Штангрет [9] та ін.

Незважаючи на значний внесок науковців в визначення ролі економіки знань в процесі інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту, залишаються недостатньо розглянутими питання у зв'язку зі сталими змінами внутрішнього та зовнішнього середовища.

**Метою дослідження** є визначення ролі економіки знань в процесі інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту в турбулентних умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Протягом всього періоду існування суспільство швидко рухається вперед, шляхом подолання різних етапів розвитку, які характеризуються з позицій переваг використання ресурсів, що беруть участь в економічній діяльності промислових підприємств залізничного транспорту та технологічними укладами, направлених на трансформацію при зміні ресурсів.

Економіка знань є фактором розвитку промислових підприємств залізничного транспорту, що здійснюється в першу чергу за рахунок нематеріальних чинників, основу яких складають знання і людський капітал.

Розвиток економіки знань формується на двох рівнях:

макроекономіка знань (концентрує свою увагу на проблемі макроекономічного зростання, заснованого на збільшенні ролі знань);

мікроекономіка знань (розглядає управління бізнес-процесів підприємства крізь призму знань).

Обидва рівня мають велике значення, але сконцентруємо увагу саме на мікрорівні, оскільки в умовах ринкових відносин промис-

лові підприємства займають ключове місце в розвитку економіки.

Науковцями досліджуються різні фактори внутрішнього та зовнішнього середовища та оцінюється їх вплив на підвищення стійкості розвитку промислових підприємств залізничного транспорту. Одним з важливих факторів, у сучасних умовах господарювання, є ефективно використання нових знань і управління новими знаннями на промислових підприємств залізничного транспорту. Особливо звертається увага на переваги стратегічного розвитку і націленість промислових підприємств залізничного транспорту на пошук та генерування нових знань, що є підґрунтям їх інноваційного розвитку.

Спочатку була економіка, заснована на фізичній праці, її змінила індустріальна економіка, яка базується на використанні природних ресурсів, а на зміну останньої поступово приходить економіка, що базується на знаннях (рис. 1).

Аналіз вітчизняної та зарубіжної практики надає можливість розвитку систем управління новими знаннями (інтелектуальним капіталом) та констатує про необхідність і можливість ефективного їх застосування для підвищення рівня конкурентоспроможності промислових підприємств залізничного транспорту.

До інтелектуального капіталу промислових підприємств залізничного транспорту відносяться сукупність знань, інформації, досвіду, кваліфікації та мотивації персоналу, організаційних можливостей і технологій, спроможних забезпечувати конкурентоспроможність продукції підприємств на вітчизняних та світових ринках.

Нові знання виникають в процесі послідовного перетворення зовнішніх даних в інформацію і потім у внутрішні знання промислових під-

приємств залізничного транспорту. На підставі аналізу вітчизняної та зарубіжної наукової літератури сформовано класифікацію видів знань, що наведено на рис. 2.

Інтелектуальний капітал розглядається як основний стратегічний ресурс розвитку промислових підприємств залізничного транспорту. Найважливішим завданням управління є створення механізму акумуляції та ефективного використання нових знань, які зможуть забезпечити промисловим підприємствам залізничного транспорту значні конкурентні переваги.

Результати наукової діяльності промислових підприємств залізничного транспорту стають визначальною силою в процесі розвитку їх економіки за рахунок ефективного використання працівників, їх рівня освіти, професійних навичок та вмінь, творчого мислення і креативних підходів до вирішення різних завдань тощо. Отже, в останні періоди простежується тенденція підвищення уваги до значущості людського капіталу та значного зростання ролі нових знань в економічних процесах.

Нові знання стають найважливішим фактором, що визначає конкурентні переваги промисловим підприємствам залізничного транспорту на ринку. Можна стверджувати про наступаючий новий етап економічного розвитку промисловим підприємствам залізничного транспорту, а саме – економіці знань. Економіку знань можна розглянути з декількох ракурсів. Так, наприклад, вона може виступати в якості деякої сукупності господарських процесів, пов'язаних із застосуванням знань, або ж як наука, що досліджує дані процеси.

Запропоновано науково-практичний підхід до інтенсифікації управління економічною поведінкою на основі економіки знань (рис. 3).

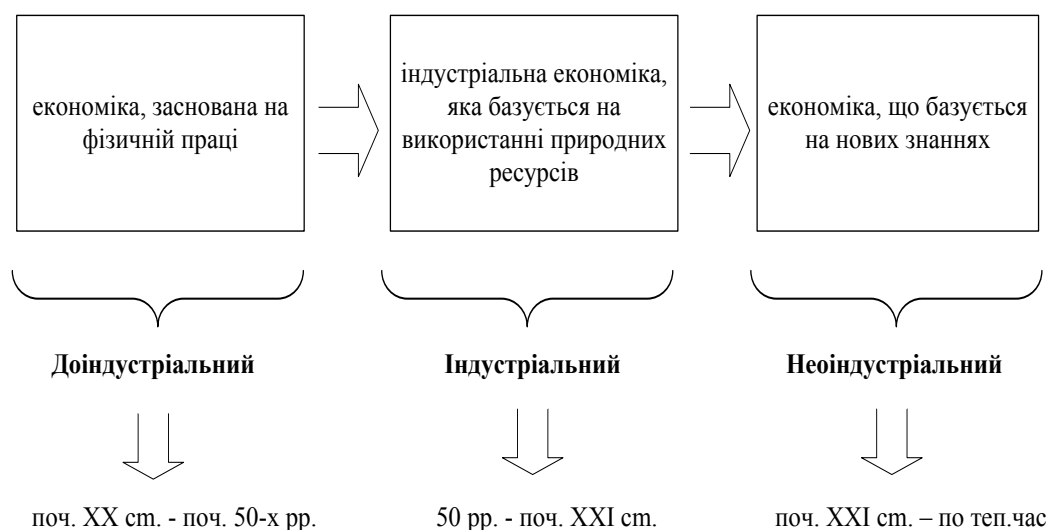


Рис. 1. Еволюційні етапи формування економіки

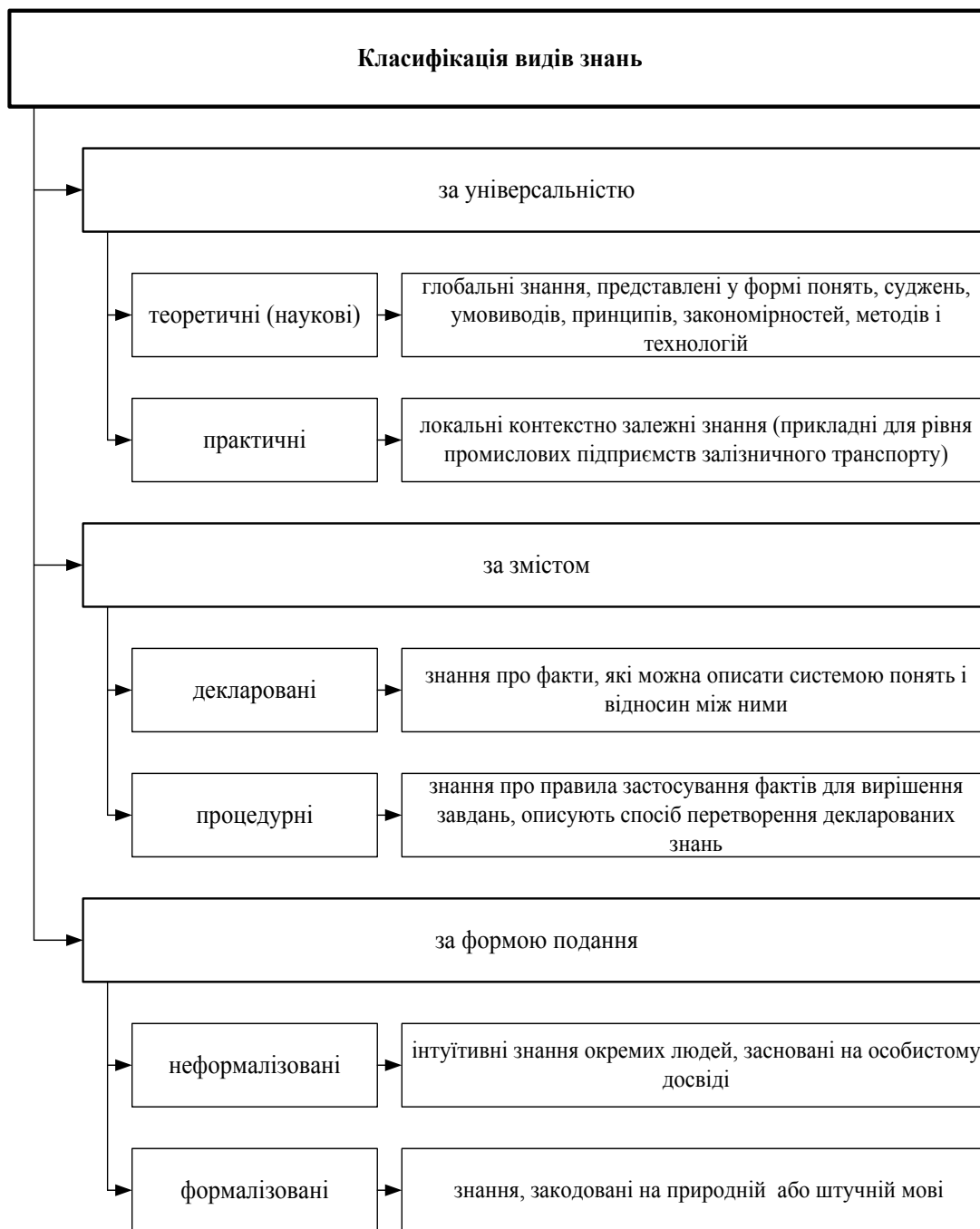


Рис. 2. Класифікація видів знань

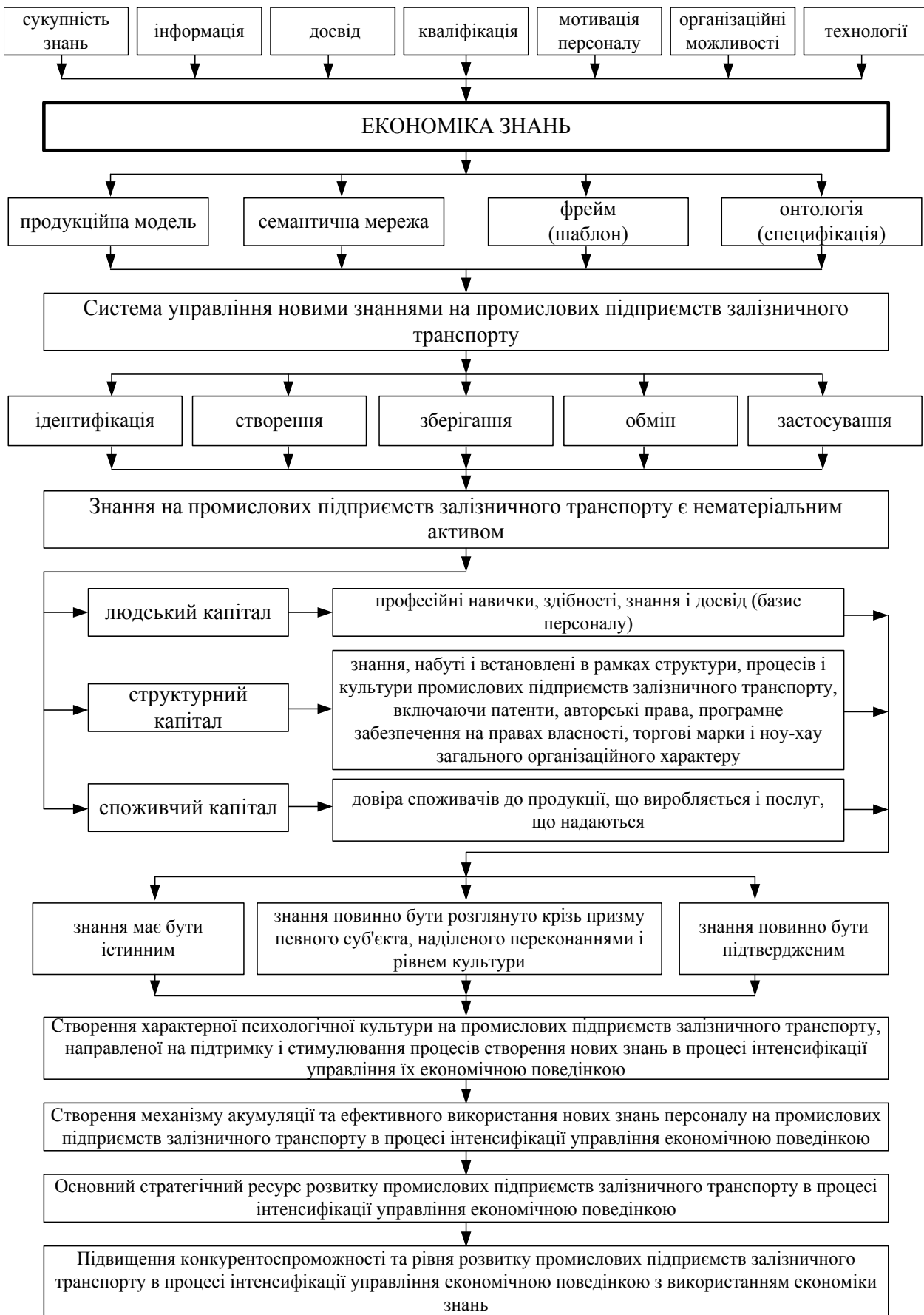
Знання промислових підприємств залізничного транспорту є нематеріальним активом і складає основу інтелектуального капіталу, що включає: людський капітал – професійні навички, здібності, знання і досвід (базис співробітника); структурний капітал – знання, набуті і встановлені в рамках структури, процесів і культури організації, включаючи патенти, авторські права, програмне забезпечення на правах власності, торгові марки і ноу-хау загального організаційного характеру; споживчий капітал – довіра споживачів до продукції, що поставляється і послуг.

На думку більшості науковців, знання, мають відповідати певним критеріям:

знання має бути істинним, оскільки міра істинності визначає цінність самого знання. У загальному сенсі істину можна позначити як певну характеристику, що забезпечує можливість збігу наукового знання з об'єктивною реальністю.

знання повинно бути підтвердженим, характеризуватися наявністю доказів, обґрунтування істинності;

знання повинно бути розглянуто крізь призму певного суб'єкта, наділеного переконаннями і рівнем культури, а також власти-



**Рис. 3. Науково-практичний підхід до інтенсифікації управління економічною поведінкою на основі економіки знань**

вими йому особистісними характеристиками, такими, як воля, мораль тощо.

Послідовним продовженням змін на промислових підприємствах залізничного транспорту є створення характерної психологічної культури, направленої на підтримку і стимулювання процесів створення нових знань, мотивуючи кожного працівника до підвищення рівня власних знань. Саме персонал є фактором формування культури нових знань, що дає можливість виводити промислові підприємства залізничного транспорту на нові рівні розвитку.

Науковий аналіз економічного розвитку не може спиратися лише на традиційні економічні процеси і передумови: фінансування, стимулювання попиту, ринкові методи регулювання інновацій, комерціалізацію знань та інше у відриві від соціокультурних, етичних, психологічних, духовних, політичних факторів, поза контекстом філософського осмислення проблем.

В наукових джерелах виокремлюють чіткі вираження знаходять взаємодій, а саме: сили відштовхування (конкуренція); сили тяжіння (співпраця); сили інерції (традиції, звички).

Економіка знань має три принципові особливості: дискретність (знання як продукту); знання, подібно іншим громадським благам (створені та доступні всім без винятку); знання за своєю природою – це інформаційний продукт, що з часом стає, як звичайний матеріальний продукт.

Економіка знань відіграє значну роль в процесі інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту в турбулентних умовах господарювання. Прийняте на підставі аналізу існуючого стану промислового підприємства залізничного транспорту ефективне управлінське рішення повинно представляти собою сукупність наявного і нового знання.

Нові знання можуть виступати в якості продукту, одержуваного в ході формування інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту, де нові знання виступають в якості предмету управління, сприяючи прийняттю об'єктивних, економічно-обґрунтованих рішень, що дозволять максимально підвищити рентабельність і ефективності підприємства.

Отже, розвиток промислових підприємств залізничного транспорту залежить саме від використання нових знань, а конкурентоспроможність виготовленої продукції залежить від інноваційної складової закладених в ній ідей. На перший план виходить здатність промислових підприємств залізничного транспорту формувати, акумулювати, систематизувати, зберігати і правильно використовувати нові знання.

Прийняте на підставі аналізу існуючого стану промислових підприємств залізничного транспорту управлінське рішення представляє собою концентрацію наявного і нового знань. Знання можуть виступати в якості продукту, одержуваного в ході управлінського процесу. Однак в той же час рішення приймається керівником на підставі вже наявних знань, що були отримані раніше. Тут знання виступають в якості предмета управління, сприяючи прийняттю об'єктивних, економічно обґрунтованих рішень, що дозволяють домогтися максимальної рентабельності і ефективності підприємства. Вони дають можливість постійного моніторингу управлінцем навіть незначних змін зовнішнього і внутрішнього середовища попереджуючи наступ негативних подій і застерігаючи від поспішних і невіправданих управлінських рішень.

Основою нової економіки є людина, її знання і сам процес пізнання, а економіка все більше дематеріалізується, це свідчить про те, що сучасна господарська система не управляється виключно на основі раціональних методів і до її дослідження також не можна підходити, ґрунтуючись лише на традиційних наукових методах пізнання. В сучасних умовах господарювання все більшу роль відіграють креативні механізми пізнання.

Головний стратегічний курс в процесі інтенсифікації управління економічною поведінкою промислових підприємств залізничного транспорту направлений на формування високого рівня освіти, кваліфікації та етики працівників; надання широкого кола працівників умов для розширення знань, безперервного підвищення професійної майстерності, самовираження; використання пакетів різноманітних програм мотивації і розвиток організаційної культури.

Знання стануть не тільки самостійним продуктом і фактором виробництва, а й засобом тезаврації. Уже зараз йдеться про ефективність «інвестицій в людину». Але в суспільстві знань найкращим засобом накопичення зможуть стати самі знання. Можна вважати, що темпи «інфляції знань» за певних умов можуть бути істотно нижче темпів звичайної інфляції. Функції знань в неоіндустріальному суспільстві істотно розширюються.

**Висновки.** Отже, з посиленням глобалізації, знання стали одним з важливих чинників створення конкурентної переваги і сприяють генеруванню інтелектуального капіталу в господарську діяльність громадських організацій. Відповіддю на нові вимоги часу стає перехід від організаційної раціоналізації, заснованої переважно на накопиченому досвіді і використанні матеріальних активів, до всебічного застосування знань і сучасних інформаційних технологій.



В даний час стає очевидним, що успіх промислових підприємств залізничного транспорту в значній мірі залежить саме від знань, а конкурентоспроможність виготовленої продукції характеризується інноваційною складо-

вою. У даних мінливих умовах на перший план виходить здатність промислових підприємств залізничного транспорту виготовляти, акумулювати, систематизувати, зберігати і правильно використовувати знання.

#### Список використаних джерел:

1. Геець В.М. Україна у вимірі економіки знань / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. К. : Основа, 2006. 592 с.
2. Друкер П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества. Санкт-Петербург : Изд. дом «Вильямс», 2007. 323 с.
3. Индекс экономики знаний в странах мира. Всемирный банк. Режим доступа: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/about>
4. Корнеева Т.М. Державна політика у сфері економіки знань : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Т.М. Корнеева. К., 2010. 28 с.
5. Лук'яненко Д.Г., Лук'яненко О.Д., Дорошенко О.С. Імплементация парадигмы экономики знаний у стратегії національного економічного розвитку / Міжнародна економічна політика. 2013. № 2(19). С. 5–26.
6. Маслов А.О. Теорія інформаційної економіки та її інституційно-соціальні витоки. Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. пр. 2012. Вип. 27. Т. 3. С. 110–118.
7. Прохорова В.В. Теоретичні аспекти проблем економічного розвитку в умовах глобалізації / Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. Вип. 30. К. : НАУ, 2009. С. 20–26.
8. Прохорова В.В., Чобіток В.І. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу : монографія. Харків : Українська інженерно-педагогічна академія, 2012. 278 с.
9. Федулова Л.І. Концептуальні засади економіки знань / Економічна теорія. 2008. № 2. С. 37–59.
10. Штангрет А.М. Економіка знань як пріоритетний напрямок розвитку світової економіки / Економічний вісник університету : наук. журнал в галузі економ. наук. Переяслав-Хмельницький, 2012. № 19/1. С. 7–9.

#### References:

1. Heiets V.M. Ukraina u vymiri ekonomiky znan / Za red. akad. NAN Ukrainy V. M. Heitsia. K.: Osнова, 2006. 592 s.
2. Druker P.F. Epokha razryva: oryentyry dlia nashego meniaiushchegosia obshchestva. Sankt-Peterburh: Yzd. dom «Vyliams», 2007. 323 s.
3. Indeks ekonomiky znan v krainakh svitu. Vsesvitnii bank. Rezhym dostupu: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/about>
4. Kornieieva T.M. Derzhavna polityka u sferi ekonomiky znan: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupe-nia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.03 «Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom» / T.M. Kornieieva. K., 2010. 28 s.
5. Lukianenko D.H., Lukianenko O.D., Doroshenko O.S. Implementatsiia paradyhmy ekonomiky znan u stratehii natsionalnogo ekonomichnogo rozvytku / Mizhнародna ekonomichna polityka. 2013. № 2(19). S. 5–26.
6. Maslov A.O. Teoriia informatsiinoi ekonomiky ta yii instytutsiino-sotsialni vytoky. Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky: zb. nauk. pr. 2012. Vyp. 27. T. 3. S. 110–118.
7. Prokhorova V.V. Teoretychni aspekty problem ekonomichnogo rozvytku v umovakh hlobalizatsii / Problemy systemnogo pidkhodu v ekonomitsi: zb. nauk. prats. Vyp. 30. K.: NAU, 2009. S. 20–26.
8. Prokhorova V.V., Chobitok V.I. Upravlinnia potentsialom konkurentospromozhnosti pidpriemstv na zasadakh kontrolinhu: monohrafiia. Kharkiv: Ukrainaska inzhenerno-pedahohichna akademiia, 2012. 278 s.
9. Fedulova L.I. Kontseptualni zasady ekonomiky znan / Ekonomichna teoriia. 2008. № 2. S. 37–59.
10. Shtanhret A.M. Ekonomika znan yak priorytetnyi napriamok rozvytku svitovoi ekonomiky / Ekonomichnyi visnyk universytetu: nauk. zhurnal v haluzi ekonom. nauk. Pereiaslav-Khmelnyskyi, 2012. № 19/1. S. 7–9.

---

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

---

УДК 338.512:622.338.26

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-30>**Ащеулова О.М.**кандидат економічних наук, доцент,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»**Мамайкін О.Р.**кандидат технічних наук, доцент,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»**Медяник В.Ю.**кандидат технічних наук, доцент,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»**Asheulova Oleksandra, Mamaikin Oleksandr, Medyanik Volodymyr**  
Dnipro University of Technology**ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДНИКІВ ВНУТРІШНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ  
ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ****RESEARCH OF THE COMPONENTS OF INTERNAL POTENTIAL  
OF MINING-AND-CONCENTRATING COMPLEX ENTERPRISES**

Установлено, що формування потенціалу технологічних мереж шахт є симбіозом взаємодії чинників рівня концентрації гірничих робіт, стійкості з провітрювання та взаємодії продуктивних потоків підприємства та окремих підсистем шахти (транспорт, дегазація, водовідлив, підйом, породний комплекс). Для встановлення їхнього впливу на формування даного параметра використано метод статистичного аналізу та встановлено залежність між показником технічного потенціалу та низкою незалежних показників технічного рівня шахти. Отримані аналітичні залежності «внутрішнього потенціалу» базуються на дослідженні співвідношень між даним показником як результативним і гірничо-геологічними і технологічними показниками – як факторними. Для дослідження залежностей та отримання регресійного рівняння показника «внутрішній потенціал» використано методи оптимального програмування і прийняття рішень в умовах невизначеності.

**Ключові слова:** вугільні шахти, вуглепромисловий регіон, беззбитковість, моделювання, диверсифікація, потенціал, запаси.

Установлено, что формирование потенциала технологических сетей шахт является симбиозом взаимодействия факторов концентрации горных работ, устойчивости по проветриванию и взаимодействия производительных потоков предприятия и отдельных подсистем шахты (транспорт, дегазация, водоотлив, подъем, породный комплекс). Для установления их влияния на формирование данного параметра использован метод статистического анализа и установлена зависимость между показателем технического потенциала и рядом независимых показателей технического уровня шахты. Полученные аналитические зависимости «внутреннего потенциала» базируются на исследовании соотношений между данным показателем как результативным и горно-геологическими и технологическими показателями – как факторными. Для исследования зависимостей и получения регрессионного уравнения показателя «внутренний потенциал» использованы методы оптимального программирования и принятия решений в условиях неопределенности.

**Ключевые слова:** угольные шахты, углепромышленный регион, безубыточность, моделирование, диверсификация, потенциал, запасы.

It was established that the formation of the mine technological networks potential is a symbiosis of interaction of factors of mining concentration level, stability in ventilation and interaction of enterprise productive flows and individual subsystems of mine (transport, degassing, drainage, lifting, rock complex). The method of statistical analysis was applied to establish their influence on the formation of this parameter, and dependence between the indicator of technical potential and a number of independent

indicators of the technical level of mine was established. The obtained analytical dependences of the "internal potential" are based on research of relations between the given indicator as effective, and mining-and-geological and technological indicators as factor one. The method of test points was applied in order to determine the behavior of criteria in the given area of change of required parameters. In order to perform it, it is necessary to prove that it is reasonable to study the nature of criteria changes in this area of parameters using rating tests. When setting both lower and upper limits of the values of each criterion, there are no special dissimilarities in the different direction of the criteria. This is due to the fact that we are not looking for an extreme value of each criterion separately, but for a compromise solution of the problem, which contains the best combination of criteria values, perhaps even contradictory. The given mathematical formulation of the problem assumes that at a certain moment conditions of coal mining at a given mine reach a certain boundary causing the necessity of adoption of more effective methods of coal mining. It was established that almost all factors characterizing mining-and-geological conditions, technological conditions of mining, indicators of business activity largely depend on the specifics of mine activity and its branch belonging, which determines the presence of not only functional links between the factors in forming of the potential, but also analytical ones, which are quite significant.

**Key words:** coal mines, coal-mining region, break-even, modeling, diversification, potential, reserves.

**Постановка проблеми.** Категорію «потенціал технологічної схеми» по відношенню до окремої шахті, очевидно, не має сенсу вводити, оскільки вона не вносить нічого нового порівняно з реконструкцією. По-іншому йде справа, коли розглядається великий район, такий, наприклад, як Західний Донбас або антрацитові регіони Донецької і Луганської областей. Тут збільшення видобутку і поліпшення техніко-економічних показників можуть бути досягнуті різними шляхами: будівництвом других черг шахт, реконструкцією або навіть закриттям діючих шахт. Для таких регіонів поняття «потенціал технологічних схем» набуває нового змісту, і тут доречно говорити про розвиток, одним з елементів якого є модернізація окремих шахт і тісно пов'язана з нею концентрація та інтенсифікація виробництва.

У найбільш загальному вираженні під концентрацією виробництва розуміють зосередження виробничої потужності або навантаження на окремих шахтах або їхніх ланках, яке призводить до підвищення економічного ефекту. Таке визначення поширюється на концентрацію в просторі (збільшення навантаження на шахту, виїмкове поле, підйом і т. д.) і на концентрацію в часі (збільшення змінного навантаження). Стосовно вугільних шахт це означає підвищення навантаження на лаву або збільшення обсягу пройдених гірничих виробок в одиницю часу (за допомогою технічних і організаційних заходів). Підвищення рівня концентрації може бути наслідком впливу як інтенсивних, так і екстенсивних чинників. Саме ця обставина служить межею, який відділяє інтенсифікацію від концентрації. Тому дослідження складників підприємств гірничозбагачувального комплексу є актуальним науковим завданням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання, пов'язані з підтриманням потужності шахт, ефективним використанням технологічних ресурсів гірничого виробництва, привертали увагу цілої низки відомих дослідників.

Серед них такі, як О.С. Астахов, В.І. Бондаренко, А.С. Бурчаков, Б.М. Воробйов, Ю.Б. Грядущий, В.Г. Гріньов, В.Г. Ілляшенко, О.В. Колоколов, О.М. Кузьменко, А.Т. Курносів, В.Н. Кухарев, В.І. Саллі, К.Ф. Сапицький, А.О. Хорольський та ін. У даній роботі зроблено спробу розглянути цю проблему крізь призму необхідності забезпечення бездотаційного видобутку вугілля в Донбасі за рахунок ефективного узгодження та взаємодії схем вуглевидобування з інноваційними процесами. На основі ретроспективного аналізу стану галузі [1] авторами зроблено припущення, що без оцінки потенціалу підприємств та пошуку внутрішніх резервів галузь неможливо вивести з кризового стану.

**Метою дослідження** є аналіз закономірностей та розроблення системи оцінки управління основними виробничими ресурсами для підвищення потенціалу технологічних схем вуглевидобутку, зниження рівня збитковості державних вугільних шахт.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Загальновідомо, що умови видобутку вугілля в Україні і за природними, і за технічними умовами надзвичайно складні. Відсутність протягом низки років інвестицій у галузь і недооцінка ролі вугілля як основного джерела отримання енергії призвели також і до суттєвого відставання технологій видобутку, переробки і використання вугілля. Кризові явища в галузі, що посилювалися протягом останніх 8–10 років, сьогодні припинені за рахунок стійкої роботи групи приватизованих шахт. І тим не менше видобуток вугілля знаходиться на рівні 1952–1953 рр., а середньомісячна продуктивність праці робітника з видобутку – на рівні 1950 р. Разом із тим слід констатувати зростаючу залежність технічних показників і кінцевих результатів діяльності шахт від природних умов, погіршення яких (зростання глибини шахт, газовості, температури порід та ін.)

тягне за собою зростання питомих капітальних витрат на підтримку потужності шахт.

Беручи до уваги вищесказане, можливо, слід переглянути ставлення до необхідності зростання видобутку вугілля як деякої аксіоми і панацеї від усіх бід вугільної промисловості і вивести на передній план поняття ефективності природокористування [2; 3], заснованого на управлінні перспективою відпрацювання запасів на чергових ділянках шахтного поля [4]. Актуальний принцип концентрації гірничих робіт, розглянутий крізь призму ефективного управління виробничими ресурсами, містить у собі не тільки звичні збільшення навантаження на вибій, що веде до зростання обсягу видобутку (якщо є резерви пропускної спроможності на підземному транспорті, підйомах та інших технологічних ланках шахти), а й відмови від експлуатації неефективних лав зі збереженням або навіть скороченням загальношахтного обсягу видобутку.

Ресурси, що вивільняються в ході звуження фронту робіт, здебільшого володіють достатньою мобільністю, щоб бути переданим діючим вибоєм і підвищити ефективність їхньої роботи. Перейшовши від рівня окремого підприємства до вуглепромислового регіону, слід вивчити можливості закриття деяких шахт і перерозподілу їхніх ресурсів найбільш перспективним підприємствам [5]. У роботі зроблено спробу розставити акценти дещо інакше і наділити виробничі ресурси «активною» функцією, тобто саме керуючи межами витрачання того чи іншого технологічного ресурсу (а як буде показано нижче, комплексно керуючими ресурсами), моделюється внутрішній потенціал технологічної схеми шахти в плані сприйнятливості до інновацій – основи роботи шахт у беззбитковому режимі.

Дана робота пропонує вивчити «зворотний» вплив, тобто співвіднести здатність даної технологічної схеми до забезпечення сталого вуглепотуку в рамках виробничої потужності та ліміти виробничих ресурсів на кожен тонну потужності.

Як відомо, основним принципом розрахунку оптимальних пропорцій потужності машин і технологічних виробництв на конкретній шахті є взаємозалежність провідної ланки та інших елементів системи [6]. Використання цього принципу повного завантаження провідної ланки технологічної схеми свого часу було деякою мірою виправданим, оскільки вибір конкретного технічного рішення визначався скоріше політичними, ніж економічними міркуваннями, й самі критерії економічної ефективності соціалістичного виробництва були відсутні, відкидалися товарно-грошові відносини як необхідний атрибут економіки [7]. Положення про примат провідної ланки, що збереглися в теорії організації виробничих процесів, обмежують підвищення

ефективності виробництва, не забезпечують вибір найбільш ефективного напрямку його розвитку. Проектування розвитку гірничих робіт, планування завантаження відповідних підсистем шахти має здійснюватися з позицій системи у цілому, а не її окремої (провідної) ланки [8].

Сьогодні, коли обсяги видобутку вугілля багатьох шахт значно нижче закладених у ході проектування підприємства (чи то в силу дії економічних факторів, чи то зміни гірничо-геологічних умов або ін.), виникає питання про нераціональне використання значних виробничих ресурсів, капіталізованих на шахтах. Організація перерозподілу цих ресурсів приховує у собі значний потенціал підвищення економічної ефективності вуглевидобутку. Оскільки гірниче виробництво тісно пов'язане з природними умовами, шахта належить до складних стохастичних систем, тому сформовані нею технологічні схеми вуглевидобутку не стільки унікальні, скільки наділені глибокими внутрішніми резервами (потенціалом), породженими в тому числі й топологією мережі, притаманною саме даній ділянці родовища [9; 10].

Багато антрацитових шахт сьогодні практично відпрацювали балансові запаси і змушені перейти до видобутку гірших, тому зі звичайним зниженням рівня ведення гірничих робіт тут присутнє ускладнення гірничо-геологічних умов відпрацювання та погіршення якості вугілля. Кожен неефективно функціонуючий у різних частинах шахтного поля очисний вибій, окрім технічного оснащення для вуглевидобутку, вимагає підготовчих виробок, провітрювання, транспорту і т. д. І це крім загальношахтних систем підйому, водовідливу, поверхневого комплексу, апарату управління. Саме тому політика оптимального використання виробничих ресурсів повинна будуватися на оцінці економічної ефективності запасів, що залишилися, обґрунтованому плануванні відтворення очисної лінії та відповідності виїмкової техніки умовам експлуатації. Підвищення концентрації виробництва досягається за рахунок перерозподілу запасів, що залишилися, і об'єднання шахт гірничими роботами. Перерозподіл ділянок, що базується на реальному критерії оптимальності, дає можливість концентрувати ресурси на тих частинах шахтного поля, де ефект буде найбільшим. Основу моделювання таких завдань повинна становити система обмежень, позбавлена обов'язкових у минулому вимог забезпечення планових навантажень на шахту. Обсяги видобутку у цьому разі можуть бути шуканою величиною або порогом беззбитковості.

Усі ці питання мають першорядне значення під час планування розвитку шахт регіону та збереження в числі діючих частини тих підприємств, які працюють украй неефективно. При

цьому термін «розвиток» передбачає модернізацію технологічних ланок перспективної групи шахт, підвищення ефективності видобутку до рівня беззбитковості, збереження конкурентоспроможності донецького антрациту на ринку палива. Такий підхід буде служити основою підвищення ефективності роботи великої групи збиткових шахт галузі, масове закриття яких на даному етапі не представляється доцільним.

Питання про те, на яких саме шахтах можливий приріст видобутку і як його здійснити, повинно розглядатися залежно від стану технологічної схеми конкретної шахти. За інших рівних умов вигідніше підвищувати потужність тих шахт, де потрібні менші інвестиції. Згідно із цим, виникає необхідність синтезу розпливчастих понять «запущена» або «малоефективна» шахта, що має теоретичне і практичне значення під час безпосереднього планування розвитку гірничих робіт. Це питання ще не отримало однозначного рішення, й у даній роботі розглянуто механізм комплексної оцінки потенціалу шахти з позицій системного аналізу як досить складної природно-індустріальної системи.

Перша частина (підсистема) представлена гірничо-геологічними умовами (включаючи топологію і характеристику вугільних запасів), які існують спочатку і належать до чинників некерованих. Друга частина представляє технологію видобутку вугілля. Вона формується під впливом досягнутого рівня технології, вимушеного пристосовуватися до природних умов.

Природна і технологічна підсистеми (до них відносяться, зокрема, такі параметри, як потужність пластів, що розроблюються, глибина розроблення, газоносність, засоби механізації, виїмки та транспорту вугілля) впливають безпосередньо і побічно на економічні результати роботи шахти. За системного підходу показник, що характеризує шахту, повинен урахувувати всі ці її складники, і тому стає ясною невдача спроб обмежитися яким-небудь одним показником.

Найбільш повною і найбільш загальною характеристикою функціонування виробничої системи є потенціал. Під потенціалом слід розуміти здатність шахти до досягнення такого результату, за якого прийнято вважати за доцільне продовження функціонування системи. Результат, який визначає ефективність системи, може мати різну кількісну та якісну характеристику. Троїтий характер шахти як природної, індустріальної й економічної системи та об'єкта впровадження інновацій дає підстави для висновку про те, що і показник, який оцінює технологічну схему вуглевидобутку в низці інших повинен узагальнювати її триєдину сутність. Таким показником, на нашу думку, може бути запропонований потенціал технологічної схеми шахти.

Потенціал шахти – це кількісний показник, що визначає місце шахти в низці вугільних підприємств за пріоритетністю інвестування простого або розширеного відтворення на ринкових принципах. Пропоноване визначення об'єднує у собі технологічні чинники (обсяг виробництва або пропускна здатність ланок), економічний потенціал і ступінь забезпеченості запасами. З огляду на те, що шахта являє собою динамічну систему, у неї не може бути «вічних» оцінок, кожна з них дійсна лише в деякому часовому інтервалі.

Згідно із цим, у роботі створено науково обґрунтовану систему оцінки управління основними виробничими ресурсами для підвищення потенціалу технологічних схем вуглевидобутку, зниження рівня збитковості державних вугільних шахт.

Для досягнення цього було вирішено такі завдання:

- кількісно оцінити стан шахти з позицій мінімізації ентропійного впливу на інноваційний потенціал підприємства;
- розробити аналітичні підходи до багатокритеріальної оцінки рівня внутрішніх складників технологічних схем шахт для управління процесами збереження потужності;
- створити залежності щодо оцінки доцільності відпрацювання складних ділянок шахтного поля на принципах корпоративності і розробити систему оціночних параметрів за характеристикою виживаності шахти;
- запропонувати основи паспортизації технологічних схем вугільних шахт у контексті оцінки продуктивних потоків, які формують інноваційний рівень шахти і мають найбільший вплив на навколишнє середовище;
- виконати розрахунки потенціалу технологічних схем групи антрацитових шахт.

Згідно з наведеною концепцією, політика оптимального управління підтриманням потужності діючих шахт повинна будуватися на оцінці запасів, що залишилися, обґрунтованому плануванні відтворення очисної лінії та відповідності виїмкової техніки умовам експлуатації. Підвищення концентрації виробництва досягається за рахунок перерозподілу запасів, що залишилися, й об'єднання шахт гірничими роботами, що дає можливість концентрувати ресурси на тих частинах шахтного поля, де ефект буде найбільшим. Основу моделювання таких завдань повинна становити система обмежень, позбавлена обов'язкових у минулому вимог забезпечення планових навантажень на шахту.

Усі ці питання мають першорядне значення під час планування розвитку шахт регіону та збереження в числі діючих частини тих підприємств, які працюють украй неефективно. При цьому термін розвитку передбачає модернізацію технологіч-

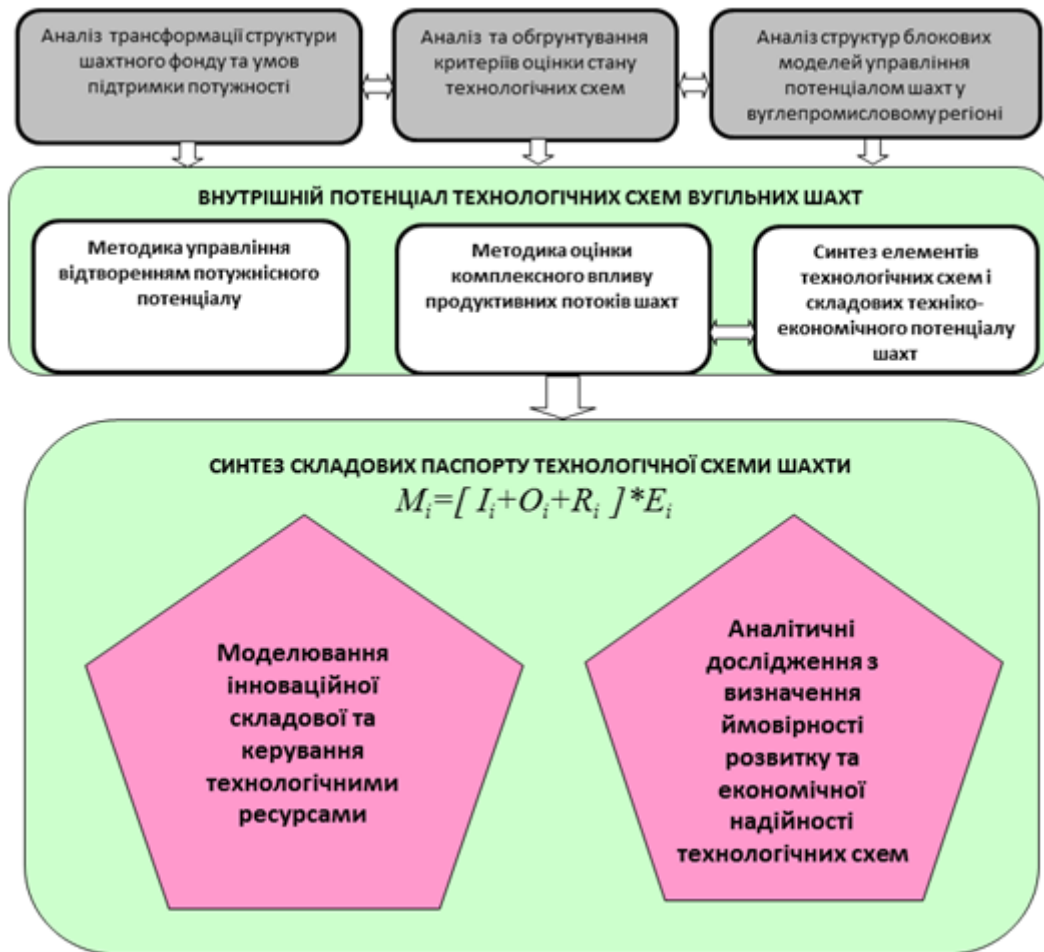


Рис. 1. Схема оцінки потенціалу підприємства

них ланок перспективної групи шахт, підвищення ефективності видобутку до рівня беззбитковості, збереження конкурентоспроможності донецького антрациту на енергетичному ринку.

Вирішення всіх питань виконувалося згідно з методикою, яка складається з алгоритму послідовних дій із виконання всіх етапів проведення досліджень (рис. 1).

У нинішніх умовах неефективність роботи шахт посилюється й унаслідок відсутності корінних перетворень у системі управління інноваційної діяльності. Не менш важливими є граничні параметри розроблення, які встановлюють не залишковий термін служби вуглевидобувного підприємства, а межу, досягнення якої зумовлює необхідність переходу до більш ефективних методів розвитку технологічних схем у часі й просторі. Отримані прогнози оцінки трансформації структури шахтного фонду та ближню перспективу становлять вихідні дані для визначення граничних значень собівартості для групи збиткових антрацитових шахт, рекомендованих для передачі до концесії.

**Висновки з проведеного дослідження.** Категорія «потенціал технологічної схеми» найбіль-

шою мірою зумовлюється головною властивістю вугільної шахти – розвитком у просторі. Ця властивість має об'єктивний характер, оскільки вона зумовлена фундаментальною властивістю вугілля – його не відтворюваністю. Темп розвитку визначається індустріальними чинниками (діяльністю людини) і залежить від багатьох причин, зокрема рівня науково-технічного прогресу, але необхідність розвитку задана природою і не може бути виключена або чимось замінена, навіть якщо буде змінена технологія виробничого процесу.

Найбільш дієвим способом рішення задачі з оцінки стану шахти є багатокритеріальний метод Парето, тобто для них не можна побудувати поняття екстремуму, але можна ввести поняття ситуації, яка не поліпшується. Досягнення оптимальних значень параметрів технологічної схеми означає повну реалізацію економічного потенціалу шахти, тобто гранично досяжного (еталонного) рівня, оскільки досягнення саме цього рівня робить технологічну схему шахти сприйнятливою до інновацій.

Слід констатувати, що стосовно вугільних шахт практично відсутня система кількісної оцінки стану технологічних схем, а існуючим розрізненим

характеристикам схем притаманні принципові помилки. Тому в роботі запропоновано механізм співвідношення оцінки якості технологічної схеми шахти відносно до інновацій з урахуванням інтенсивності продуктивних потоків, що формуються під час видобування вугілля. При цьому ці потоки часто мають змінну інтенсивність, будь то зміна попиту на вугілля або екстенсивне відтворення на шкоду інноваційним перевагам.

Встановлено, що втрати запасів можуть призводити до скорочення терміну дії підприємства чи до зменшення його виробничої потужності (видобутку). Наслідки кожного із цих варіантів розрізняються не тільки впливом на техніко-економічні показники роботи шахти, а й за часом впливу, причому наслідки в другому випадку віддалені на майбутнє і виявлять себе за межами даного підприємства, як правило, у зовсім інших умовах.

#### Список використаних джерел:

1. Hrinov V., Khorolskyi A. Improving the process of coal extraction based on the parameter optimization of mining equipment. *E3S Web of Conferences*. 2018. № 60. P. 00017.
2. Models and methods to make decisions while mining production scheduling / A. Khorolskyi et al. *Mining of Mineral Deposits*. 2019. № 13(4). P. 53–62.
3. Khorolskyi A., Hrinov V., Kaliushenko O. Network models for searching for optimal economic and environmental strategies for field development. *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*. 2019. № 6(3). P. 463–471.
4. Khorolskyi A., Hrinov V., Mamaikin O. New approach to the design of mining operations. In *Physical & Chemical Geotechnologies*. Dnipro : University of Technologies, 2019. P. 29–31.
5. Khomenko O., Kononenko M., Myronova I. Ecologic-and-technical aspects of iron-ore underground mining. *Mining of mineral deposits*. 2017. № 11(2). P. 59–67.
6. Increasing ecological safety during underground mining of iron-ore deposits / O. Khomenko et al. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2018. № 2. P. 29–38.
7. Productive flows control in coal mines under the condition of diversification of production / O. Mamaikin et al. In *E3S Web of Conferences*. 2018. № 60. P. 0008.
8. Salli S., Pochepov V., Mamaykin O. Theoretical aspects of the potential technological schemes evaluation and their susceptibility to innovations. *Progressive Technologies of Coal, Coalbed Methane, and Ores Mining*. 2014. P. 491–496.
9. Complex assessment of the recovery ratio of unprofitable mines / O.R. Mamaykin et al. *Mining of Mineral Deposits*. 2015. № 9(1). P. 135–139.
10. Beaulieu M., Gamache M. An enumeration algorithm for solving the fleet management problem in underground mines. *Computers & operations research*. 2006. № 33(6). P. 1606–1624.

#### References:

1. Hrinov, V., & Khorolskyi, A. (2018) Improving the process of coal extraction based on the parameter optimization of mining equipment. In *E3S Web of Conferences*, vol. 60, p. 00017. EDP Sciences.
2. Khorolskyi, A., Hrinov, V., Mamaikin, O. & Demchenko Yu. (2019) Models and methods to make decisions while mining production scheduling. *Mining of Mineral Deposits*, 13(4), 53–62. doi.org/10.33271/mining13.04.053 (Scopus, Web of Sciences).
3. Khorolskyi, A., Hrinov, V., & Kaliushenko, O. (2019) Network models for searching for optimal economic and environmental strategies for field development. *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*, 6(3), 463–471.
4. Khorolskyi, A., Hrinov, V., & Mamaikin, O. (2019) New approach to the design of mining operations. In *Physical & Chemical Geotechnologies – 2019: Dnipro University of Technologies*, 29–31.
5. Khomenko, O., Kononenko, M., & Myronova, I. (2017) Ecologic-and-technical aspects of iron-ore underground mining. *Mining of mineral deposits*, 11(2), 59–67.
6. Khomenko, O., Kononenko, M., Myronova, I., & Sudakov, A. (2018) Increasing ecological safety during underground mining of iron-ore deposits. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (2), 29–38.
7. Mamaikin, O., Sotskov, V., Demchenko, Y., & Prykhorchuk, O. (2018) Productive flows control in coal mines under the condition of diversification of production. In *E3S Web of Conferences*, vol. 60, p. 00008. EDP Sciences.
8. Salli, S., Pochepov, V., & Mamaykin, O. (2014) Theoretical aspects of the potential technological schemes evaluation and their susceptibility to innovations. In *Progressive Technologies of Coal, Coalbed Methane, and Ores Mining*, pp. 491–496.
9. Mamaykin, O. R., Salli, S. V., Pochepov, V. M., & Ashcheulova, O. M. (2015) Complex assessment of the recovery ratio of unprofitable mines. *Mining of Mineral Deposits*, 9(1), 135–139.
10. Beaulieu, M., & Gamache, M. (2006) An enumeration algorithm for solving the fleet management problem in underground mines. *Computers & operations research*, 33(6), 1606–1624.

**Барна М.Ю.**доктор економічних наук, професор,  
перший проректор

Львівського торговельно-економічного університету

**Barna Marta**

Lviv University of Trade and Economics

## ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ АВІАЦІЙНОГО ТРАНСПОРТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### STATE POLICY OF REALIZING THE POTENTIAL OF AIR TRANSPORT FOR THE DEVELOPMENT OF INBOUND TOURISM IN UKRAINE

У статті висвітлено актуальність формування та впровадження державної політики розвитку і реалізації потенціалу авіаційного транспорту в Україні в контексті забезпечення подальшої активізації у секторі в'їзного туризму, а також системного подальшого поступу і реалізації потенціалу вітчизняного туристичного комплексу загалом. Надано характеристику розподілу чисельності туристів за головними (за обсягами) країнами, з яких вони прибувають в Україну. Проаналізовано головні показники перевезень пасажирів авіаційним транспортом в Україні та акцентовано на низькій частці осіб зарубіжних держав, які прибувають в Україну з туристичною метою із використанням вітчизняного авіаційного транспорту. Визначено стратегічні параметри формування державної політики реалізації потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні.

**Ключові слова:** авіаційний транспорт, в'їзний туризм, туристична сфера України, реалізація потенціалу, державна політика.

В статье освещены актуальность формирования и внедрения государственной политики развития и реализации потенциала авиационного транспорта в Украине в контексте обеспечения дальнейшей активизации в секторе въездного туризма, а также системного дальнейшего продвижения и реализации потенциала отечественного туристического комплекса в целом. Охарактеризованы распределения численности туристов по главным (по объемам) странами, из которых они прибывают в Украину. Проанализированы основные показатели перевозок пассажиров авиационным транспортом в Украине и акцентировано на низкой доле лиц зарубежных государств, прибывающих в Украину с туристической целью с использованием отечественного авиационного транспорта. Определены стратегические параметры формирования государственной политики реализации потенциала авиационного транспорта для развития въездного туризма в Украине.

**Ключевые слова:** авиационный транспорт, въездной туризм, туристическая сфера Украины, реализация потенциала, государственная политика.

The article highlights the relevance of the formation and implementation of state policy for the development and realization of the potential of air transport in Ukraine in the context of further intensification in the inbound tourism sector, as well as systematic further progress and realization of the potential of the domestic tourist complex. The purpose of the study is to analyze the state and substantiate recommendations for improving the state policy of realizing the potential of air transport for the development of inbound tourism in Ukraine. The scientific novelty of the study is to substantiate new instruments of state policy to intensify cooperation between the tourism and air passenger sectors, focused on realizing the potential of the country's air transport for the development of inbound tourism. The characteristics of the distribution of the number of tourists by main (by volume) countries from which they come to Ukraine are given. The main indicators of passenger transportation by air in Ukraine are analyzed and emphasis is placed on the low share of persons from foreign countries who arrive in Ukraine for tourist purposes using domestic air transport. The strategic parameters of formation of the state policy of realization of potential of air transport for development of inbound tourism in Ukraine are defined. The practical significance of the results of the study is to develop specific proposals for public administration regarding the realization of the potential of air transport for the development of inbound tourism in the country. In particular, the expediency of implementing the following public policy instruments is substantiated: vertical and horizontal integration of partners, cooperation of tour operators with airlines



and airports regarding the implementation of joint investment projects in the field of air transport and tourism infrastructure, cooperation of travel companies with air carriers to establish cooperation with foreign airports, associative cooperation and cooperation in the field of using the potential of air transport for the development of inbound tourism in Ukraine.

**Key words:** air transport, inbound tourism, tourist sphere of Ukraine, realization of potential, state policy.

**Постановка проблеми.** Авіаційний транспорт – головний (за обсягами перевезень туристів) вид транспорту, що обслуговує туристичні галузі країн, які є світовими лідерами за показниками стану та темпів розвитку туризму. В Україні, попри величезний історико-культурний, рекреаційний, оздоровчий, відпочинковий та в цілому туристичний потенціал, авіаційний транспорт не має такого значення. З однієї сторони, це може бути свідченням все ще недостатньої зовнішньої туристичної привабливості України, а, з іншої, – слабкою інклюзією сектора авіаперевезень пасажирів у розвиток в'їзного туризму в Україні. Другий аспект потребує удосконалення державної політики в цій сфері.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми і перспективи функціонування авіаційного транспорту в Україні, а також зв'язки впливу цих процесів на розвиток туристичного галузі країни достатньо комплексно досліджені у публікаціях вітчизняних дослідників. Зокрема у наукових статтях О. Борисенко [1], Р. Гудими [5] та С. Ільченко [6] висвітлюються обсяги та тенденції діяльності вітчизняних авіатранспортних підприємств, а також різні аспекти функціонування інфраструктури підтримки розвитку вітчизняної сфери авіаперевезень. Формуванню та реалізації фінансово-економічного механізму розвитку авіаційного транспорту в Україні присвячені дослідження Ю. Слободяник [8]. Аспекти якості та ефективності державної політики регулювання розвитку вітчизняного авіаційного транспорту досліджуються у працях Д. Прейгера, О. Собкевич, О. Ємельянової [7]. Сучасний стан функціонування, тенденцій розвитку, а також економічної безпеки туристичного комплексу України проаналізовані у працях таких науковців, як Т. Васильців, Р. Лупак, О. Рудковський, С. Белікова [2; 3; 4].

Проте, сфера авіаційних перевезень України далеко не реалізувала свій потенціал в контексті впливу на розвиток в'їзного туризму країни, що потребує додаткових досліджень для вироблення інструментів та засобів державної політики, спрямованої на реалізацію потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні.

**Метою** дослідження є аналіз стану та обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення державної політики реалізації потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні.

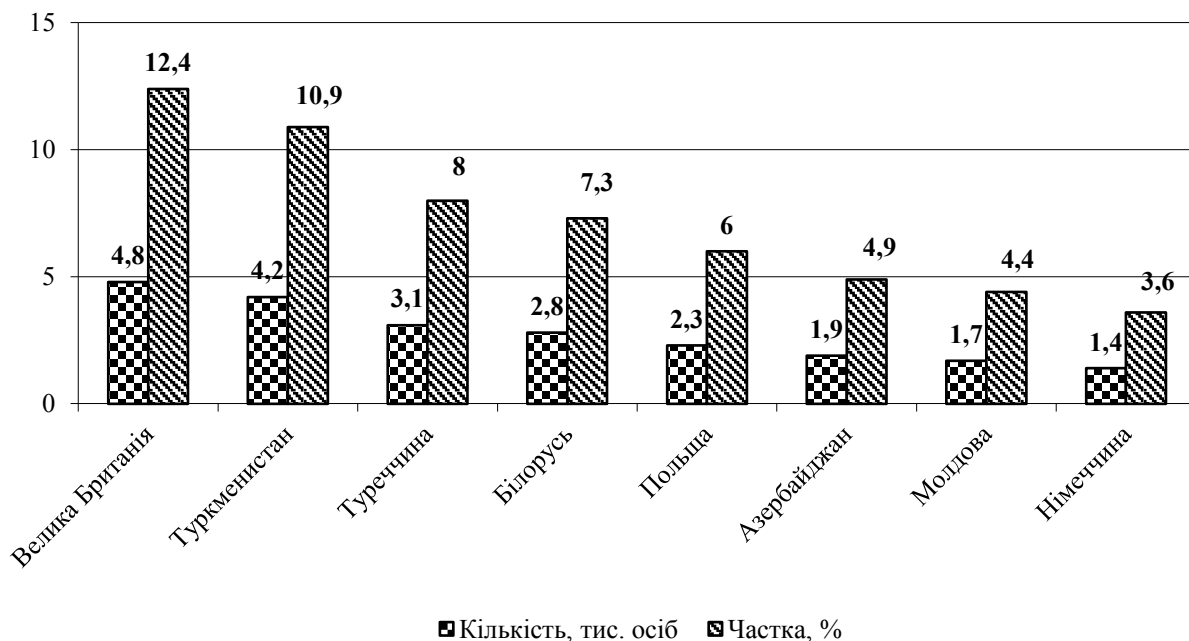
**Виклад основного матеріалу дослідження.** В'їзний туризм в Україні наразі не надто розвинений. Якщо у 2011 р. налічувалося 109,9 тис. осіб – іноземців, які відвідали Україну з метою туризму, то до 2018 р. цей показник знизився до 38,6 тис. осіб (у 2,8 рази) [10, с. 14–17]. Причому, частка туристів, що прибували з метою безпосередньо дозвілля та відпочинку складала 77,5 %. Чи не найбільшою була кількість в'їзних туристів до України під час проведення Чемпіонату Європи з футболу 2012 року. Але Україні так і не вдалося закріпити цей потенціал, у повній мірі продемонструвати високий рівень туристичної привабливості країни та її регіонів, створити та довести до зарубіжного споживача туристичний продукт, здатний конкурувати з тими сервісами та якістю, які пропонуються провідними з огляду на розвиток та в'їзного туризму країнами світу.

Зауважимо, що туристична Україна наразі цікава у переважній більшості громадянам країн з колишнього радянського табору та сусідніх країн. Це підтверджується інформацією, поданою на рис. 1. Так, на 01.06.2018 р. в структурі чисельності туристів за країнами їх прибуття провідні місця належали: Туркменістану (10,9 %), Білорусі (7,3 %), Азербайджану (4,9 %) та Молдові (4,4 %).

Це є додатковим свідченням недостатньої маркетингової політики щодо промоції вітчизняного туристичного продукту на ринки провідних країн Європи та світу. Хоча, слід відмітити, що в Україну приїждять й туристи з Великої Британії (4,8 тис. осіб або 12,4 % в структурі), Туреччини (3,1 тис. осіб та 8,0 %), Польщі (2,3 тис. осіб та 6,0 %) та Німеччини (1,4 тис. осіб та 3,6 %).

Інший висновок, що має право на існування, полягає у недостатній реалізації потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму, оскільки Україну відвідують у більшій мірі туристи з недалеко географічно віддалених країн, звідки порівняно неважко дістатися залізничним та автомобільним транспортом.

Обсяги перевезення пасажирів вітчизняним авіаційним транспортом на сучасному етапі соціально-економічного розвитку України щорічно зростають (табл. 1), що позитивно та є свідченням, як розвитку цієї галузі, так і покращення доступності послуг перевезення пасажирів цим видом транспорту для населення.



**Рис. 1. Розподіл чисельності туристів за головними (за обсягами) країнами, з яких вони прибули в Україну, (віізний туризм), на 01.06.2018 р.**

Джерело: складено автором за [10, с. 63–66]

Так, за 2010-2018 рр. кількість перевезених пасажирів авіаційним транспортом зростала у понад 2 рази (з 6,1 до 12,5 млн осіб). Лише за 2018 до 2017 рр. кількість перевезених пасажирів збільшилася на 18,7 %. Але, при цьому, авіаційний транспорт продовжує займати незначну частку в загальних обсягах перевезень пасажирів усіма видами транспорту – близько 0,3 % у 2018 р. Тоді як в економічно розвинених державах на повітряні перевезення пасажирів припа-

дає значно вища частка, до прикладу, у США – 17-20 %, тобто кожен п'ятий пасажир від усіх видів транспорту.

З іншої сторони, авіаційний транспорт має низку переваг над іншими видами транспорту, адже забезпечує переміщення пасажирів на великі відстані. За рахунок цього частка авіаційного транспорту в загальному пасажиропотоці України у 2018 р. становила 25 % та за 2010-2018 рр. зростає на 17,0 в.п., що відбува-

Таблиця 1

**Показники перевезення пасажирів авіаційним транспортом в Україні у 2010, 2013-2018 рр.**

Показники	Роки							Відхилення, % або +/-	
	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2010	2018/2017
Кількість перевезених пасажирів, тис. осіб	6106,5	8107,2	6473,3	6302,7	8277,9	10555,6	12529,0	2,1 р.	118,7
– міжнародне сполучення, %	84,24	85,07	90,01	90,09	90,31	91,08	91,36	7,11	0,27
– внутрішнє сполучення, %	15,76	14,93	9,99	9,91	9,69	8,92	8,64	-7,11	-0,27
Частка авіаційного транспорту в загальному пасажиропотоці, %	8,0	10,0	11,0	12,0	15,0	20,0	25,0	+17,0	+5,0
Середня відстань перевезення одного пасажирів, км	1794,0	1547,0	1789,0	1803,0	1876,0	1928,0	2066,0	138,8	107,2
Співвідношення відправлених до прибулих пасажирів в аеропортах України, коефіцієнт	1,00	1,00	1,01	1,00	1,01	1,01	1,01	+0,01	-
– міжнародне сполучення	1,00	1,00	1,01	1,00	1,01	1,01	1,01	+0,01	-
– внутрішнє сполучення	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	-	-

Джерело: складено автором за [9, с. 64, 71]

ється за рахунок активного розвитку системи авіаційних міжнародних перевезень.

Це підтверджується зокрема тим, що за 2010-2018 рр. зросла середня відстань перевезення одного пасажера. Якщо у 2010 р. показник становив 1794 км, то у 2018 р. – 2066 км, що на 38,8 % більше. За 2017-2018 рр. показник продовжив зростання і збільшився на 7,2 %.

Позаяк, спостерігаємо достатньо тісну залежність між чисельністю відправлених та прибулих пасажирів в аеропортах України. За 2010-2018 рр. показники відправлення/прибуття практично співпадали, лише у напрямі міжнародного сполучення показник в окремі роки на 1 % випереджав зазначений паритет. Вказане є свідченням зорієнтованості вітчизняної системи авіаперевезень у більшій мірі на внутрішнього клієнта, а ніж на зарубіжного туриста.

Значним недоліком функціонування вітчизняного туристичного комплексу є мала пропозиція на зовнішніх ринках комплексного туристичного продукту, в структурі якого належне місце відводиться авіаційним перевезенням в ув'язці з цілісним туристичним пакетом послуг.

Для виправлення цієї ситуації потрібна активна діяльність органів влади, яка б реалізувалася за двома напрямками:

- 1) створення якісного і конкурентоспроможного на зовнішніх ринках туристичного продукту;

- 2) розвиток системи вітчизняного авіаційного транспорту та його якнайширша інклюзія при обслуговуванні в'їзного туризму.

Активність у цих напрямках має всі підстави до своєї реалізації, оскільки об'єктивними передумовами віднесення туризму до пріоритетного напрямку розвитку економіки України є:

1. Природні умови та особливості рельєфу для розвитку різноманітних активних видів туризму. Морські райони вже зараз мають елементи інфраструктури для якісного відпочинку. Гірські райони України завдяки складному рельєфу мають потужний потенціал для розвитку різних видів активного туризму (гірськолижний туризм, рафтинг, спелеотуризм, альпінізм, пішохідний та спортивний кваліфікаційний туризм, велотуризм, дельтапланеризм, мото- та автотуризм та ін.). Діють 6 національних парків – Шацький, Яворівський, Бескиди Сколівські, Синевирський, Ужанський, Карпатський біосферний заповідник, які дозволяють розвивати спеціалізований туризм.

2. Вигідне географічне положення у центрі Європи та належна транспортна доступність.

3. Безвізовий режим в'їзду (до 90 діб протягом 180 діб) в Україну для громадян країн ЄС та низки інших країн світу. Це надзвичайно сприятливий фактор розвитку в'їзного туризму, тим

більше, що у цьому списку є країни, які є найбільшими постачальниками туристів у світі.

4. Наявність значної кількості пам'яток історії, культури та архітектури.

5. Потужний рекреаційний потенціал України, що створює можливості для розширення пропозиції рекреаційних послуг іноземним споживачам.

Про визнання вагомості туризму, його впливу на суспільний розвиток та посилення значення в зростанні економіки України свідчать Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про природно-заповідний фонд України» та Укази Президента України «Про день туризму», «Про основні напрямки розвитку туризму в Україні», «Про підтримку розвитку туризму в Україні», «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні».

У 2013 р. розпорядженням Кабінету Міністрів України було схвалено Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року, проте вже у 2014 р. вона втратила чинність. Відповідно, Україна знову залишилася без державної програми розвитку туризму – галузі, яка в усьому світу вважається економічно вигідною і прибутковою. Це слід вважати істотним чинником – перешкодою активізації розвитку в країні в'їзного туризму.

У Державній стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року пріоритетним визнано раціональне використання природно-ресурсного потенціалу, збереження культурної спадщини та найцінніших природних територій, а також активізацію розвитку зеленого туризму, створення якісного туристичного продукту, формування позитивного іміджу регіонів у сфері туризму на зовнішньому туристичному ринку, створення загальнодержавної туристичної інформаційної мережі. Не менш важливим інструментом досягнення цілей стратегії є визначення доцільності удосконалення нормативно-правової бази розвитку сфери туризму шляхом розроблення і затвердження Державної цільової програми розвитку туризму і курортів України на період до 2022 року.

Таким чином, головними проблемами та чинниками низької ефективності використання туристичного потенціалу України для розвитку в'їзного туризму залишаються: недосконалість та слабкість інституційного та нормативно-правового забезпечення, що проявляється у відсутності науково обґрунтованого супроводу розвитку туристичної галузі, комплексної державної та відповідно й регіональних програм просування та інформаційного, маркетингового супроводу в'їзного туризму; відсутність

комплексної інформаційно-маркетингової і рекламної підтримки розвитку в'їзного туризму та залучення інвестицій.

Зважаючи на об'єктивні передумови та негативні аспекти розвитку в'їзного туризму України пріоритетами державної політики та вдосконалення інституціонального забезпечення мають стати покращення планування та більш ефективного використання туристично-рекреаційного та природно-ресурсного потенціалу країни шляхом: довгострокового комплексного науково-обґрунтованого стратегічного програмування та фінансування розвитку туризму і рекреації; рекламно-інформаційного та маркетингового забезпечення туристично-рекреаційної сфери у межах країни та за кордоном; економічного стимулювання розвитку туризму та рекреації; реалізації механізмів державно-приватного партнерства та концесійних угод у сфері інфраструктурних та туристичних проєктів; покращення кадрового забезпечення розвитку туристичної галузі та готельного господарства, оптимізації загальної інфраструктури та інфраструктури туризму і культури; формування привабливого інвестиційного клімату для реалізації проєктів у сфері туризму та рекреації.

Комплексне та скоординоване інституціональне забезпечення визначає ефективність функціонування сфери в'їзного туризму, її конкурентоспроможність як на національному, так і міжнародному рівнях. Туристична сфера не є винятком, а скоріше навпаки, саме комплексність заходів державної туристичної політики підкріплена належним фінансуванням та узгодженістю програм розвитку туризму з програмами інших відомств і міністерств, міжнародними нормативно-правовими актами з регулювання туристичної діяльності створюють передумови успішного та перспективного процвітання сфери в'їзного туризму, збільшення обсягів реалізації туристичних послуг на міжнародних туристичних ринках, формують позитивний туристичний імідж країни на міжнародній арені.

Необхідним елементом системи управління розвитком в'їзного туризму є науково обґрунтований підхід до формування стратегічних програмних документів, заходів просування туристичних продуктів на зовнішніх ринках, дослідження туристичних ринків, прогнозування і планування показників розвитку.

Доцільно також зазначити, що інституційне забезпечення в сфері в'їзного туризму в країнах з високим рівнем розвитку туризму та найбільшими обсягами в'їзних туристичних потоків набагато краще та ефективніше, про що свідчить: (1) значна кількість організацій, які займаються розвитком та просуванням в'їзного туризму на закордонних ринках;

(2) раціональне географічне розміщення мережі представництв організацій за кордоном; (3) збалансований розподіл обов'язків між різними організаціями; (4) скоординованість співробітництва між організаціями, державними органами влади та представниками ділових кіл; (5) належне фінансування діяльності. В Україні кількість інституцій є незначна, фінансування їх діяльності не постійне, закордонна мережа інституцій відсутня, ефективність роботи існуючих організацій не забезпечує в достатній мірі реалізацію заходів, необхідних для популяризації туризму за кордоном.

Саме на усунення цих проблемних аспектів слід першочергово скерувати зусилля органів державного управління. В основі державної політики має перебувати інтеграція зусиль та спільна реалізація економічних інтересів держави, територіальних громад, туристичних підприємств, закладів розміщення туристів, елементів безпосередньо туристичної, а також логістичної та бізнес-інфраструктури. Особливо важливе значення саме для розвитку в'їзного туризму має залучення до такої інтегрованої системи підприємств, що спеціалізуються на авіатранспортних перевезеннях пасажирів.

Утім, система авіаційних перевезень пасажирів в Україні станом на сьогодні характеризується низкою проблемних аспектів функціонування. Це, зокрема її мала частка в загальних перевезеннях пасажирів усіма видами транспорту, недостатні обсяги та темпи зростання капітальних інвестицій в галузі, відсутність прямого зв'язку між обсягами перевезень пасажирів та обсягами інвестування у галузі, не в повній мірі інвестиції скеровуються на створення і впровадження сучасних прогресивних передових технологій, а через це й їх низька віддача, погіршення забезпеченості персоналом через скорочення середньооблікової кількості штатних працівників.

Відтак, на першому етапі державної політики реалізації потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні потрібно забезпечити активізацію розвитку та підвищення ефективності функціонування системи авіаційних перевезень. Для цього слід спрямувати державне регулювання на досягнення таких стратегічних завдань, як покращення системи стратегічного планування розвитку авіаційних перевезень в Україні шляхом прийняття Національної програми розвитку цивільної авіації в Україні; розвиток авіаційних транспортних хабів; реалізація заходів зі демонополізації системи обслуговування та надання послуг для авіакомпаній в аеропортах; формування та впровадження економіко-правових інструментів державної підтримки авіа-

компаній України, спрямованих на посилення їх конкурентних позицій; реалізація інструментів стимулювання оновлення парку літаків вітчизняними авіакомпаніями.

На другому етапі (який може реалізуватися й паралельно) державної політики реалізації потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні потрібно забезпечити активізацію програм співпраці туристичних фірм із авіаперевізниками. Інструментами тут можуть слугувати:

– вертикальна інтеграція партнерів, що реалізується у вигляді бронювання місць та продажу авіаквитків через системи бронювання, укладання договорів на квоту місць на регулярних авіарейсах, застосування агентських угод з авіакомпаніями, організації чартерних авіарейсів під туристичні авіаперевезення;

– горизонтальна інтеграція партнерів засобами спільної участі у рекламних кампаніях, при вдосконаленні якості обслуговування туристів на борту повітряних суден, розвитку нових туристичних авіаційних маршрутів, співпраці в сфері сучасних комп'ютерних технологій, підготовки і навчання фахівців туристичних підприємств (та навпаки) у сфері застосування авіаційних тарифів і бронювання місць на повітряному транспорті і т. ін.;

– співпраця провідних туроператорів з авіакомпаніями та аеропортами відносно реалізації спільних інвестиційних проектів у сфері розвитку авіатранспортної та туристичної інфраструктури, особливо у містах обласного значення, де наявні аеропорти, але їх використання в туристичних цілях незначне, проте регіони мають високий потенціал в'їзного туризму;

– співпраця туристичних фірм з авіаперевізниками, орієнтована на налагодження співробітництва з аеропортами зарубіжних держав, які зацікавлені в обслуговуванні авіаперевезень між країнами та обслуговуванні літаків з України, за умови, що будуть створені відповідні можливості (у т. ч. на пільгових засадах)

для прийняття/відправки чартерних рейсів для зарубіжних туристів до України і навпаки;

– асоціативне співробітництво колективних організацій системи авіаперевезень та туризму з метою поглиблення співпраці у сфері використання потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні. У таких цілях слід активізувати взаємодію Туристичної асоціації України та Міжнародної асоціації авіаперевізників України, інших зацікавлених бізнес-асоціацій сфери туризму та авіаперевезень.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Потенціал авіаційного транспорту для розвитку внутрішнього туризму в Україні далеко не реалізований і суттєво поступається тій ролі, яку виконує авіаційний транспорт в країнах з високими обсягами в'їзного туризму. Для зміни цієї ситуації потрібна активізація державної політики за трьома напрямками: (1) подальша активізація розвитку та підвищення туристичного привабливості країни та її регіонів для в'їзного туризму; (2) розвиток та підвищення ефективності функціонування системи авіаперевезень пасажирів України; (3) активізація програм співпраці туристичних фірм із авіаперевізниками, що потребує державної політики стимулювання: вертикальної та/або горизонтальної інтеграції партнерів, співпраці провідних туроператорів з авіакомпаніями та аеропортами відносно реалізації спільних інвестиційних проектів у сфері розвитку авіатранспортної та туристичної інфраструктури, співпраці туристичних фірм з авіаперевізниками, орієнтованої на налагодження співробітництва з аеропортами зарубіжних держав, асоціативного співробітництва колективних організацій системи авіаперевезень та туризму з метою поглиблення співпраці у сфері використання потенціалу авіаційного транспорту для розвитку в'їзного туризму в Україні.

Подальші наукові пошуки в цій сфері стосуються моделювання і прогнозування параметрів розвитку в'їзного туризму та застосування в цих цілях можливостей системи авіаційного транспорту нашої держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Борисенко О.С. Основні проблеми та пріоритетні напрямки розвитку ринку транспортних послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2011. № 3. С. 92–99.
2. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 17–25.
3. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Аспекти безпеки розвитку туристичної галузі України в умовах гібридних загроз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 10–15.
4. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Характеристика економічної безпеки розвитку сфери обслуговування України. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7245>
5. Гудима Р.Р. Проблемні аспекти розвитку транспортної інфраструктури України. *Європейська економіка*. 2009. № 3. С. 238–239.

6. Ильченко С.В. Институциональные факторы функционирования транспортных систем в Украине. *Економіка і регіон*. 2012. № 2. С. 74–78.
7. Прейгер Д.К., Собкевич О.В., Емельянова О.Ю. Реалізація потенціалу транспортної інфраструктури України в стратегії посткризового економічного розвитку : аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2011. 37 с.
8. Слободяник Ю. Б. Фінансовий механізм функціонування підприємств пасажирського автотранспорту в сучасних умовах. Суми : УАБС НБУ, 2007. 162 с.
9. Транспорт і зв'язок України у 2018 році : стат. зб. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 154 с.
10. Туристична діяльність в Україні у 2017 році : стат. зб. К. : Державна служба статистики України, 2018. 90 с.

#### References:

1. Borysenko O. S. (2011). Osnovni problemy ta priorytetni napriamky rozvytku rynku transportnykh posluh [The main problems and priority areas of transport services market development]. *Economics. Management. Business*, no. 71, pp. 92–99.
2. Vasylytsiv T. G., Lypak R. L., Rudkovsky O. V., Belikova S.O. (2019). Stan ta tendenciyi rozvytku turystychnogo kompleksu v konteksti zabezpechennia ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy [Status and trends of development of the tourist complex in the context of ensuring the economic security of Ukraine]. *Economy and state*, no. 9, pp. 17–25.
3. Vasylytsiv T. G., Lypak R. L., Rudkovsky O. V., Belikova S.O. (2019). Aspekty bezpeky rozvytku turystychnoyi galuzi Ukrainy v umovah gibrydnykh zagros [Aspects of safety of development of the tourist branch of Ukraine in the conditions of hybrid threats]. *Investments: practice and experience*, no. 11, pp. 10–15.
4. Vasylytsiv T. G., Lypak R. L., Rudkovsky O. V., Belikova S.O. (2019). Harakterystyka ekonomichnoi bezpeky rozvytku sfery obslugovuvannia Ukrainy [Characteristics of economic security of development of the service sector of Ukraine]. *Effective economics* (electronic journal), no. 9. Available at: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7245> (accessed 17 Jul 2020).
5. Hudyma R. R. (2009). Problemni aspekty rozvytku transportnoi infrastruktury Ukrainy [Problematic aspects of the development of transport infrastructure of Ukraine]. *European economy*, no. 3, pp. 238–239.
6. Ilchenko S. V. (2012). Institutcionalnye faktory funktsionirovaniia transportnykh sistem v Ukraine [Institutional factors of functioning of transport systems in Ukraine]. *Economics and region*, no. 2, pp. 74–78.
7. Preiher D. K., Sobkevych O. V. & Yemelianova O. Yu. (2011). Realizatsiia potentsialu transportnoi infrastruktury Ukrainy v stratehii postkryzovoho ekonomichnoho rozvytku [Realization of the potential of the transport infrastructure of Ukraine in the strategy of post-crisis economic development]. Kyiv: NISD.
8. Slobodianyuk Yu. B. (2007). Finansovyi mekhanizm funktsionuvannia pidpriemstv pasazhyrskoho avtotransportu v suchasnykh umovakh [The financial mechanism of functioning of the enterprises of passenger motor transport in modern conditions]. Sumy: UABS NBU.
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019). Transport i zviazok Ukrainy u 2018 roci [Transport and communications of Ukraine in 2018]. Kyiv: Informaciyno-analitychne ahentstvo.
10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). Turystychna diyalnist v Ukraini u 2017 roci [Tourist activity in Ukraine in 2017]. Kyiv: Informaciyno-analitychne ahentstvo.

**НОТАТКИ**

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ  
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ  
В ЕКОНОМІЦІ**

**Збірник наукових праць**

**Випуск 2(76)**

Технічне редагування *А. А. Радченко*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.  
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 21,85. Ум. друк. арк. 25,11.  
Замов. № 0420/118. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»  
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а  
Телефони: +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.