

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 3(65)

Частина 2

Київ-2018

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:

Кизим Микола Олександрович, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України, Заслужений економіст України, директор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України.

Колот Анатолій Михайлович, доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Корж Марина Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Крейдич Ірина Миколаївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного технічного університету "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського".

Матвеев В'ячеслав Васильович, кандидат економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету.

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

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

Сунцова Олеся Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Національного авіаційного університету.

Мендель Тадеуш, Ph.D, професор економіки, ректор Європейського університету бізнесу (м. Познань, Польща).

Мелінте Клаудія, доктор економічних наук, професор, координатор National Erasmus+ Office in Moldova (м. Кишинів, Республіка Молдова).

Мамедов Махаббат Ашир огли, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки сфер обслуговування і менеджменту Азербайджанського архітектурно-будівельного університету (м. Баку, Республіка Азербайджан).

Електронна сторінка видання – www.psae-jrnl.nau.in.ua

Збірник наукових праць «**Проблеми системного підходу в економіці**» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук на підставі Наказу МОН України від 13 грудня 2016 року № 1604.

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Національного авіаційного університету
на підставі Протоколу № 5 від 26 червня 2018 року.

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

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**Ставська Ю.В., Гладкіх Т.В., Сауляк Р.Ю.**ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....7**Харун О.А.**СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ
ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....12**Ліхоносова Г.С., Черниш Р.О.**

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....19

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ**І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА****Лендєл М.А.**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
В ЛІСОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ РЕГІОНУ.....24**Ліба Н.С.**ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА АРХІТЕКТОНІКА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ:
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД.....29**ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ****ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА****Дубовіч І.А., Сенета З.Я.**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ
СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....34**Єгоращенко І.В.**УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ
АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....39**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА****Кірнос І.О.**

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЗАЙНЯТОСТІ ОСІБ ПОХИЛОГО ВІКУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД 45

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**Бутенко В.В., Осіпова М.С.**

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....55

Горідько О.В., Якимова В.І., Новікова Л.Ф.АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ
РЕФОРМУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....60**Лютік О.М., Лисак Д.С.**ВПЛИВ КРЕДИТІВ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
НА ФІНАНСОВУ ПОЛІТИКУ УКРАЇНИ.....65**БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ****Беренда Н.І., Скоморохова С.Ю., Нікітова Л.С.**

ФОРМУВАННЯ І РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ.....70

Стрельников Р.М.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ
В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ВИТРАТ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....75

МАРКЕТИНГ

Жегус О.В.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ УНІКАЛЬНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ
ПРОДУКТІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....81

Мних О.Б.

ВЗАЄМОДІЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ
І МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ.....87

Назаров В.В., Радченко О.А.

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ НА МЕДІА РИНКУ УКРАЇНИ.....93

Сопільняк І.С.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ОРГАНІЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ
ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА.....100

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Біленко Д.В., Сивицька І.Г., Теленкова Д.Г.

МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ
КЛІЄНТІВ БАНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ.....105

Калюжна Ю.В., Конєв В.В.

ЕНТРОПІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РИЗИКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....110

Касьянова Н.В., Яцко К.С., Долинний Д.М.

АДАПТИВНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА.....115

Олешко Т.І., Лобанов М.О.

ЕКОНОМІЧНІ ЗАДАЧІ В ТЕОРІЇ ІГОР.....120

Олешко Т.І., Хоменко Р.І.

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОМЕРЕЖЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ.....124

Тесьолкін О.І., Наголюк О.Є., Максимчук К.О.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЗ ДАНИХ В ЕКОНОМІЦІ.....130

Шевчук І.Б., Савчук С.М.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОВГОСТРОКОВИХ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ135

CONTENTS

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES**Stavska U.V., Gladkikh T.V., Saulak R.Yu.**

THE STATE SUPPORT FOR FARMING HOUSES IN TERMS OF GLOBAL INSTABILITY.....7

Kharun O.A.SOCIAL INNOVATIONS AS A FACTOR IN INCREASING THE DEVELOPMENT
OF LABOR POTENTIAL OF ENTERPRISES.....12**Likhonosova G.S., Chernysh R.O.**INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF INTRODUCTION OF TOURIST
AND RECREATIONAL ACTIVITY.....19**PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY****Lendyel M.A.**PROBLEMS OF THE FORMATION OF INTEGRATION LINKS OF THE ENTITIES
IN THE TIMBER INDUSTRY COMPLEX OF THE REGION.....24**Liba N.S.**INSTITUTIONAL ARCHITECTURE OF REGIONAL INDUSTRIAL POLICY:
A CONCEPTUAL APPROACH.....29**ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT
AND ENVIRONMENT PROTECTION****Dubovych I.A., Seneta Z.Ya.**CURRENT PROBLEMS OF ECONOMIC AND LEGAL REGULATION
OF RURAL GREEN TOURISM IN UKRAINE.....34**Yegorashchenko I.V.**

COST MANAGEMENT THROUGH OPTIMIZING THE LOGISTICS SYSTEM OF AGRIBUSINESSES.....39

**DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS,
SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS****Kirnos I.O.**

GOVERNMENT POLICY OF THE OLDER WORKERS EMPLOYMENT: FOREIGN EXPERIENCE.....45

MONEY, FINANCES AND CREDIT**Butenko V.V., Osipova M.S.**

TAX POLICY AS A MEANS OF REGULATION OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE.....55

Goridko O.V., Yakymova V.I., Novikova L.F.ANALYSIS OF MAIN INDICATORS OF BANKS ACTIVITIES IN THE CONDITIONS
OF REFORMING BANKING SYSTEM OF UKRAINE.....60**Liutik O.M., Lysak D.S.**EFFECT OF LOANS OF INTERNATIONAL FINANCIAL ORGANIZATIONS
ON THE FINANCIAL POLICY OF UKRAINE.....65**ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT****Berenda N.I., Skomorokhova S.Yu., Nikitova L.S.**

FORMATION AND DISTRIBUTION OF PROFIT.....70

Strielnikov R.M.ORGANIZATION OF INTERNAL CONTROL IS IN SYSTEM OF ACCOUNT OF CHARGES
OF CAPITAL INVESTMENTS.....75

MARKETING**Zhehus O.V.**INNOVATIVE APPROACH TO THE FORMATION OF A UNIQUE PROPOSITION
FOR HIGHER EDUCATION PRODUCTS.....81**Mnykh O.B.**INTERACTION OF FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVE MARKET
OF AVIATION TRANSPORT AND MARKETING ACTIVITIES OF AIRCRAFT COMPANIES.....87**Nazarov V.V., Radchenko O.A.**GLOBAL EXCLUSIONS AND TRENDS IN DEVELOPMENT OF ADVERTISING
ON THE MEDIA MARKET OF UKRAINE.....93**Sopilniak I.S.**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ORGANIC FOOD PRODUCTION
INTERNET-TRADING OF DOMESTIC PRODUCERS.....100**MATHEMATICAL METHODS, MODELS****AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMY****Bilenko D.V., Syvytska I.G., Telenkova D.G.**MODELING OF THE BANK CLIENTS CREDITABILITY ASSESSMENT
BY A ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHOD.....105**Kaliuzhna Yu.V., Konyev V.V.**ENTROPY ANALYSIS AS A METHOD OF DETERMINING THE RISK LEVEL
OF BANKING ACTIVITY.....110**Kasyanova N.V., Yatsko K.S., Dolynnyi D.M.**

ADAPTIVE INFORMATION SYSTEM OF THE ENTERPRISE.....115

Oleshko T.I., Lobanov M.O.

ECONOMIC PROBLEM IN GAME THEORY.....120

Oleshko T.I., Khomenko R.I.APPLICATION OF NEURAL NETWORK TECHNOLOGIES FOR PREDICTING
THE VOLUME OF CARGO TRANSPORTATION.....124**Tesolkin O.I., Naholiuk O.E., Maksymchuk K.O.**

PROSPECTS OF DATABASES DEVELOPMENT IN ECONOMICS.....130

Shevchuk I.B., Savchuk S.M.PRACTICAL ASPECTS OF SOFTWARE DEVELOPMENT FOR ORGANIZATION
OF LONG-TERM LOYALTIES OF EMPLOYEES.....135

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 631.115.31

Ставська Ю.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницького національного аграрного університету

Гладкіх Т.В.

студент
Вінницького національного аграрного університету

Сауляк Р.Ю.

студент
Вінницького національного аграрного університету

**ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

У статті розглянуто систему заходів державної підтримки розвитку фермерських господарств України. Розглянуто програму підтримки розвитку фермерських господарств на 2018 рік. Виокремлено шляхи підтримки сільськогосподарських товаровиробників. Запропоновано способи часткового відшкодування витрат аграрним виробникам з метою їх подальшого розвитку.

Ключові слова: державна підтримка, фермерські господарства, тваринницькі ферми, бюджет, субсидія, дотація, державні програми, державні закупівлі.

В статье рассмотрена система мер государственной поддержки развития фермерских хозяйств Украины. Рассмотрена программа поддержки развития фермерских хозяйств на 2018 год. Выделены пути поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей. Предложены способы частичного возмещения расходов аграрным производителям с целью их дальнейшего развития.

Ключевые слова: государственная поддержка, фермерские хозяйства, животноводческие фермы, бюджет, субсидия, дотация, государственные программы, государственные закупки.

Постановка проблеми. У зв'язку з останніми подіями та економічним станом в країні набуло актуальності питання реформування аграрної сфери країни з метою підтримки державою розвитку фермерських господарств як основи сільськогосподарського виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням фінансової державної підтримки сільськогосподарських виробників присвячені праці відомих вчених таких як Г. Калетнік, А. Мазур, В. Галушка, С. Дем'яненко, С. Кваші, І. Кириленка та інших вчених. Вивчення тенденцій розвитку фермерських господарств знайшло відображення у працях таких науковців як В. Горьовий, В. Збарський, П. Макаренко, М. Малік, Л. Мельник, В. Месель-Веселяк, П. Саблук, В. Юрчишин., і як ними було зазначено державна підтримка фермерських господарств потребує бути розглянута глибше.

Метою дослідження є знайти спосіб вирішення даної проблеми, та створити можливу систему фінансової підтримки сільськогоспо-

дарських виробників, яка забезпечувала б їх стимулювання до виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розпочавши в 90-х роках земельну реформу та реформування сільськогосподарського виробництва, ідеологи цих реформ, на превеликий жаль, не брали до уваги особливості українського села, багаторічної системи виробничих відносин, що склалася і давала досить високий рівень виробництва сільськогосподарської продукції водночас, вирішуючи проблеми створення робочих місць, зайнятості людей, розвитку інфраструктури – дороги, школи, дитячі садочки, клуби, бібліотеки, врешті-решт не прислухалися до думки людей, в долю яких вмонтовувалися зміни, не прислуховувалися до здорового глузду [9]. Відповідно бюджетної програми підтримки розвитку фермерських господарств пропонується наступні підтримки на 2018 рік:

– виплати дотацій – фермерським господарствам, які зареєстровані в установленому

порядку після 1 січня 2018 року та мають в обробку земельні площі до 20 га, – у розмірі 30 тис. гривень. Першочергове право надається фермерським господарствам, засновниками яких є особи віком до 35 років (включно);

- підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів шляхом здешевлення вартості (70%) закупівлі техніки, обладнання, устаткування;

- здешевлення кредитів, отриманих у державному банку або банку, у статутному капіталі якого 75 і більше відсотків акцій належить державі;

- компенсації вартості закупленого у суб'єктів насінництва та розсадництва насіння сільськогосподарських рослин вітчизняної селекції супереліти (супер-супереліти), еліти, першої генерації, батьківських форм, гібридів першого покоління [1].

Починаючи із 1 лютого сільськогосподарським товаровиробникам державою відшкодовується в обсязі до 50% вартість будівництва та реконструкції тваринницьких ферм і комплексів для утримання великої рогатої худоби, свиней, птиці (у тому числі водоплавної й індиків), доїльних залів та утворених на кооперативних засадах м'ясопереробних підприємств, а також в обсязі до 30% – вартість закупівлі техніки й обладнання для сільськогосподарського виробництва, будівництва та реконструкції підсобних підприємств із переробки та зберігання сільськогосподарської продукції.

На початку 2018 року в Законі України «Про державну підтримку сільського господарства України» від 13.01.2015 р. було внесено ряд змін які призвели до стимулювання сільського господарства. Інші види державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, пункту 17.1. Підтримка сільськогосподарських товаровиробників незалежно від виду та обсягу продукції, яку вони виробляють, може надаватися шляхом:

- виділення бюджетних субсидій з розрахунку на одиницю оброблюваних угідь;

- часткового бюджетного відшкодування вартості висіяного високо репродукційного насіння сільськогосподарських культур;

- виконання цільових державних програм, спрямованих на підвищення родючості ґрунтів, боротьбу із шкідниками та хворобами сільськогосподарських рослин і тварин, ведення сільського господарства на радіаційно-забруднених територіях.

У зв'язку із нестабільною економічною ситуацією в країні, та коливанням курсу валют держава забезпечує підтримку у формі застосування державних форвардних закупівель зерна на організованому аграрному ринку України.

Крім цього, сільськогосподарським товаровиробникам відшкодовується в обсязі до 50 відсотків вартість будівництва та реконструкції тваринницьких ферм і комплексів для утримання великої рогатої худоби, свиней, птиці (в тому числі водоплавної та індиків), доїльних залів та утворених на кооперативних засадах м'ясопереробних підприємств а також в обсязі до 30 відсотків відшкодовується вартість закупівлі техніки та обладнання для сільськогосподарського виробництва, будівництва та реконструкції підсобних підприємств з переробки та зберігання сільськогосподарської продукції [8].

При ввезенні на митну територію України безпосередньо сільськогосподарськими товаровиробниками виключно для власних потреб техніки та обладнання для сільськогосподарського виробництва (тракторів, комбайнів, сільськогосподарських машин, вантажних автомобілів, причепів, обладнання для тваринництва і птахівництва, забою худоби та птиці, виробництва продуктів харчування, зберігання і подальшої переробки зерна, овочів, фруктів, м'яса, молока, відходів виробництва, для виробництва біопалива та інших альтернативних видів енергії), аналогі яких не виробляються в Україні, з цих товарів не справляється ввізне мито (застосовується нульова ставка ввізного мита згідно із Законом України «Про Митний тариф України») [8].

Перелік такої техніки та обладнання для сільськогосподарського виробництва (тракторів, комбайнів, сільськогосподарських машин, вантажних автомобілів причепів обладнання для тваринництва і птахівництва, забою худоби та птиці, виробництва продуктів харчування, зберігання і подальшої переробки зерна, овочів, фруктів м'яса молока відходів виробництва, для виробництва біопалива та інших альтернативних видів енергії) затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної аграрної політики у сфері сільського господарства.

Підтримка виробників продукції тваринництва здійснюється шляхом здешевлення вартості засобів ідентифікації та реєстрації сільськогосподарських тварин. Об'єктом ідентифікації та реєстрації є сільськогосподарські тварини – велика рогата худоба, коні, вівці, свині, кози. Дія Закону України «Про ідентифікацію та реєстрацію тварин» поширюється на юридичних та фізичних осіб, що займаються розведенням та утриманням тварин, проводять їх продаж, забій, утилізацію, надають послуги зі штучного осіменіння та організовують виставки тварин та є обов'язковою до виконання.

Державна підтримка передбачає компенсацію та відшкодування за рахунок коштів дер-

жавного бюджету сільськогосподарським товаровиробникам вартості збудованих у сільській місцевості соціально-побутових об'єктів (житлові будинки гуртожитки, дитячі садки та ясла, школи, медичні пункти), інженерно-технічних комунікацій (дороги, водопровідні, каналізаційні, газові мережі та мережі електропередачі, альтернативних видів тепло- та енергопостачання) за умови, що вони забезпечують діяльність цих соціально-побутових об'єктів. При цьому збудовані сільськогосподарськими товаровиробниками соціально-побутові об'єкти та інженерно-технічні комунікації, на які сільськогосподарські товаровиробники отримали компенсацію, не можуть бути продані (реалізовані, передані в заставу або будь-яким іншим чином відчужені) і використовуються виключно за призначенням. Порядок використання бюджетних коштів визначається Кабінетом Міністрів України [10].

Держава забезпечує підтримку надання послуг з маркетингу та просування продукції на ринок, а саме:

- створення і підтримка розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції;
- державної системи моніторингу аграрного ринку;
- біржової торгівлі продукцією і товарними деривативами;
- заготівельно-збутових, постачальницьких та інших обслуговуючих підприємств, та організацій у сфері агропромислового комплексу організація виставок і виставкових заходів.

Держава забезпечує підтримку заходів, пов'язаних із забезпеченням контролю якості та безпеки продуктів харчування. Є такі системи якості як HACCP – система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок. Система HACCP є науково обґрунтованою, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції шляхом ідентифікації й контролю небезпечних чинників. В Україні вимоги щодо розробки та впровадження систем управління безпечністю харчової продукції за принципами HACCP задекларовані ДСТУ 4161-2003 «Система управління безпечністю харчових продуктів». Вимоги та ДСТУ ISO 22000:2007 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга». На підставі підпункту 2 пункту 6 ст. 20 Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» (N 771/97-ВР від 23.12.1997 року, зі змінами та доповненнями), особи, які займаються виробництвом або введенням в обіг харчових продуктів, повинні застосовувати системи HACCP та/або інші системи забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу харчових продуктів. Компанія, що першою розробила та

впровадила та сертифікувала HACCP – компанія «Кока-кола». 23 липня 2014 р. Верховна Рада України проголосувала за законопроект № 4179 а, який стосується гармонізації законодавства України та Європейського Союзу у сфері безпеки та якості харчових продуктів. Зазначений документ передбачає введення в Україні європейської моделі системи гарантування безпеки і якості продуктів харчування, що базується на процедурах HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – аналіз небезпечних чинників і критичні контрольні точки). У законі також передбачено створення єдиного контролюючого органу в сфері безпеки харчових продуктів, скасування дозвоільних документів і процедур, які відсутні в ЄС, впровадження європейських принципів регулювання ГМО, зокрема в частині реєстрації ГМО-джерел, а не продуктів, вироблених з них [9].

Також є система якості ISO – серія стандартів ISO, які застосовуються при створенні та удосконаленні систем менеджменту якості організацій. Стандарти ISO серії 9000 були розроблені технічним комітетом ISO/TK 176 в результаті узагальнення накопиченого національного досвіду різних країн щодо розроблення, впровадження та функціонування систем якості. Комітет керувався попередніми розробками Британського інституту стандартів, що знайшли своє відображення в Британському стандарті BS 5750. Стандарти серії ISO 9000, прийняті більш ніж 90 країнами світу як національні, застосовні до будь-яким підприємствам, незалежно від їх розміру, форм власності та сфери діяльності. Мета серії стандартів ISO 9000 – стабільне функціонування документованої системи менеджменту якості підприємства-постачальника. Вихідна спрямованість стандартів серії ISO 9000 спрямована на відносини між компаніями у формі споживач/постачальник. З прийняттям у 2000 році чергової версії стандартів ISO серії 9000 більша увага стала приділятися здібностям організації задовольняти вимоги всіх зацікавлених сторін: власників, співробітників, суспільства, споживачів, постачальників. ISO 9004 робить акцент на досягнення сталого успіху. Значення серії 9000: Стандарти допомагають підприємствам формалізувати їх систему менеджменту, вводячи, зокрема, такі системоутворюючі поняття, як внутрішній аудит, процесний підхід, коригувальні та запобіжні дії. Стандарт ISO 9000 є фундаментальним, прийняті в ньому терміни і визначення використовуються у всіх стандартах серії 9000. Цей стандарт закладає основу для розуміння базових елементів системи менеджменту якості згідно зі стандартами ISO. Сертифікат відповідності вимогам ISO 9001 необхідний підприємствам:

- працюючим на таких ринках або з такими замовниками, які вимагають наявності такого сертифікату;

- працюючим у секторах економіки, державно або корпоративно регульованих таким чином, що наявність сертифікату відповідності ISO 9001 є обов'язковим;

- для членства в партнерствах, організаціях (наприклад СРО), де сертифікат ISO – необхідна умова для вступу;

- для розширення конкурентних переваг компанії в умовах сучасних ринків;

- бажаним підтвердити впроваджену систему менеджменту, спрямовану на безперервну оптимізацію товарів і послуг підприємства;

- для експорту на ринки Європи та інших країн;

- незалежна оцінка відповідності стандартам якості, прийнятим в світі.

Порядок надання вищезазначених видів підтримки визначається постановами Кабінету Міністрів України [4].

Разом із запровадженням сільгосподотаций у сільгоспвиробників з'явився ще один привілей – часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки й обладнання вітчизняного виробництва. Порядок виплати цієї компенсації врегульовано Порядком використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва затвердженим постановою КМУ від 01.03.2017 р. № 130, далі – Порядок № 130 [5]. Претендувати на таку компенсацію можуть юридичні особи та фізособи-підприємці, основною діяльністю яких є постачання сільськогосподарських товарів, вироблених ними на власних або орендованих основних засобах, за умови, якщо питома вага вартості сільськогосподарських товарів становить не менш ніж 75% вартості всіх товарів, поставлених такими юридичними та фізичними особами протягом попередніх 12-ти послідовних звітних податкових періодів сукупно. При цьому, не можуть отримати цю компенсацію:

- сільгоспвиробники, стосовно яких порушено справу про банкрутство та/або яких визнано банкрутами, та/або які перебувають на стадії ліквідації;

- сільгоспвиробники, що мають прострочену більш ніж 6 місяців заборгованість перед держбюджетом, Пенсійним фондом та фондами загальнообов'язкового державного соціального страхування, що підтверджується відповідними органами ДФС [7].

Частковій компенсації підлягає лише вартість техніки й обладнання, які є у відповідному

переліку (п.6 Порядку № 130). Так, Перелік техніки та обладнання, вартість яких частково компенсується за рахунок бюджетних коштів (далі – Перелік), формує спеціальна комісія, утворена Мінекономрозвитку [6].

Згідно з п.5 Порядку № 130, одним із критеріїв включення до Переліку є мінімальний ступінь локалізації виробництва вітчизняної техніки й обладнання для агрокомплексу – 60%, а для складної самохідної техніки – 35% у 2017 році (див. постанову Кабінету Міністрів України від 27.05.2013 р. № 369). Причому поцілюватися про включення до Переліку вітчизняної техніки й обладнання для агрокомплексу потрібно їх заводам-виробникам. Саме вони мають подати на розгляд комісії Мінекономрозвитку відповідні заявки. При цьому заявки щодо включення до Переліку можуть подаватися до комісії щороку до 1 лютого, а в 2017 році – до 1 травня. Це означає, що кожного року Перелік буде оновлюватися [6].

Головна умова отримання компенсації – оплата вартості сільгосптехніки через державний банк (або банк, у статутному капіталі якого 75% і більше акцій належать державі) (п.10 Порядку № 130).

До того ж для отримання часткової компенсації сільгоспвиробники мають подати до державного банку відповідну заявку та підтвердні документи щодо придбання техніки й обладнання, а саме:

- копію платіжного доручення;

- акт приймання-передачі техніки й обладнання;

- свідоцтво про державну реєстрацію техніки (якщо техніка підлягає обов'язковій державній реєстрації).

Під час оформлення документів потрібно враховувати, що:

- отримати компенсацію можна лише за технікою та обладнанням, придбаними до 1 грудня поточного року (року заявлення до компенсації) (п. 10 Порядку № 130). Вартість техніки й обладнання, придбаних після 1 грудня поточного року, підлягає частковій компенсації за рахунок коштів, передбачених у держбюджеті на наступний рік. А ось обмежень щодо строків давності не передбачено. Але навряд чи сільгоспвиробникам відшкодуватимуть вартість техніки, придбаної в 2016 році й раніше. Адже загалом у Порядку № 130 мовиться про придбання поточного року;

- сільськогосподарська техніка й обладнання, вартість яких була частково компенсована з бюджету, не може відчужуватися протягом 3-х років і має використовуватися за призначенням. Інакше – сільгоспвиробник повинен буде повернути отримані бюджетні кошти й позбав-

ляється права отримувати часткову компенсацію сільськогосподарських техніки та обладнання на 3 роки (п. 13 Порядку № 130);

– у разі встановлення факту незаконного отримання бюджетних коштів такі кошти також повинні повертатися до держбюджету (у місячний строк), і сільгоспвиробник на 3 наступні бюджетні роки втрачає право на отримання часткової компенсації [6].

Мінагрополітики на підставі наданої державними банками інформації про повне найменування, код згідно з ЄДРПОУ сільгоспвиробника, вид і марку техніки й обладнання, вартість їх придбання, суму коштів, що підлягає частковій компенсації, формує реєстр сільгоспвиробників, які придбали техніку й обладнання. Далі такий реєстр передають до Мінекономрозвитку. На підставі отриманого реєстру Мінагрополітики в місячний строк перераховує бюджетні кошти державному банку. А той – у 1-денний строк перераховує кошти на поточні рахунки сільгоспвиробників. На жаль цей процес займає тривалий період часу, тому такий спосіб є не найефективнішим.

Так, часткова компенсація надається сільгоспвиробникам на безповоротній основі в розмірі 20% вартості техніки й обладнання (без урахування ПДВ), зазначеної в акті приймання-передачі та інших документах, що підтверджують оплату через державний банк і придбання в поточному році техніки й обладнання [7].

Висновки з проведеного дослідження. Отже можна дійти висновку що держава

заохочує фермерів-початківців, та підприємства, які займаються сільськогосподарським виробництвом. Така програма позитивно впливає на сільськогосподарських виробників і зможе допомогти їм досягти вищої ефективності виробництва, за рахунок можливого підвищення продуктивності праці, що збільшить ВВП країни. Впровадження системної підтримки фермерства дозволить збільшити виробництво валової продукції сільського господарства вдвічі за три роки до 12% та розвинути переробку сировини всередині країни. Це забезпечить зростання валютної виручки від аграрного експорту та підвищить маржинальність для суб'єктів господарювання. Програма включає в себе фінансові інструменти підтримки виробництва тваринницької продукції, садівництва, виноградарства та переробки сільськогосподарської продукції, здешевлення агрокредитів і агрострахування та підтримку фермерів-початківців. Також планується проведення спеціальних земельних аукціонів на право оренди земель під садівництво виноградарство, хмелярство та вирощування органічної продукції [6].

У результаті реалізації такої системи очікується зростання кількості робочих місць в п'ять разів – із 100 тис. до 0,5 млн., технічне переоснащення фермерів, збільшення на 10% площ під органічними культурами. Концепція стимулюватиме набуття господарствами статусу фермерів та об'єднання фермерів в кооперативи.

Список використаних джерел:

1. Віктор Шеремета розповів про напрями державної підтримки розвитку фермерських господарств у 2018 році. Урядовий портал. 2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/viktor-sheremeta-rozproviv-pro-napryami-erzhavnoyi-pidtrimki-rozvitku-fermerskih-gospodarstv-u-2018-roci>.
2. Калетнік Г. М., Пришляк Н. В. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників. Економіка АПК. 2010. № 8. С. 52-55.
3. Кириленко І. Г., Рижук С. М., Кваша С. М. Аграрна політика України на шляху інтеграції у світове середовище. URL: <http://ua.textreferat.com/referat-4032-3.html>.
4. Про внесення зміни до статті 17-2 Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/87-19>.
5. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/130-2017-%D0%BF>.
6. Часткова компенсація вартості сільгосптехніки: отримуємо й обліковуємо. URL: <http://www.interbuh.com.ua/ua/documents/ib/7826/111337>.
7. Хто зможе отримати часткову компенсацію з бюджету вартості сільгосптехніки та обладнання. Вісник. Офіційно про податки. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100004349-khto-zmozhe-otrimati-chastkovu-kompensatsiyu-z-byudzhetu-vartosti-silgosptekhniki-ta-obladnannya>.
8. Уряд ухвалив концепцію держпрограми розвитку фермерства. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250264679>.
9. Українському селу вкрай необхідна державна та законодавча підтримка. 2011. URL: <http://www.kaletnik.com.ua/stattivistupi/?start=1>.
10. Про державну підтримку сільського господарства України. Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/ru/1877-15>.
11. Верховна рада проголосувала за запровадження системи НАССР. Українська правда. 2014.

Stavska U.V., Gladkikh T.V., Saulak R.Yu.

THE STATE SUPPORT FOR FARMING HOUSES IN TERMS OF GLOBAL INSTABILITY

Ukraine is a state with a high level of development of the agrarian sphere, and more and more people are interested in opening their own farms. That is why the government had introduced measures of the industry, which should include reimbursement for construction, reconstruction of livestock farms, purchase of machinery and equipment and others.

The article considers the system of state support for the development of farms in Ukraine. The program of support for the development of farms for 2018 is considered. The ways of supporting agricultural commodity producers are set out, namely: allocation of budget subsidies per unit of cultivated land; partial budget reimbursement of the cost of sowed high-reproduction seed of agricultural crops; implementation of targeted state programs aimed at improving soil fertility, combating pests and diseases of crops and animal farming on radiation-contaminated areas and so on. Ways partial reimbursement to farmers for their further development, such as the use of state forward purchases of grain in the organized agricultural market; application of the zero import duty rate; Reducing the cost of identifying and registering farm animals; compensation and compensation at the expense of the state budget to the agricultural commodity producers of the cost of built-up in the countryside of social and domestic facilities; support for the provision of marketing and product promotion services to the market; provides support for activities related to ensuring quality control and food safety, etc.

So, the state encourages start-up farmers, and enterprises engaged in agricultural production. This program has a positive effect on farmers and can help them achieve higher efficiency, due to a possible increase productivity, increasing GDP. Implementation of systemic support for farming will increase the production of gross agricultural products by half in three years to 12% and develop the processing of raw materials within the country. This will ensure the growth of foreign exchange earnings from agrarian exports and increase margin for economic entities.

Key words: state support, farms, livestock farms, budget, subsidy, subsidy, state programs, state purchases.

УДК 331.101

Харун О.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті визначено сутність соціальних інновацій як вітчизняними, так і зарубіжними вченими. Узагальнено класифікаційні ознаки та види соціальних інновацій. Встановлено основні сфери, в яких концентрується невикористаний потенціал соціальних інновацій. Запропоновано заходи, що мають стимулюючий характер і спрямовані на активізацію соціальних інновацій на промислових підприємствах. Для реалізації заходів впровадження соціальних інновацій на підприємстві виокремлено дві стадії (підготовчу та реалізацій). З'ясовано фактори, які є ключовими для спрямування соціальних інновацій у напрямі досягнення економічного та соціального добробуту. Виділено основні переваги та недоліки впровадження соціальних інновацій на промислових підприємствах.

Ключові слова: соціальні інновації, класифікація, переваги та недоліки, трудовий потенціал, персонал, підприємство.

В статье определена сущность социальных инноваций как отечественными, так и зарубежными учеными. Обобщены классификационные признаки и виды социальных инноваций. Установлены основные сферы, в которых концентрируется неиспользованный потенциал социальных инноваций. Предложены мероприятия, имеющие стимулирующий характер и направлены на активиза-

цію соціальних інновацій на промислових підприємствах. Для реалізації заходів по впровадженню соціальних інновацій на підприємстві виділені дві стадії (підготовчу та реалізаційну). Виявлено фактори, які є ключовими для впровадження соціальних інновацій в напрямку досягнення економічного та соціального благополуччя. Виділені основні переваги та недоліки впровадження соціальних інновацій на промислових підприємствах.

Ключові слова: соціальні інновації, класифікація, переваги та недоліки, трудовий потенціал, персонал підприємства.

Постановка проблеми. За умов розвитку євроінтеграційних процесів трудовий потенціал є головним ресурсом інноваційного виробництва, гуманізації та соціалізації економіки та підвищення конкурентоспроможності. У свою чергу трудовий потенціал підприємств не може сформуватися без належних інвестицій у нього та інновацій, які безпосередньо впливають на його формування. Дуже часто саме інновації у своєму соціальному прояві спричиняють прагнення людини до навчання, саморозвитку та самовдосконалення, тобто виступають головним чинником підвищення розвитку трудового потенціалу підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні до питань інноваційних підходів розвитку соціально-трудової сфери у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі звертається багато вчених: Р. Алі, В. Антонюк, Ж. Аталлі, М. Біль, Л. Бойко-Бойчук, О. Болотна, О. Воловодова, О. Грішнова, П. Друкер, Т. Заяць, Л. Матросова, І. Мейжис, Г. Міщук, Дж. Мулган, О. Набатова, О. Новікова, С. Пасека, О. Рогуля, П. Розанвалон, Б. Сандерс, М. Семікіна, О. Ситник, Н. Сімченко, З. Смутчак, І. Терон, С. Тукер, Л. Федулова, Дж. Філас, Р. Хейскал, Й. Шумпетер, М. Янг та інші. Однак, проблеми впровадження соціальних інновацій на вітчизняних підприємствах потребують подальших досліджень, які дозволять активізувати людський фактор для підвищення розвитку трудового потенціалу підприємств.

Мета дослідження. Метою статті є науково-теоретичне дослідження сутності, видів соціальних інновацій, виявлення можливостей і переваг, які вони надають та обґрунтування конкретних напрямів впровадження задля підвищення розвитку трудового потенціалу промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як показує практика, в тих країнах, які обрали соціально-орієнтований тип розвитку, саме соціальні інновації формують інноваційне середовище, що сприяє науково-технологічним та інформаційним нововведенням, забезпечує їх прискорення, підвищення ефективності використання нових технологій, скорочення інноваційних витрат. І навпаки, там, де спостерігається протиріччя між заявленими соціаль-

ними цілями державної політики і реальними діями, виникають конфлікти, підвищується ступінь недовіри в суспільстві, загострюються соціальні проблеми [1].

В Україні соціальні інновації лише починають отримувати розповсюдження та асоціюються з такими поняттями, як державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво [2].

Аналіз літературних джерел свідчить, що соціальні інновації з'явилися у 60-х роках ХХ століття у дослідженнях таких учених як П. Друкер [3] та М. Янг [4]. У 70-х роках ХХ століття цей термін почали використовувати П. Розанвалон [5], Ж. Фурн'є та Ж. Аталлі [6]. Починаючи з 80-х років ХХ століття, у працях, присвячених технологічним змінам усе більше уваги приділяється соціальним факторам та їхньому впливу на поширення технологій. Й. Шумпетер [7], вивчав інноваційні процеси у складі розробленої ним теорії «креативного зрушення» та запропонував розглядати діяльність підприємств як можливість використання соціального досвіду для створення нових продуктів і послуг новітніми способами. Новим вагомим досягненням у розвитку ідей соціальних інновацій є їх внесення до документів «Стратегія «Європа-2020» та програми досліджень «FP7» Євросоюзу [8].

У сучасній літературі термін «соціальна інновація» визначається як: 1) результат творчої діяльності, що набув широкого застосування і слугує підставою для значущих соціальних змін; 2) процес перетворення нововведень у соціокультурні норми і звички, що забезпечує їх інституціональне оформлення і закріплення у сфері духовної і матеріальної культури суспільства [9]. У більш узагальненому вигляді, соціальні інновації – це різновид інновацій за сферою застосування й етапами НТП, що спрямовані на поліпшення умов праці, вирішення проблем охорони здоров'я, освіти, культури [10].

За припущенням Л.І. Федулової, «соціальні інновації на макrorівні – це, перш за все, зміни в соціальній сфері, які започатковуються на основі наукових знань, спрямовані на поліпшення якості життя населення країни та мають високу залежність від групових і особистих якостей користувачів, а соціальні інновації на

мікрорівні – це загальний процес планомірного поліпшення соціогуманітарної сфери підприємства, спрямований на розширення можливостей на ринку робочої сили, мобілізацію персоналу підприємства на досягнення поставлених стратегічних цілей, що, у свою чергу, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань підприємства перед співробітниками і суспільством у цілому» [1, с. 73].

Л. В. Бойко-Бойчук соціальні інновації розглядає як [11, с. 92-93]: нові ідеї, стратегії, концепти, організації, форми організацій; процес здійснення змін, тривалу соціальну зміну нестандартних рішень соціальної проблеми, розвитку структур, принципів, практик; здійснення змін у поведінці, перевагах людей, змін у процесах впливу на зміни, регулюванні, політиці, організаційних структурах і практиках. Як бачимо, класифікація даних визначень побудована у такий спосіб: одна група логічно продовжує іншу – від найширшого трактування до найвужчого. Примітно, що у всіх трьох групах визначень соціальну інновацію автор пов'язує із реалізацією соціальних потреб.

О.О. Набатова виокремлює три основні типи тлумачення поняття «соціальні інновації» [12]: як остаточного результату творчої діяльності, що отримав широке поширення і став основою для істотних соціальних змін; як процес здійснення змін, переходу системи з одного стану до іншого; як процес перетворення нововведень на соціокультурні норми і зразки, що забезпечує їхню інституціоналізацію і закріплення у сфері духовної і матеріальної культури суспільства.

Ряд авторів відмічають, що соціальні інновації спрямовані на поліпшення умов праці, розв'язання проблем її стимулювання, охорони здоров'я, забезпечення безперервної освіти та навчання, залучення висококваліфікованих фахівців, зростання культури праці, побуту, відпочинку тощо [13, с. 25].

О.Ф. Новікова зазначає [14, с. 21], що соціальні інновації здійснюються в усіх сферах суспільного життя, переважна сфера їх локалізації пов'язана з життєдіяльністю людини і суспільства в цілому, процесом відтворення і розвитку людини, задоволенням її потреб, організацією людської спільноти.

Серед зарубіжних досліджень, одне з перших визначень соціальних інновацій належить Дж. Мулгану, С. Тукер, Р. Алі і Б. Сандерса [15], які під соціальними інноваціями розуміють «нові ідеї, які працюють для досягнення соціальних цілей». В даному визначенні не відображені сутнісні характеристики соціальних інновацій і їхня відмінність від інновацій в цілому.

Дж. Філс розкриває соціальні інновації як будь-яке нове і корисне рішення, спрямоване на задоволення соціальних потреб [16]. Основним недоліком в даному визначенні є те, що воно виставляє до соціальних інновацій вимогу корисності.

Р. Хейскало соціальні інновації характеризує як зміни в культурній, нормативній та регулятивній структурах суспільства, які збільшують загальну силу ресурсів, а також покращують соціальну і економічну продуктивність. Крім того, автор розуміє соціальні інновації не як ідею, а як зміну, що формує альтернативний підхід до визначення сутності соціальних інновацій [17].

Незважаючи на те, що відсутній єдиний підхід до вивчення соціальних інновацій, погляди більшості дослідників перетинаються, наприклад, в частині зв'язку соціальних інновацій з суспільною цінністю, активізацією людського потенціалу, наданням суспільних благ, підвищенням якості життя [18].

Вагомим внеском для подальшого аналізу соціальних інновацій є їх класифікація (табл. 1), яка дозволяє прогнозувати та передбачати можливі соціальні труднощі на підприємствах, а також застосовувати певні заходи щодо їх подолання з урахуванням особливостей окремих нововведень [19].

Таким чином, розглянута класифікація соціальних інновацій дає можливість оцінити та охарактеризувати всі можливі напрями інноваційної діяльності на соціальній основі. Класифікація є необхідною насамперед для визначення перспективних соціальних інновацій на сучасному етапі розвитку вітчизняних підприємств та сприяти їх розвитку.

Враховуючи нагромаджені соціально-економічні проблеми в Україні, можна зробити висновок, що невикористаний потенціал соціальних інновацій нині концентрується у таких основних сферах, як: модернізація форм і видів зайнятості та соціально-трудових відносин, їх демократизація та нове креативне наповнення як засобу розвитку особистості, її творчих можливостей; інновування сучасних механізмів розвитку основних інститутів соціалізації, насамперед дошкільної та загальноосвітньої системи, їх автономізація та громадська підтримка розвитку; реформування системи державної соціальної підтримки, її прискорена трансформація в ефективну систему соціального страхування з диференціацією ризиків залежно від розміру страхових внесків; розвиток системи соціального партнерства, переорієнтація його на виконання нових завдань, спрямованих на оптимізацію процесу перерозподілу ВВП в інтересах усіх громадян для

Таблиця 1

Класифікація соціальних інновацій [20; 21]

Ознака класифікації	Види інновацій
Відносно закономірностей розвитку конкретного суспільства	Запозичені (внутрішньо-обумовлені, із зовнішнім змістовим джерелом); органічні (внутрішньо-обумовлені, з властивостями цього суспільства); експансивні (зовнішньо-обумовлені, із зовнішнім змістовим джерелом).
За рівнем вияву	На рівні держави (макрівияву); на рівні регіону (мезовияву); на рівні підприємства (мікрівияву); на рівні людини (нановияву).
За сферою регулювання трудових відносин	У сфері соціального партнерства; у сфері соціального підприємництва; у сфері мотивації праці; у сфері оплати праці та субсидій; у сфері регулювання праці інвалідів; у сфері регламентації трудової діяльності та трудової етики.
За рівнем розвитку корпоративної соціальної відповідальності	Економічні; соціальні; екологічні; інституційні.
За економічним рівнем розвиненості соціального партнерства	Мегарівня (у межах держав); макрорівня (у межах держави і профспілок); мезорівня (у межах регіонів); мікрорівня (у межах підприємства: між керівництвом та персоналом).
За інтенсифікацією системи заходів у сфері безпеки та охорони праці	Соціально-економічні; організаційно-технічні; санітарно-гігієнічні; лікувально-профілактичні.
За ступенем розвитку охорони здоров'я	Глобальні; стратегічні; системні; локальні.
За масштабами впливу на екосистему	Транснаціональні; національні; регіональні.
За рівнем освіти	Первинні (на рівні дошкільної освіти); основні (на рівні загальної середньої освіти); вторинні (на рівні вищої освіти).
За напрямом розвитку культури	Морально-етичні; ціннісно-орієнтовані; гуманістичні; нормативно-регулюючі.
За напрямом впливу на якість соціального розвитку та людського капіталу підприємства	Позитивні інновації; негативні; нейтрального впливу.
За глибиною внесених інноваційних змін	Радикальні (базові); поліпшуючі (рекомбінаційні); модифікаційні.
За спадкоємністю (відношення до попередника)	«Підривні»; заміщуючі, відмінючі (або скасовуючі); поворотні.
За обсягом застосування	Точкові; локальні; системні; стратегічні; інтегральні.
За темпами (інтенсивністю) здійснення	Швидкі; рівномірні; уповільнені; наростаючі; стрибкоподібні.
Відповідно до типу ефекту від нововведення	Зорієнтовані на отримання соціального ефекту; зорієнтовані на отримання економічного ефекту.
Відповідно до предмету менеджменту персоналу та регулювання соціально-трудової сфери усіх рівнів	Інновації відносин зайнятості та можливостей забезпечення людей засобами існування, а також реалізації індивідуальних здібностей; інновації щодо організації та продуктивності праці, відносин у виробничих колективах, можливостей розвитку людини у процесі трудової діяльності та економічного зростання підприємства; інновації щодо забезпечення умовами праці, інновації щодо соціального захисту працівників

зниження соціальної нерівності; інновування регіонального соціального розвитку на основі модернізації механізмів, що активізують процеси децентралізації управління соціально-економічним розвитком [22].

Отже, першочерговим завданням для вітчизняних підприємств має стати саме стиму-

лювання впровадження соціальних інновацій, що потребує виконання наступних заходів: вдосконалення лідерських позицій керівника на основі його потенціалу; поліпшення організації робочого місця як основи для ефективного забезпечення виробничого процесу; розробка технологій управління відносно

організаційної поведінки працівників; залучення рядових працівників до управління підприємством шляхом стимулювання подання виробничих і соціальних ініціативних пропозицій; розробка та впровадження системи безперервного професійного навчання та підвищення кваліфікації найманих працівників; впровадження вдосконалених систем адаптації персоналу; пошук цінностей щодо успішної корпоративної культури та закріплення виявлених чинників на рівні персоналу; вдосконалення системи мотивації персоналу; стимулювання продукування працівниками раціоналізаторських пропозицій з подальшим їх впровадженням на підприємстві; створення дієвої системи оцінювання людських ресурсів підприємств; проведення моніторингу професійно-кваліфікаційної структури найманих працівників; розвиток системи відносин із суб'єктами зовнішньої взаємодії; поліпшення умов безпеки та гігієни праці працівників; запровадження автоматизованих подань соціальних ініціатив на рівні підприємства для забезпечення демократизації управління та врахування потреб працівників при формуванні стратегій, програм, планів; створення дієвої системи соціальної відповідальності на підприємстві, яка включає в себе підтримку як фінансово-економічної, техніко-технологічної, маркетингової сфер суб'єкта господарювання, так і стимулювання реалізації трудового потенціалу, який визначається наявністю складових [23; 24].

Запропоновані заходи мають стимулюючий характер і спрямовані на активізацію соціальних інновацій на промислових підприємствах. Залежно від актуальності та ступеня розробленості для підприємства завдання та гостроти соціальних потреб визначається першочерговість інвестування в соціальні інновації [21]. Реалізація вищезазначених пропозицій дозволить отримати значні соціальний та економічний ефекти, що стануть стимулом активізації інноваційного розвитку промислових підприємств.

Визначені напрямки вказують на існуюче різноманіття інновацій в соціальній сфері підприємства, що пов'язано з специфікою соціальних процесів та варіативністю факторів, які їх розкривають [23].

Зважаючи на це, варто звернути увагу на фактори, які є ключовими для спрямування соціальних інновацій у напрямі досягнення економічного та соціального добробуту [2]: урахування соціальних інновацій у формуванні науково-технологічної та інноваційної політики; створення демократичних платформ із метою залучення різних суб'єктів господарю-

вання; забезпечення належної координації, інтеграції та відображення соціальних заходів у національних та регіональних соціально-економічних планах та програмах; стимулювання проведення наукових досліджень у площині соціальних інновацій; підвищення обсягу інвестицій в нарощування соціального потенціалу; державно-бізнесове партнерство в підтримці соціальних інновацій.

На нашу думку, реалізація запропонованих заходів можлива лише за розроблення дієвого механізму впровадження соціальних інновацій на підприємстві, що складається з підготовчої стадії впровадження інновацій (аналіз стану організації соціальної діяльності та її елементів з позиції вимог наступної фази розвитку; виявлення пропозицій щодо поліпшення структури та якості соціальної сфери; підрахунок можливих ефектів від запровадження запропонованих інновацій) та стадії реалізації (селекція інновацій; прийняття рішень про достатність коштів для фінансування обраних соціальних програм; затвердження плану фінансування соціальних інновацій; здійснення соціальних інновацій; адаптація нововведень; інтеграція інновацій) [25].

Проведене дослідження дає можливість виділити основні переваги та недоліки впровадження соціальних інновацій на промислових підприємствах, які обґрунтовують вигідність таких процесів (табл. 2).

Як бачимо, соціальні інновації, визначальною ідеєю яких є найбільш повне розкриття та реалізація можливостей людини, а також забезпечення максимальної комфортності життєдіяльності внаслідок покращення суспільної взаємодії, починають поступово виокремлюватись у новітній тренд соціально-трудова відносин. Правильна реалізація та посилення ефективності такої нової тенденції є одним з варіантів відповіді суспільства на загрози соціальної ізоляції численних груп населення, низького рівня життя, неповного задоволення актуальних потреб, способом вирішення інших нагальних суспільних проблем розвитку [27].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, попри переваги соціальних інновацій в підвищенні розвитку трудового потенціалу підприємств, вони поки що недооцінені вітчизняними підприємцями. Соціальні інновації є основою формування трудового потенціалу промислових підприємств, впровадження яких дозволить забезпечити справедливість стосовно працівників, баланс інтересів працівників і підприємства, сприятиме переходу підприємства на інноваційний шлях розвитку, де джерелом інноваційного капіталу може стати особистість, її ставлення до світу, пізнавальні

Таблиця 2

**Основні переваги та недоліки впровадження соціальних інновацій
на промислових підприємствах [26]**

	Переваги	Недоліки
Особистісні	– реалізація особистісного професійно-творчого потенціалу персоналу підприємства	– психологічні бар'єри в сприйнятті персоналом інновацій як суто витратної категорії
Економічні	– заміна меценатства з перспективою зростання прибутків у довгостроковій перспективі; – зменшення витрат на інші інструменти промоції (рекламу, роботу з громадськістю, виставкову діяльність); – зростання зацікавленості інвесторів, інших ділових партнерів до співпраці	– в необґрунтованих витрат при впровадженні «неуспішних» соціальних інновацій; – недоцільне зменшення витрат на інструменти промоції (рекламу, роботу з громадськістю, виставкову діяльність); – тривалий термін оцінки ефективності впроваджених інновацій
Іміджеві	– підвищення іміджевого статусу, що може «врятувати» підприємство у періоди загострення кризового стану економіки	– недовіра населення до «безкорисності» соціальних інновацій, спротив новому
Соціальні	– прихильність населення і самого персоналу до діяльності підприємства	– зростання соціальної відповідальності підприємства

здібності, духовні потреби, дії. Реалізація запропонованих заходів стимулювання введення соціальних інновацій дозволить обґрунтувати підходи й прискорити їх впровадження, провести оцінювання нематеріальних активів підприємства, підвищити розвиток трудового

потенціалу та конкурентоспроможність персоналу вітчизняних підприємств. Подальші дослідження в даному напрямку будуть спрямовані на визначення наслідків впровадження соціальних інновацій на вітчизняних промислових підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л. І. Соціальні інновації в системі соціально-економічних відносин. URL: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf](http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf)
2. Болотна О. В. Соціальні інновації як інструмент підвищення якості життя населення України / О. В. Болотна, М. К. Костюк // Економіка та суспільство. 2017. Випуск № 10. С. 510-517.
3. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер. Изд-во «Вильямс», 2009. 432 с.
4. Янг М. Возвышение меритократии: Утопия и утопическое мышление. М., 1991. 346 с.
5. Розанвалон П. Новый социальный вопрос. М., 1977. 215 с.
6. Attali J. Millennium: winners and losers in the coming world order / J. Attali. – New York: Random House, 1991. 132 p.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М. : ЭКСМО, 2007. 864 с.
8. Рогуля О. Ю. Соціальні інновації як основа розвитку підприємства. URL: <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/12925/1/176-178.pdf>
9. Социологическая энциклопедия : в 2 т. / [рук. научн. проекта Г. Ю. Семигин, гл. ред. В. Н. Иванов]. М. : Мысль, 2003. Т. 2. С. 456.
10. Словарь инновационных терминов. URL: <http://www.pfo-perm.ru/Dictionary.asp#s12>.
11. Бойко-Бойчук Л. В. Суспільні реформи як керовані соціальні інновації: вимоги до моделі. Наука та інновації. 2009. Т. 5. № 4. С. 92–98.
12. Набатова О. О. Соціальні інновації: поняття, види, суб'єкти. Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. 2011. № 6. С. 58-66.
13. Семикіна М. В. Інноваційна праця: діагностика проблем, важелі активізації: монографія / М. В. Семикіна, С. Р. Пасека та ін. ; [за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. М. В. Семикіної]. Черкаси : ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. 320 с.
14. Соціальні інновації: концептуальні підходи, можливості розвитку та запровадження : наук. доп. / [В. П. Антонюк, О. Ф. Новікова, О. В. Воловодова та ін.]. Донецьк, 2010. 102 с.
15. Mulgan G. Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerate / G. Mulgan, S. Tuckers, R. Ali, B. Sanders. London, 2007. 52 p.
16. Phils J. Rediscovering Social Innovations / J. Phils. Stanford, 2009. 184 p.
17. Heiscala R. Social innovations: structural and power perspectives / R. Heiscala // Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance. – UK, USA: Edward Elgar Publishing. 2007. P. 52–79.

18. McElroy W.M. Social innovation capital. *Journal of Intellectual Capital*. 2002. Vol. 3, № 1. P. 30–39.
19. Буй Ю. В., Мельниченко Л. Д. Соціальні інновації: суть і класифікація. URL: <http://Conference.SPKNEU.ORG>
20. Терон І. В. Соціальні інновації у процесах модернізації соціально-трудових відносин. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2011. Вип. 20, ч. II. С. 57–66.
21. Жалдак Г., Сімченко Н. Класифікація інновацій та їх соціальний підвид. Економічний аналіз. 2012. Випуск 10, ч. 4. С. 92–95.
22. Заяць Т. А. Соціальні інновації: потенціал і можливості використання в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 20. С. 735–737.
23. Матросова Л. М., Зайцева Л. О. Соціальні інновації, як джерело інноваційного капіталу підприємства. Удосконалення економічних механізмів управління сучасними системами підприємств, корпорацій, галузей, регіонів, країн: монографія / За заг. ред. Ю. З. Драчука, В. Я. Швеця; М-во освіти і науки України; Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. С. 74–80.
24. Смутчак З. В., Ситник О. Ю., Остапенко О. М. Активізація соціальних інновацій як передумова розвитку людських ресурсів. Економічний часопис – XXI. 2015. № 7-8 (1). С. 94–97.
25. Летунівська Н. Є. Соціальні інновації підприємств в умовах трансформаційної економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2013. № 4. С. 107–112.
26. Біль М. М. Особливості впровадження соціальних інновацій в організацію праці на підприємствах. Економіка сьогодні: проблеми та шляхи вирішення. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 25–26 листопада 2011 р.). Одеса : у 2-х частинах, «Центр економічних досліджень та розвитку», 2011. Ч. 1. 92 с. С. 81–84.
27. Грішнова О. А., Міщук Г. Ю. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні. Демографія та соціальна економіка. 2013. № 2 (20). С. 167–178.

Kharun O.A.

SOCIAL INNOVATIONS AS A FACTOR IN INCREASING THE DEVELOPMENT OF LABOR POTENTIAL OF ENTERPRISES

The purpose of the article is the scientific and theoretical research of the essence, kinds of social innovations, revealing of opportunities and advantages which they provide and the substantiation of specific directions of implementation in order to increase the labor potential development of industrial enterprises.

In the article the essence of social innovations is determined both by domestic and foreign scholars. The author summarizes the classification features and types of social innovations, which allows to predict and anticipate possible social difficulties in enterprises, as well as apply certain measures to overcome them, taking into account the peculiarities of certain innovations. The main areas in which the untapped potential of social innovation is concentrated are identified.

Proposed measures that have a stimulating character and are aimed at activating social innovations at industrial enterprises are proposed. The implementation of the proposed measures is possible only with the development of an effective mechanism for implementing social innovations in the enterprise, consisting of the preparatory stage of implementation of innovations and the stage of implementation.

The main advantages and disadvantages of introducing social innovations at industrial enterprises, which justify the profitability of such processes, are highlighted.

Thus, social innovation is the basis of the formation of the labor potential of industrial enterprises, the introduction of which will ensure fairness for workers, balance of interests of employees and enterprises, will facilitate the transition of the enterprise to an innovative way of development, where the source of innovation capital can be a person, his attitude to the world, cognitive abilities, spiritual needs, actions.

Key words: social innovations, classification, advantages and disadvantages, labor potential, personnel, enterprise.

Ліхоносова Г.С.кандидат економічних наук, доцент,
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського**Черниш Р.О.**магістр
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У даній статті розглянуто питання інноваційних технологій запровадження туристично-рекреаційної діяльності, визначено роль інновацій у розвитку галузі туризму з урахуванням специфічних особливостей цієї сфери, описано найбільш важливі елементи розвитку рекреаційної діяльності в сучасних умовах, охарактеризовано рівень туристично-рекреаційної діяльності, а також проведено аналіз впровадження інноваційних технологій.

Ключові слова: інновації, туризм, туристична індустрія, рекреаційна діяльність, конкурентоспроможність, впровадження передових методів, інформаційні технології.

В данной статье рассмотрены вопросы инновационных технологий введения туристско-рекреационной деятельности, определена роль инноваций в развитии отрасли туризма с учетом специфических особенностей этой сферы, описано наиболее важные элементы развития рекреационной деятельности в современных условиях, охарактеризованы уровень туристско-рекреационной деятельности, а также проведен анализ внедрения инновационных технологий.

Ключевые слова: инновации, туризм, туристическая индустрия, рекреационная деятельность, конкурентоспособность, внедрение передовых методов, информационные технологии.

Постановка проблеми. Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки, розвиваючи такі галузі промисловості як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого попиту, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних надходжень і засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни.

Актуальність впровадження рекреаційної діяльності – полягає у наданні послуг із відпочинку і лікування. Окремі з них, наприклад транспорт, агропромисловий комплекс, будівництво і ремонт, комунальне господарство, охорона здоров'я, соціальна допомога тощо, з кожним роком розширюють власну діяльність у сфері рекреації і туризму. Крім наявності рекреаційних ресурсів, важливе й її інфраструктурне забезпечення. Інфраструктура обслуговує різні потреби рекреації, тому поділяється на різні види, деякі з них розглянуті у статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На території України перелік законодавчо-правових актів, які регулюють туристично-рекреаційну діяльність в країні. До них належать: Кон-

ституція України, Закон України «Про туризм», Закон України «Про курорти», Закон України «Про сільський зелений туризм», «Про народні художні промисли», «Про особисте сільське господарство», Указ Президента України «Про Положення про Міністерство культури і туризму України», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Указ Президента України «Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», Указ Президента України «Про забезпечення підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу», Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Постанови КМУ «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002 – 2010 роки», інших нормативних документів Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України, Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва [1].

Мета дослідження: охарактеризувати рівень туристично-рекреаційної діяльності, а також визначити можливості із запровадження інноваційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Окрім прибутку, туризм став значущим чинником посилення престижу країни. А також

туризм сприяє підвищенню освітнього рівня жителів країни. Саме поняття «туризм» стало формуватися завдяки масовому переміщенню досить значної кількості людей, які поставили собі за мету змістовно проводити своє дозвілля. Хоча не можна заперечувати того факту, що подорожування завжди було притаманне людині як біологічній істоті [2].

Беручи за основний критерій мотивацію туристів, можна виділити такі види рекреаційно-туристичної діяльності: спортивний туризм, відпочинковий туризм, родинний туризм, екстремальний туризм, спортивний туризм, пізнавальний туризм, екологічний туризм, діловий туризм та ін. (табл. 1).

На цей час туристичний бізнес став однією найбільш динамічною галуззю, що швидко набирає темпи у господарській діяльності країн світу. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), чисельність міжнародних туристів на кінець 2015 р. становила майже 1,2 млрд осіб, тобто приблизно кожен шостий мешканець планети відпочивав і подорожував за межами своєї країни [3].

Проведені UNWTO дослідження також показали, що тенденції розвитку туристичної діяльності будуть збережені на високому рівні. Так, у період до 2030 р. прогнозується збільшення

туристичних прибуттів майже у 2 рази порівняно з 2010 р., при цьому передбачається розподіл туристичних прибуттів у сфері в'їзного туризму по регіонах, дані яких наведено у табл. 2.

Отже, можемо зробити висновок, що найбільш відвідуваними країнами світу, згідно із прогнозами спеціалістів UNWTO, стануть Китай, Сполучені Штати Америки, Франція, Іспанія. Чинники, які будуть безпосередньо впливати на розвиток туристичного бізнесу, багатогранні та різноманітні. Наявність сприятливих чинників призведе до лідерства окремих районів країни світовому туристичному бізнесу, і навпаки, небажані чинники безпосередньо будуть знижувати туристичні потоки.

Що стосується України, то за останні роки, на жаль, (починаючи з 2013 р.) туристичні потоки в Україні значно зменшились, що було спричинено чинниками економічного та соціально-політичного характеру. На сьогодні туристична галузь України перебуває на стадії проведення реформ. Туристичні ресурси, якими володіє Україна, використовують не сповна, через події військово-політичного характеру, які сколихнули Україну у 2013 р., значно зменшились в'їзні туристичні потоки, проте, якщо проводити порівняння, наприклад з 2000 р., ситуація у сфері туризму виглядає все-таки кращою. Показники

Таблиця 1

Класифікація рекреаційної діяльності

Класифікаційна ознака	Туризм	Сфера рекреації
Географічний принцип	внутрішній, міжнародний	рекреаційний, оздоровчий відпочинок, пізнавальний відпочинок, професійно-діловий туризм, науковий (конгресний), спортивний відпочинок, шоп-тури, пригодницький, паломницький,
Напрямок туристичного потоку	в'їзний, виїзний	
Джерело фінансування	соціальний, комерційний	
Спосіб пересування	пішохідний, авіаційний, морський, річковий, автотуризм, залізничний, велосипедний, змішаний	ностальгічний, зелений (агротуризм), екологічний, екзотичний, елітарний
Кількість учасників	індивідуальний, сімейний, груповий	
Тривалість перебування	короткотривалий, довготривалий	
Організаційна форма	організований, неорганізований	

Таблиця 2

Прогноз розподілу обсягів в'їзного туризму по регіонах світу міжнародні туристські прибуття, млн. осіб

Світовий регіон	Рік		
	2010	2020	2030
Європа	475,3	620	744
Азійсько-Тихоокеанський регіон	204	355	535
Америка	149,7	199	248
Африка	50,3	85	134
Близький Схід	60,9	101	149
Світ (загалом)	940	1360	1809

структури туристичних потоків України за період з 2000 по 2015 р. наведено у табл. 3 та на рис. 1.

За останні роки туристична галузь України зробила значний поступу використанні інформаційних технологій на своїх теренах. Розвиток Інтернет-технологій (системи пошуку та бронювання турів, квитків, Інтернет-путівники, сервіси відгуків та рекомендацій) та широкі можливості їх впровадження у діяльність туристичних підприємств роблять подорожі ще доступнішими широким масам населення. Як приклад, можна навести місто Львів, де активно впроваджують та використовують інноваційні технології в обслуговуванні туристів та в інфраструктурі: туристичні Інтернет-путівники, мобільні додатки (довідники, мапи, аудіогіди), електронні інформаційні кіоски та ін. Кількість туристів, що відвідують Львів, щороку зростає, відкривають нові готельні та ресторанні заклади, створюють нові робочі місця, покращується імідж міста на українській та світових аренах [4].

Світова тенденція глобалізації туризму поки що у меншій мірі торкнулася України. Звертаю-

чись до показників динаміки розвитку туризму в Україні, слід насамперед звернути увагу, що туристична активність держави на світовому ринку є недостатньою, оскільки обсяг в'їзного туризму складає до 2% від світового імпорту туристичних послуг. На сьогодні ситуація, що склалась в туристичній індустрії України, практично неконкурентоспроможна на світовому ринку:

- застаріла матеріально-технічна база, яка потребує капітального ремонту, модернізації та функціональної реконструкції;
- брак сучасних засобів розміщення туристів;
- недостатній розвиток важливих складових туристичної інфраструктури – транспорту та зв'язку;
- недостатньо розвинена мережа закладів харчування та індустрії розваг;
- брак кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму;
- орієнтування туристичних фірм на закордонні подорожі; відсутність активно функціонуючого туристично-інформаційного центру;
- екологічні проблеми.

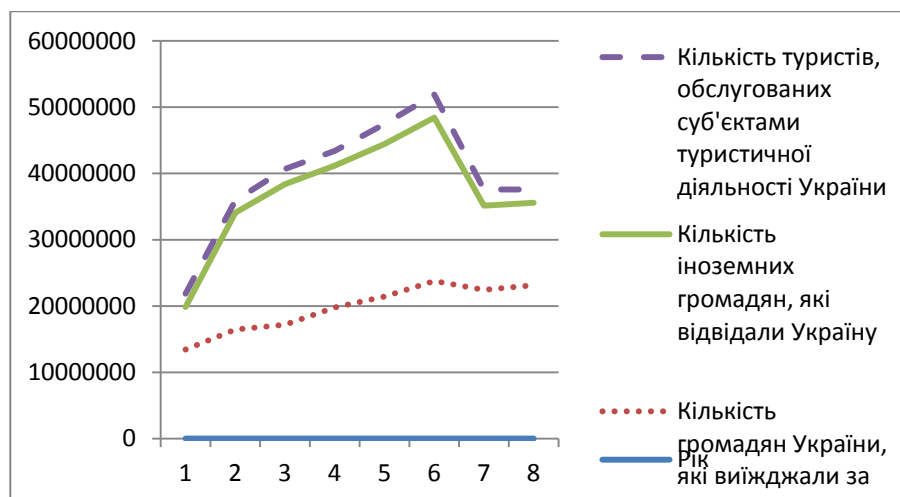


Рис. 1. Динаміка туристичних прибуттів та вибуттів в Україні з 2002 по 2017 рр.

Таблиця 3

Туристичні потоки в Україні з 2002 по 2017 рр.

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України
2002	13422320	6430940	2013998
2007	16453704	17630760	1825649
2012	17180034	21203327	2280757
2013	19773143	21415296	2199977
2014	21432836	23012823	3000696
2015	23761287	24671227	3454316
2016	22437671	12711507	2425089
2017	23141646	12428286	2019576

Позитивне вирішення цих проблем в туристичній індустрії України є особливо актуальним. Пожвавлення розвитку туризму в Україні та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

До інновацій в туризмі слід відносити перш за все ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів;
- якісно новими змінами турпродукту;
- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту, поліпшення умов праці працівників туріндустрії, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги).

Класифікувати інновації в туристичній індустрії слід наступним чином:

I. Продуктові інновації.

1. Створення нових туристичних продуктів.
2. Освоєння нових сегментів туристичного ринку.
3. Освоєння нових туристично-рекреаційних територій.

4. Залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів.

II. Управлінські інновації.

1. Нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі.
2. Обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності.
3. Забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією.

III. Сервісні інновації.

1. Впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу.
2. Розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі.

3. Впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон.

IV. Технологічні інновації.

1. Впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків.

2. Розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг.

3. Нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони.

4. Екологізація технологій обслуговування.

Проте в Україні відсутні сприятливі умови для ефективного здійснення інновацій. На шляху їх масової реалізації постають перешкоди фінансового, правового та політичного характеру. Процеси створення нових інноваційних структур, які здатні реалізувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер [5].

Успіх функціонування підприємства в сфері туризму багато в чому залежить від інноваційного менеджменту. Практичне застосування інновацій в туристичній сфері дозволить не тільки підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства, але й оцінити доцільність впровадження нових видів послуг. Практика показує, що найбільш прийнятним варіантом, на сучасному етапі, є використання інформаційних технологій.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, найістотніші проблеми впровадження інноваційних технологій у сфері туризму в Україні можна визначити як недостатній рівень фінансування інфраструктури туристичної галузі, невідповідність її стану міжнародним стандартам, слабкий зв'язок пов'язаних та підтримуючих галузей із туристичною. Тому вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу туристично-рекреаційної індустрії України на інноваційну модель економічного розвитку. Саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку галузі здатні забезпечити її конкурентоспроможність, підвищити якість послуг, забезпечити високі показники економічного росту та залучення іноземних інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Закони України «Про туризм» від 2003 року. URL: <http://rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
2. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. К. : Вид-во «Центр навч. літ-ри», 2004. 272 с.
3. Мізюк Б.М., Полотай Б.Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 51. С. 45-49.
4. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.
5. Новіков В.С. Інновації в туризмі. М.: ІЦ «Академія», 2007. 208 с.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF INTRODUCTION OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITY

The article deals with the issues of innovative technologies for the introduction of tourist and recreational activities, identified the role of innovations in the development of tourism industry taking into account the specific features of this area, describes the most important elements of the development of recreational activities in modern conditions, characterized the level of tourist and recreational activities, as well as an analysis of implementation innovative technologies.

Spheres such as transport, agro-industrial complex, construction and repair, communal services, health care, social assistance, etc., expand their activities in the field of recreation and tourism every year. In addition to having recreational resources, its infrastructure is also important. The infrastructure serves different recreational needs, so it is divided into different types, some of which are covered in the article. Also reviewed are regulatory documents of the State Tourism Administration of Ukraine, State Statistics Committee of Ukraine, State Committee of Ukraine for Regulatory Policy and Entrepreneurship.

The distribution of volumes of inbound tourism in the regions of the world of international tourist arrivals is forecasted, the recreational activity is classified, the tourist activity of the state in the world market is described. UNWTO surveys, which showed the tendencies of tourism development, presented innovations in the system of transport services. Characterized tourist flows in Ukraine from 2002 to 2017 and their dynamics, classified innovation in the tourism industry. New methods and forms of management of subjects of tourist and recreational activities are substantiated, new types of logistic maintenance of tourist services, improvement of quality of services are described. Considered the competitiveness of the tourism industry, the main criteria for the functioning of the company and the feasibility of introducing innovations are determined.

Key words: innovation, tourism, tourism industry, recreational activity, competitiveness, introduction of advanced methods of information technology.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.135:338.436

Лендєл М.А.

доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент НААН України,
завідувач кафедри менеджменту туристичного
і готельно-ресторанного бізнесу
Ужгородського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ЛІСОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ РЕГІОНУ

У статті обґрунтовано, що шляхом та формою подолання проблем лісового господарювання може стати реальна вертикальна інтеграція лісопромислового сектору на новій основі балансу інтересів його учасників, забезпечення тривалих економічних зв'язків між спеціалізованими підприємствами при збереженні господарської та юридичної незалежності. Доведено, що міжгосподарські територіальні об'єднання (інтеграційні структури), як взаємодоповнюючі суб'єкти лісопромислового виробництва, співпрацюючи між собою, формуючи замкнутий технологічний цикл великотоварного виробництва в лісовій галузі, шляхом реалізації завдань розвитку крупного бізнесу і малого підприємництва, здатні забезпечити зростання і реалізацію конкурентоспроможної продукції (товарів і послуг) при збереженні юридичної самостійності його учасників.

Ключові слова: інтеграційні зв'язки, суб'єкти господарювання, лісопромисловий комплекс, проблеми реформування, регіон, вертикальна інтеграція.

В статье обосновано, что путем и формой преодоления проблем лесного хозяйства может стать реальная вертикальная интеграция лесопромышленного сектора на новой основе баланса интересов его участников, обеспечения длительных экономических связей между специализированными предприятиями при сохранении хозяйственной и юридической независимости. Доказано, что межхозяйственные территориальные объединения (интеграционные структуры), как взаимодополняющие субъекты лесопромышленного производства, сотрудничающие между собой, формируя замкнутый технологический цикл крупнотоварного производства в лесной отрасли, путем реализации задач развития крупного бизнеса и малого предпринимательства, способны обеспечить рост и реализацию конкурентоспособной продукции (товаров и услуг) при сохранении юридической самостоятельности участников.

Ключевые слова: интеграционные связи, субъекты хозяйствования, лесопромышленный комплекс, проблемы реформирования, регион, вертикальная интеграция.

Постановка проблеми. У системі соціально-економічного розвитку Карпатського регіону, в тому числі Закарпатської області, лісові ресурси, як складова природно-ресурсного потенціалу відіграють важливу роль. Окрім захисних водохоронних, ґрунтозахисних, рекреаційних, санітарних, гігієнічних, оздоровчих, природохоронних, естетичних функцій ліси слугують ефективним засобом поліпшення навколишнього природного середовища, можуть стати потужною конкурентною перевагою соціально-економічного розвитку регіону, засобом підвищення рівня життя населення.

Карпатський регіон є одним з найбільш заліснених в Україні. Тут зосереджено 21 % площі всіх

земель лісового фонду країни, або 2,3 млн га, і 29,4 % запасу деревини, або 0,5 млрд м³.

Важливим напрямом розумного і раціонального лісокористування є розроблення і реалізація наукових засад реформування лісо-ресурсної сфери в результаті формування і забезпечення функціонування інтеграційних структур лісопромислового комплексу. Шляхом та формою подолання проблем лісового господарювання може стати реальна вертикальна інтеграція лісопромислового сектору на новій основі балансу інтересів його учасників, забезпечення тривалих економічних зв'язків між спеціалізованими підприємствами при збереженні господарської та юридичної незалежності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Науково-теоретичним дослідженням проблемних питань раціонального і сталого управління лісами в системі природокористування та природоохоронної діяльності присвятили свої праці вітчизняні вчені Р. Бабич, О. Дзюбенко [1]; М. Бойко [2]; В. Голян [3]; Я. Коваль [4]; Б. Колісник [5]; М. Хвесик, О. Шубалий, Н. Василік [10] та ін. Однак, незважаючи на багатогранне висвітлення особливостей функціонування сфери лісокористування, додаткових досліджень потребують регіональні проблеми управління суб'єктами господарювання інтеграційних структур галузі.

Мета статті. Мета дослідження полягає у окресленні проблемних питань процесу формування інтеграційних зв'язків суб'єктів господарювання в лісопромисловому комплексі на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

За даними Головного управління статистики Закарпатської області землі лісогосподарського призначення становлять понад 60 % площі області, з них землі лісового фонду – 724,2 тис. га (56,7 %), в тому числі вкриті лісовою рослинністю 657,8 тис. га (51,6 %). За лісистістю та загальним запасом деревини в лісових насадженнях понад 207 млн м³ область має найвищі показники серед регіонів України [9, с. 15].

Ретроспективний аналіз лісогосподарювання в області засвідчує, що починаючи із 1949 післявоєнного року мали місце безсистемні рубки лісу та грубе порушення технології лісозаготівель, коли в карпатських лісах застосовувалися суцільні рубки з вирубуванням у два-три рази понад науково-обґрунтовані норми. Навіть у 1956-1960 рр. сумарні рубки головного користування та рубки пов'язані з веденням лісового господарства становили щороку в середньому 3215 тис. м³.

Аналіз і еволюція трансформаційних процесів стану функціонування і розвитку лісопромислового комплексу області виокремлює окремі етапи спроб вдосконалити систему управління в галузі лісового господарювання. Зокрема, в 1959 р. в галузі були створені ліскокомбінати – комплексні лісові підприємства, які в своїй господарській діяльності забезпечували поєднання лісогосподарських, лісозаготівельних і деревопереробних процесів. Діяльність таких підприємств спрямовувалося на ефективне комплексне і раціональне використання лісосировинних ресурсів. Зазначені ліскокомбінати, як комплексні організаційні структури, відігравали позитивну роль у розвитку галузі аж до 1990 р., коли їх було переведено на повний госпрозрахунок і самофінансування, а лісове господарство – на фінансування з державного

бюджету. Однак, такі зміни в управлінні лісовим господарством, з слабким утвердженням засад ринкової економіки призвели до розвалу лісопромислового комплексу області.

Зважаючи на важливість забезпечення функціонування лісоресурсної сфери владні, управлінські та господарські структури області вже з перших років незалежності України прикладали зусилля щодо нового реформування лісового комплексу в контексті утвердження вимог ринкового господарювання. У 1994 р. науковцями і спеціалістами лісового господарства була розроблена, підтримана обласною радою народних депутатів і затверджена Кабінетом Міністрів України структура управління лісопромисловим виробництвом області.

Проте, за пропозицією Держкомлісгоспу України, в запропоновану систему управління були внесені певні зміни, і в 1995 р. було створено обласне управління лісового господарства та державні лісогосподарські підприємства, єдині постійні лісокористувачі без функції ведення рубок головного користування. Зазначена зміна в управлінні призвела до згорання робіт суб'єктами лісової сфери. За період 1995-2000 рр. щорічні площі рубок головного користування скоротилися майже вдвічі, а щорічна заготівля ліквідної деревини не перевищувала 460 тис. щільних м³, що на 430 тис. м³ менше показника 1990 р. Вже з 2001 р. Кабінет Міністрів України передав держлісгоспам і функції ведення рубок головного користування.

Отже, невдале реформування лісової галузі призвело до негативних наслідків у лісокористуванні. У 1995 р. до ведення лісозаготівель було допущено близько 450 суб'єктів господарювання, в тому числі і малі підприємства та приватні структури, які не мали відповідних технічних засобів для виконання лісозаготівельних робіт, що спричинило значні порушення в лісорозробках, зокрема екологічного характеру.

Недоліки і упущення в господарській діяльності суб'єктів лісокористування, наслідки невдалого реформування галузі чітко відображені в динаміці проведення основних робіт у лісовому господарстві області. За період 1991-2004 рр. різко скоротилися основні роботи в лісовому господарстві. До прикладу у 1999 р. за рахунок всіх рубок в лісовому господарстві було заготовлено 638 тис. щільних м³ ліквідної деревини, що на 1178 м³ менше показника 2015 р.

В послідуючі роки управління лісовим господарством області здійснювалося в рамках асоціації «Закарпатліс», в структурі якої 16 державних підприємств та обслуговуючі суб'єкти лісопромислової інфраструктури.

За останні роки, починаючи з 2010 р. обсяги вирубаной ліквідної деревини внаслідок збільшення рубок догляду пов'язаних з веденням лісового господарства перевершили обсяги вирубаной деревини в процесі рубок головного користування у 2 рази. За аналізований період різко знизилися площі захисту лісів від шкідників і хвороб біологічним методом. Потребують посиленої уваги і лісовідновні роботи. У лісовому господарюванні слід дотримуватися нормативно дозволених щорічних обсягів заготівель деревини в лісах області на період до 2020 р. – це 577,7 тис. м³ ліквіду від рубок головного користування та 534,3 тис. м³ ліквіду від рубок пов'язаних з веденням лісового господарства, обґрунтованих у Програмі «Ліси України» у Закарпатській області на період 2002-2015 рр. [6] та Програмі розвитку лісового господарства Закарпатської області на 2005-2015 рр. [7].

У перехідний період до ринкової економіки, у процесі ринкової трансформації суб'єктів господарювання лісопромислового сектору регіону були розроблені відповідні програми реформування галузі, однак ці програми носили загальний характер, не були належно відпрацьовані з достатньою обґрунтованістю і повнотою. До того ж, у зазначених програмах не знайшли відображення проблеми реорганізації і створення ефективних вертикально інтегрованих структур лісопромислової сфери, які у процесі виробничої діяльності здатні відновити і розширити виробничі, технологічні та кооперовані зв'язки між лісозаготівельними і переробними підприємствами лісопромислового комплексу.

З позицій формування і функціонування інтеграційних суб'єктів господарювання у лісовій галузі, як зазначають науковці [10, с. 344], структура лісового сектору як окремого функціонально-територіального утворення в складі економіки України наразі не має чіткої організаційно-правової визначеності внаслідок дискусійності і недостатньої уваги до такого формату досліджень. Зміст значної кількості пропонованих програмних заходів при їх перенесенні на сучасну соціально-економічну ситуацію досить переконливо демонструє необхідність теоретико-методологічного і практичного вдосконалення постановочних завдань розробки, наукового опрацювання і практичного впровадження нових концептуальних засад стратегії розвитку лісового сектору України. Постає завдання саме на регіональному рівні визначення форм і методів, формування принципів побудови організаційно-економічного механізму господарювання новостворених інтеграційних структур в лісоресурсній сфері

з метою раціонального використання лісоресурсного потенціалу в лісогосподарському комплексі.

Реформування лісопромислового комплексу регіону лежить у площині реалізації структурної трансформації економіки держави, а етапи і пріоритети перебудови лісоресурсної галузі слід здійснювати з врахуванням екологічних, економічних та соціальних факторів.

У процесі забезпечення функціонування новостворених інтеграційних об'єднань у лісоресурсній сфері регіону слід враховувати дію таких стратегічних цілей: підвищення інтегрованості господарської діяльності суб'єктів лісоресурсної сфери; поєднання інтересів регіональних господарюючих суб'єктів із загальнодержавними інтересами; забезпечення конкурентоспроможності їх виробничої діяльності; формування внутрішнього ринку продукції лісу, задоволення попиту на деревину і продукцію на деревній основі за рахунок власного виробництва; формування регіональних ринків реалізації лісо продукції; розширене відтворення лісосировинних ресурсів; докорінне реформування господарського (економічного) механізму лісового комплексу; забезпечення повної та ефективної переробки лісо сировини; забезпечення зростання рівня якості життя населення регіону.

Реформовані лісопромислові комплекси, як інтегровані промислові структури, покликані забезпечити комплексний характер прийняття управлінських рішень, впровадити методологічні принципи комплексної еколого-економічної оцінки виробництва та лісогосподарської діяльності на основі результатів екологічної експертизи, екологічної діагностики і ситуаційного, еколого-маркетингового аналізу і екоаудиту.

Науковими дослідженнями [1; 4; 10] доведено, що система управління інтегрованими регіональними структурами в процесі галузевої реформи лісопромислового комплексу передбачає реалізацію таких заходів:

- підвищення ефективності управління лісовим господарством через запровадження принципів невиснажливого лісокористування та екосистемного підходу;
- забезпечення державно-приватної форми партнерства в лісогосподарській діяльності;
- залучення бізнесу до окремих видів лісогосподарських робіт і впровадження окремих інвестиційних проектів;
- на основі результатів інвентаризації основних засобів та обладнання і аналізу лісогосподарської діяльності низькоефективних суб'єктів галузі сформувати відповідні пропозиції для потенційних інвесторів;

- оптимізація зростання споживання деревини внутрішнім товаровиробником;
 - забезпечення пріоритету внутрішнього ринку над експортними поставками лісопромислової сировини;
 - розширення, залучення інвестицій в модернізацію лісозаготівель, розроблення важкодоступних лісових ресурсів, будівництво лісових доріг;
 - встановлення взаємовигідного партнерства суб'єктів лісозаготівлі з провідними деревообробними підприємствами регіону, їх залучення до фінансування лісогосподарських програм;
 - організація реалізації деревини виключно через біржові торги та аукціони;
 - за рахунок безвідходного виробництва використання лісосічних відходів, як сировини для біопалива [10, с. 188];
 - в умовах перехідного періоду формування вітчизняної економіки управління лісовим сектором потребує чіткого розмежування функцій і повноважень у сфері регулювання „лісових відносин”. Постає завдання здійснення, удосконалення управління лісогосподарським виробництвом відповідно з принципами економічної реформи та економічних методів управління на основі розроблення і законодавчого закріплення різного рівня управлінських структур у сфері лісового господарства, які б забезпечували задоволення загальнодержавних і місцевих потреб у продукції лісу та виробих із деревини;
 - у процесі господарської діяльності інтегрованих структур в лісопромисловому секторі рубка лісу повинна бути врівноважена з обсягами лісоексплуатації, величиною приросту, темпами лісовідновлення й розмірами лісоспоживання. Завдання лісового господарства – знайти шляхи усунення суперечності в системі «ліс-природа-економіка» на основі економічних важелів господарювання [1, с. 70].
- Реформування лісового господарства, як зазначає науковець Я. Коваль, та вихід його на прогресивні засади розвитку вимагає неухильного нарощування лісоресурсного потенціалу, поліпшення якості лісів, більш раціонального їх розміщення, посилення екологічних функцій лісових насаджень та збільшення вкладу галузі в економіку держави. Відмічене вимагає реалізації таких завдань [4, с. 72]:
- суттєвого збільшення площі лісового фонду як основи нарощування лісосировинних ресурсів, поліпшення природозахисних функцій, підвищення частки лісу в національному продукті;
 - формування ринковоорієнтованого організаційно-економічного механізму розвитку

лісового господарства, поліпшення інституціонального забезпечення галузі, відродження різних форм власності на ліси і різних форм господарювання, переходу лісогосподарського виробництва на рентні відносини, самофінансування і самозабезпечення;

- впровадження ринкової моделі управління лісовим комплексом, приведення її відповідно до вимог демократизації суспільства, централізації і децентралізації, виділення дворівневої форми управління: управління лісами, яке б виражало національні інтереси, і лісогосподарською діяльністю, що безпосередньо пов'язана з виробництвом лісопродукції і наданням послуг;

- подолання суперечностей, що виникли через низьку лісистість території між соціальними і екологічними чинниками та розбіжностями в лісоресурсній політиці.

В процесі розробки програми реалізації швейцарсько-українського проекту ведення лісового господарства у Закарпатті «FORZA» було чітко задекларовано, що основною метою є впровадження сталого, багатофункціонального лісового господарства в Закарпатті з особливою увагою до управління навколишнім середовищем, запобігання природних лих та поліпшення життєвого рівня місцевого населення.

В основу розробок ведення лісового господарства області, в рамках проекту «FORZA», було покладено досвід країн Європи, зокрема Швейцарії, щодо вибіркового рубання лісу з переформуванням одновікових деревостанів у різновікові. Науковцями доведено, що застосування цього методу ведення лісового господарства не призводить до погіршення стану довкілля, а навпаки сприяє його поліпшенню. Ці рубання не викликають різких змін лісового середовища, найбільше підходять до запровадження вимог концепції стійкого розвитку в лісогосподарське виробництво та, в цілому, наближають у часі утворення передлісових і пралісових екосистем – найбільш стабільних угруповань лісової рослинності.

Підприємствам лісового сектору області доцільно використати рекомендації кластерного аналізу для [8, с. 30]: раціонального і ефективного використання ресурсів і функцій лісу; оптимізації ланцюга забезпечення сировиною та послугами; стимулювання міжобласної кооперації; застосування нових технологій та оптимізації виробництва і збуту; підвищення продуктивності та конкурентоздатності; створення додаткових робочих місць за рахунок розширення асортименту продукції; створення асоціацій та кластерних структур (спільний маркетинг, формування експортних мереж,

координовані кампанії у засобах масової інформації); прийняття рішень про розміщення виробництва та інвестування.

Міжгосподарські територіальні об'єднання (інтеграційні структури), як взаємодоповнюючі суб'єкти лісопромислового виробництва, співпрацюючи між собою, формуючи замкнений технологічний цикл великотоварного виробництва в лісовій галузі, шляхом реалізації завдань розвитку крупного бізнесу і малого підприємництва, здатні забезпечити зростання і реалізацію конкурентоспроможної продукції (товарів і послуг) при збереженні юридичної самостійності його учасників.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені дослідження переконливо засвідчують, що в умовах становлення і розвитку ринкового господарювання, на сучасному етапі соціально-економічного розвитку адміністративних областей Карпатського регіону, актуальними є розроблення і реалізація наукових засад реформування лісоресурсної сфери шляхом формування і забезпечення функціонування інтеграційних структур лісопромислового комплексу на основі вертикальної інтеграції. Постає завдання на основі результатів поглибленого моніторингу здійснення аналізу і оцінка функціонування інтегрованих господарських суб'єктів лісової галузі, виконання заходів щодо оптимізації стадій виробничого

технологічного ланцюжка: лісозаготівля-лісопильне виробництво-виробництво виробів із деревини, налагодження торгово-збутової діяльності у процесі реалізації продукції лісу та лісопереробних підприємств.

В лісовій сфері найбільш прийнятною є позиція вертикально інтегрованих об'єднань, зокрема формування виробничо-промислово-торговельно-фінансово-інформаційно-маркетингового забезпечення функціонування регіонального лісопромислового комплексу.

Важливим є також, використання зарубіжного досвіду раціонального ведення лісового господарства країни та регіонів, впровадження в життя єдиної організаційно-технічної політики використання лісових ресурсів та лісовідновлення, застосування природозберігаючих технологій та екологічних підходів у лісокористуванні в рамках виробничої діяльності новостворених інтеграційних об'єднань.

За умов державної підтримки; та формування довгострокової стратегії переходу до принципів наближеного до природи лісівництва вже за кілька десятиріч років ми зможемо суттєво змінити стан закарпатських лісів як в екологічному плані, так і в економічному. Ведення лісового господарства має стати багатofункціональним, забезпечуючи не лише економічні, але й соціальні та екологічні потреби держави та її населення.

Список використаних джерел:

1. Бабиш Р. Б., Дзюбенко О. М. Ліси Карпат – важлива складова еколого-економічної безпеки регіону. Сталый розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій. Тези доповідей міжнар. наук.-практ. конф. Редкол.: відп. ред. В. С. Кравців. Львів: І-нт регіональних досліджень НАН України, 2006. С. 68-71.
2. Бойко М. Сучасний маркетинговий підхід до комплексного використання лісових ресурсів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка». 2009. Вип. 28, Ч. 1. С. 29-36.
3. Голян В.А., Шубалий О.М. Напрями вирішення проблем лісокористування. Економіка і держава. Міжнародний науково-практичний журнал. 2006. № 11. С. 44-47.
4. Коваль Я. В. Формування ринково-орієнтованого економічного механізму в лісо-ресурсній сфері. Сталый розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій. Тези доповідей міжнар. наук.-практ. конф. Редкол.: відп. ред. В. С. Кравців. Львів: І-нт регіональних досліджень НАН України, 2006. 196 с.
5. Колісник Б.І., Шубалий О.М. Еколого-економічна ефективність регіонального лісогосподарського комплексу (проблеми та шляхи підвищення): Монографія. Фенікс, 2008. 168 с.
6. Програма «Ліси України» у Закарпатській області на період 2002-2015 рр. Ужгород, 2002. С. 15.
7. Програма розвитку лісового господарства Закарпатської області на 2005-2015 рр. Ужгород, 2005. 20 с.
8. Прокладаючи нові шляхи. Швейцарсько-український проект розвитку лісового господарства в Закарпатті FORZA. Ужгород, 2007. 38 с.
9. Статистичний щорічник Закарпаття за 2016 р. Ужгород, 2017. 480 с.
10. Хвесик М. А., Шубалий О. М., Василик Н. М. Комплексне використання лісоресурсного потенціалу: механізм стимулювання інституціональне та інноваційно-інвестиційне забезпечення: монографія. Київ: ТОВ «ДКС», 2011. 498 с.

Lendyel M.A.

PROBLEMS OF THE FORMATION OF INTEGRATION LINKS OF THE ENTITIES IN THE TIMBER INDUSTRY COMPLEX OF THE REGION

In the process of realization of the tasks of socio-economic development of Transcarpathian region as a cross-border region and the establishment of market principles of management, of the significant importance is the search for ways of smart and rational use of forest resources, since the forest lands occupy a half of the territory of the region so the significant funds are being directed to the regional budget from the forestry. In this context, it is important to ensure the purposeful management of timber industry enterprises. The issue of substantiating of the forest management mechanism based on the formation of an institutional system of the complex use of forest resource potential in the market conditions arises. Analysis of the reforming and transformation processes of the state of functioning and development of the timber industry complex of the region outlines the separate stages of attempts to improve the management system in the sector of forest management. It is substantiated that the important direction of the reasonable and rational forest use is the development and implementation of the scientific principles of reforming of forest resource sector by forming and ensuring the functioning of the integration structures of the timber industry complex. It is acknowledged that the vertical integration of the enterprises is the way and form of overcoming the problems of the timber industry complex based on the balance of interests of its participants, providing of long economic ties among specialized enterprises while preserving economic and legal independence.

It is advisable for enterprises of the forest sector of the region to use cluster analysis recommendations for rational and efficient use of forest resources and functions, stimulation of interregional cooperation, application of new technologies as well as optimization of production and sales. It is proved that inter-farm territorial associations (integration structures), as complementary actors of timber industry complex, cooperating with each other and forming a closed technological cycle of the large-scale production in the forest sector through the realization of the tasks of development of large and small businesses, can provide growth and realization of competitive products (goods and services) while maintaining the legal independence of its participants.

Key words: integration links, business entity, timber industry complex, problems of reforming, region, vertical integration.

УДК 332

Ліба Н.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА АРХІТЕКТОНІКА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ: КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД

У статті обґрунтовано, що серед основних проблем формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики в Україні є необхідність переходу до західного типу інституційної матриці (стійкої, історично сформованої системи базових інститутів, що регулюють взаємозв'язане функціонування основних суспільних підсистем – економічної, політичної й ідеологічної). В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів українська економіка змушена протягом короткострокового проміжку часу запровадити власні інститути ринку, які ґрунтуються на принципах матриці Y типу, але адаптованій до українських реалій. Аргументовані принципи інституціональної архітектури регіональної промислової політики (холістичності, програмування, системності, дуальності, актуалізації, домінантності-компенсаторності, лабілізації, партнерства).

Ключові слова: інститут, інституції, інституціональна архітектура, регіональна промислова політика, концептуальний підхід.

В статті обосновано, що среди основних проблем формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики в Україні є необхідність переходу к заходу типу інституціональної матриці (устойчивой, исторически сложившейся системы базовых институтов, регулирующих взаимосвязанное функционирование основных общественных подсистем – экономической, политической и идеологической). В условиях углубления интеграционных процессов украинская экономика вынуждена в течение краткосрочного периода времени ввести собственные институты рынка, основанные на принципах матрицы Y типа, но адаптированной к украинским реалиям. Аргументированные принципы институциональной архитектуры региональной промислової політики (холистичности, программирование, системности, дуальности, актуализации, доминантности-компенсаторности, лабиализации, партнерства).

Ключевые слова: институт, институты, институциональная архитектура, региональная промышленная политика, концептуальный подход.

Постановка проблеми. Аналіз стану просторового розвитку регіонів України на різних ієрархічних рівнях, характер та динаміка територіально-економічних процесів вказують на відсутність єдиної системи управління територіально-структурними процесами у регіонах нашої держави, цим зумовлюється актуалізація досліджень просторової організації економіки та її розвитку на національному та регіональному рівнях, значення якої до останнього часу применшувалося. Необхідність використання можливостей просторового потенціалу в умовах розбудови постіндустріального суспільства, глобалізаційних впливів та розвитку мережевої економіки зумовлюють необхідність пошуку нових підходів до оцінки просторового розвитку регіонів, який, у свою чергу, характеризується постійним ускладненням та поліфункціональністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На інституційній інфраструктурі економіки, інституційній архітектоніці концентрували увагу зарубіжні вчені Р. Коуз, Д. Норт, О. Вільямсон, Т. Веблен, а також вітчизняні – В. Голюков, В. Гесць, А. Гриценко, В. Якубенко. У своїх працях ці вчені досліджують ефективність функціонування тих чи інших інституцій, проблеми трансформації інституційного середовища, співвідношення між формальними і неформальними інститутами в економіці.

Постановка завдання. Основним завданням статті є розкриття концептуального підходу до формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики.

Виклад основного матеріалу. Негативні тенденції, що сформувалися у промисловому секторі та визначають його розвиток протягом останніх років, неможна пов'язувати лише з впливом зовнішніх та внутрішніх чинників, які несприятливо впливають на економічні процеси в Україні.

Переважає більшість економістів, на теоретичному та практичному рівнях, засвідчують важливу роль держави, як активного учасника розвитку промислового сектору, з одного боку,

та як регулятора економічних процесів у ньому, з іншого. Набір інструментів та методів, що застосовуються державою є специфічним для кожної моделі економічного розвитку: в окремих країнах вагомим значення набувають адміністративні методи державного управління розвитком промислового сектору (Франція, Китай, Японія), у переважній більшості інших перевага надається менш радикальним економічним методам (елементам податкового та монетарного регулювання, розвитку системи державного замовлення, розгалуженій системі індикативного планування) (Великобританія, США).

Узагальнення досліджень основних етапів формування регіональної промислової політики у світовій практиці протягом останніх десятиріч дозволяє умовно виділити наступні етапи:

- активна діяльність з боку держави спрямована на усунення диспропорцій у розвитку ринку, захист пріоритетних галузей економіки, значна частка державної власності у промисловому секторі;

- перехід до політики торговельної лібералізації, посилення процесу глобалізації та інтеграції промислового сектору економіки, «вихід» держави з сектору внаслідок активних приватизаційних процесів, активізація уваги держави на позиції підвищення конкурентоспроможності власних промислових підприємств;

- перехід до гнучкої промислової політики у розрізі окремих регіонів, спрямованість на інвестиційний та інноваційний складових розвитку, проведенні технічної модернізації та оновлення.

Практично всі країни і з розвинутою, і з трансформаційною економікою, проте у різні проміжки часу проходили наведені вище етапи промислової регіональної політики. Не виключенням є і Україна, для якої характерним є повна переорієнтація промислової політики з абсолютно адміністративної до ліберально-гнучкої.

Механізм державного управління розвитком промислового сектору країни містить інструменти, які забезпечують виконання державою всіх основних функцій управління: планування, організації, регулювання, мотивації

та контролю. В умовах ринкової економіки на перше місце виходять ті функції, які не порушують ринкових механізмів саморегуляції, а доповнюють та удосконалюють їх. Застосування системи індикативного планування і формування раціональної інституціональної архітекτονіки як на рівні економічної системи, так і окремого її елементу (промислового сектору) визначає важливі напрями економічної політики сучасної держави.

Кожний етап розвитку економічної системи характеризується специфічним набором інститутів та інституцій, які виконують управлінські та регуляторні функції з метою покращення та узгодження економічних процесів. Потрібно зазначити, що зміст поняття «*інститут*» з економічної точки зору визначає набір законів, норм, «правил гри» та «правил поведінки» економічних суб'єктів, що формуються під впливом існуючих на даний момент економічних відносин (техніко-економічних, організаційно-економічних та соціально-економічних).

Інституції – це матеріальні носії функцій інститутів (організації та установи), які реалізують ці функції в економічному житті [1, с. 81].

Архітектоніка (від грец. *αρχιτεκτονική* – будівельне мистецтво, архітектура) – гармонійне сполучення частин у єдине ціле. Крім цього, дане поняття можна трактувати як основний принцип побудови, зв'язок і взаємозумовленість елементів цілого [2]. Інституціональна архітектоніка виступає складною багатовимірною, багатоаспектною моделлю і дуже ємною економічною категорією, яка має власну структуру і ґрунтується на принципі системності.

Інституціональна архітектоніка на рівні економічної системи є надзвичайно динамічною та змінюється як еволюційно, так і революційно. Формування відповідних інститутів та інституцій відбувається паралельно з розвитком економічної системи. Одні з них еволюційно розвиваються, змінюють власну форму та структуру, «підлаштовуються» під існуючі умови, інші – зникають, оскільки їх зміст не відповідає вимогам суспільства.

Під інституціональною архітектоною визначають структуру інститутів, яка утворюється у результаті узгодження дій економічних суб'єктів, правил, норм, встановлених традицій та сприйняття економічних процесів та сформованої сукупності інституцій, які спричиняють певний вплив на економічне середовище [3, с. 50]. Практично на кожному етапі розвитку економічної системи відбуваються певні зміни інституціональної архітекτονіки. Реакція економічних суб'єктів на чинники зовнішнього середовища, глобалізаційні та інтеграційні процеси, необхідність узгодження цінностей та

правил економічної поведінки, виклики сучасної моделі розвитку національної економіки визначають особливості сучасного етапу формування інституційної архітекτονіки в Україні.

Окремі науковці наголошують на тому, що не дивлячись на значний вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на процес формування інституційної архітекτονіки, існують певні базові інститути – глибинні, історично стійкі основи соціальної практики, які забезпечують відтворення соціальної інфраструктури у різних типах суспільства [4].

Російський дослідник С. Кірдіна використовує поняття «інституційної матриці» – стійкої, історично сформованої системи базових інститутів, що регулюють взаємозв'язане функціонування основних суспільних підсистем – економічної, політичної й ідеологічної [4]. Сформована у конкретний історичний період інституційна матриця це сукупність форм базових та компенсаторних інститутів, елементи яких представлені у вигляді законодавчих норм та правил [6].

На думку С. Кірдіної можна виділити два типи інституційної матриці, які умовно названо Х та Y-матрицями, або «східними» та «західними» [4; 5]. Для кожного з зазначених типів матриці характерними є відмінності в утворюючих їх інститутах:

- для Y (західного) типу матриці притаманними є такі базові інститути: у економічній сфері – інститути ринку; у політичній сфері – інститути федерації у широкому сенсі; у ідеологічній сфері – домінування індивідуальних, особистих цінностей (є характерною для більшості країн Європи та США);

- для X (східного) типу матриці притаманними є такі базові інститути: у економічній сфері – інститути неринкової економіки; у політичній сфері – інститути унітарно-централізованого державного устрою; у ідеологічній сфері – домінування колективних цінностей (є характерною для Китаю, Росії, певних країн Азії та Латинської Америки).

Проблеми розвитку української економіки та складність перехідного етапу її розвитку обумовлена необхідністю переходу від одного типу інституційної матриці (X (східного) типу) до другого (Y (західного) типу) і, відповідно, трансформацією інститутів у всіх сферах життя – економічній, політичній та ідеологічній.

Необхідність переходу до західного типу інституційної матриці ускладнюється стислими термінами проведення трансформаційних змін. Протягом багатьох років становлення промислового сектору України, а особливо у найбільш промислово-орієнтованих її регіонах (Донецька, Луганська, Харківська), проходило під впливом історично усталених економічних

відносин та тісному кооперуванні виробництва з економікою РФ. Більшість промислових підприємств України своїм виробничим циклом були пов'язані з промисловими підприємствами країн колишнього Радянського Союзу, а у переважній більшості економічних процесів переважали базові інститути Х (східного) типу.

В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів українська економіка змушена протягом короткострокового проміжку часу запровадити власні інститути ринку, які ґрунтуються на принципах матриці Y типу, але адаптованій до українських реалій. Саме тому дослідження досвіду розвитку регіонального промислового комплексу країн з західним типом інституційної матриці, особливо тих які протягом останніх років здійснили перехід за даним алго-

ритмом є важливим елементом формування власної результативної регіональної промислової політики.

З позицій регіональної промислової політики інституціональна архітектура визначається сукупністю інститутів та інституцій, які регламентують активність суб'єктів економічної діяльності у промисловому секторі регіону (рис. 1).

Переважна більшість базових інститутів є однаковими для всіх територіальних одиниць на рівні національної економіки. Вони формуються у вигляді нормативно-розпорядчих документів, які визначають правила та варіанти економічної поведінки основних учасників економічних відносин у промисловому секторі. Крім того існує система інститутів індикатив-

ного характеру, які спрямовані на формування вектору розвитку економічних суб'єктів, уточнення цілей та напрямів їх діяльності. Важливим є застосування системи інститутів мотиваційного характеру, основною метою застосування яких є створення переваг економічного, соціального та іншого характеру у суб'єктів економічної діяльності, які дотримуються визначених «правил» економічної поведінки та надають перевагу визначеному вектору розвитку.

Саме для промислового сектору важливою є активна участь держави, як інститутоутворюючого суб'єкту. У переважній більшості країн стан промислового сектору є чинником розвитку економічної системи, формування доходів як учасників ринку, так і держави. Метою держави є створення стійкої моделі взаємодії і взаємовідносин між суб'єктами промислового сектору та обґрунтування спрямованості та результативності їх індивідуальних і колективних дій.



Рис. 1. Концептуальний підхід до формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики

Джерело: розробка автора

З позицій регулювання промислового комплексу регіону дії держави повинні бути спрямовані на формування комплексу заходів регламентуючого, компенсаційного та мотиваційного характеру спрямованих на вирішення проблем прикладного характеру пов'язаних з забезпеченням ефективного розвитку промислового комплексу регіону.

Висновки з проведеного дослідження. Серед основних проблем формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики в Україні є необхідність переходу до західного типу інституційної матриці (стійкої, історично сформованої системи базових інститутів, що регулюють взаємозв'язане функціонування основних суспільних підсистем – економічної, політичної й ідеологічної). В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів українська економіка змушена протягом

короткострокового проміжку часу запровадити власні інститути ринку, які ґрунтуються на принципах матриці Y типу, але адаптованої до українських реалій.

Концептуальний підхід до формування інституціональної архітектури регіональної промислової політики передбачає виділення мети (формування комплексу заходів регламентуючого, компенсаційного та мотиваційного характеру спрямованих на вирішення проблем прикладного характеру пов'язаних з забезпеченням ефективного розвитку промислового комплексу регіону), принципів (холістичності, програмування, системності, дуальності, актуалізації, домінантності-компенсаторності, лабіалізації, партнерства), система інститутів та моделі взаємодії та взаємовідносин між основними інституціями промислового комплексу регіону.

Список використаних джерел:

1. Костирко І. Г., Тимофіїв С. В. Досконалість інституційної інфраструктури та її оцінка: теоретичний аспект. Економіка АПК. 2014. № 2. С. 81-86.
2. Мельничук О. С. Словник іншомовних слів [за редакцією О. С. Мельничука]. URL: <https://ukr-melnichuk.sesii.net>.
3. Гриценко А. Институциональная архитектура: объект, теория и методология. Постсоветский институционализм: моногр.; под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. Донецк: Каштан, 2005. С. 49-74.
4. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы: макросоциологическая объяснительная гипотеза. URL: http://www.kirdina.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=221.
5. Кирдина С. Г. Модели экономики в теории институциональных матриц. Экономическая наука современной России. 2007. № 2. С. 34-51.
6. Бессонова О. Э. Феномен теории институциональных матриц: реставрация устаревшей парадигмы. Экономическая наука современной России. 2007. № 2. С. 23-33.

Liba N.S.

INSTITUTIONAL ARCHITECTURE OF REGIONAL INDUSTRIAL POLICY: A CONCEPTUAL APPROACH

Negative trends that have emerged in the industrial sector and determine its development in recent years can not be attributed to the influence of external and internal factors, which adversely affects the economic processes in Ukraine.

The vast majority of economists, at the theoretical and practical levels, testify to the important role of the state as an active participant in the development of the industrial sector, on the one hand, and as the regulator of economic processes in it, on the other. A set of tools and methods used by the state is specific to each model of economic development: in some countries the administrative methods of public administration for the development of the industrial sector (France, China, Japan) are gaining weight, in the vast majority of the other advantages are given to less radical economic methods (elements of the tax and monetary regulation, development of the system of public procurement, an extensive system of indicative planning) (United Kingdom, USA).

The article substantiates that among the main problems of the formation of the institutional architecture of regional industrial policy in Ukraine there is a need for the transition to a Western type of institutional matrix (a stable, historically formed system of basic institutions regulating the interconnected functioning of the main social subsystems – economic, political and ideological). In the context of deepening of European integration processes, the Ukrainian economy is forced to introduce its own market institutions based on the principles of the Y-type matrix, but adapted to Ukrainian realities during the short-term.

Key words: institute, institutions, institutional architectonics, regional industrial policy, conceptual approach.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК [33:34]:[338.48](477)

Дубовіч І.А.кандидат географічних наук,
доцент кафедри екологічної економіки
Національного лісотехнічного університету України**Сенета З.Я.**магістр
Національного лісотехнічного університету України

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті звернено увагу на сучасні проблеми економіко-правового регулювання сільського зеленого туризму в Україні. Проаналізовано нормативно-правове забезпечення сільського зеленого туризму в Україні. Наведено трактування сутності термінів «туризм» та «сільський зелений туризм». Розглянуто необхідність розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Зазначено роль Співки сільського зеленого туризму в Україні у функціонуванні, плануванні, розвитку сфери сільського зеленого туризму та зростанні туристичного іміджу України на національному та міжнародному рівнях. Обґрунтовано необхідність прийняття Закону України «Про сільський зелений туризм». Розглянуто соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму. Запропоновано економіко-правові заходи, необхідні для ефективного розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

Ключові слова: сільський зелений туризм, туризм, економіко-правове регулювання сільського зеленого туризму, туристична діяльність, сталий розвиток, сільська садиба, Співка сільського зеленого туризму України.

В статье обращено внимание на современные проблемы экономико-правового регулирования сельского зеленого туризма в Украине. Проанализировано нормативно-правовое обеспечение сельского зеленого туризма в Украине. Приведены трактовки сущности терминов «туризм» и «сельский зеленый туризм». Рассмотрена необходимость развития сельского зеленого туризма в Украине. Указана роль Союза сельского зеленого туризма в Украине в функционировании, планировании, развитии сферы сельского зеленого туризма и росте туристического имиджа Украины на национальном и международном уровне. Обоснована необходимость принятия Закона Украины «О сельском зеленом туризме». Рассмотрено социально-экономическое значение развития сельского зеленого туризма. Предложены экономико-правовые меры, необходимы для эффективного развития сельского зеленого туризма в Украине.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, туризм, экономико-правовое регулирование сельского зеленого туризма, туристическая деятельность, устойчивое развитие, сельская усадьба, Союз сельского зеленого туризма Украины.

Постановка проблеми. Перспективний розвиток сільського зеленого туризму зумовлює необхідність чіткого економіко-правового регулювання цієї сфери. Відсутність належної державної політики та системи нормативно-правового забезпечення сільського зеленого туризму перешкоджають розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Пасивна політика у цій сфері туризму позбавляє населення українських сіл можливостей реалізації одного із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку в сільській місцевості. Розвиток сільського зеленого туризму на макрорівні відкри-

ває нові можливості не тільки для цієї туристичної галузі, але й для економіки України загалом. Нині на законодавчому рівні не визначено статус господарів гостинних садиб, які приймають на відпочинок туристів, а також немає однозначного підходу щодо трактування сутності сільського зеленого туризму і взаємозв'язку між окремими поняттями та категоріями цієї сфери. Дослідження економіко-правового регулювання сільського зеленого туризму спрямоване на пошук нових напрямів розвитку з метою максимального задоволення потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі аспекти економіко-правового регулювання сільського зеленого туризму та пошук шляхів вирішення наявних проблем у цій сфері висвітлено у наукових працях учених Ю.В. Алексеевої, В.Д. Бакуменка, О.О. Білоус, І.В. Валентюк, Ю.В. Вишневської, М.І. Габи, Д.Г. Дармостука, Н.Й. Коніщевої, О.Б. Коротич, М.М. Костриці, Ю.О. Куца, О.Ю. Лебединської, В.І. Лугового, О.Ю. Оболенського, М.І. Пірен, Є.В. Ромата, Т.І. Ткаченко, М.М. Туріянської, І.В. Черниш, А.О. Чечель та ін.

Однак, зважаючи на актуальність розвитку сільського зеленого туризму в Україні, виникає необхідність у більш глибокому дослідженні сучасних проблем економіко-правового регулювання цього виду туризму як одного з перспективних та високоприбуткових напрямів соціально-економічного розвитку України та зростання національного туристичного іміджу на міжнародному рівні.

Мета статті – вивчення сучасних проблем економіко-правового регулювання сільського зеленого туризму та визначення шляхів, спрямованих на розвиток сільського зеленого туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сьогодні невід'ємним складником туристичного бізнесу в Україні є розвиток сільського зеленого туризму, що дає можливість вирішити питання щодо стабілізації еколого-економічної ситуації в країні, забезпечити належний рівень та якість життя сільського населення, а також відповідний соціально-економічний розвиток сільських населених пунктів. Успіхи розвитку сільського зеленого туризму залежать від економіко-правового регулювання та розподілу повноважень і відповідальності між органами влади й управління у цій сфері [1].

В Україні туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури. Держава створює умови для туристичної діяльності, здійснення якої базується на чіткій економіко-правовій основі. Зазначимо, що Конституція України (ст. 45) гарантує право на відпочинок для всіх громадян України. У ст. 50 Конституції України звернено увагу на те, що кожен громадянин має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди [2].

Закон України «Про туризм» (від 18.11.2003 р.) [3] є основним документом, що регулює здійснення туристичної діяльності в Україні. Цей Закон регулює загально-правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України у сфері туризму. У ньому встановлені вимоги щодо раціонального використання туристичних ресурсів та

звернено увагу на відносини, що пов'язані з організацією і здійсненням туристичної діяльності на території України.

У розділі I Закону України «Про туризм» зазначено, що «туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в пізнавальних, оздоровчих, професійних, ділових та інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності у місці, куди особа ненадовго від'їжджає» [3].

На законодавчому рівні закріплені основні цілі державного регулювання в галузі туризму до яких належать:

1) забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

2) безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

3) збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх національне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів під час планування та забудови територій;

4) створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності [4, с. 237].

Зазначимо, що Закон України «Про туризм» регулює туристичну діяльність загалом, але в цьому законі не звернено увагу на особливості окремих напрямів туризму, у т.ч. сільського зеленого туризму. Саме тому для належного економіко-правового регулювання сільського зеленого туризму необхідно прийняти відповідний закон.

Сьогодні існує проект Закону України «Про сільський зелений туризм» [5], розроблений Спілкою сільського зеленого туризму в Україні. Але він досі не прийнятий. У цьому проекті Закону визначені загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі сільського зеленого туризму. У законопроекті також сформульовані напрями державної політики та способи і принципи державного регулювання у сфері сільського зеленого туризму, програми розвитку цього виду туризму в Україні та визначено права й обов'язки суб'єктів діяльності у сфері сільського зеленого туризму [5].

У проекті Закону «Про сільський зелений туризм» зазначено, що «сільській зелений туризм – це відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму» [5].

Необхідність розвитку сільського зеленого туризму в Україні визначається такими чинниками:

- зростаючим попитом мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальною історико-етнографічною спадщиною українських сіл;
- багатими рекреаційними ресурсами;
- екологічною чистотою сільської місцевості;
- відносно вільним сільським житловим фондом для прийому туристів;
- наявністю вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційною гостинністю господарів та доступною ціною за відпочинок;
- можливістю надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо [6, с. 183].

Значну роль у плануванні та функціонуванні розвитку сільського зеленого туризму відіграє громадська організація «Спілка сільського зеленого туризму в Україні», яка діє на підставі Конституції України та інших нормативно-правових актів.

Мета Спілки – об'єднати господарів садиб і туристів на найпотужніших комунікаційних та маркетингових платформах, створити туристам привабливу та якісну альтернативу під час вибору відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму та допомогти господарям садиб досягти сталого розвитку. Візія Спілки – впроваджувати перехід від роз'єднаних садиб до кластерів сільського зеленого туризму в Укра-

їні. Стати учасником зеленої та агротуристичної ЕкоСистем. Формування і підтримка відповідного середовища, яке дасть можливість покращити добробут сільського населення та якість життя за рахунок диверсифікації господарської діяльності, повніше використання та збереження природного та історико-культурного потенціалу сільської місцевості. Спілкою у співпраці з науковцями і державними органами управління розпочато роботу над Програмою розвитку сільського зеленого туризму в Україні [7].

Основні нормативно-правові акти, що регулюють сьогодні сільський зелений туризм в Україні, подано в таблиці 1.

Окремі аспекти діяльності у сфері сільського зеленого туризму регулюються такими нормативно-правовими актами: Цивільним кодексом України (від 16 січня 2003 р.), Господарським кодексом України (від 16 січня 2003 р.), Податковим кодексом України (від 2 грудня 2010 р.), Законом України «Про туризм» (від 15 вересня 1995 р.), Законом України «Про зайнятість населення» (від 5 липня 2012 р.), Законом України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» (від 17 червня 2004 р.), Законом України «Про фермерське господарство» (від 19 червня 2003 р.), Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» (від 15 травня 2003 р.), Законом України «Про захист прав споживачів» (від 12 травня 1991 р.), Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (від 23 грудня 1997 р.), Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження

Таблиця 1

Нормативно-правові акти, що регулюють питання розвитку сільського зеленого туризму в Україні [8, с. 51]

Назва нормативно-правового акта	Вид нормативного документа	Основні питання, які регламентує нормативно-правовий акт
«Про особисте селянське господарство» (від 15.05.2003 р.)	Закон України	Визначає право особистих селянських господарств здійснювати господарську діяльність у сфері сільського зеленого туризму
«Про Основні засади розвитку соціальної сфери села» (від 20.12.2000 р.)	Указ Президента України	Визначено напрями державної політики залучення приватного сектора в сільській місцевості до туристично-рекреаційної діяльності та підсобної діяльності у сфері сільського зеленого туризму
«Про затвердження плану заходів Мінагрополітики України щодо розвитку сільського зеленого туризму на період до 2015 року» (від 18.01.2013 р.)	Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України	Визначає основні заходи щодо розвитку сільського зеленого туризму з метою активізації підприємницької діяльності на сільських територіях у сфері сільського зеленого туризму
«Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року» (від 19.09.2007 р.)	Постанова Кабінету міністрів України	Визначає основні заходи щодо розвитку аграрного сектору в економіці України

порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» (від 15 березня 2006 р.) та іншими нормативно-правовими актами.

В Україні фізичні особи, які здійснюють діяльність у сфері сільського зеленого туризму, оподатковуються податком із доходів фізичних осіб на загальних підставах у порядку, передбаченому розділом IV Податкового кодексу України, за ставкою 18% від бази оподаткування. За українськими законами, надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму можуть як фізичні особи-підприємці, так і фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності. Фізичні особи – власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення – зобов'язані подавати у визначений законодавством строк органу податкової служби декларацію за встановленою формою про дохід, отриманий від надання таких послуг, вести книгу реєстрації [9].

Варто зауважити, що попри добровільну катетеризацію садиб, в Україні Державна служба статистики проводить збір та аналіз інформації у т.ч. про підприємництво у сфері сільського зеленого туризму. Звіт «Колективні засоби розміщення в Україні» (форма № 1-КЗР (річна)), затверджений наказом Держстату України від 30.11.2012 р. № 499, містить розділ VII «Сільський (зелений) туризм», в якому зазначено дев'ять показників, які характеризують діяльність агрооселі. До них належать: місткість садиби, кількість розміщених осіб, площа садиби (у тому числі житлова), середня вартість одного людино-дня перебування, доходи від наданих послуг (без ПДВ і аналогічних платежів), витрати, кількість ночівель та кількість днів роботи [10].

Соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму для України полягає у тому, що він:

- стимулює розвиток селянських господарств, які займаються зеленим туризмом;
- сприяє розвитку місцевої інфраструктури;
- сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування у місцеві бюджети;
- активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, заохочує сільську молодь залишатися вдома, понижуючи потребу в закордонному заробітчанстві;

– сприяє охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самобутності українців;

– створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей;

– сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та підвищенню екологічної свідомості [8, с. 52].

Законодавство України сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму, регулює особливості здійснення окремих його видів, здійснює інституційно-правове забезпечення розвитку транскордонного співробітництва в Україні. Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму та стратегій розвитку транскордонного співробітництва. Піднявши на якісно новий рівень сільський зелений туризм, держава створює позитивні умови для поповнення місцевих бюджетів, працевлаштування населення, збереження народних традицій та розширення можливостей і меж транскордонного співробітництва.

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні є низка економіко-правових проблем щодо розвитку сільського зеленого туризму. Чинні нормативно-правові акти не охоплюють ті кола відносин, які складаються між суб'єктами туристичної діяльності у зв'язку з появою нових видів туризму та розширенням меж їх організації.

Для успішного розвитку сільського зеленого туризму в Україні потрібно створити сприятливі законодавчі умови. Прийняття Закону України «Про сільський зелений туризм» є вкрай необхідним, адже в чинному законопроекті чітко визначені загально-правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі сільського зеленого туризму.

Сьогодні дуже важливою є підтримка держави для розвитку сільського зеленого туризму, яка би включала залучення іноземних інвестицій, пільгове довгострокове кредитування власників садиб, покращення діяльності туристичних фірм щодо реклами сільських зелених садиб тощо.

Список використаних джерел:

1. Іванишина Л.П. Механізм державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму : автореф. дис. канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 / Івашина Л. П. Харків : НУЦЗУ, 2018. 20 с.
2. Конституція України від 28.06.1996 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80>
3. Про туризм: Закон України № 324/95 від 15.09.1995 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/-324/95%D0%B2%D1%80>
4. Білоус О.О. Деякі проблемні питання щодо правового регулювання сільського зеленого туризму в Україні: правовий аналіз та шляхи до їх вирішення / О.О. Білоус Харків : Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Право», 2016. Вип. 21. С. 236–239.

5. Про сільський зелений туризм: Проект Закону України. URL: http://infotour.in.ua/pro_siltur.htm
6. Алексеева Ю.В. Державне регулювання соціального туризму в Україні / Ю.В. Алексеева. Київ : Зб. наук. пр. НАДУ, 2009. Вип. 1. С. 182–191.
7. Громадська організація «Спілка сільського зеленого туризму України». URL: <https://www.greentour.com.ua/>
8. Черниш І.В. Конспект лекцій з дисципліни «Сільський та зелений туризм» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» / І.В. Черниш, А.О. Глебова, В.М. Маховка. Полтава: ПНТУ, 2015. 101 с.
9. Заробити на зеленому туризмі. URL: <http://a7d.com.ua/novini/38892-zarobiti-na-zelenomu-turizmu.html>
10. Статистичний збірник «Колективні засоби розміщування в Україні». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Dubovych I.A., Seneta Z.Ya.

CURRENT PROBLEMS OF ECONOMIC AND LEGAL REGULATION OF RURAL GREEN TOURISM IN UKRAINE

To date, there are a number of economic and legal problems regarding the development of rural green tourism. Existing normative legal acts are not able to cover and regulate the circles of relations that are formed between the subjects of tourist activity in connection with the emergence of new types of tourism and the expansion of the boundaries of their organization. Favorable legislative conditions need to be created in Ukraine for the successful development of rural green tourism in Ukraine.

Adoption of the draft Law of Ukraine “On Rural Green Tourism” is extremely necessary, since this bill clearly defines the general legal, organizational and socio-economic principles of implementing the state policy of Ukraine in the field of rural green tourism.

The article focuses on the current problems of the economic and legal regulation of rural green tourism in Ukraine. The normative and legal provision of rural green tourism in Ukraine is analyzed. The interpretation of the essence of the terms “tourism” and “rural green tourism” is given. The necessity of development of rural green tourism in Ukraine is considered. The role of the Union of Rural Green Tourism in Ukraine in the functioning, planning, development of the sphere of rural green tourism and growth of the tourist image of Ukraine at the national and international levels is noted. The necessity of passing the Law of Ukraine “On rural green tourism” was substantiated. The socio-economic significance of development of rural green tourism is considered. The proposed economic and legal measures are necessary for the effective development of rural green tourism in Ukraine.

Key words: rural green tourism, tourism, economic and legal regulation of rural green tourism, tourism activity, sustainable development, country estate, Union of Rural Green Tourism of Ukraine.

Єгоращенко І.В.

старший викладач

Одеського державного екологічного університету

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено проблеми управління витратами логістичної системи агропромислового підприємства. Розглянуто і проаналізовано погляди різних дослідників на цю проблему; з'ясовано склад логістичних витрат АПК, визначено фактори, які впливають на витрати, та окреслено методи і засоби оптимізації витрат. Запропоновано поділяти витрати логістичної системи за етапами логістично-постачальницької діяльності на витрати процесів замовлення, витрати процесів закупівлі, витрати процесів транспортування та витрати процесів зберігання. Визначено, що рівень логістичних витрат в Україні зумовлений, по-перше, інфраструктурними факторами; по-друге, факторами внутрішнього логістики підприємств; по-третє, специфічними факторами агропромислового комплексу, які впливають на логістику саме цієї галузі (значний вплив сезонності робіт за обмеження ресурсів для їх проведення, взаємозв'язок усіх логістичних процесів з природним циклом, відсутність територіальної локалізації виробничих процесів, оскільки підприємства, які обробляють сировину АПК, віддалені від його джерел, потреба значних фінансових ресурсів на реалізацію, переробку або зберігання продукції, високі вимоги щодо якості продукції АПК (особливо з огляду на вимоги Європейського Союзу).

Ключові слова: логістика, агропромислові підприємства, управління витратами, фактори, методи оптимізації.

В статье исследованы проблемы управления затратами логистической системы агропромышленного предприятия. Рассмотрены и проанализированы взгляды различных исследователей на проблему; выяснен состав логистических затрат АПК, определены факторы, влияющие на расходы, и намечены методы и средства оптимизации расходов. Предложено разделять расходы логистической системы по этапам логистически-снабженческой деятельности на расходы процессов заказа, расходы процессов закупки, расходы процессов транспортировки и расходы процессов хранения. Определено, что уровень логистических издержек в Украине обусловлен, во-первых, инфраструктурными факторами; во-вторых факторами внутренней логистики предприятий; в-третьих, специфическими факторами агропромышленного комплекса, которые влияют на логистику именно этой отрасли (значительное влияние сезонности работ при ограничении ресурсов для их проведения, взаимосвязь всех логистических процессов с естественным циклом, отсутствие территориальной локализации производственных процессов, поскольку предприятия, которые обрабатывают сырье АПК, отдалены от его источников, потребность значительных финансовых ресурсов на реализацию, переработку или хранение продукции, высокие требования к качеству продукции АПК (особенно с учетом требований Европейского Союза).

Ключевые слова: логистика, агропромышленные предприятия, управление затратами, факторы, методы оптимизации.

Постановка проблеми. Подолання кризових явищ в економіці передбачає глибокі економічні перетворення на всіх рівнях і у всіх господарських сферах, які сприяють зниженню невизначеності і ризиків для всіх учасників ринку. Серед багатьох проблем, що пов'язані зі створенням ефективної ринкової економіки, однією з найбільш актуальних та різнопланових є створення стабільних та ефективних логістичних структур в агропромисловому комплексі країни. Одним із показників, які характеризують ефективність логістики, є рівень логістичних витрат. Україна належить до країн із високим рівнем логістичних витрат, що значно впливає на ефективність економіки країни загалом та аграрної галузі зокрема. За даними транспортних компаній, у

зв'язку з неефективністю логістичної системи українські агровиробники втрачають до \$20 на кожній тонні виробленої продукції. За дослідженнями, витрати на логістику в АПК України перевищують такий же показник США на 30%, ЄС – на 40%, що значно знижує прибутки аграріїв та погіршує їхню конкурентоспроможність [3]. За результатами відомого рейтингу ефективності логістики LPI, у 2016 році Україна зайняла 80 місце зі значенням індексу 2,74 серед 160 країн, у яких проводилося дослідження. Найближчими сусідами нашої країни виявилися Намібія (79 місце) і Буркіна-Фасо (81 місце). Показово, що Україна в рейтингу LPI 2014 року займала 61 місце, а в 2012 році – 66 місце [2]. Таким чином, зниження логістичних витрат є найважливішим завдан-

ням, що вимагає комплексного підходу вчених і фахівців. Зазначені обставини зумовили актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління витратами логістичної системи розглядаються як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі.

Проблеми управління логістичними витратами висвітлені у працях таких науковців, як: Д.Дж. Бауерсокс [1], Д.Дж. Клосс [1], В.А. Колодійчук [4], І.В. Кривов'язюк [5], Ю.М. Кулик [5], Дж.Р. Сток [13], Д. Ламберт [13], Є. Крикавський [6], О.Є. Кузьмін [7], О.Б. Телішевська [7], С.М. Нікшич [8], М.А. Окландер [10], МВ. Рета [12], Н.Р. Струк [14], Л.Ю. Шевців [16], І. Петецький [16] та інші. Серед авторів, які розглядають специфіку логістичних витрат в АПК, варто відзначити науковців Ю.В. Тюленева [15], Н.В. Майстренко [15], В.А. Колодійчук [4]. У проаналізованих наукових працях досліджуються логістичні витрати та їх класифікація. Проте, незважаючи на наявні наукові та практичні напрацювання, недостатньо висвітленими і дискусійними залишаються питання щодо специфіки управління витратами, зокрема їх оптимізації в логістичній системі агропромислових підприємств.

Метою дослідження є ідентифікація складу витрат логістичної системи АПК, розгляд факторів, що впливають на витрати логістичної системи, та визначення методів і способів оптимізації витрат логістичної системи на підприємствах АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі дослідження наукових джерел [1, 5, 6, 10, 13, 15] можна дійти висновку, що управління логістичними витратами – це багатоцільовий процес, що охоплює всі ланки господарської діяльності підприємств АПК, починаючи з постачання і закінчуючи реалізацією продукції.

На основі проведених досліджень та власних висновків запропоновано схему управління витратами за допомогою оптимізації логістичної системи агропромислового підприємства (рис. 1). Для визначення основних напрямів управління витратами з метою оптимізації логістичної системи агропромислового підприємства необхідно: визначити склад логістичних витрат АПК, уточнити фактори, які впливають на витрати логістичної системи АПК, та окреслити методи і засоби оптимізації витрат логістичної системи АПК.



Рис. 1. Схема управління витратами підприємств АПК*

Джерело: сформовано автором

Узагальнюючи вітчизняний і зарубіжний науковий досвід класифікацій логістичних витрат [2; 4; 7; 10; 12; 15; 16] і виходячи зі специфіки АПК, було сформульовано висновок, що серед усіх типів класифікацій для підприємств АПК варто обрати класифікацію, запропоновану О.Б. Телішевською, яка пропонує поділяти витрати за етапами логістично-постачальницької діяльності, оскільки це найбільш детальна класифікація, яка має прикладний характер, що є важливим для підприємств АПК та оптимізації їх логістики. Відповідно до цієї класифікації види логістичних витрат поділяються на витрати процесів замовлення, витрати процесів закупівлі, витрати процесів транспортування та витрати процесів зберігання [15, с. 52].

Стосовно факторів, які впливають на витрати логістичної системи АПК, то аналіз наукових досліджень свідчить, що для ефективної роботи логістичної системи є фактори, які можуть як позитивно, так і негативно впливати на її діяльність.

Зокрема, серед факторів, що впливають на управління логістичними процесами АПК, Ю.В. Тюленева та Н.В. Майстренко виділяють три групи: фактори розміщення і спеціалізації; фактори сезонності виробництва та специфіки предметів праці. Загалом перелік факторів заслуговує на увагу, проте автори обмежують їх тільки сільськогосподарським виробництвом і не розглядають всю сферу АПК, що є набагато ширшим поняттям, оскільки сільськогосподарське виробництво є постачальником сировини для АПК [16].

О.Б. Телішевська класифікує фактори, які впливають на розмір витрат логістично-постачальницької діяльності, на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх віднесено групи: економічні, правові, постачальницькі. До внутрішніх факторів автор відносить організаційні, інформаційні, автоматизаційні [15]. Розглянута класифікація є слушною, проте не враховує специфіки АПК.

В.А. Колодійчук детально досліджує фактори впливу на ефективність функціонування логістичних систем у зернопродуктовому підкомплексі АПК та поділяє їх на зовнішньосистемні та внутрішньосистемні. До зовнішньосистемних віднесено ефективність державного регулювання, ступінь інтегрованості у світові логістичні системи, рівень розвитку інфраструктури зернопродуктивного комплексу АПК. До внутрішньосистемних належать організаційно-структурні, функціонально-економічні та соціально-споживчі. Окремо автор виокремлює і резерви підвищення ефективності логістичних систем, до яких відносить значний перелік заходів різного плану [4]. Автор приділяє увагу розгляду факторів впливу на логістику зернопродуктивного комплексу АПК, що сьогодні є одним із найбільших секторів АПК. Також дослідник розглядає і загальні напрями підвищення ефективності логістичних систем.

З. Задорожний та А. Грицишин фактори, що впливають на формування логістичних витрат, поділяють на кількісні та якісні [2]. Така класифікація є слушною, проте деякі фактори важко

таким чином віднести до якоїсь певної групи: якісних або кількісних.

Підприємства агропромислового комплексу України відіграють в економіці України важливу роль. На конкурентоспроможність підприємств АПК суттєво впливає розмір логістичних витрат. З метою розроблення пропозицій щодо оптимізації логістичної системи підприємств АПК нами було досліджено структуру та динаміку витрат та доходів підприємств АПК та визначено частку логістичних витрат у структурі доходів і витрат підприємств АПК (табл. 1), що доводить про необхідність застосування методів оптимізації логістичних витрат.

Як бачимо з вищенаведених цифр, логістичні витрати є доволі значними, щоб залишатися непоміченими, тому питання управління логістичними витратами підприємств АПК є важливим та актуальним.

Зважаючи на проведені дослідження та специфіку логістики АПК, високий рівень логістичних витрат в Україні зумовлений:

- по-перше, інфраструктурними факторами (низький рівень транспортно-логістичної системи країни загалом; низька якість автомобільних доріг; поганий стан залізничної інфраструктури; практично повна відсутність водних шляхів транспортування вантажів; значні відстані транспортування; віддаленість основних експортних виробництв від портів; нераціональне розміщення багатьох підприємств; значна вартість портових зборів у портах України; великі проблеми із залізничними перевезеннями (нестачею вагонів, локомотивів та проблеми з розподілом наявного вагонного парку);

- по-друге, факторами внутрішнього логістики підприємств (технічний рівень парку автомобілів, високий ступінь зносу основних засобів; неефективність організації внутрішньої логістики на рівні менеджменту; архаїчність організації доставки вантажів від виробника до споживача);

- по-третє, специфічними факторами агропромислового комплексу, які впливають на логістику саме цієї галузі (значний вплив сезонності робіт за обмеження ресурсів для їх проведення; взаємозв'язок усіх логістичних процесів із природним циклом; відсутність територіальної локалізації виробничих процесів, оскільки

Таблиця 1

Частка логістичних витрат підприємств АПК у структурі доходів і витрат*

Частки логістичних витрат у структурі доходів і витрат підприємств	Значення, %
Частка логістичних витрат у структурі доходів підприємств	7–16
Частка логістичних витрат у структурі адміністративних витрат	10–35
Частка логістичних витрат у структурі загальних витрат	20–45

Джерело: [19]

підприємства, які обробляють сировину АПК, віддалені від його джерел; потреба значних фінансових ресурсів на реалізацію, переробку або зберігання продукції; високі вимоги щодо якості продукції АПК (особливо з огляду на вимоги Європейського Союзу).

Таким чином, усі розглянуті фактори ускладнюють усі логістичні процеси в АПК та створюють додаткові обмеження практично на кожному етапі логістичної роботи.

Оптимізація витрат логістичної системи підприємств АПК виступає як процедура пошуку, оцінки, вибору, проектування та впровадження підвищення якості в логістичних підсистемах (закупівлі, автотранспорт, склад, планування, розподіл, сервіс та ін.) з урахуванням обраного методу відповідно до визначеної логістичної стратегії підприємства. Критерієм оптимальності логістичних процесів пропонуємо використовувати показник приведених сукупних витрат.

За підсумком аналізу впливу кожного фактора витрат на логістичну систему агропромислового підприємства АПК необхідно ухвалити відповідне рішення щодо застосування певного оптимізаційного заходу та плану його реалізації, який буде залежати від специфіки роботи підприємства. Для оптимізації витрат на логістичну діяльність підприємства АПК пропонуємо такі методи управління витратами (рис. 2).

Якщо пропонувати конкретні заходи, то для логістичної оптимізації українських підприємств АПК в сучасних умовах необхідно:

- по-перше, забезпечити використання інформаційно-аналітичних систем управління логістичними процесами типу SCM (Supply Chain Management, або системи управління ланцюгами поставок) або в разі потреби та фінансових можливостей більш досконалої, проте

більш дорогої і складної інформаційної системи типу ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing, управління корпоративними ресурсами і зовнішніми зв'язками). Поява у свій час комплексних інформаційних систем, по суті, зробила переворот у сфері управління логістичними системами, проте українські агровиробники досі не надто активно ними користуються. Як демонструє досвід зарубіжних країн, використання інформаційної системи дасть змогу більш ефективно управляти дистрибуцією й оптимізувати логістичні процеси агропромислового підприємства: контролювати склад, закупівлі та поставки;

- по-друге, більш широко використовувати послуги логістичних посередників (аутсорсерів). Аутсорсинг за правильного використання аутсорсингових схем може стати одним із найважливіших інструментів оптимізації логістичних витрат. Для великих агрокомпаній логістичний аутсорсинг може стати важливим елементом управління алгоритмами планування, закупівлі, транспортування та зберігання сировини та готової продукції. Найбільш оптимальним рішенням вважається поєднання власної логістики підприємства і використання послуг логістичних посередників.

Серед проблем, які перешкоджають впровадженню аутсорсингу на більшості агропромислових підприємств, можна виокремити:

- небажання і неготовність підприємств АПК відмовитися від власної логістики через невпевненість у компетентності логістичного оператора;
- небажання або відсутність фінансових ресурсів для оплати послуг логістичних посередників;
- відсутність потреби в послугах зовнішніх операторів у зв'язку з низькою конкуренцією на ринку;

- відсутність або мала кількість логістичних посередників типу 3PL (тобто таких, які пропонують комплексний логістичний сервіс для агропромислових підприємств) у зв'язку з низькою прибутковістю та значним ризиком неплатоспроможності багатьох підприємств агропромислового комплексу (насамперед сільськогосподарських товаровиробників).

Необхідно зазначити, що окрім розглянутих



Рис. 2. Методи оптимізації логістичних витрат підприємств АПК

Джерело: систематизовано автором за джерелами [2; 4; 7; 10; 12; 15; 16]

внутрішньовиробничих логістичних заходів оптимізація діяльності підприємств АПК вимагає удосконалення державної (в тому числі і регіональної) логістичної політики у сфері розроблення галузевих стандартів, положень, технічних умов виробництва, поставок, транспортування і зберігання продукції, порядку вибору пріоритетних проектів і цільових програм розвитку. Державною проблемою є така важлива складова частина української агрологістики, як портові збори, які є необґрунтовано завищеними в нашій країні (удвічі більше порівняно з країнами Євросоюзу та іншими державами, що мають вихід до Чорноморського басейну). Також є дисбаланс у розмірі портових зборів і всередині країни. Такий диспарат говорить про те, що відсутня узгодженість у державному регулюванні портових зборів, і в наступні 5 років державі потрібно зосередитися на залізничному та річковому транспорті, складській логістиці, елеваторах та причальній інфраструктурі. Для гармонізації агрологістики необхідно змінити законодавчу базу (прийняти закони «Про залізничний транспорт», «Про внутрішній водний транспорт», затвердити нову методику формування ставок портових зборів) та створити прозорі умови для інвестування приватними компаніями у розвиток інфраструктури [18].

Таким чином, розроблення та впровадження оптимізації логістичних процесів в АПК являє собою складний, але необхідний процес у межах функціонування підприємства з під-

вищенням його конкурентоспроможності на ринку, а також максимізації отриманого прибутку за оптимізації витрат.

Важливим в оптимізації логістики та зниженні логістичних витрат є застосування системного підходу. На підприємстві, якому вдається створити ефективну систему менеджменту і привчити працівників складати плани і приймати рішення на підставі обґрунтованих розрахунків, логістичні процеси удосконалюються перманентно, а періодичні аудити лише вносять незначні корективи, підвищуючи ефективність роботи логістичної системи та зростання прибутку.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Наукова новизна дослідження полягає у систематизації та ідентифікації складу логістичних витрат АПК, факторів впливу на витрати та визначенні напрямів оптимізації логістичних витрат. Розглянуті праці дослідників щодо управління витратами логістичних витрат АПК засвідчили, що питання логістики АПК є недостатньо дослідженим та суперечливим. Проведене дослідження дасть можливість підвищити якість та оперативність логістичних управлінських рішень і, таким чином, сприятиме покращенню фінансового стану підприємств АПК. Подальші дослідження необхідно спрямувати на виокремлення та обґрунтування найбільш ефективних методів та заходів оптимізації логістичних витрат і розроблення системи показників, що характеризують ефективність логістичної системи агропромислових підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бауерсокс, Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок : пер. с англ. / Д.Дж. Бауерсокс, Д.Дж. Клосс. М. : ЗАО «Олимп-бизнес», 2001. 639 с.
2. Задорожний З. Логістичні витрати та їх класифікація / З. Задорожний // Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2017. Вип. 2. С. 109–117.
3. Золотые горы логистики, или как украинским аграриям не терять по \$20 на тонне. URL: <http://tep-vertical.com.ua/zoloty-gory-logistiki/>
4. Колодійчук В.А. Ідентифікація логістичних витрат у зернопродуктовому підомплексі АПК / В.А. Колодійчук // Економіка. Управління. Інновації. 2014. Вип. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_31
5. Кривов'язюк І.В. Управління надійністю логістичної системи підприємства : моногр. / І. В. Кривов'язюк, Ю.М. Кулик ; Луц. нац. техн. ун-т. Л. : Манускрипт, 2012. 190 с.
6. Крикавський, Є.В. До теорії оптимізації логістичних витрат / Є.В. Крикавський, М.О. Довба, О.С. Костюк, Л.Ю. Шевців // Вісник СумДУ. Серія Економіка. 2004. № 5 (64). С. 114–124.
7. Кузьмін О.Є. Типологія витрат на логістично-постачальницьку діяльність підприємств / О.Є. Кузьмін, О.Б. Телішевська // Бізнес Інформ. 2017. № 3. С. 231–236.
8. Нікшич, С.М. Теоретико-методичні засади оцінювання логістичних витрат підприємств / С.М. Нікшич // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська Політехніка». Логістика. 2008. № 623. С. 182–190.
9. Новопісна Є.В. Фактори формування логістичних витрат підприємства / Є.В. Новопісна // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук.пр. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля. 2009. № 4 (32). С. 123–129.
10. Окландер М.А. Логістична система підприємства : моногр. / М.А. Окландер. Одеса : Астропринт, 2004. 312 с.
11. Рейтинг LPI Всемирного банка: Логистика в Украине находится в плачевном состоянии. URL: <https://logist.today/2017/09/21/rejting-lpi-vsemirnogo-banka-logistika-v-ukraine-nahoditsja-v-plachevnom-sostojanii/>

12. Рета М.В. Логістичні витрати: визначення, класифікація та облік / М.В. Рета // Бізнес інформ. 2012. № 8. С. 155–158.
13. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт ; пер. с англ. М. : Изд-во «ИНФРА-М», 2005. 797 с.
14. Струк Н.Р. Логістичні витрати в аспекті ефективності системних формувань / Н.Р. Струк // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Економічні науки. 2015. № 1. С. 74–79.
15. Телішевська О.Б. Витрати на логістично-постачальницьку діяльність підприємств : дис. ... канд. економ. наук: 08.00.04. / О.Б. Телішевська ; Міністерство освіти і науки України, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Львів, 2017. 223 с.
16. Тюленева Ю.В. Роль логістичних витрат у підвищенні ефективності управління логістичними процесами підприємств АПК / Ю.В. Тюленева, Н.В. Майстренко // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 462–466.
17. Шевців Л.Ю. Логістичні витрати підприємства: формування та оцінювання: монографія / Л.Ю. Шевців, І. Петецький. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. 244 с.
18. Ольга Копейка: Проблемы аграрной логистики Украины: вызовы и решения. URL: <https://latifundist.com/interview/301-olga-kopejka-problemy-agrarnoj-logistiki-ukrainy-vyzovy-i-resheniya>
19. Council of Logistics Management Conference, Annual Report, 2009.

Yegorashchenko I.V.

COST MANAGEMENT THROUGH OPTIMIZING THE LOGISTICS SYSTEM OF AGRIBUSINESSES

The research paper deals with the problems of cost management in the logistic system of agro-industrial enterprise. The view of different researchers on this problem is considered and analyzed; the composition of logistics costs of the agro-industrial complex is determined; the factors are determined that influence the costs and the methods and means of cost optimization are outlined. It is suggested to divide costs of the logistics system by the stages logistics and supply activities into the order costs, procurement costs, transportation costs and storage. It is determined that the level of logistics costs in Ukraine is due primarily to infrastructure factors; secondly, to factors of internal logistics of enterprises; thirdly, to agriculture-specific factors that influence logistics of this sector (significant impact of seasonal operations while limiting the resources to carry them out, the relationship of all logistics processes with the natural cycle, the lack of territorial localization of production processes, as companies that process raw materials of the agro-industrial complex are far from its source; the need for significant financial resources for sales, processing or storage; high quality requirements of agricultural products (especially in view of the EU requirements). To optimize logistics costs of agribusiness it is suggested to use a wide range of techniques: Pareto principle, benchmarking, activity-based costing, target costing, Kaizen costing, XYZ-analysis, JUST-IN-TIME method, LCC costing, ABC analysis, a balancing method, budgeting and outsourcing. As for the measures, it is suggested to increasingly use logistics outsourcing and introduction of the use of logistics information systems such as SCM and ERP II. The need to improve public (including regional) logistics policy for rail and river transport, warehouse logistics, elevators, mooring infrastructure and to create transparent conditions for investment by private companies in the development of logistics infrastructure is emphasized.

Key words: logistics, agribusinesses, cost management, factors, optimization methods.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.242.4+331.1

Кірнос І.О.кандидат наук із державного управління,
доцент, докторант
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЗАЙНЯТОСТІ
ОСІБ ПОХИЛОГО ВІКУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД**

Метою статті є систематизація світового досвіду державного стимулювання зайнятості працівників похилого віку на основі визначення бар'єрів та перешкод з боку роботодавців та працівників. Виявлено перешкоди з боку працівників та роботодавців. Проаналізовано політичні інструменти усунення перешкод до продовження зайнятості у похилому віці. Доведено необхідність комплексного підходу, що охоплює пенсійну систему, систему страхування з безробіття, політику ринку праці, сферу охорони та безпеки праці, охорони здоров'я та навчання протягом життя.

Ключові слова: старіння, працівники похилого віку, пенсія, пенсійний вік, державна політика, продовження трудового шляху.

Целью статьи является систематизация мирового опыта государственного стимулирования занятости работников пожилого возраста. Критерием анализа выбраны барьеры и препятствия к продолжению занятости со стороны работодателей и работников. Выявлены препятствия со стороны работников и работодателей. Проанализированы политические инструменты устранения препятствий к продолжению занятости в пожилом возрасте. Доказана необходимость комплексного подхода, охватывающего пенсионную систему, систему страхования по безработице, политику рынка труда, сферу охраны и безопасности труда, охраны здоровья и обучения на протяжении жизни.

Ключевые слова: старение, работники пожилого возраста, пенсия, пенсионный возраст, продолжение трудовой деятельности, государственная политика, возрастной менеджмент.

Постановка проблеми. Підвищення рівня економічної активності осіб 50+ визначено за стратегічну мету у відповідь на виклики демографічного старіння в більшості розвинених держав. В Україні, що має один із найгірших демографічних профілів у Європі, також було підвищено пенсійний вік для громадян. Продовження трудового шляху є можливим за умови бажання та готовності громадян, задовільного стану їхнього здоров'я та працездатності, достатніх навичок та рівня кваліфікації. Готовність та бажання роботодавців утримувати та наймати працівників похилого віку (далі – ППВ) є також необхідною умовою.

Інтереси роботодавців та працівників не завжди збігаються, і саме держава має важелі впливу, що враховують інтереси бізнесу і ППВ. Реформи, що були ініційовані державами Європи протягом останніх 10 років з метою підвищення рівня економічної активності ППВ, досягли своєї мети. Рівень зайнятості осіб 55–64 підвищився з 43,4 % у 2006 р. до 57,1 % у 2017 р. [1]. В Україні у 2017 р. рівень економічної

активності населення віком 50–59 років дорівнював 66,5%, що є порівняним із європейським. Проте, рівень зайнятості ППВ у віковій групі 60–70 років є значно нижчим та складає лише 13,9 % [2], що потребує його підвищення з огляду на демографічну ситуацію. Отже, вивчення зарубіжного досвіду та його запозичення з урахуванням вихідних умов та національної інституційної інфраструктури України є доцільним та актуальним завданням науки і практики сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми продовження праці в похилому віці привертають усе більше уваги з боку науковців, політиків, практиків. Питання адаптації робочих місць та умов праці до вікових змін досліджено у звітах Європейського фонду покращення умов життя та праці (Eurofound) [9; 10; 13; 21]. Напрями укріплення здоров'я, збереження працездатності, реабілітації та повернення до роботи вивсвітлено у звітах Європейської агенції з безпеки та гігієни праці (EU-OSHA) [15; 17; 23; 28]. Національні підходи до продовження

трудового життя у похилому віці досліджено у звітах ОЕСР [12; 25].

Аспекти зайнятості ППВ в Україні досліджують фахівці Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Е. Лібанова, І. Курило, С. Аксьонов [3], та такі автори, як О. Коломієць [4], О. Крентовська [5], Н. Фойгт [6], Л. Ткаченко. Зв'язок віку та умов праці досліджують фахівці Національного інституту медицини праці. Зауважимо, що більшість вітчизняних досліджень стосуються державної політики та реалізації трудового потенціалу осіб похилого віку, тобто двох сторін суспільних відносин – держави та особистості. Роль роботодавців у процесі продовження трудового життя залишається поза увагою відчизняних дослідників. Проте, досягнення мети продуктивної зайнятості ППВ потребує узгодження інтерсів усіх сторін – працівників, роботодавців та держави.

Метою роботи є систематизація світового досвіду стимулювання зайнятості працівників похилого віку, де у якості критерію впорядкування обрано стимулюючі та стримуючі дії як з боку працівників, так і роботодавців.

Виклад основного матеріалу. Продовження трудового життя ППВ має потенційні позитивні наслідки для держави. За оцінками PricewaterhouseCoopers, підвищення рівня зайнятості громадян ОЕСР віком 55–69 років до рівня зайнятості ППВ Швеції (76 %) призведе до збільшення ВВП цих країн на 2 трлн. \$ у довгостроковому періоді. Потенційне зростання ВВП для Греції складе 16 %, Бельгії – 13 %, Словенії – 12 %, Великобританії – 4,2 %, для США – 3 % ВВП, майже 2 % ВВП для Японії та 1 % для Кореї [7, с. 16]. Продовження роботи ППВ збільшує податкові надходження держави та сприяє стійкості систем соціального захисту та пенсійного забезпечення. Для ППВ довша робота сприяє підвищенню їхньої купівельної спроможності та рівня життя, позитивно впливає на стан фізичного та ментального здоров'я [8, с. 286]. Бізнес ставиться до найма та утримання ППВ неоднозначно. З одного боку, дефіцит кадрів у деяких сферах промисловості підвищує цінність ППВ для роботодавців. З іншого боку, негативні вікові стереотипи, міркування щодо зниження працездатності та продуктивності, більш високої вартості ППВ та їхнього опору змінам утримують роботодавців від співпраці з сеньорами. Проте, згідно прогнозів, демографічна ситуація буде погіршуватись, що підвищуватиме цінність ППВ як ресурсу для бізнесу.

Отже, продовження праці ППВ є вигідним як для держави, так і для працівників. Проте, існують певні бар'єри як із боку роботодавців, так і з боку працюючих. Саме держава, що є вико-

навцем економічних інтересів усіх зацікавлених сторін, має важелі впливу для досягнення суспільного консенсусу. Узявши на себе місію досягнення стратегічної мети – підвищення економічної активності ППВ, вона спрямовує важелі економічного та адміністративного впливу на усунення бар'єрів зайнятості з боку працюючих та роботодавців.

Розглянемо бар'єри та перешкоди зайнятості в зрілому віці та проаналізуємо інструменти державного впливу, спрямованого на їхнє усунення. Перешкодою на шляху до продовження роботи в літньому віці є небажання або недостатня мотивація ППВ, викликана наявністю можливостей для дострокового виходу на пенсію в системах соціального захисту та пенсійного забезпечення. Соціо-економічні заходи, що побудовані за принципом санкцій і стимулів, спрямовані на усунення таких можливостей. Схеми дострокового виходу на пенсію, поширені у Європі в 1970-1980-х рр. з метою вивільнення робочих місць для молоді, було скасовано або обмежено в рамках пенсійних реформ останнього десятиріччя.

Інструментом примусової мотивації до праці стало підвищення пенсійного віку і збільшення обов'язкового трудового стажу у 1990-х рр. У даний час пенсійний вік становить 65 років як для чоловіків, так і жінок у більшості європейських країн, а у Норвегії та Ісландії пенсія починається із 67 років. Німеччина, Великобританія, Франція й Нідерланди планують підвищення пенсійного віку до 67 років протягом наступних двадцяти років [9, с. 8]. З іншого боку, держави запровадили фінансові стимули за довгу працю – збільшили пенсійні нарахування за кожний додатковий рік або місяць пенсійних внесків. Данія, наприклад, нагороджує громадян, які працюють до досягнення встановленого пенсійного віку, безплатковою виплатою в розмірі 20,000 €. У Бельгії з 2009 р. безробітні 50+, що повернулися до ринку праці, отримують щомісячні бонуси в розмірі € 194 протягом року [10, с. 11].

Стимули до передчасного виходу з ринку праці усунено також із системи страхування з безробіття – скасовано спеціальний статус безробітних 50+, що надавав їм право на достроковий вихід на пенсію у разі відсутності роботи і право на отримання допомоги протягом перехідного періоду. У результаті реформ 2008 р. у Німеччині безробітні віком 58+ позбавлені права на допомогу без доказів активного пошуку роботи. У Нідерландах із 2009 р. довгостроково безробітні зобов'язані прийняти будь-яку пропозицію роботи, навіть нижче свого рівня кваліфікації.

Перешкодою до продовження праці в зрілому віці є вікові обмеження, зафіксовані законом як норми примусового виходу на пенсію. Працедавці використовують цю норму для звільнення працівників у разі досягнення ними офіційного віку, навіть за умови бажання ППВ продовжувати роботу. Скасування примусового пенсійного віку усуває цю перешкоду – у США з 1986 р., Канаді з 1973 до 2009 р., Новій Зеландії – з 1999 р., в Австралії у 2004 р., Великобританії у 2011 р. [11, с. 3].

Перешкодою зайнятості ППВ є небажання роботодавців утримувати й наймати їх на роботу внаслідок об'єктивних економічних причин. Практика підвищення зарплати з віком, а також вислуга років, яку активно любляють профспілки, знижує конкурентоспроможність ППВ порівнюючи з молодими. З огляду на цей факт, багато розвинених країн створюють можливості зайнятості для ППВ шляхом державного субсидування робочих місць. Об'єктами політики субсидування стають як роботодавці, що наймають безробітних 50+, так і особи, що беруть участь у державних програмах зайнятості. В Австрії внески роботодавців у фонд безробіття скорочуються наполовину за умови найму осіб 50-55 років і повністю скасовуються під час найму осіб 55+. Субсидія є частиною системи бонусів і штрафів, де «штраф» – це платіж за звільнення співробітників старше 50 років, а його розмір коливається залежно від віку звільненого працівника. У Німеччині в рамках державної програми «Кампанія 50+», держава виділяє зарплатні субсидії для роботодавців, які наймають осіб 50+ і допомагає їм у перенавчанні ППВ. У Бельгії роботодавці, що наймають безробітних 45+, частково звільняються від внесків до фонду соціального страхування протягом п'яти років. Крім того, знову найнятим працівникам покладена субсидія зайнятості, що скорочує витрати роботодавців на зарплату до 500 євро на місяць. У Швеції програма субсидування зайнятості мотивує роботодавців наймати людей старше 57 років, безробітних як мінімум останні два роки. Субсидія виплачується роботодавцям протягом максимального періоду у 24 місяці в розмірі 75 % заробітної плати [12, с. 92].

Державні програми зайнятості спрямовано на створення робочих місць для сеньорів та їхнє субсидування. У США протягом 50 років діє Програма зайнятості літніх людей у громадському секторі (Senior Community Service Employment Program), що пропонує субсидовані робочі місця з мінімальною зарплатою та неповною зайнятістю (1300 годин на рік) у школах, лікарнях, центрах денного догляду. Кошти для фінансування надають 9 національних непри-

буткових організацій. У Кореї з 2004 р. Програма зайнятості літніх людей (Korean Senior Employment Program) пропонує робочі місця в секторі громадських послуг або гранти на відкриття власної справи особам старше 65 років. У Японії з 1974 р. відкрито майже 1300 Срібних центрів праці для літніх (Silver Human Resource Center) у рамках національної програми сприяння зайнятості для пенсіонерів 60+, що налічують понад 700 тис. членів.

Проблемою продовження праці є бажання ППВ працювати менше з різних причин: стану здоров'я, сімейних обов'язків, обов'язків із догляду за хворими членами родини. У результаті фізіологічних змін особи 50+ потребують більше часу на відпочинок і відновлення, що пояснює бажання працювати менше. Гнучка політика щодо виходу на пенсію визнає цю неоднорідність та полегшує часткову пенсію для тих, хто хоче або потребує перегляду робочого часу. Відповіддю держав на потребу зменшення робочого навантаження ППВ стало поступове скорочення робочих годин, яке уможливорює довшу працю. Державні схеми часткового виходу на пенсію (phased retirement, partial retirement) дозволяють працівникам скорочувати години роботи й компенсувати втрату доходу частковими пенсійними виплатами до досягнення офіційного пенсійного віку [13, с. 17]. В Україні відсутні схеми гнучких пенсій, але з огляду на стан здоров'я населення, поступове скорочення робочого навантаження та поетапний вихід на пенсію здаються привабливими опціями продовження трудового життя ППВ. Отже, ці схеми потребують детальнішого вивчення для запровадження у вітчизняній практиці.

У такий спосіб, соціо-економічні інструменти політики продовження зайнятості ППВ спрямовані на усунення бар'єрів та демотивуючих стимулів як із боку ППВ, так і з боку роботодавців. Інструменти державного впливу містять як стимули, так і санкції. До санкцій належать підвищення пенсійного віку та скасування або скорочення схем дострокового виходу на пенсію, відміна привілеїв та особливого статусу для безробітних 50+. Стимулами до продовження зайнятості є перерахунок пенсійних виплат за додатковий час сплати пенсійних внесків, фінансові бонуси за роботу до офіційного пенсійного віку, скасування примусового віку виходу на пенсію, субсидування роботодавців у разі найму безробітних 50+ та державні програми зайнятості для ППВ.

Зауважимо, що підвищення офіційного пенсійного віку або фінансові стимули за довшу працю, будуть успішними лише в разі збереження працівниками працездатності, фізичного

та розумового здоров'я. Незадовільний стан здоров'я є головною причиною дострокового виходу ППВ на пенсію. Старість пов'язана з підвищеним ризиком розвитку хронічних неінфекційних захворювань (НІЗ) – депресії, хронічного бронхіту, серцево-судинних захворювань, скелетно-м'язових розладів, діабету та мультиморбідності, а саме збігання двох або більше хронічних захворювань у однієї людини. За розрахунками, Китай втратить через НІЗ майже 558 мільярдів міжнародних доларів, втрати РФ складуть 303 млрд., Індії — 236 млрд., Великобританії – 32,8 млрд., Канади – 8,5 млрд. міжнародних доларів у період із 2005 р. до 2015 р. [14, с. 6]. Розв'язанням проблеми хронічних захворювань і НІЗ є профілактика й укріплення здоров'я. Згідно з оцінками, приблизно 80 % випадків захворювань серця, інсульту, діабету типу II і 40 % випадків раку можна попередити завдяки заходам, спрямованим на усунення основних чинників ризику.

Робоче місце в міжнародному масштабі розглядається як найсприятливіше середовище для зміцнення здоров'я. Укріплення здоров'я на робочих місцях (УЗРМ) широко рекомендується міжнародними організаціями в численних документах, включно з Оттавською хартією 1986 р., Джакартською декларацією 1997 р., Бангкокською хартією 2005 р. Європейська Комісія визнала питання УЗРМ за важливу мету європейської політики у сфері охорони здоров'я у 2005 р. Третя програма охорони здоров'я ЄС «Здоров'я для зростання (2014–2020)» визнає зв'язок між здоровим старінням і підвищенням частки ППВ на ринку праці.

Політика зміцнення здоров'я є комплексною та охоплює законодавство, фінансові заходи, оподаткування й організаційні перетворення. Програми УЗРМ спрямовані на підвищення фізичної активності та усунення нездорових звичок харчування, підвищення обізнаності щодо здорового способу життя, контролю ваги, зменшення споживання тютюну та алкоголю. Низка країн вжили особливих заходів для ППВ – підвищили частоту медичних обстежень після досягнення певного віку (Бельгія, Угорщина, Італія, Латвія, Люксембург, Португалія, Швейцарія) або звільнили ППВ певного віку від виконання небезпечних і важких робочих завдань (Угорщина, Нідерланди, Португалія, Словенія). У деяких країнах законодавство зобов'язує роботодавців адаптувати умови праці та середовища відповідно до можливостей кожного співробітника [15]. Розповсюдженим профілактичним підходом до збереження працездатності є концепція “work ability” (працездатність), започаткована Фінським інститутом гігієни праці. Інститут визначає підхід

працездатності як «комплекс спільних заходів, вжитих роботодавцями, працівниками та організаціями, для сприяння та підтримки працездатності та функціональних можливостей усіх працівників на всіх етапах своєї кар'єри» [16, с. 1]. Підтримка працездатності містить послуги охорони здоров'я та ранні інтервенції проти професійних хвороб.

Перешкодою до продовження праці в зрілому віці є стрес на робочому місці, який спричиняє гіпертензію, атеросклероз, ішемічну хворобу серця, інсульт, цукровий діабет [16, с. 15] та стає причиною передчасного виходу працівників на пенсію. Відповіддю на проблему стресу на робочому місці у ЄС стало створення Європейської мережі щодо стресу на роботі у 2004 р., яка залучає до діалогу соціальних партнерів (роботодавців та профсоюзи) та визначає обов'язки роботодавців та працівників щодо запобігання, усунення чи зменшення проблем, пов'язаних зі стресом на робочому місці. У Великобританії Служба здоров'я та безпеки – національний регулятор охорони праці – розробила Стандарти менеджменту щодо стресу на робочому місці. Цей підхід спонукає працівників та роботодавців до спільної праці в напрямку виявлення психологічних ризиків та розроблення рішень щодо їхньої мінімізації [18, с. 5]. У Фінляндії Міністерством соціальних справ та здоров'я започатковано проект MASTO, що сприяє УЗРМ, запобігає появам депресії, забезпечує лікування та реабілітацію тих, хто страждає на депресію, та спрямований на зниження випадків непрацездатності, спричинених депресією.

Бар'єром до праці в похилому віці є інвалідність, викликана хронічними хворобами або іншими причинами. З метою створення рівних можливостей, усі європейські країни прийняли законодавство щодо підтримки працевлаштування людей з інвалідністю, що передбачає захист від звільнення, квоти на працевлаштування та зобов'язання роботодавців щодо адаптації робочого місця для людей з обмеженими можливостями. Крім антидискримінаційного законодавства, зобов'язання доповнено фінансовими стимулами для роботодавців, які наймають працівників з обмеженими можливостями або зниженою працездатністю. З метою залучення людей із хронічними хворобами або інвалідністю до роботи створено національні системи реабілітації та повернення до роботи, які передбачають скоординовані дії роботодавців, державних агентств, реабілітаційних та навчальних центрів. Працівники, що відсутні на робочому місці протягом середньо- або довгострокового періоду через хворобу, підлягають реабілітації й підтримці в поверненні до роботи [19, с. 21-24].

Фінансові витрати, пов'язані з поверненням працівника до роботи, можуть також стати перешкодою до утримання ППВ із хронічними хворобами. Для малих і мікропідприємств цей процес ускладнюється через відсутність внутрішніх служб охорони праці або відповідної штатної посади з управління персоналом. Державні агенції із систем реабілітації надають таким підприємствам зовнішню технічну і фінансову допомогу зі складання та реалізації індивідуального плану дій щодо повернення тривало хворих працівників до роботи. У Великобританії програма "Fit for Work" пропонує безоплатну оцінку професійного здоров'я співробітників, які перебувають на лікарняному більше ніж 4 тижні. У Нідерландах приватні підприємства або «реінтеграційні бюро», що спеціалізуються на наданні допомоги з реінтеграції, надають консультації та послуги коучингу роботодавцям із розробки та здійснення плану реінтеграції.

Отже, укріплення здоров'я та збереження працездатності є основним напрямком державної політики стимулювання зайнятості ППВ як на міжнародному, так і національному рівнях. Інструментами політики є державні програми, фінансова та технічна допомога в рамках систем реабілітації, законодавство щодо працевлаштування осіб з інвалідністю, вимоги щодо адаптації робочих місць до вікових змін та потреб, стандарти менеджменту щодо стресу.

Перешкодою працевлаштування на ринку праці для ППВ є дискримінація за віком, яка проявляється в небажанні роботодавців приймати на роботу ППВ, обмеженні можливостей їхнього кар'єрного розвитку, нерівних можливостях навчання та підвищення кваліфікації, незаконному звільненні під час реорганізації або кризи. На усунення трудової дискримінації спрямована політика соціальної справедливості і відсутності дискримінації, важелями впливу якої є інформаційні кампанії, антидискримінаційне законодавство, співпраця й консультації із соціальними партнерами. Законодавство проти дискримінації за віком у тій чи іншій формі діє в 50 країнах. 25 країн-членів ЄС, США, Гайана та Сингапур виділили вік як окрему категорію незаконної дискримінації поряд зі статтю, расою, національністю й інвалідністю, не пов'язуючи його з іншими формами дискримінації [20, с. 19]. У країнах Європи й Австралії держава фінансує інформаційні кампанії й соціальну рекламу на телебаченні, спрямовані на зміну громадської думки та ставлення до людей похилого віку.

Проблему гідного ставлення до ППВ вирішують державні заходи підтримки вікового менеджменту на підприємствах. В Австрії про-

грама консультацій для підприємств, що налічують до 50 осіб, пропонує безоплатні консультації з управління та розвитку персоналу в контексті старіння. У Польщі діє національна програма «Вік плюс – тренінг для компаній», у Бельгії державний «Фонд професійного досвіду» надає компаніям субсидії на розвиток практик управління персоналом з урахуванням потреб осіб 45+ [21, с. 18].

Перешкодою до розповсюдження практик вікового менеджменту є недостатнє усвідомлення бізнесом демографічних змін та брак інформації. На усунення цієї проблеми спрямовані мережі обміну досвідом та успішними практиками між представниками бізнесу та спеціалізованими службами: WAI-Network, Demographic Network (ddn), inqua.de в Німеччині, Центр політики для літніх у Норвегії тощо [22, с. 336]. Зазначимо, що в Україні обізнаність бізнесу щодо вікових проблем та демографічного старіння є нерівномірною. Великі індустріальні виробництва, що мають високу частку персоналу віком 50+, уже зараз опікуються віковими проблемами та відчувають брак кваліфікованого персоналу інженерних, технічних та інструментальних спеціальностей. Невеликі компанії сектору торгівлі, сервісу, програмування ще не відчувають демографічного тиску та не усвідомлюють його ризиків. Широка інформаційна кампанія та обговорення проблем старіння в суспільстві, створення платформ для обміну успішними практиками та досвідом представляються необхідною умовою підготування суспільства до нової демографічної ситуації.

Зацікавлення бізнесу щодо найму та утримання ППВ можливе завдяки соціальному діалогу й залученню соціальних партнерів до обговорення проблем старіння робочої сили. Соціальний діалог в європейських країнах суттєво вплинув на розвиток інноваційних підходів до старіння робочої сили, позбавивши бізнес від омани про потенційний «тягар» ППВ (йдеться про втрату продуктивності та потребу у підтримці) та допоміг перебороти опір профспілок щодо продовження трудового стажу, особливо у часи високого рівня безробіття серед молоді. Соціальні партнери Бельгії, Франції та Люксембурга уклали колективні договори протягом останніх шести років для впровадження планів дій компаній щодо працевлаштування ППВ. Ці колективні угоди спрямовані на досягнення мети підвищення рівня зайнятості працівників у віці від 55 до 64 років відповідно до цілей 2020 року. В угодах цих країн зазначено, що компанії повинні запровадити ряд заходів, спрямованих на сприяння працевлаштуванню ППВ, деякі з яких стосуються здоров'я праців-

ників, умов праці, робочого часу, навичок та кар'єрного росту [23, с. 51].

Зауважимо, що ефективність соціального діалогу залежить від ролі профспілок у політичному процесі, що відрізняється в різних країнах. Так, у країнах із високою щільністю профспілок, як, наприклад, у Фінляндії, Данії і Швеції, де профспілки охоплюють 80 % і більше трудящих, питання захисту ППВ і просування їхньої зайнятості отримують достатньо уваги і включені до колективних угод. [24, с. 303]. У 2011 р. у Фінляндії підписано тристоронню угоду з активного старіння [10, с. 17]. У Норвегії підписано Угоду про інклюзивні робочі місця [25, с. 73].

Отже, залучення соціальних партнерів до діалогу підвищує ефективність державної політики і сприяє донесенню до бізнес-кіл ідей адаптації до старіння робочої сили. В Україні роль соціальних партнерів та профспілок є більше декларативною та не здійснює суттєвого впливу на політичні процеси, отже соціальний діалог із питань вікового менеджменту та адаптації робочих місць не представляється ефективним інструментом стимулювання зайнятості ППВ або потребує розвитку та залучення соціальних партнерів до співпраці.

Бар'єром до продовження праці ППВ у літньому віці є нестача навичок та кваліфікацій для сучасного ринку праці. Розвиток навичок і оновлення кваліфікацій є важливим політичним інструментом підтримки зайнятості ППВ. З віком можливості навчання ППВ на робочому місці скорочуються, оскільки роботодавці вважають інвестиції в навчання ППВ нерентабельними внаслідок наближення виходу на пенсію. Політичні заходи сприяють підвищенню частки ППВ, що беруть участь у навчанні. Державними інструментами стимулювання навчання є фінансова підтримка, спрямована як на роботодавців, так і на працівників, яка здійснюється шляхом прямого субсидування, ваучерів або податкові інструменти: витрати на навчання вираховуються із суми податків до сплати роботодавця або з прибуткового податку працівників [26, с. 30]. Зростає популярність механізмів спільного фінансування навчання, що перекладають відповідальність за розвиток і підвищення кваліфікації на персонал.

Знижує вірогідність працевлаштування у в зрілому віці відсутність формального підтвердження навичок та досвіду, отриманих під час роботи на підприємстві, у разі відсутності відповідного диплому. На вирішення цієї проблеми спрямована легалізація — ідентифікація і формальне визнання компетенцій і навичок, отриманих під час неформального навчання або на робочому місці. У 2012 р.

Європейською радою прийнято рекомендації, що зобов'язують країни-члени ЄС до 2018 р. у обов'язковому порядку запровадити національні системи легалізації знань, отриманих під час неформального навчання [27, с. 3].

Перешкодою участі ППВ у навчанні є брак навичок планування кар'єри й адаптації до змін ринку праці. На вирішення цієї проблеми спрямована ідея «керівництва» ("guidance"), що реалізується у ЄС із 2008 р. та містить набір заходів, спрямованих на виявлення і врахування можливостей, компетенцій та інтересів, прийняття рішень у галузі освіти й навчання, управління життєвим шляхом у будь-якому віці. Керівництво має різні формати — тренінги, консультації в центрах зайнятості або на робочому місці і є необхідним інструментом активного довголіття, що передбачає планування особистого або кар'єрного розвитку [28, с. 53]. Отже, підвищення частки ППВ у навчанні та оновленні навичок можливе завдяки державній підтримці: спільного фінансування, звільнення від оподаткування витрат на навчання, легалізації навичок та знань отриманих неформальним шляхом, керівництва та розвитку навичок кар'єрного планування

Підсумовуючи, зауважимо, що найбільшого розвитку заходи з працевлаштування ППВ та підвищення рівня їхньої зайнятості мають місце у країнах з більш розвинутою інституційною структурою у сфері охорони праці, охорони здоров'я та суттєвою впливовістю та роллю профспілок та соціальних партнерів. Суворі законодавчі норми та розвиненість організаційної інфраструктури у сфері охорони праці прогнозують більшу вірогідність впровадження заходів з поліпшення умов праці та їхньої адаптації до вікових потреб ППВ.

Синтез бар'єрів до продовження економічної активності ППВ та політичних інструментів їхнього подолання представлено в табл. 1.

Як свідчить проведений аналіз та дані табл. 1, продовження зайнятості в похилому віці вимагає розв'язання проблем та подолання бар'єрів у багатьох сферах суспільного життя, що передбачає застосування комплексного підходу до їхнього вирішення. Комплексний підхід означає охоплення державними програмами та регулюванням таких сфер політики: ринок праці, пенсійну систему, систему соціального страхування з безробіття, охорону та гігієну праці, охорону здоров'я, сферу освіти та навчання протягом життя, політику соціальної справедливості та недискримінації.

В Україні вже зроблено деякі кроки в напрямку підвищення економічної активності осіб літнього та передпенсійного віку. Санкційним заходом стало підвищення пенсійного віку.

Таблиця 1

**Політичні інструменти комплексного підходу
до стимулювання зайнятості працівників похилого віку**

Бар'єри зайнятості ППВ	Інструменти політики	Сфера політики
Наявність демотивуючих стимулів у пенсійній системі	Підвищення пенсійного віку; продовження обов'язкового трудового стажу; усунення стимулів до дострокового виходу на пенсію	Пенсійна система
Законодавча норма примусового виходу на пенсію	Скасування офіційного пенсійного віку	
Бажання ППВ працювати у меншому обсязі/ з меншою інтенсивністю	Схеми скорочення робочого часу - поетапний вихід на пенсію (phased retirement), гнучкі пенсії (flexible retirement)	
	Фінансові бонуси за працю до досягнення офіційного пенсійного віку	
	Збільшення пенсійних нарахувань за додатковий час на ринку праці	
Преференції та особливий статус безробітних 50+ як демотивуючий стимул до праці	Реформування системи страхування з безробіття: усунення особливих умов для осіб 50+	Система соціального захисту з безробіття
Більш висока вартість праці ППВ через вислугу років	Стимулювання роботодавців до найму безробітних 50+: субсидування заробітної плати, зниження розміру внесків на страхування з безробіття	Ринок праці
Небажання бізнесу наймати ППВ, неконкурентоздатність ППВ	Державні програми сприяння зайнятості для людей 50+	
Дискримінація з боку роботодавців	Антидискримінаційне законодавство	
Стереотипи та ейджизм	Державні інформаційні кампанії з питань віку та ППВ	Політика соціальної справедливості та недискримінації
Брак інформації та необізнаність про демографічні зміни	Державна підтримка вікового менеджменту на підприємствах	
	Залучення соціальних партнерів до соціального діалогу; укладання тристоронніх угод; секторальні угоди	
	Обмін досвідом, поширення успішних практик вікового менеджменту,	Охорона праці, гігієна труда, охорона здоров'я
Незадовільний стан здоров'я, хронічні хвороби, втрата працездатності	Укріплення здоров'я та управління хворобами на робочому місці; профілактичні огляди	
	Залучення роботодавців до управління трудовспроможністю працівників; підхід працездатності (work ability)	
Інвалідність ППВ	Залучення інвалідів до ринку праці (квоти, антидискримінаційне законодавство, фінансові стимули для роботодавців за найм, скорочення пенсій з інвалідності)	Політика соціальної справедливості та недискримінації
	Національні системи реабілітації та повернення до роботи;	Охорона праці, гігієна труда, охорона здоров'я
Додаткові витрати бізнесу на повернення до праці та реабілітацію ППВ	Державна фінансова та технічна допомога роботодавцям	
Стрес на робочому місці	Програми з управління стресом, стандарти менеджменту щодо стресу	
Вікові зміни та особливі потреби ППВ	Адаптація робочих умов до можливостей та стану здоров'я працівників (ергономіка, відміна складних та шкідливих завдань)	Охорона та гігієна праці
Брак знань, застарілі навички для нових робочих місць	Державна підтримка навчання, інструменти спільного фінансування навчання; податкові знижки на навчання; субсидії та ваучери на навчання	Навчання та освіта протягом життя
Брак формального визнання навичок та досвіду	Легалізація та сертифікація навичок та досвіду, отриманих під час неформального навчання	
Брак навичок з планування кар'єри	Керівництво та консультування щодо управління кар'єрою та навчання	

Джерело: складено автором

У напрямку створення можливостей прийнято законодавство, що забороняє вікову дискримінацію на ринку праці, передбачено квоти на працевлаштування осіб передпенсійного віку.

Продовження праці в літньому віці передбачає адаптацію умов роботи до вікових потреб та їхнє поліпшення. Проте, стан охорони праці в Україні є критичним – майже 30 % працівників працюють в умовах, які не відповідають гігієнічним вимогам. Це відбивається на підвищеному рівні травматизму та професійних захворювань. Застарілість матеріально-технічної бази, брак фінансування в заходи охорони праці, низька ефективність адміністративних заходів та юридичної відповідальності за порушення законодавчих вимог є причиною незадовільного стану умов праці, що сприяють погіршенню здоров'я та прискоренню старіння трудових ресурсів [29, с. 225-226]. Отже, з огляду на сучасний стан у галузі охорони праці, перспективи їхньої адаптації до вікових потреб здаються малоімовірними.

Щодо освіти протягом життя, Україна відстає від провідних країн через відсутність нормативно-правової бази та слабко розвиненої інфраструктури освіти дорослих [30, с. 28]. Законом України про освіту (05.09.2017 № 2145-VIII) передбачено окрему ст.18 про освіту дорослих та створено робочу групу із розробки окремого повноцінного закону про освіту дорослих, який закладе принципи організації, розвитку та фінансування освіти протягом життя для громадян літнього віку. У наступний час є можливість підвищити кваліфікацію за кошт держави для осіб 45+ завдяки ваучерам, але їхня дія має вікові обмеження – скористатися послугою мають особи до досягнення пенсійного віку, тобто цей інструмент врахований на громадян середнього віку. Сеньорам залишаються лише можливості навчання в університетах третього віку або безоплатних курсах при терцентрах.

Важливість збереження здоров'я та активного довголіття населення набуває усвідомлення та актуальності на державному рівні, про що свідчить Стратегія державної політики з питань здорового та активного довголіття населення на період до 2022 року (Розпорядження КМ №10-р від 11.01.2018 р.). Стратегією передбачено концентрацію зусиль у таких напрямках: зміцнення здоров'я та благополуччя громадян, створення сприятливого середовища для активного довголіття, захист прав та залучення до суспільного життя осіб похилого віку [31].

Отже, Україна просувається шляхом до продовження економічної активності осіб літнього віку, проте відстає від провідних країн унаслідок особливостей інституційного розвитку та

недостатніх фінансових можливостей. Перешкодами є незадовільний стан охорони праці, нерозвиненість системи освіти дорослих, наявність трудової дискримінації, відсутність схем гнучких пенсій та гнучких графіків роботи. Низька впливовість профспілок та соціальних партнерів обмежує можливості впливу держави на бізнес у питаннях вікової адаптації умов праці. Проте, прийнята Стратегія державної політики з питань здорового та активного довголіття закладає підґрунтя для подальшої роботи в напрямі продовження праці ППВ.

Висновки з проведеного дослідження.

По-перше, продовження праці в зрілому віці стикається з бар'єрами з боку роботодавців та працюючих. Перешкодами з боку особистості є недостатня мотивація та наявність демотивуючих стимулів, незадовільний стан здоров'я, інвалідність, бажання працювати менше, брак та застарілість навичок для нових робочих місць, відсутність навичок планування кар'єри та адаптації до змін на ринку праці. Бар'єрами до найму ППВ із боку бізнесу є дискримінація, небажання найму внаслідок вищої вартості праці ППВ, небажання інвестувати в навчання та оновлення навичок ППВ, фінансові витрати, пов'язані з інвалідністю та хронічними хворобами ППВ, недостатнє усвідомлення демографічної ситуації та пов'язаних із нею ризиків.

По-друге, саме держава має важелі впливу на всіх учасників ринку праці. Інструменти державної політики, спрямовані на стимулювання зайнятості ППВ та усунення бар'єрів побудовано за принципом стимулів та санкцій. Політичними інструментами усунення перешкод із боку особистості є підвищення пенсійного віку, збільшення трудового стажу, відміна привілеїв для безробітних 50+, фінансові стимули за довшу працю, субсидування робочих місць та державні програми зайнятості для осіб похилого віку, програми збереження здоров'я та працездатності на роботі, національні системи реабілітації та повернення до роботи, програми управління стресом, легалізація навичок та знань, отриманих під час неформального навчання, керівництво в плануванні кар'єри, інструменти спільного фінансування навчання. Бар'єри до зайнятості з боку роботодавців регулюються шляхом прийняття антидискримінаційного законодавства, законодавства з працевлаштування інвалідів, покращення умов праці, інформаційних кампаній та підвищення обізнаності, субсидування за найом безробітних 50+, державних програм зайнятості осіб 50+, програм консультацій та підтримки вікового менеджменту на підприємствах, залучення соціальних партнерів до діалогу, інформаційної та технічної підтримки,

створення мереж з обміну досвідом та успішними практиками.

По-третє, Україна просувається в напрямі продовження праці в літньому віці, але відстає від провідних країн у сфері охорони праці, освіти для дорослих, подолання трудової дискримінації. Перешкодою є відсутність схем гнучких пенсій та графіків роботи. Необхідною умовою досягнення стратегічної мети продо-

вження праці в похилому віці є комплексний підхід, що включає заходи та реформи у сфері пенсійного забезпечення, страхування з безробіття, охорони та гігієни праці, охорони здоров'я, освіти та навчання протягом життя. Підвищення пенсійного віку без заходів збереження працездатності та підтримки здоров'я, поновлення навичок і підвищення кваліфікації ППВ буде неефективним.

Список використаних джерел:

1. Eurostat. Employment rate of older workers, age group 55-64. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tesem050&plugin=1>.
2. Держкомстат. Економічна активність населення за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2017 році. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/rp.htm.
3. Населення України. Імперативи демографічного старіння: монографія. Е. Лібанова, І. Курило, С. Аксьонов. К.: ВД «АДЕФ- Україна», 2014. 288 с.
4. Коломієць О. Регулювання зайнятості літніх людей: від підвищення пенсійного віку до створення умов для реалізації трудового потенціалу. Україна: аспекти праці. 2014. № 2. С. 23-28.
5. Крентовська О. Основні концепції державної політики залучення людей похилого віку до ринку праці. Збірник наукових праць НАДУ при Президентові України. 2010. Вип. 1. С. 210-220.
6. Фойгт Н.А., Канатнікова Ю.О. Сучасний стан продуктивної зайнятості у старшому віці як відображення ефективності політики активного старіння в Україні та країнах Європейського Союзу. Проблеми старения и долголетия. 2016. Т 25. № 4. С. 571-584.
7. PWC Golden Age Index. How well are the OECD economies harnessing the power of an older workforce? – PricewaterhouseCoopers LLP, 2017. URL: <https://www.pwc.co.uk/economic-services/golden-age/pwc-golden-age-index-june2017-final-v2.pdf>.
8. A Global View on the Effects of Work on Health in Later Life / Ursula Staudinger, Ruth Finkelstein, Esteban Calvo et al. // Gerontologist. 2016. Vol. 56. No. S2. P. S281-S292.
9. Eurofond. Employment trends and policies for older workers in the recession. Report of European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. – European Commission publication office, 2012. URL: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2012/labour-market-social-policies/employment-trends-and-policies-for-older-workers-in-the-recession>
10. Eurofound. Role of governments and social partners in keeping older workers in the labour market / T. Feifs, T. Weber, O. Vargas, K. Fric. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2013. 50 p.
11. A comparative review of international approaches to mandatory retirement/ Andrew Wood, Marisa Robertson, Dominika Wintersgill. – Department for Work and Pensions. Research Report No 674. – Norwich, UK: Department for Work and Pensions, 2010. 112 p.
12. OECD. Ageing and Employment Policies (Vieillessement et politiques de l'emploi). Finland. – Paris: OECD Publications, 2004. 128 p.
13. Eurofond. Extending working lives through flexible retirement schemes: Partial retirement / Hans Dubois, Georgiana Runceanu, Robert Anderson. – Luxembourg :Publications Office of the European Union, 2016. 88 p.
14. Профилактика неинфекционных болезней на рабочих местах с помощью рациона питания и физической активности. Доклад ВОЗ / Всемирного экономического форума о совместном мероприятии. – Всемирная организация здравоохранения / Всемирный экономический форум, 2008 г.
15. EU-OSHA, Cedefop, Eurofound, EIGE. Joint report on Towards age-friendly work in Europe: a life-course perspective on work and ageing from EU Agencies. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 90 p.
16. Ilmarinen J. Work ability –a comprehensive concept for occupational health research and prevention. Scandinavian Journal of Work, Environment & Health. 2009. Vol. 35. No 1. P. 1-5.
17. European Agency for Safety and Health at Work. Safer and healthier work at any age. Final overall analysis report / A. Belin, C. Dupont, L. Oulhaj, Y. Kuipers. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. 166 p.
18. The "Management Standards" for stress in large organizations / Nadine Mellor, Phoebe Smith, Colin Mackay et al. // International Journal of Workplace Health Management. 2013. Vol. 6. No. 1. P. 4-17.
19. EU-OSHA. Rehabilitation and return to work: Analysis report on EU and Member States policies, strategies and programmes. – Luxembourg: European Agency for Safety and Health at Work, Publications Office of the European Union, 2016. 94 p.
20. Goshen N. Age discrimination and older workers: Theory and legislation in comparative context / N. Ghosheh. – Geneva : International Labour Organization. 2008. 67 p.

21. Eurofond. Role of governments and social partners in keeping older workers in the labour market / Toms Feifs, Tina Weber, Oscar Vargas, Karel Fric. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2013. P. 50.
22. Sonnet A. Towards More Inclusive Ageing and Employment Policies: The Lessons from France, The Netherlands, Norway and Switzerland / Anne Sonnet, Hilde Olsen, Thomas Manfredi / De Economist. 2014. Vol. 162. P. 315–339.
23. EU-OSHA. Analysis report on EU and member States, policies, strategies and programmes on population and workforce ageing / Alice Belin, Claire Dupont, Yoline Kuipers et al. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, European Agency for Safety and Health at Work, 2016. 170 p.
24. Maltby T. Extending Working Lives? Employability, Work Ability and Better Quality Working Lives. *Social Policy & Society*. 2011. Vol. 10. Issue 3. P. 299–308.
25. OECD. Ageing and Employment Policies. Norway 2013: Working Better with Age. – Paris: OECD Publishing. 2013. 128 p.
26. Falch T. Financing lifelong learning: Funding mechanisms in education and training / Torberg Falch, Hessel Oosterbeek // EENEE Analytical Report No. 10 Prepared for the European Commission. – European Commission Education and Culture, 2011. 40 p.
27. Council of the European Union. Council recommendation on the validation of non-formal and informal learning. *Official Journal of the European Union*, C 398/1, 20.12.2012. – P. 1–5. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:398:0001:0005:EN:PD>
28. EU-OSHA, Cedefop, Eurofound, EIGE. Joint report on Towards age-friendly work in Europe: a life-course perspective on work and ageing from EU Agencies. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 90 p.
29. Романів Л.В., Бабух І.Б. Охорона праці в Україні: проблеми, досвід, перспективи. *Соц.-ек. проблеми сучас. періоду України*. 2014. Вип. 4(108). С. 222–228.
30. Сігаєва Л.Є. Перспективні напрями розвитку освіти дорослих в Україні. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. Серія 16. 2012. Вип. 18. С. 26–29.
31. Про схвалення Стратегії державної політики з питань здорового та активного довголіття населення на період до 2022 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-derzhavnoyi-politiki-z-pitan-zdorovogo-ta-aktivnogo-dovgolittya-naselennya-na-period-do-2022-roku>

Kirnos I.O.

GOVERNMENT POLICY OF THE OLDER WORKERS EMPLOYMENT: FOREIGN EXPERIENCE

The aim of the article is to analyze the government policy of the older workers' employment stimulation. Barriers and obstacles to employment both from the employers and employees' side are chosen to be the criteria for analysis. The main obstacles from the older workers' side are revealed to be an insufficient motivation and existing disincentives, poor health and work ability, disability, outdated skills and knowledge for the modern labor market, lack of formal recognition of the skills received at the workplace, lack of career planning and development skills. Obstacles from the employers' side include age discrimination, mandatory retirement age, unwillingness to invest in older workers training, financial costs of returning to work and rehabilitation. Policy responses in pension reforms, active labor market policy, occupational safety and health, health promotion at the workplaces and lifelong learning are analyzed. It is found that policy towards eliminating obstacles to working longer from the workers' side includes raising the retirement age, cutting privileges for the unemployed 50+, financial incentives for continuing work, subsidizing jobs and state employment programs for the elderly, health promotion programs at the workplaces, rehabilitation and return to work systems, stress management programs, legalization of skills and knowledge acquired during non-formal learning, guidance in career development, subsidizing and co-financing training. The barriers to employment from employers' side are shifted by implementing anti-discrimination legislation, legislation for employers of the workers with disabilities, information and awareness raising campaigns, subsidizing employers for hiring unemployed 50+, government programs for supporting age management at the enterprises, involving social partners to wide dialogue. The need for an integrated approach towards working longer is proved.

Key words: ageing, older workers, retirement, retirement age, working longer, government policy, age management.

УДК 336.221.2

Бутенко В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та моделювання ринкових відносин
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Осіпова М.С.

студентка
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

У статті визначено доцільність регулювання податкової політики, яка буде ефективно впливати на розвиток економіки. Визначено податкові важелі регулювання економічного розвитку держави, досліджено процес функціонування податкової системи як засіб наповнення податкових надходжень до бюджету. Проведено аналіз сучасного стану розвитку податкової політики та впливу її на загальний рівень зацікавленості підприємницьких структур у розвитку тих чи інших галузей. Запропоновано шляхи підвищення податкової політики України шляхом пошуку балансів між інтересами держави та платників податків.

Ключові слова: податки, податкові платежі, податкова система, державний бюджет, реформування податкової системи.

В статье определена целесообразность регулирования налоговой политики, которая будет эффективно влиять на развитие экономики. Определены налоговые рычаги регулирования экономического развития государства, исследован процесс функционирования налоговой системы как средства наполнения налоговых поступлений в бюджет. Проведен анализ современного состояния развития налоговой политики и ее влияния на общий уровень заинтересованности предпринимательских структур в развитии тех или иных отраслей. Предложены пути совершенствования налоговой политики Украины путем поиска балансов между интересами государства и налогоплательщиками.

Ключевые слова: налоги, налоговые платежи, налоговая система, государственный бюджет, реформирование налоговой системы.

Постановка проблеми. Податкова політика в нинішніх ринкових умовах є важелем регулювання економічного розвитку держави, який об'єднує в єдину систему державу та кожного окремо взятого економічного суб'єкта і за суттю своєю являє собою один із найважливіших регуляторів економічної активності населення. Але треба відзначити, що не існує єдиного підходу до розгляду податкової системи як регулюючого чинника впливу на економіку. Доцільнішим буде використання комплексного методу регулювання.

Оподаткування є фінансовою формою відносин між економічними суб'єктами та державою. Система оподаткування має сприяти розвитку національної економіки, посилити вплив на економічний та соціальний розвиток у державі та забезпечити поліпшення інвестиційного клімату. Саме тому доцільне маніпулювання податковим законодавством із боку держави відіграє велику роль у вирішенні

питань із приводу соціально-економічного розвитку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітність підходів до вирішення даного питання вимагає їх дослідження та систематизації. Концептуальні основи податкового регулювання економіки є предметом уваги відомих іноземних і вітчизняних науковців та практиків. Насамперед слід назвати таких класиків економічної думки, як Дж. Кейнс, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Рікардо, А. Сміт та ін. Серед сучасних науковців проблематикою податкового регулювання активно займаються Е. Аткинсон, Д. Б'юкенен, Д. Сакс, Д. Стігліц, С. Фішер та ін. В Україні ці питання досліджують В. Андрущенко, О. Васирик, В. Вишневецький, В. Геєць, А. Даниленко, О. Данилов, А. Крисоватий, Ц. Огонь, А. Соколовська, В. Федосов, С. Юрій та багато інших.

Метою дослідження є аналіз впливу податкової політики на державний розвиток економіки та її регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Податкова політика як регулятор економічного розвитку може реалізуватися на державному рівні та на рівні суб'єктів підприємницької діяльності, макро- і макрорівні відповідно.

Розглядаючи макрорівень, доцільно сказати, що податки за своєю суттю та податкова політика загалом впливає на загальний рівень попиту, який може бути споживацьким, до складу якого належать, наприклад, податок на доходи фізичних осіб, загальний рівень попиту в країні (податок на прибуток підприємств) та загальний рівень цін (акциз). Саме тому податкову політику доречно використовувати під час вирішення багатьох питань, до яких передусім належить стабільність розвитку економіки держави.

Щодо мікрорівня впливу податків, то за будь-яких умов держава шляхом регулювання та диференціації певних умов оподаткування може впливати на загальний рівень зацікавленості підприємницьких структур у розвитку тих чи інших галузей.

Саме через оподаткування формуються фонди, за рахунок яких держава:

- фінансує деякі витрати на просте і розширене відтворення у народному господарстві;
- фінансує соціальні програми: пенсійного і соціального забезпечення, освіти, охорони здоров'я та ін.;
- забезпечує свою оборону і безпеку;
- утримує законодавчі, виконавчі та судові органи державної влади й управління;
- надає кредити і безоплатну допомогу іншим країнам [1].

Податкова політика держави ґрунтується на таких принципах:

- сума сплаченого податку повинна бути еквівалентною вартості отримуваних від держави благ і послуг;
- об'єктом оподаткування може бути тільки дохід, а не його джерело і розмір витрат;
- податок має бути пропорційним доходу;
- всі податки повинні мати цільове призначення;
- умови оподаткування мають бути простими і зрозумілими платникам;
- платники податків мають бути проінформовані урядом про використання сплачених ними податків;
- нові податки вводяться тільки на покриття відповідних витрат, а не для ліквідації бюджетного дефіциту [2].

Щодо здатності наповнення державного бюджету податками, то порівняно з неподатковими надходженнями їхня частка в бюджеті України значно переважає (рис. 1).

Розглядаючи доходи бюджету України, доцільно представити обсяг наповнення зведеного бюджету окремими, найбільш суттєвими податками з погляду їх місця у державному плані (рис. 2).

Щодо країн із розвинутою економікою, у тому числі членів Європейського Союзу, значною мірою вони опираються на пряме оподаткування, найвище фіскальне значення має податок на доходи фізичних осіб, фіскальна ефективність якого прямо залежить від показника валового внутрішнього продукту на душу

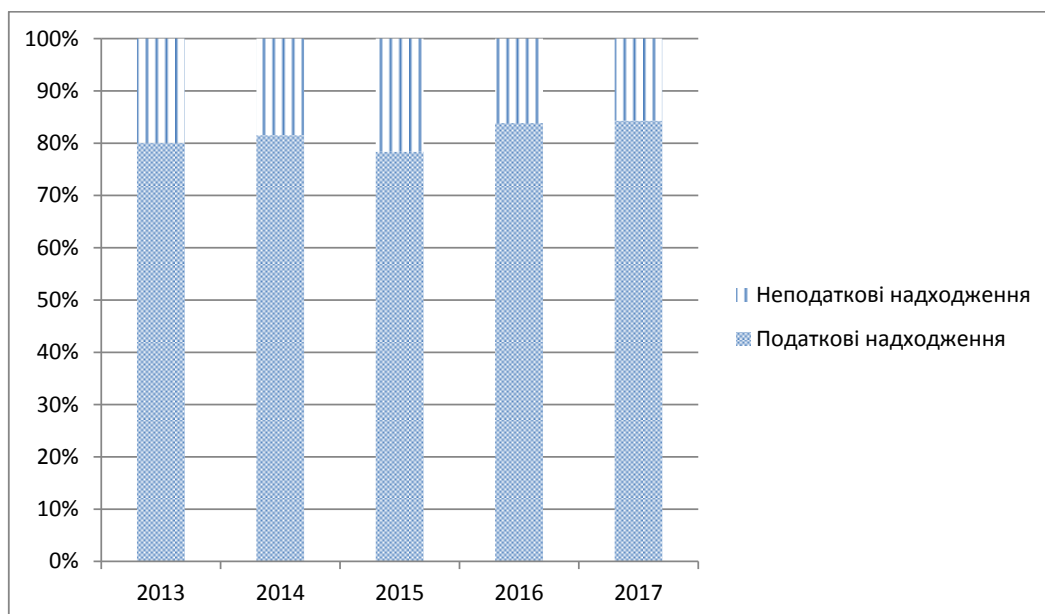


Рис. 1. Податкові та неподаткові доходи державного бюджету України за 2013–2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

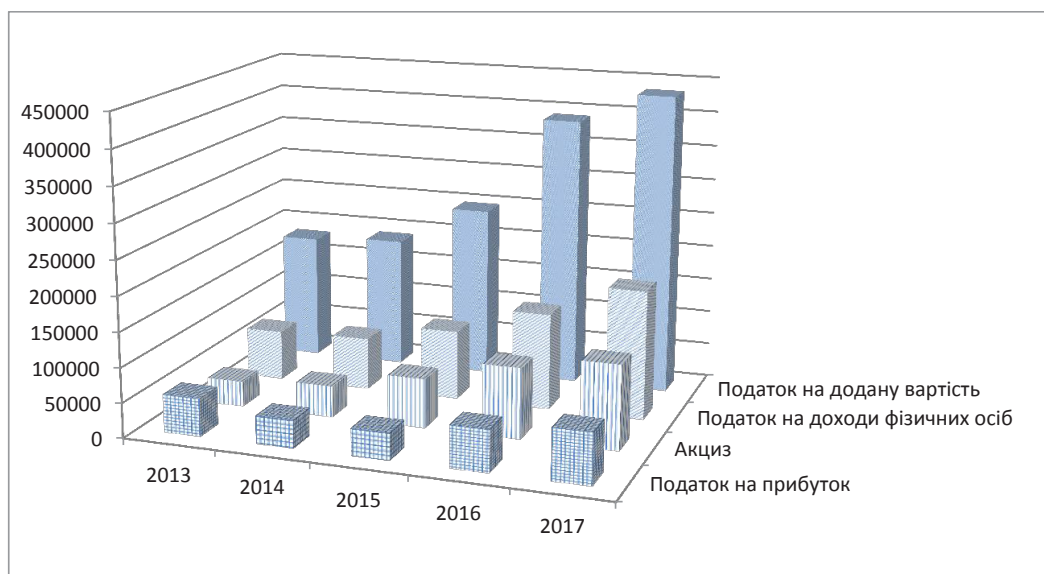


Рис. 2. Податкові джерела наповнення державного бюджету України за 2013–2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

населення. Водночас емпіричний досвід свідчить, що «оптимальна» модель структури оподаткування адаптується до різних стадій економічного розвитку і не є універсальною. Для країн з економікою, що розвивається, характерною особливістю є превалювання податків на споживання у структурі системи оподаткування, податок на додану вартість є домінуючим із позиції формування надходжень до бюджету. Наприклад, у Європейському Союзі податки на споживання переважають у структурі бюджетних надходжень у таких розвинутих країнах, як Австрія, Франція, Чехія, а також у країнах, що розвиваються, таких як Польща, Литва, Естонія, Латвія, Болгарія, Словаччина, Угорщина. Заслугує на увагу тенденція до зростання ставок податку на додану вартість, загалом для країн Європейського Союзу за останні п'ятнадцять років ставка збільшилася на понад 2 відсоткових пункти та в середньому становить 21,6%. Реалізація зазначеного супроводжувалася сукупністю компенсаторних заходів податкової політики щодо протидії наслідкам глобальної економічної рецесії [5].

Важливим чинником під час застосування податкової політики як регуляторного важеля економічного розвитку є низка обмежень щодо використання податкової політики як регулюючого чинника:

1) податкова політика не в змозі вирішити всі питання з приводу економічного розвитку. Доцільним прикладом виступає проведення Національним банком України грошово-кредитної політики в разі потреби в стриманні

інфляційних процесів у країні і стабілізації національної валюти загалом;

2) неможливо з точністю передбачити, до яких наслідків призведе та чи інша маніпуляція у сфері оподаткування, оскільки податкова система знаходиться у взаємозв'язках і взаємозалежностях з економічною системою, кожна з яких перебуває у постійному розвитку;

3) зміни, що вносяться до Податкового кодексу України та у сфері оподаткування, загалом не відповідають потребам часу, тобто приймаються запізно, саме тому податковій системі бракує мобільності [6];

4) податкова політика насамперед розглядається як засіб поповнення державних доходів шляхом вилучення податків із населення, а не з погляду її забезпечення відтворювального процесу.

Крім того, розглядаючи податкову політику, доцільно проаналізувати її ефективність, по-перше, з погляду стягнення податків та інших обов'язкових платежів (кількісна характеристика), а по-друге, з погляду її можливостей у забезпеченні вирішення проблем соціально-економічного характеру (якісна характеристика) [7].

До кількісних характеристик належать такі показники:

- обсяг стягнених податків до державної скарбниці за певний період;
- величина бюджетного дефіциту та кількість часу, за який державний борг підлягає збільшенню;
- кількість фінансових ресурсів, спрямованих на погашення державного боргу;

- контроль над виконанням певних нормативно-правових актів у сфері оподаткування;
- обсяг державних податкових надходжень за рік у співвідношенні до попереднього року.

До якісних характеристик функціонування податкової політики належать:

1) здатність податкової політики збільшити кількість доходних джерел. Ця характеристика реалізується через зміни в податковому законодавстві, наприклад розширення податкової бази, введення нових податкових платежів;

2) визначення податковою політикою нової податкової бази – розширення кола податкової бази дасть змогу державі підвищити кількість податкових надходжень до державного бюджету, при цьому не підвищуючи податкові ставки;

3) дотримання мінімального терміну щодо сплати податків. Тобто в разі інфляційних процесів у країні реальна цінність сплачених не в той час податків може суттєво знизитися, тому задля забезпечення своєчасного поповнення державної скарбниці необхідно ввести певну систему податкових штрафів;

4) раціональне стимулювання податковими регуляторами. Дана характеристика передбачає надання податкових пільг виходячи лише з певної необхідності щодо стимулювання окремих виробничих галузей, важливість яких зумовлена державними пріоритетами. Тобто, стимулюючи певну галузь податковими пільгами, держава має можливість експортувати певну продукцію, вироблену саме завдяки маніпулюванню у сфері податків.

Також важливим є те, що в останні роки українська податкова політика спрямована на збільшення обсягів у сфері непрямого оподаткування (кількісна характеристика). Це, своєю чергою, сприяє державним інфляційним процесам та регресивно впливає на виробничу сферу, оскільки суттєво впливає на ціноутворення та негативно позначається на незахищених верствах населення.

Проте спрямованість податкової політики на непрямі податки має низку переваг, до яких належать насамперед: регулярний характер податкових платежів, швидкість податкових надходжень до державного бюджету, стримання шкідливих для людини товарів, відкритість податкових зобов'язань кожного суб'єкта. Саме від непрямих податків більш складно ухилитися, з одного боку, та з іншого – легкість у контролюванні шляхом уведення реєстраторів щодо розрахункових операцій.

Варто зазначити, що в практичному аспекті досить складно оцінити вплив податкової політики на рівень та темпи росту реального валового внутрішнього продукту. Певні заходи

податкової політики, що спрямовані на інтенсифікацію ділової активності економічних агентів, за умов рецесії апіорі мають мати короткостроковий ефект, але водночас є підмогою для довгострокового економічного зростання. Елементи податкової системи здебільшого чинять вплив на економічний розвиток у довгостроковому періоді, зокрема це стосується фіскального регулювання у сфері інвестицій, значень податкових ставок та кількості часу на заповнення податкової звітності у веденні підприємницької діяльності. Стабільність податкової системи багато в чому визначає наміри економічних агентів щодо реалізації своєї діяльності. Інституційні засади розвитку підприємництва, дія механізмів захисту прав власності, прозорий механізм адміністрування податків, а також помірність їх ставок у розрізі груп платників є визначальними умовами для прийняття рішень щодо інвестування у проекти та розвиток бізнесу. Податкова система України з початком її створення перебуває у стані постійної трансформації, пошуку балансів між інтересами держави та платників податків, дифузії лібералізму та консервативного типу західноєвропейської моделі. Зазначене відображається у частій зміні кількості податків, їх ставок, зміни порядку їх адміністрування, адаптації зарубіжного досвіду без відповідної апробації та розрахунку прогнозованої величини результативності впроваджуваних заходів [5].

Таким чином, із першого погляду, такий масштабний регуляторний чинник, як податкова система, насправді не є дієвим, оскільки на сьогодні в нашій податковій сфері досить багато значних недоліків.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, нині податкова політика є досить доцільним регулятором розвитку економіки держави, оскільки саме вона об'єднує державу та всіх громадян в єдину систему. Порівняно з іншими джерелами поповнення державного бюджету саме податки відіграють у цьому ключову, вирішальну роль за рахунок обсягу поступлень.

Щодо податків, обсяг яких у державній скарбниці переважає, то до них належать податок на додану вартість, податок на доходи фізичних осіб, акциз та податок на прибуток. Саме вони формують основну частину податкових поступлень до державного бюджету України щорічно, тому державним органам влади необхідно підвищити рівень функціонування цих податків, вдосконалити відповідно до зарубіжного досвіду певні податкові риси щодо стягнення даних поступлень, що підніме їх фіскальну ефективність на більш високий рівень, поліпшити систему контролю над стягненням податкових платежів.

Проте потрібно відзначити, що податкова політика не в змозі вирішити всі питання з приводу регулювання та стимулювання державного розвитку, тому доцільно дотримуватися обмежень із погляду розгляду податків як регулюючого чинника.

Щодо податкової політики України, то сьогодні вона є досить недосконалою, а тому потребує певних регуляторів стимулювання та вдосконалення.

Таким чином, використання податкової політики як важеля впливу на розвиток еко-

номіки держави є досить доцільним засобом, оскільки саме вона є основним джерелом поповнення державної скарбниці. Провівши аналіз сучасного стану розвитку податкової політики та її впливу на загальний рівень зацікавленості суб'єктів підприємницької діяльності в розвитку певних окремо взятих галузей, можна дійти висновку про те, що для якісного підвищення рівня податкової політики України необхідною умовою є пошук балансу між інтересами держави та платників податків.

Список використаних джерел:

1. Третьякова О.В. Вплив податкової політики на економічний стан та подальший розвиток країни. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. № 5. С. 147–149.
2. Ільяшенко В.А. Податкова політика в системі регулювання соціально-економічного розвитку держави. Економіка та держава. 2013. № 8. С. 22–24.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Міністерство фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua>.
5. Рубан М.О. Податкова політика як інструмент регулювання економічного розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 13. С. 105–109.
6. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
7. Взаємозв'язок та взаємодія податкової політики з елементами та інструментами державного регулювання економіки. URL: http://pidruchniki.com/67077/ekonomika/vzayemozvyazok_vzayemodiya_podatkovoyi_politiki_elementami_instrumentami_derzhavnogo_regulyuvannya_ekonomiki.

Butenko V.V., Osipova M.S.

TAX POLICY AS A MEANS OF REGULATION OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE

So, for today the tax policy is a sufficiently appropriate regulator of the development of the state's economy, since it unites the state and all citizens into a single system. In comparison with other sources of replenishment of the state budget, it is taxes that play a key, decisive role due to the volume of revenues.

Concerning taxes, the amount of which in the state treasury prevails, so they include value added tax, personal income tax, excise tax and profit tax. They form the main part of tax revenues to the state budget of Ukraine every year, therefore, the state authorities need to increase the level of functioning of these taxes, improve in accordance with foreign experience certain tax features in collecting these revenues, which will bring their fiscal efficiency to a higher level, improve the system control over the collection of tax payments.

However, it should be noted that the tax policy is not able to resolve all issues related to regulation and stimulation of state development, therefore it is advisable to adhere to restrictions in terms of considering taxes as a regulatory factor. According to the tax policy of Ukraine, nowadays it is very imperfect, and therefore requires certain incentive and improvement regulators, in particular:

- needing of manifestations of tax discrimination, forming responsible attitude of payers to the performance of their tax obligations;
- increase fiscal efficiency of taxes, improve administration, reducing the scale of tax evasion;
- increase of the regulatory potential of the tax system on the basis of introduction of innovation-investment preferences for tax on profit enterprises.

Thus, the use of tax policy as a lever for influencing on the development of the state's economy is a sufficiently expedient means, since it is the main source of replenishment of the state treasury. Having analysed the current state of development of tax policy and its impact on the general level of interest of business entities in the development of certain individual industries, we can conclude that in order to raise the level of Ukraine's tax policy, a necessary condition is to find a balance between the interests of the state and taxpayers.

Key words: taxes, tax payments, tax system, state budget, reform of the tax system.

Горідько О.В.

студентка

Університету митної справи та фінансів

Якимова В.І.

студентка

Університету митної справи та фінансів

Новікова Л.Ф.

доцент кафедри грошового обігу та банківської справи

Університету митної справи та фінансів

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

У статті проведено узагальнення основних завдань економічних реформ банківського сектору економіки, проаналізовано показники діяльності банківської системи України у 2014–2016 рр., окреслено основні проблеми діяльності вітчизняного банківського сектору та завдання, вирішення яких сприятиме стабілізації та ефективізації його діяльності. Аналіз стану вітчизняного банківського сектору дав змогу виявити основні проблеми, вирішення яких сприятиме підвищенню фінансової стійкості та надійності банківського сектору. Динаміка обсягу депозитів від фізичних осіб є висхідною, що свідчить про підвищення довіри до суб'єктів української банківської системи. Динаміка структури наданих клієнтам кредитів протягом аналізованого періоду порівняно стійка. Сучасний ринок України відображає новий підхід до господарювання, де підприємництво полягає саме в оцінці прибутковості певної послуги, проекту чи товару з поєднанням ефективності використання банківських ресурсів. Така модель є відображенням принципу міжнародної практики.

Ключові слова: банк, банківська діяльність, банківська система, реформування банківської системи, сталий розвиток, реформа.

В статье проведено обобщение основных задач экономических реформ банковского сектора экономики, проанализированы показатели деятельности банковской системы Украины в 2014–2016 гг., определены основные проблемы деятельности отечественного банковского сектора и задачи, решение которых будет способствовать стабилизации и эффективизации его деятельности. Анализ отечественного банковского сектора позволил выявить основные проблемы, решение которых будет способствовать повышению финансовой устойчивости и надежности банковского сектора. Динамика объема депозитов от физических лиц является восходящей, что свидетельствует о повышении доверия к субъектам украинской банковской системы. Динамика структуры предоставленных клиентам кредитов в течение рассматриваемого периода сравнительно устойчивая. Современный рынок Украины отражает новый подход к хозяйствованию, где предпринимательство заключается именно в оценке доходности определенной услуги, проекта или продукта с сочетанием эффективности использования банковских ресурсов. Такая модель является отражением принципа международной практики.

Ключевые слова: банк, банковская деятельность, банковская система, реформирование банковской системы, устойчивое развитие, реформа.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки України характеризується деструктивним впливом соціально-економічних, політичних, інституційних факторів. Тому великого значення набуває стабілізація функціонування банківського сектору як ключового суб'єкта сталого розвитку економічної системи держави загалом. Тільки через ефективну банківську систему можна здійснити реструктуризацію економіки, якої так потребує Україна.

Підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом стало вирішальним поштовхом до реформування фінансового сектору економіки. Вибір європейської моделі

розвитку та розбудови фінансового сектору, здатного забезпечити подолання кризових явищ та побудувати ринкове конкурентоспроможне середовище, потребував системного вирішення низки питань, таких як стрімке зростання частки проблемних активів на балансах банків, суттєвий відтік депозитів, згортання кредитування, суттєве погіршення якості кредитних портфелів, скорочення власного капіталу, збиткова діяльність тощо.

Проведення так званого «очищення» банківської системи привело до суттєвих наслідків як для банків, так і для всієї економіки країни. Аналіз динаміки основних показників діяльності банків

набуває важливості та актуальності, адже є ката- лізатором ефективності впровадження реформ і на практиці показує їх результативність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню реформування та актуальним питанням функціонування банківського сек- тору економіки в умовах впливу дестабіліза- ційних факторів присвячені роботи багатьох теоретиків та практиків банківської справи: Л.О. Примостки, Я.І. Чайковського, Т. Смов- женко, І. Кравченко, Г. Багратян, Я.С. Головіної, А.А. Гриценко, С.М. Ксьондза та А.П. Степаши- ної, Т.І. Євченко та ін.

Метою статті є визначення результатів упровадження реформ на діяльність банків- ської системи України. Завдання дослідження полягає в аналізі динаміки основних показни- ків діяльності банків України у 2015–2017 рр. та окреслення подальших тенденцій і перспектив функціонування банківського сектору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банківська система України сьогодні перебуває у процесі посткризового відновлення. Фінан- сова криза показала нездатність банківської системи України подолати несприятливі явища в економіці та її потребу в запровадженні низки реформ, спрямованих на стабілізацію стану банківського сектору.

Сьогодні основними документами, що кори- гують курс розвитку вітчизняного банківни- цтва, визначають принципи його структурної перебудови, є «Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року» [1], що була оновлена у 2017 році згідно з рішенням НБУ № 28, та «Засади стратегічного реформу- вання державного банківського сектору до 2025 року» [2]. Ці програми реформ генеру- ють основні завдання, які ставить держава для комплексного сталого розвитку економіки загалом і банківського сек- тору зокрема [3]:

- виведення з ринку непла- тоспроможних банків;
- підвищення капіталізації;
- розкриття власників;
- очистка від «сміттєвих» активів;
- захист кредиторів, спожи- вачів та інвесторів;
- відновлення довіри;
- розвиток інфраструктури;
- очищення фінансового сектору;
- перезавантаження фінан- сового сектору;
- створення передумов для довгострокового сталого роз- витку фінансового сектору.

Щодо збільшення капіталізації, то ця ціль була підкріплена Постановою НБУ № 242 від 7 квітня 2016 р. [4], відповідно до якої банки, статутний капітал яких не відповідає вимогам частини першої статті 31 Закону України «Про банки і банківську діяльність», зобов'язані змі- нити його розмір відповідно до вимог цього закону. Через це велику кількість банківських установ, що не відповідала вимогам зазна- ченої Постанови та Закону України «Про бан- ківську діяльність», було ліквідовано, а деякі з них перебувають у процесі санації. Динаміку кількості діючих банківських установ протягом досліджуваного періоду показано на рис. 1:

Станом на 01 січня 2018 р. ліцензію НБУ мали 82 банківські установи (в т.ч. 38 банків з іноземним капіталом). На кінець 2017 року кількість функціонуючих банківських установ скоротилася на 15% проти 2016 р. та на 30% проти 2015 р.

Загалом на кінець 2017 року кількість плато- спроможних банків скоротилася на 14. З них 8 установ було виведено з ринку через недо- тримання вимог до капіталу, 1 – через непро- зору структуру власності, 4 – припинили діяль- ність без ліквідації юридичної особи, 1 банк було приєднано до іншого, 95 банків знахо- дяться у стадії ліквідації.

Протягом аналізованого періоду в струк- турі власності банківської системи України (далі – БСУ) відбувалися значні перегруп- вування. Внаслідок переходу системного ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» у стовідсоткову власність держави частка державних банків в струк- турі активів БСУ значно зросла та станом на 01.01.2018 р. становила 52%. Частка банків з приватним українським капіталом становила близько 13%, банків іноземних банківських груп – 35% (рис. 2).

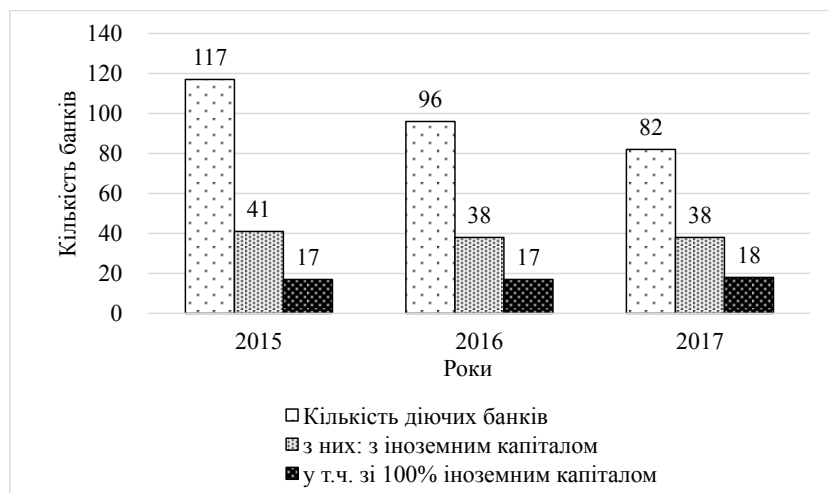


Рис. 1. Динаміка зміни кількості банків у 2015–2017 рр.

Джерело: складено авторами на основі [5; 6; 7]

Активи українських працюючих банків на початок 2016 р. становили 1,254 трлн. грн., а на початок 2018 р. – 1,336 трлн. грн. (протягом року активи збільшилися на 0,065 трлн. грн., або на 6,5%). Динаміка зміни обсягу активів протягом 2015–2017 рр. наведена в табл. 1.

Щодо кредитного ринку, то його розвиток можна охарактеризувати показниками, наведеними у таблиці 2. Показники 2015–2017 років відображені без урахування коригуючих річних проводок, у тому числі за результатами зовнішнього аудиту НБУ.

Обсяг наданих кредитів у 2017 р. порівняно з 2015 р. зріс на 35 млрд. грн., або на 3,4%. Дина-

міка структури наданих клієнтам кредитів протягом аналізованого періоду порівняно стійка: масова частка кредитів, наданих юридичним особам, становить більш ніж 80%, хоча і відбувається її коливання з 831 млрд. грн. у 2015 р. до 870 млрд. грн. у 2017 р. Обсяг кредитів, наданих фізичним особам, зменшився протягом 2015–2017 рр. на 1,1 в.п.

Проаналізувавши основні показники розвитку депозитного ринку України (табл. 3), можемо сказати, що обсяг залучених коштів протягом 2015–2017 рр. зріс на 162 млрд. грн. або на 1,9%. Динаміка обсягу депозитів від фізичних осіб є висхідною, що свідчить про підвищення довіри до суб'єктів української банківської системи.

За підсумком 2017 р. 40 із 82 функціонуючих банків отримали збитки на загальну суму 40,284 млрд. грн. З цієї суми більш ніж 57% (22,966 млрд. грн.) припадає на ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». Інші банківські установи, що завершили 2016 р. із додатним результатом діяльності, отримали сукупно 15,92 млрд. грн. прибутку.

Серед найбільш прибуткових за підсумком 2017 р. банків були здебільшого фінансові установи з іноземним капіталом – «Райффайзен Банк Аваль», «УкрСиббанк», «Креді Агріколь Банк», «Сітібанк» [8].

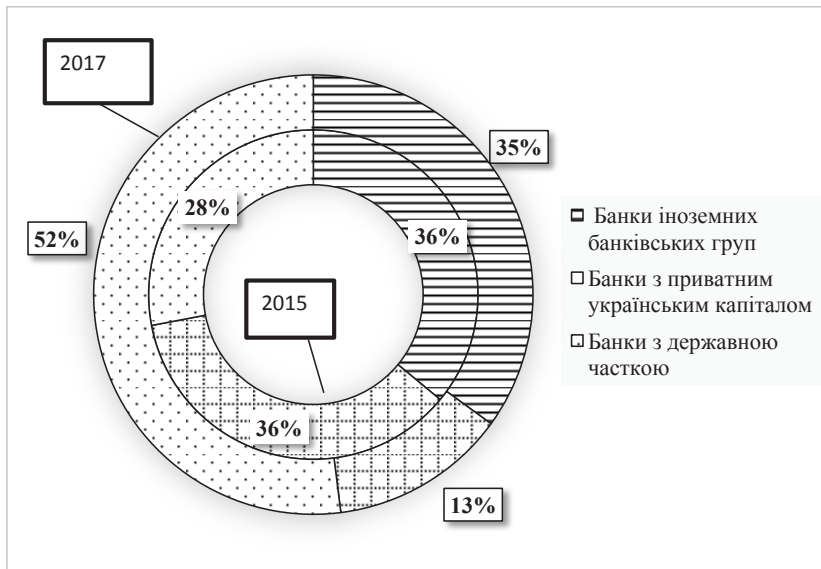


Рис. 2. Динаміка структури власності активів банківської системи України у 2015–2016 рр.

Джерело: складено авторами на основі [5; 6; 7]

Таблиця 1

Динаміка структури активів банківської системи у 2015–2016 рр.

Показник	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018
Активи, млн. грн	1 254 385	1 256 299	1 336 358
Активи в іноземній валюті, млн. грн	581 701	519 058	506 533
Загальні активи (не скориговані на резерви за активними операціями), млн. грн	1 571 411	1 737 272	1 848 333
з них: нерезиденти, млн. грн	197 021	190 664	173 077
Загальні активи (не скориговані на резерви за активними операціями) в іноземній валюті, млн. грн	799 842	788 253	755 091

Джерело: складено авторами на основі [5; 6; 7]

Таблиця 2

Динаміка показників розвитку кредитного ринку України у 2015–2017 рр.

Показник	2015		2016		2017	
	млрд. грн	питома вага, %	млрд. грн	питома вага, %	млрд. грн	питома вага, %
Кредити, надані клієнтам:	1007	100,0	1004	100,0	1 041	100,0
фізичним особам	176	17,5	157	15,7	171	16,4
юридичним особам	831	82,5	847	84,3	870	83,6

Джерело: складено авторами на основі [5; 6; 7]

Таблиця 3

Динаміка структури ринку депозитів України у 2014–2016 рр.

Показник	2014		2015		2016	
	млрд. грн	питома вага, %	млрд. грн	питома вага, %	млрд. грн	питома вага, %
Зобов'язання банків	1151	х	11323	х	1173	х
кошти фізичних осіб (з ощадними (депозитними) сертифікатами)	402	35	437	39	479	41
кошти юридичних осіб	319	28	370	33	404	34

Джерело: складено авторами на основі [5; 6; 7]

Загалом, можна виділити такі проблеми функціонування банківської системи, як [9, 10]:

– скорочення кількості банків: зі 117 у 2015 р. до 82 у 2017 р.;

– значний відтік депозитів через «дедоларизацію»: навіть найбільш надійні банки через ризики не готові працювати з валютою. Окремі надійні банки за доларовими депозитами дають символічні 0,01%, виконуючи лише роль «сейфа». Проте навіть за таких умов доларизація вкладів зросла на 1,4% через ефекти послаблення гривні;

– висока частка непрацюючих кредитів;
– дороговизна кредитних ресурсів та законодавча незахищеність кредиторів в Україні;

– низький рівень ризик-менеджменту більшості банків. Як показали результати 2015–2017 рр., багато банків України не приділяли належної уваги управлінню кредитним ризиком та ризиком ліквідності, що призвело до зростання проблемної заборгованості в кредитному портфелі і неможливості виконувати свої зобов'язання в строк;

– генерування банківською системою України збитків.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, у статті нами розглянуто головні

тенденції у реформуванні банківської системи України, проаналізовано основні показники діяльності банківського сектора економіки, окреслено проблеми, що характерні проаналізованому періоду функціонування вітчизняної банківської системи.

Загалом для підвищення ефективності та вдосконалення функціонування БСУ необхідно здійснити такий комплекс заходів:

– підвищити рівень капіталізації банків через залучення додаткового акціонерного капіталу;

– підвищувати показники ліквідності банків шляхом удосконалення інструментарію регулювання ліквідності та перегляду нормативів ліквідності, цьому сприятиме введення у 2018 році нового нормативу ліквідності LCR;

– активно розвивати і впроваджувати ризик-менеджмент як ефективний інструмент реагування та попередження системного ризику;

– підвищити рівень консолідації банків шляхом підвищення якості та конкурентоспроможності банківських послуг.

Аналіз стану вітчизняного банківського сектору дав змогу виявити основні проблеми, вирішення яких сприятиме підвищенню фінансової стійкості та надійності банківського сектору.

Список використаних джерел:

1. Національний банк спільно з Нацкомісією з цінних паперів та фондового ринку; Нацкомісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Міністерства фінансів; Фондом гарантування вкладів фізичних осіб; професійними асоціаціями (НАБУ, УФУ тощо) та інші. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року [Електронний ресурс]. 14.07.2015 р. м. Київ. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>.

2. Національний банк спільно з Нацкомісією з цінних паперів та фондового ринку; Нацкомісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг; Міністерства фінансів; Фондом гарантування вкладів фізичних осіб; професійними асоціаціями (НАБУ, УФУ тощо) та інші. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року (оновлена) 16.01.2017 р. м. Київ. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43352266>.

3. Семенча І.Є. Фінансовий стан банку у розрізі реформування банківської системи України [Текст] / Ілона Євгенівна Семенча, Олексій Володимирович Письменний // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О.В. Ярошук (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. Том 27. № 2. С. 122–129.

4. Постанова «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України» від 17.04.2016 р. № 242 / Національний банк України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0242500-16>.

5. Річний звіт Національного банку України за 2015 рік / Департамент статистики та звітності Національного банку України. URL: [http:// www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
6. Річний звіт Національного банку України за 2016 рік / Департамент статистики та звітності Національного банку України. URL: [http:// www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
7. Річний звіт Національного банку України за 2017 рік / Департамент статистики та звітності Національного банку України. URL: [http:// www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
8. Названі найбільш збиткові і прибуткові банки 2017 року. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/02/8/633889/>.
9. Банківський сектор України: реалії та перспективи. URL: <http://www.vashbankir.com/financial-literacy/articles/bankovskiy-sektor-ukrainy-realii-i-perspektivy.html?hl=uk>
10. Банківська система: НБУ підвів підсумки 2017 року та окреслив ризики 2018 року. URL: [http:// finbalance.com.ua/news/](http://finbalance.com.ua/news/).

Goridko O.V., Yakymova V.I., Novikova L.F.

ANALYSIS OF MAIN INDICATORS OF BANKS ACTIVITIES IN THE CONDITIONS OF REFORMING BANKING SYSTEM OF UKRAINE

The article summarizes the main tasks of the economic reforms of the banking sector of the economy, analyzes the performance of the banking system of Ukraine in 2014-2016, outlines the main problems of the domestic banking sector and the tasks that will contribute to stabilization and effectiveness of its activities.

Ukraine's banking system is currently in the process of post-crisis recovery. The financial crisis has shown the inability of the banking system of Ukraine to overcome the adverse developments in the economy and its need for a series of reforms aimed at stabilizing the banking sector.

The bank system of Ukraine has undergone significant changes, in particular in terms of liquidity and profitability. The prospect and development of banks in Ukraine depends not only on the state of the economy, but also on the political and social situation in the country. And this dependence also manifests itself in creating a competitive environment, proper control and regulation system.

An analysis of the state of the domestic banking sector made it possible to identify the main problems, the solution of which will increase the financial stability and reliability of the banking sector. The dynamics of deposits from individuals is rising, which indicates an increase in confidence in the subjects of the Ukrainian banking system. The dynamics of the structure of loans granted to clients during the analyzed period is relatively stable. The modern Ukrainian market reflects a new approach to business, where entrepreneurship is precisely in assessing the profitability of a particular service, project or product, with the combination of the efficiency of using bank resources. Such a model reflects the principle of international practice.

Today, the banking system is being purged and, in order to accelerate the improvement of the banking sector, it is necessary: to increase the level of capitalization of banks, to actively develop risk management, to increase the level of consolidation of banks, to increase the liquidity of banks.

Key words: bank, banking, banking system, reform of the banking system, sustainable development, reform.

Лютік О.М.асистент кафедри публічних, корпоративних
фінансів та фінансового посередництва
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича**Лисак Д.С.**студент
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

ВПЛИВ КРЕДИТІВ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФІНАНСОВУ ПОЛІТИКУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто особливості співпраці України з провідними міжнародними фінансовими організаціями, розглянуто умови та особливості надання кредитів МФО суб'єктам господарювання у сфері теплопостачання для фінансування інвестиційних проектів. Проаналізовано проблеми щодо залучення та повернення кредитних ресурсів. Запропоновано шляхи розширення міжнародного фінансового співробітництва в частині підвищення ефективності кредитної співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями для реалізації інвестиційних проектів. Підведено підсумок, що існуюча система дозволяє повною мірою відображати в державному бюджеті запозичення від міжнародних фінансових організацій, які використовуються як джерела фінансування економіки держави.

Ключові слова: міжнародні фінансові організації, кредитні ресурси, інвестиції, інвестиційні проекти, Міжнародний валютний фонд, Світовий банк.

В статье рассмотрены особенности сотрудничества Украины с ведущими международными финансовыми организациями, рассмотрены условия и особенности предоставления кредитов МФО субъектам хозяйствования в сфере теплоснабжения для финансирования инвестиционных проектов. Проанализированы проблемы по привлечению и возврату кредитных ресурсов. Предложены пути расширения международного финансового сотрудничества в части повышения эффективности кредитного сотрудничества Украины с международными финансовыми организациями для реализации инвестиционных проектов.

Ключевые слова: международные финансовые организации, кредитные ресурсы, инвестиции, инвестиционные проекты, Международный валютный фонд, Всемирный банк.

Постановка проблеми. Сучасна глобалізація сприяє відкритості національних економік, активізує їх зовнішньоекономічні відносини. Україна реалізує свою стратегію інтеграції у світовий економічний простір. Одним з важливих заходів у цьому напрямі, який вона здійснює – це формування співробітництва із різними міжнародними організаціями, у тому числі фінансовими, адже вони відіграють важливу роль як у регулюванні світової економіки, так і в допомозі економічного розвитку окремих країн світу. Тому питання кредитних відносин України із міжнародними фінансовими організаціями є актуальним, а його дослідження має значний науковий і практичний інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на важливість питання впливу зовнішньоекономічних відносин співпраці України із міжнародними фінансовими організаціями, та їх впливу на фінансову політику держави, його досліджували цілий ряд вчених. Наприклад, П. Куцик, О. Ковтун, Г. Башнянин, В. Шевчук ана-

лізували проблеми та перспективи кредитних відносин України. Н.М. Галазюк, О.М. Зелінська, О.А. Урбан розглядали сучасні особливості інтеграції України у світовий економічний простір. Т. Мельник досліджувала реалії та перспективи розвитку зовнішньоекономічного сектору України. В.П. Колосова вивчала теоретичні аспекти впливу міжнародних фінансових організацій на економічний розвиток країни, а разом з І.М. Івановою досліджувала співробітництво України з міжнародними фінансовими організаціями.

Метою дослідження є пошук шляхів розширення міжнародного фінансового співробітництва України, що пов'язано з необхідністю забезпечення національної економіки необхідною кількістю фінансових ресурсів через недостатність коштів на українському ринку та його впливу на фінансову політику держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку України характеризується значними економічними і політичними труднощами. Після періоду експериментів у

перші роки незалежності в країні розпочалися спроби ринкових реформ. Ці ініціативи були підтримані міжнародними фінансовими організаціями, зокрема – Міжнародним валютним фондом (МВФ), Світовим банком (СБ), Європейським банком реконструкції і розвитку (ЄБРР).

У зв'язку з фінансовою нестабільністю, зростанням зовнішнього боргу, співробітництво країни з міжнародними фінансовими організаціями ускладнюється неоднозначними оцінками як у суспільній думці, так і в науковій економічній літературі.

Міжнародні фінансові організації (МФО) – це ті організації, засновниками яких є кілька країн-членів МФО, які надають фінансові ресурси країнам – членам МФО на умовах, визначених їх статутними документами, і членом яких є Україна згідно з чинним законодавством [1].

Відповідно до відомостей Єдиного державного реєстру Міжнародних організацій, Україна є членом 83 міжнародних організацій [3].

Головними завданнями діяльності інтеграційних об'єднань є наступні:

- використання переваг економії масштабу завдяки розширенню обсягів ринку, зменшенню трансакційних витрат;
- вирішення завдань торгової політики: регіональні угруповання надають змогу створити більш стабільне середовище для взаємної торгівлі;
- сприяння структурній перебудові економіки завдяки використанню досвіду провідних економічно розвинених країн, що є членами об'єднання;
- підтримка молодих галузей виробництва за рахунок виходу місцевих виробників на більш широкий регіональний ринок;
- створення сприятливого зовнішньополітичного середовища шляхом забезпечення економічної і політичної консолідації та міжнародної воєнної безпеки;
- можливість регулювання соціально-економічних процесів на регіональному рівні;
- усунення перешкод на шляху взаємного обміну і взаємодії національних економік, забезпечення сприятливих умов господарювання на мікрорівні, стимулювання конкуренції [7].

Міжнародні організації, з якими працює Україна можна поділити на чотири групи. До першої групи відносяться організації, діяльність яких докорінно впливає на розвиток системи світової економіки в цілому, та на всі її соціально-економічні підсистеми, наприклад, це такі міжнародні валютно-фінансові організації, як Міжнародний валютний фонд (МВФ) та група Світового банку (СБ), загально-функціональні організації – Міжнародна організація праці (МОП), програма розвитку ООН (ПРООН), Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) тощо. До другої

групи належать міждержавні галузеві організації поза безпосередніми рамками ООН.

Зараз, коли України знаходиться в стані кризи, нагального вирішення потребує питання щодо знаходження ресурсів на зовнішньому ринку. Пошук шляхів розширення міжнародного фінансового співробітництва України набуває особливої актуальності, що пов'язано з необхідністю забезпечення національної економіки необхідною кількістю фінансових ресурсів через недостатність коштів на українському ринку.

Основним напрямом використання кредитів МВФ було надання кредитів Міністерству фінансів України для обслуговування зовнішнього боргу, фінансування дефіцитів платіжного та торговельного балансів. Формування, у тому числі, завдяки позикам МВФ, валютних резервів НБУ повинно було підтримати стабільність національної валюти, успішно провести грошову реформу, ввести з часом повну конвертованість гривні за поточними операціями. Міжнародним валютним фондом були розроблені наступні етапи та програми кредитування України.

Україна з 1994 р. активно співпрацює з МВФ, використовуючи його фінансові і технічні ресурси з метою досягнення макроекономічної стабілізації та створення необхідних передумов для проведення економічних реформ. Таке співробітництво здійснювалось переважно в рамках реалізації 8 спільних програм – STF (системна трансформаційна позика), «Stand-By» (стабілізаційна позика), Механізм розширеного фінансування (позика на підтримку розвитку), попереджувальний «Stand-By». З цього року починається перший етап співпраці України з МВФ, детальніше які розглянемо нижче.

Перший етап (1994–1995 рр.). У цей період Україні було надано фінансову допомогу у вигляді системної трансформаційної позики для підтримки платіжного балансу України.

Другий етап (1995–1998 рр.). Україна отримала від МВФ кредити на загальну суму 1935 млн. дол. США за трьома річними програмами "Стенд-бай". Третій етап (1998–2002 рр.). Впровадження Програми розширеного фінансування, яка передбачає надання Україні кредиту на загальну суму 2,6 млрд. дол. США.

Четвертий етап (2002–2008 рр.). Наприкінці 2002 р. Кабінет Міністрів України серед прийнятних форм подальшого співробітництва України з МВФ на безкредитній основі обрав програму «попереджувальний стенд-бай» з метою здійснення переходу до добре функціонуючої ринкової економіки із ефективною системою соціального захисту, підтримка динамічних темпів економічного зростання та збереження макроекономічної стабільності.

П'ятий етап (2008–2013 рр.). На даному етапі графік вибірки коштів Україною був розрахований на два роки із загальним обсягом фінансування близько 16,4 млрд. дол. США. Після погодження параметрів програми 3 млрд. СПЗ були в терміновому порядку зараховані до золотовалютних резервів Національного банку України.

Шостий етап (з 2014 р.). Ухвалена програма на отримання кредиту у розмірі 17,01 млрд. дол. США впродовж наступних двох років. Але у 2015 р. ця програма була припинена, а впроваджена нова, яка передбачає механізм розширеного фінансування і буде розрахована на чотири роки [2, с. 55]. Програма була затверджена для підтримки економічної стабілізації в країні і визначає широкі і глибокі економічні реформи. Загальний обсяг затвердженої суми та фактично виданих кредитів Міжнародним Валютним Фондом для України за весь період їх співпраці, розрахований на основі даних офіційних сайтів організацій, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**Обсяги кредитування України
Міжнародним валютним фондом**

Період	Сума затверджена млн. СПЗ	Сума видана млн. СПЗ
1995–1996 рр.	997,3	538,65
1996–1997 рр.	598,2	598,2
1997–1998 рр.	398,92	181,33
1998–2002 рр.	1919,95	1193
2004–2005 рр.	411,6	0
2008–2010 рр.	11000	4000
2010–2012 рр.	10000	2250
2014–2016 рр.	10976	3014,7
2015–2018 рр.	12348	3546

У лютому 2015 року Рада директорів МВФ прийняла чотирирічну програму розширеного фінансування, де було досягнуто згоди щодо надання кредиту у розмірі 12,348 млрд. СПЗ або 17,5 млрд. дол., що складає 900% квоти України в МВФ. Ця програма замінила кредитну програми "Stand-by", яка була затверджена 30 квітня 2014 року. Програма розширеного фінансування повинна сприяти стабілізації економіки України та закласти підвалини для відновлення її зростання. Україна вже отримала перші два транші в рамках EFF на загальну суму 6.7 млрд. дол. США. Перший транш на суму \$5 млрд. було надано у березні 2015 року і спрямовано на нагальні бюджетні потреби та на відновлення золотовалютних резервів Національного банку. Зокрема, надання цього траншу дозволило одразу збільшити резерви вдвічі (з близько 5 до майже 10 млрд. дол. США). 1.7 млрд. дол. США

другого траншу, які були перераховані у серпні 2015 року, повністю пішли на поповнення резервів НБУ, що допомогло посилити стабільність на валютному ринку країни. Відсоткова ставка по кредиту EFF складає 3.05% річних. Для порівняння, середня ставка за кредитами, які активно залучала Україна впродовж 2010–2013 років, складала в середньому близько 8%. Даний кредит надається на 10 років, перші п'ять з половиною років складає пільговий період. Виплати по кредиту повинні відбуватися щоквартально.

Механізм Розширеного Фінансування покликаний підвищити рівень резервів Національного банку України, запобігти відтоку капіталу, посилити заходи, прийняті Урядом для стабілізації платіжного балансу країни, та допомогти Україні подолати структурні проблеми в її економіці завдяки проведенню назрілих реформ. Необхідно зазначити, що від постійного взяття кредитів суттєво збільшується зовнішня заборгованість.

Продовження співпраці України з Міжнародним валютним фондом може принести користь економіці країни, але при цьому присутні й деякі ризики, оскільки подальша співпраця має стати гарантією проведення структурних реформ в українській економіці. Другий позитивний момент – внутрішня і зовнішня стабільність, підтримка курсу, покриття дефіциту бюджету. Разом із тим, робота програми МВФ означає можливість появи ризиків, зокрема кошти від МВФ можуть бути витрачені не на структурні реформи. Другим ризиком є збільшення державного боргу.

Але присутні і ризики, які можна виділити у фінансовому співробітництві України з міжнародними організаціями, до яких належать [6, с. 152]:

1) неефективна діяльність апарату службовців і фахівців, залученого до процесу розробки і виконання проектів міжнародних фінансових операцій; надмірний бюрократизм під час підготовки кредитної заявки, що спричиняє збільшення терміну затвердження кредиту міжнародними фінансовими установами;

2) непрозорість роботи із коштами міжнародних організацій;

3) недостатня підтримка малого і середнього бізнесу як на законодавчому рівні, так і в плані реальних фінансових програм;

4) низькі темпи впровадження реформ призвели до необхідності запозичення коштів у МВФ, ЄС та ін., що спричинило надвисокий рівень заборгованості, яка у 2015 р. становила 79,4% до ВВП. Сьогодні ця заборгованість перед міжнародними організаціями невпинно зростає;

5) випадки нецільового використання кредитів;

6) неефективне використання залучених коштів;

7) ігнорування можливості залучення коштів на фінансовому ринку;

8) згортання проектів після припинення фінансування;

9) недостатній рівень «інноваційності» проектів тощо.

Але шляхом підвищення контролю за цільовим використанням коштів, ліквідації корупції, підвищення інвестиційної привабливості та кредитоспроможності вітчизняних підприємств вказані проблеми та інші, що можуть виникнути можна вирішити. Таким чином можливо зменшити залежність економіки України від ресурсів МФО та поглибити участь країни на світових фінансових ринках.

З метою забезпечення виконання умов з надання позик МВФ органи державного регулювання та управління України повинні здійснити низку заходів. Так, у сфері стабілізації валютних ринків першочерговими заходами є:

- усунення дисбалансів, пов'язаних зі збільшенням гнучкості обмінного курсу до ринкової ситуації;

- проведення регулярних валютних інтервенцій у формі аукціонів;

- підвищення відсоткових ставок, що відіграють роль інструмента монетарної політики, зокрема ставок рефінансування;

- запровадження прозорості операцій із рефінансування та припинення заставного забезпечення власних акцій банків;

- скасування податку в пенсійних фонд на валютні операції тощо.

У сфері політики та структурних реформ доцільним було б:

- прийняття Національним банком України нормативних документів щодо запровадження гнучкого обмінного валютного курсу гривні до провідних валют;

- ухвалення законодавчих та нормативних документів щодо вирішення питань проблемних банків та надання фінансової підтримки банків-

ським установам шляхом рефінансування на основі принципів рівності та прозорості;

- своєчасне проведення діагностики проблемних банків;

- розширення, відповідно до міжнародної практики, обсягів регулярного висвітлення для громадськості й ринків деталізованої фінансової інформації про функціонування банківської системи, засновників і акціонерів банків, які мають вагому частку, принципи роботи, кредитну й депозитну політику, доходи тощо.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, для подальшої співпраці України з МВФ необхідно впроваджувати різні організаційно-економічні заходи, внести зміни до існуючого законодавства, підвищити стимулюючу роль держави через удосконалення податкового законодавства тощо. Крім того слід провести ретельний аналіз необхідного обсягу та умови отримання і погашення міжнародних кредитів, які планує залучити Україна з метою нівелювання індексу прострочення за даними кредитами, тобто здійснювати прогнозування тих результатів, які буде мати економіка України від залучення кредитів на міжнародному ринку і впроваджувати ефективні інвестиційні проекти щодо їх залучення

Отже, МФО відіграють важливу роль у підтримці економічних реформ в Україні, надаючи можливість залучення пільгових фінансових ресурсів, тоді як вітчизняний ринок капіталів має недостатні фінансові можливості для задоволення цих потреб. Метою допомоги з боку МФО групи Світового банку є реалізація ключових проектів розвитку вітчизняної економіки, технічної допомоги, прямих інвестицій в економіку України. Але матеріальна допомога з боку міжнародних інституцій сприяє збільшенню залежності України від їх діяльності, змушує до змін у фінансовій політиці країни, збільшує вплив міжнародних організацій на зовнішньоекономічну діяльність України, що не є позитивним фактором.

Список використаних джерел:

1. Про порядок підтвердження податкових пільг та здійснення митного оформлення товарів, що ввозяться в Україну в рамках міжнародних договорів з міжнародними фінансовими організаціями: Наказ Державної митної служби України від 28 вересня 1999 року N 229/619.
2. Базилюк Я.Б. Пріоритетні напрями підвищення результативності співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями. *Фінанси України*. 2014. № 1. С. 54–66.
3. Борідько Н. Криворучко Н. Міжнародні фінансові організації та їх вплив на інвестиційний простір України. URL: http://www.bdp.org/scientific_published/conf021009/articles/Section_3/Boridko.pdf.
4. Козюк В.В. Експансія кредиту в системі макрофінансових дисбалансів. *Фінанси України*. 2010. №1. С. 54–65.
5. Іваницька О.М. Вплив траншів МВФ на економіку України [О.М. Іваницька, Г.Ю. Невгад, І.М. Балкова] *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія «Економіка, право, політологія, туризм»*. 2014. № 4. С. 14–17.
6. Мірошніченко Ю.В. Кредитна залежність української економіки від МВФ. *Академічний огляд*. 2012. №1. С. 150–156.
7. Румянцев А.П. Міжнародна економіка / А.П. Румянцев, Г.Н. Климко, В.В. Рокоча та ін. За ред. А.П. Румянцева. – 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2006. 479 с., с. 377.

Liutik O.M., Lysak D.S.

EFFECT OF LOANS OF INTERNATIONAL FINANCIAL ORGANIZATIONS ON THE FINANCIAL POLICY OF UKRAINE

The article studies the crediting activities of international financial institutions (IFI) in Ukraine, examines the conditions and peculiarities of allowance of IFIs' credit facilities to economic entities operating in the sphere of heat supply for the purpose of financing their investment projects. The article analyses problems related to utilisation and reimbursement of credit facilities. The ways of solving these problems are suggested, namely, the article gives recommendations concerning improvement of the current regulatory legal base that regulates the issues of attracting IFIs' funds to implement investment projects. The study, according to the authors, deepens the understanding of the role of credit instruments in the system of budget planning. Loans provided by international institutions are aimed at reforming certain sectors of economics by tranches to the government, these funds are used to finance the budget deficit and balance of payments balance.

Key words: international financial institutions, credit facilities, investments, investment projects.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657

Беренда Н.І.кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Національного університету харчових технологій**Скоморохова С.Ю.**асистент кафедри обліку і аудиту
Національного університету харчових технологій**Нікітова Л.С.**магістрант
Національного університету харчових технологій**ФОРМУВАННЯ І РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ**

У статті висвітлено теоретичні питання формуванням і розподілу прибутку. Проаналізовано питання формування та розподілу прибутку публічного акціонерного товариства «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“». Досліджено механізм формування прибутку і напрямки його використання. Це дає можливість розробити рекомендації щодо підвищення ефективності роботи підприємства.

Ключові слова: прибуток, формування прибутку, розподіл прибутку, фінансовий результат, нерозподілений прибуток, чистий прибуток.

В статье освещены теоретические вопросы формирования и распределения прибыли. Проанализировано вопросы формирования и распределения прибыли публичного акционерного общества «Киевская кондитерская фабрика „РОШЕН“». Исследовано механизм формирования прибыли и направления его использования. Это дает возможность разработать рекомендации по повышению эффективности работы предприятия.

Ключевые слова: прибыль, формирование прибыли, распределение прибыли, финансовый результат, нераспределенная прибыль, чистая прибыль.

Постановка проблеми. Економічний стан в Україні, порівняно з попередніми роками є досить неоднозначним. Ще багато важливих питань не вирішено. Наразі ведуться спроби реформування деяких секторів економіки, але поки вагомих змін не відбулося. Від економічного розвитку країни залежить безпосередньо діяльність підприємства, а також результат цієї діяльності.

Важливе значення для підприємства займає прибуток, що є головною метою та мотивом підприємницької діяльності, матеріальним джерелом економічного та соціального розвитку, інвестиційної та інноваційної діяльності.

Існує низка чинників, які безпосередньо впливають на формування прибутку. По-перше нестабільна ситуація в Україні та інші фактори впливають негативно на економіку нашої країни, що призводить до високої інфляції, відсутності довіри інвесторів (особливо іноземних), а також низької купівельної спроможності населення та високої собівартості продукції. По-друге велике податкове навантаження, тому підприємства втрачають сенс отримання

прибутку. По-третє, частина прибутку, що залишається на підприємстві після сплати податків, інших обов'язкових платежів, виплати дивідендів, спрямовується на матеріальне заохочення працюючих, надання соціальних пільг, утримання об'єктів соціальної сфери. По-четверте, за рахунок прибутку формуються доходи бюджетів різного рівня, відбувається погашення зобов'язань фірми перед банками, іншими кредиторами та інвесторами. Тому кожна фірма зацікавлена у зростанні прибутку.

Саме політика розподілу прибутку визначає пропорції розподілу прибутку на внутрішні інвестиції, соціальні заходи, відшкодування в бюджет, і є іншою не менш важливою ланкою загальної політики управління прибутком на підприємстві. Значимість прибутку, проблеми пошуку резервів його підвищення для підприємств є актуальними на сьогоднішній день.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження проблем формування прибутку і його використання викладені в працях видатних вчених світового рівня: А. Сміта, К. Маркса та інших; ці проблеми роз-

глядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Ф. Бутинця, І. Баканова, І. Бланка, Г. Кірейцева, А. Лафера, Р. Мертона, С. Самсонова, В.М. Чумаченка А. Шеремета та інших. Проте, існує ряд теоретичних і практичних проблем, які все ще залишаються невирішеними, як на рівні промисловості в цілому, так і на рівні її окремих галузей. Крім того дана проблема, пов'язана з визначенням результату діяльності вимагає також індивідуальних підходів до вирішення на рівні конкретного підприємства.

Метою статті є дослідження економічної діяльності підприємства, визначення ефективної політики підприємства щодо розподілу і використання прибутку, пошук шляхів оптимізації процесу формування і розподілу прибутку підприємства, та розробка пропозицій щодо збільшення прибутку на підприємстві.

Постановка завдання, що впливають із поставленої мети:

- визначити сутність, функції та основні завдання прибутку підприємств;
- проаналізувати статті розподілу чистого прибутку ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“»;
- сформулювати пропозиції щодо ефективності використання прибутку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток.

Прибуток є головним фінансовим результатом будь-якого підприємства, метою його діяльності. Чим більше прибутку підприємство отримує на вкладений капітал, тим ефективніше воно працює [5].

Прибуток формується з різних джерел, основними з яких є: продаж (реалізація) продукції, виконання робіт, надання послуг; продаж майна (матеріальних та нематеріальних активів, цінних паперів, які належать підприємству); позареалізаційні операції (надання майна в оренду, дохід від володіння торговими зобов'язаннями, надходження від економічних санкцій).

Обчислення прибутку жорстко регламентується нормативними актами, оскільки прибуток є об'єктом оподаткування [2, с. 150-151].

Розподіл отриманого підприємством прибутку здійснюється у два етапи:

1-й етап – розподіл прибутку між підприємством та державою на умовах, визначених чинним законодавством. Із загального прибутку сплачується податок на прибуток. Решта (чистий прибуток) надходить у розпорядження підприємства.

2-й етап – розподіл та використання чистого прибутку. Здійснюється на умовах, визначених рішеннями власників, статутом та іншими документами (колективним договором, індивідуальними трудовими контрактами), нормативними актами [4, с. 80].

Ефективна діяльність кожного підприємства в абсолютній своїй більшості оцінюється отриманими ним фінансовими результатами.

Розглянемо узагальнюючу характеристику показників прибутку ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» (табл. 1).

Дані аналітичної таблиці свідчать про те, що сума чистого прибутку щодо попереднього періоду зменшилася на 6607 тис. грн. (на 62,3 %), і чистий дохід від реалізованої продук-

Таблиця 1

**Аналіз динаміки фінансових результатів діяльності
ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“»**

№ з/п	Показник	2015	2016	Зміна(+, -)	
		тис. грн	тис. грн	тис. грн	%
1	Чистий дохід від реалізації продукції	250516	232312	-18204	92,7
2	Собівартість реалізованої продукції	215823	204239	-11584	94,6
3	Валовий прибуток (збиток) (1–2)	34693	28073	-6620	80,9
4	Інші операційні доходи	91914	54744	-37170	59,6
5	Інші операційні витрати	115810	72455	-43355	62,6
6	Фінансовий результат від операційної діяльності (3+4–5)	10797	10362	-435	96
7	Інші доходи	1122	8	-1114	71,3
8	Інші фінансові доходи	2000	-	-	-
9	Інші витрати	981	5489	4508	559
10	Фінансовий результат до оподаткування (6+7+8-9)	12938	4881	-8057	37,7
11	Витрати з податку на прибуток	2328	878	-1450	37,7
12	Чистий прибуток (збиток) звітного періоду	10610	4003	-6607	37,7

ції зменшився на 18204 тис. грн. (на 7,3 %). Це є досить негативним фактором для підприємства. Дане зменшення спостерігається за рахунок зменшення собівартість реалізованої продукції на 5,4 %.

У процесі аналізу визначимо, як змінюються протягом певного періоду значення прибутку від реалізації, чистого прибутку, рівня рентабельності, розглянемо фактори, що приводять до їх зміни. Результати аналізу розміщені в таблиці 2.

Аналізуючи розрахунок структури показників податків, собівартості та рентабельності у загальній вартості балансового прибутку, що наведені в таблиці 2, можемо сказати, що ПДВ зменшилося пропорційно чистому доходу від реалізації продукції на 7,3 %. Частка ПДВ у загальній сумі виручки підприємства становить 20 %. Частка собівартості У 2016 році майже не змінилася і становить 88 %, цей показник вказує на те, що на 1 грн. реалізованої продукції припадає 88 коп. витрат, при цьому слід відмітити, що собівартість продукції у 2016 році зменшилась на 11584 тис. грн. (5,4 %).

Рівень рентабельності зменшився з 16,1 % в 2015 році до 13,7 % в 2016 році. Через зменшення балансового прибутку, податкові зобов'язання з приводу податку на прибуток відповідну зменшилися на 62,3 %. Чистий прибуток, що зменшився в 2016 році на 6607 тис. грн. (62,3 %) відносно 2015 року, є вкрай негативним показником для ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“», тому підприємство повинно вжити низку заходів для збільшення чистого прибутку.

Необхідним елементом аналізу є дослідження результатів фінансової діяльності та напрямків використання прибутку.

Після сплати податків прибуток розподіляється так: одна частина використовується на розширене виробництво, інша – на матеріальне заохочення робітників. Створюється також резервний фонд.

Розподіл прибутку на ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» за звітний період зображено на рис. 1.

Як видно на рис. 1, чистий прибуток підприємства становить 4003 тис. грн. 878 тис. грн. з цієї суми спрямовано в бюджет у виді податку на прибуток, а засоби, що залишилися, у розмірі 4003 тис. грн. являють собою прибуток, що залишився в розпорядженні підприємства.

Проаналізуємо використання прибутку ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“». Аналізу підлягає розподіл прибутку звітної та попереднього років, який відображений в «Звіті про фінансові результати».

Якщо на виробничий розвиток спрямовано менше 30% чистого прибутку, необхідно встановити об'єктивність причин такого розподілу, а також звернути увагу на розподіл прибутку «на інші цілі». Для наочності результатів заповнимо таблицю 3.

Як бачимо із таблиці 3, у 2016 р. ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» сума прибутку зменшилася на 62,3%, і становить 4881 тис. грн. проти 12938 тис. грн. за 2015 р. Таке зменшення відбулося за рахунок зменшення собівартості реалізованої продукції, а також збільшення інших витрат. Відповідно до прибутку у 2016 р., зменшилася сума його оподаткування – на 1450 тис. грн.

Також можемо спостерігати як підприємство розподіляє свій прибуток після сплати всіх податків. У 2016 р. сума прибутку після

Таблиця 2

**Вплив на прибуток підприємства фінансово-економічних показників діяльності
ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» за 2015-2016 рр.**

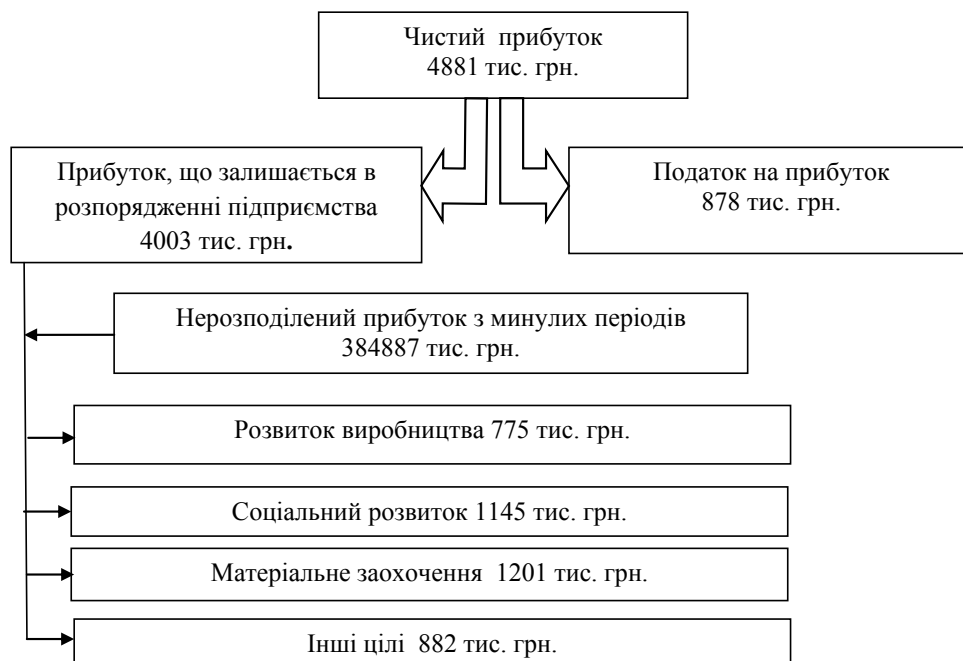
№ з/п	Показник	Значення		Відхилення	
		2015р.	2016р.		
		тис. грн	тис. грн	тис. грн	%
1	Чистий дохід від реалізації продукції	250516	232312	-18204	92,7
2	Податок на додану вартість	41753	38719	-3034	92,7
3	ПДВ у % до виручки (2/1)	17	17	-	100
4	Собівартість реалізованої продукції	215823	204239	-11584	94,6
5	Собівартість в % до виручки (4/1)	86	88	2	102
6	Валовий прибуток від реалізації	34693	28073	-6620	80,9
7	Рівень рентабельності, у% (6/4)	16,1	13,7	-2,4	85,1
8	Прибуток від реалізації в % до виручки (6/1)	13,8	12,1	-1,7	87,7
9	Фінансовий результат до оподаткування	12938	4881	-8057	37,7
10	Витрати з податку на прибуток	2328	878	-1450	37,7
11	Чистий прибуток (збиток) звітного періоду	10610	4003	-6607	37,7

оподаткування була значно більшою, а саме 10610 тис. грн., тому фонди підприємства отримали значно більше коштів, ніж у 2016 р. 47% від прибутку ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» у 2015 р. спрямував до фонду розвитку підприємства, тобто на розширення бізнесу. У 2016 р. на ці ж цілі було спрямовано 48% прибутку.

До фонду заохочення у 2016 р. підприємство спрямувало 1201 тис. грн., що на 1004 тис. грн. менше ніж у 2015 р., але у відсотках до загального прибутку більше на 9%.

У загальному підсумку можемо сказати, що із усіх вище проведених розрахунків по ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» спостерігається, що 48% від суми чистого прибутку вкладається в подальший розвиток бізнесу, що є непоганим показником.

Для підвищення ефективності використання прибутку на ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“», необхідно збільшити розмір прибутку, оскільки прибуток в 2016 році зменшився на 8057 тис. грн. (62,3%), порівняно з 2015 роком. Прибуток буде використано



**Рис. 1. Схема розподілу прибутку
ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» у 2016-му році**

Таблиця 3

Аналіз використання прибутку ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“» у 2015-2016 рр.

№ з/п	Показник	Значення		Відхилення	
		2015р. тис. грн	2016р. тис. грн	тис. грн	%
1	Прибуток до оподаткування	12938	4881	-8057	37,7
2	Податок на прибуток	2328	878	-1450	37,7
3	Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства,	10610	4003	-6607	37,7
4	Розподіл чистого прибутку:				
	- на виробничий розвиток	1578	775	-803	49
	- на соціальний розвиток	3391	1145	-2246	34
	- на матеріальне заохочення	2205	1201	-1004	55
	- на інші цілі	3436	882	-2554	26
5	Частка у чистому прибутку, %:				
	- на виробничий розвиток	15	19	4	127
	- на соціальний розвиток	32	29	-3	91
	- на матеріальне заохочення	21	30	9	143
	- на інші цілі	32	22	-10	69

ефективно ще й тоді, коли підприємство зможе, крім розподілу в різні фонди, розподілити й на виплату дивідендів. За 2016 рік скоригований чистий прибуток на одну просту акцію становив 0,00557 грн.

Для отримання потрібної величини прибутку необхідно: вивчати ринок товарів, розширяти асортимент за рахунок взаємодоповнюючих і взаємозамінюючих товарів, надавати додаткові платні торговельні послуги; прискорювати оборотності обігових активів – чим більше оборотів здійснюють оборотні кошти за місяць, тим скоріше вивільняються грошові кошти і тим самим збільшується товарооборот ПАТ «Київська кондитерська фабрика „РОШЕН“», і, відповідно прибуток.

Головними напрямками політики максимізації прибутку в процесі фінансової діяльності є забезпечення підприємства необхідними обсягами капіталу на найбільш вигідних умовах із зовнішніх джерел і обґрунтування оптимального співвідношення власних і залучених коштів.

Фінансова діяльність підприємства здійснює опосередкований вплив на формування прибутку підприємства. Через те, що від'ємний потік повернення залучених грошових коштів в процесі фінансової діяльності завжди перевищує позитивний, пряме формування прибутку в процесі цієї діяльності відсутнє.

Висновок з проведеного дослідження. Основним показником, що відображає кінцевий результат діяльності підприємства є прибуток. Він відображає мету діяльності підприємства. Саме розподіл і використання отриманого прибутку визначає на скільки ефективною буде в подальшому діяльність підприємства.

Таким чином, у фінансовій та економічній діяльності підприємства важливе місце відводиться розподілу та використанню одержаного прибутку як основного джерела фінансування потреб і задоволення економічних інтересів власників. Плануючи напрями використання прибутку, треба вибрати найкращі варіанти, а витрати повинні бути не найнижчі, а оптимальні. Отже, в даній статті було розглянуто формування та розподілу прибутку, а також підвищення ефективності використання прибутку.

Для підвищення ефективності використання прибутку, необхідно збільшити сам прибуток. Для збільшення прибутку необхідно прийняти такі заходи:

- зниження собівартості продукції;
- підвищення платоспроможності покупців;
- оцінка можливих ризиків та прогнозування майбутніх витрат підприємства;
- реагування на зміни на ринку, адекватна поведінка;
- удосконалення виробництва, випуск унікальних пропозицій тощо.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства: навчальний посібник / за заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2012. 208 с.
2. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник (для студ. вищ. навч. закл.). К.: Центр учбової літератури, 2014. 728 с.
3. Поддєрьогін А.М., Буряк Л.Д., Нам Г.Г., Павліковський А.М, Павловська О.В., Потій В.З., Куліш А.П., Терещенко О.О., Шульга Н.П., Булгакова С.А. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2014. 460 с.
4. Рижиков В.С., Панков В.А., Ровеньська В.В., Підгора Є.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. Видавничий дім «Слово», 2012. 253 с.
5. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність: Підручник. 7-ме вид. допов. і перероб. К.: Алерта, 2016. 928 с.
6. Фінансовий аналіз : підручник / К.В. Багацька, Т.А. Говорушко, О.О. Шеремет ; Нац. ун-т харч. технол. К. : АртЕК, 2014. 320 с.
7. Шурик М.В., Буряк П.Ю., Гарасим М.П., Гарасим П.М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: «Хай-Тек Прес», 2014. 376 с.

Berenda N.I., Skomorokhova S.Yu., Nikitova L.S.

FORMATION AND DISTRIBUTION OF PROFIT

The economic situation in Ukraine, as compared to previous years, is rather ambiguous. Still many important questions have not yet been resolved. At present, attempts are being made to reform some sections of the economy, but no significant changes have taken place. The economic development of the country depends directly on the activities of the company, as well as the result of this activity.

An important value for the enterprise is profit, which is the main purpose and motive of entrepreneurial activities; a material source of economic and social development, investment and innovation activity.

The purpose of the work is to study the economic activity of the enterprise, to determine the effective policy of the enterprise for the distribution and use of profits, to find ways to optimize the process of formation and distribution of profits of the enterprise, and to develop proposals to increase profits at the enterprise.

The general financial indicator of the enterprise is its profit.

Profit is the main financial result of any enterprise and the purpose of all activities. The more profit an enterprise receives on invested capital, the more efficiently it operates.

Profit is gained from various sources. The main sources are: sales of products, works, services; sale of property (tangible and intangible assets, securities owned by the enterprise); non-operating transactions.

The distribution of profit received by the enterprise is carried out in two stages:

Stage 1 – Distribution of profits between the enterprise and the state. It is carried out on the conditions stipulated by the current legislation. A profit tax is payable on the total profit. The rest of the net profit goes to the disposal of the enterprise. At the expense of the net income, certain types of taxes and fees as paid such as land tax and rent payments.

Stage 2 – Distribution and use of net profit. It is carried out under conditions determined by the owners' decisions, the charter and other documents (collective agreement, individual labor contracts), and normative acts.

The main indicator reflecting the final result of the enterprise is profit. It reflects the purpose of the enterprise. It is the division and use of the profit that determines how effective the activity of the enterprise will be in the future.

In order to increase the efficiency of profit utilization, it is necessary to increase the profit itself. To increase profits, you need to take the following measures:

- reduce production cost;
- increase solvency of customers;
- take assessment of possible risks and forecast future costs of the enterprise;
- respond to changes in the market, adequate behavior;
- improvement of production, issue of unique offers, etc.

Key words: profit, profit generation, distribution of profit, financial result, retained earnings, net profit.

УДК 330.117:657.1

Стрельников Р.М.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри обліку, фінансів і економічної безпеки
Донецького національного технічного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ВИТРАТ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

У даній статті проаналізовані основні особливості організації внутрішньогосподарського контролю інвестиційних проектів на великих виробничих підприємствах. На основі аналізу економічних літературних джерел дана узагальнена класифікація внутрішньогосподарського контролю, згруповані капітальні інвестиції по напрямках робіт (витрат), систематизовані джерела інформації для контролю витрат по будівельних контрактах, які здійснюються по інвестиційних проектах. Також у роботі визначені завдання і алгоритм контролю вірогідності формування, правильності розподілу і відображення в обліку загальновиробничих витрат по капітальних інвестиціях, розроблені етапи контролю витрат по будівельних контрактах. Розглянуті основні джерела інформації та документи, які використовуються при оформленні операцій по обліку капітальних інвестицій і будівельних контрактів.

Ключові слова: витрати, капітальні інвестиції, будівельні контракти, внутрішньогосподарський контроль, облік, методи, договори підяду.

В данной статье проанализированы основные особенности организации внутрихозяйственного контроля инвестиционных проектов на крупных производственных предприятиях. На основе анализа экономических литературных источников дана обобщенная классификация внутрихозяйственного контроля, сгруппированы капитальные инвестиции по направлениям работ

(расходов), систематизированы источники информации для контроля расходов по строительным контрактам, осуществляемых по инвестиционным проектам. Также в работе определены задачи и алгоритм контроля достоверности формирования, правильности распределения и отображения в учете общепроизводственных затрат по капитальным инвестициям, разработаны этапы контроля затрат по строительным контрактам. Рассмотрены основные источники информации и документы, которые используются при оформлении операций по учету капитальных инвестиций и строительных контрактов.

Ключевые слова: расходы, капитальные инвестиции, строительные контракты, внутрихозяйственный контроль, учет, методы, договора подряда.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки функція контролю стає відповідною в управлінні підприємством. Одержавши широку господарську самостійність, вирішуючи питання про джерела залучення фінансових ресурсів і розподілі одержуваного доходу господарчі суб'єкти відповідають за законність своєї діяльності та достовірне відбиття своїх фінансових результатів у бухгалтерській (фінансової) звітності. Таки чином, внутрішньогосподарський контроль представляє собою систему спостереження і перевірки господарської діяльності, яка необхідна для рішення поставлених завдань і усунення негативних умов, що перешкоджають досягненню цілей, у тому числі і в напрямку здійснення капітальних інвестицій

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для сучасного стану наукової розробки проблем контролю характерний диференційований підхід фахівців до аналізу його сутності. Контроль визначають по-різному: як засіб, фактор, форму, елемент, функцію, вид діяльності, систему, зворотний зв'язок, умову, регулятор, гарант, явище, інститут, метод, правочин, атрибут та ін. Серед видатних учених, які внесли значний вклад у розвиток питань, пов'язаних із проведенням внутрішньогосподарського контролю капітальних інвестицій необхідно відзначити: М.В. Ньюелла, М.В. Кужельного, Л.В. Нападовську, І.А. Біложбецького, Б.І. Валуєва, О.В. Калюгу, В.Г. Лінніка, В.О. Шевчука, Л.Ф. Зверенчук, В.В. Бурцева та ін. [1-3].

Мета дослідження – виділити основні напрямки вдосконалювання системи внутрішньогосподарського контролю обліку капітальних інвестицій на основі аналізу існуючих методів контролю на підприємствах, що займаються відновленням і створенням основних фондів.

Виклад основного матеріалу дослідження. На більшості підприємств України, витрати на будівництво (виготовлення), придбання і поліпшення об'єктів основних засобів з початку й до закінчення зазначених робіт і введення в експлуатацію зізнаються капітальними інвестиціями [4]. Капітальні інвестиції групуються по наступних напрямках робіт (витрат): проектно-дослідницькі роботи; будівельно-монтажні

роботи; придбання встаткування, що вимагає монтажу; придбання встаткування, що не вимагає монтажу, інструментів і реманенту; інші капітальні роботи та витрати. Аналітичний облік капітальних інвестицій ведеться в розрізі витрат на зазначені роботи (витрати) окремо по об'єктах інвестицій.

Для формування інвестиційного плану на наступний за звітним рік, відділ стратегії та інвестицій відповідного підприємства спочатку звітного року готує наказ по підприємству про збір заявок структурних підрозділів на реалізацію інвестиційних проектів. Керівники структурних підрозділів підприємства ініціюють збір пропозицій про реалізацію інвестиційних проектів у своїх підрозділах. Звичайно, на основі аналізу технічної необхідності та економічної доцільності реалізації інвестиційного проекту керівник структурного підрозділу направляє у відділ стратегії та інвестицій Заявку на інвестиційний захід за своїм підписом.

Рекомендується, щоб за результатами перевірок виконання інвестиційних проектів видавалися накази, на підставі яких залучалися б до відповідальності особи, які допустили порушення і надавалися б керівникам структурних підрозділів вказівки для усунення виявлених порушень.

Далі, структурними підрозділами розробляються заходи щодо усунення порушень і недопущенню їх у подальшій роботі. Відповідальні особи перевіряють виконання графіків вступу технічної документації, з'ясовують, чи виконуються вимоги комплектності документації. Забезпечення проектів проектно-кошторисною документацією перевіряється при вивченні проектів, кошторисів, фінансових розрахунків, установлюється, ким і коли вони затверджені. Визначається також, яким чином вони пов'язані із планом фінансування капітальних вкладень і планом введення в дію завершених об'єктів. Оцінка виконання плану на всіх рівнях управління здійснюється за підсумками освоєння капітальних інвестицій. Це зобов'язує особу, яка здійснює контролюючи дії, виходячи за рамки підконтрольного періоду, перевіряти вірогідність показників виконання плану за попередній період.

Контроль виконання плану проводиться документальними методичними прийманнями зіставлення даних обліку із планом по об'єктах капітальних інвестицій. Відхилення від плану визначаються такими показниками: обсяг робіт у натуральному вираженні, обсяг капітальних інвестицій по кошторисній вартості (по кожному проекту окремо); строки виконання капітальних робіт і введення об'єктів в експлуатацію.

Внутрішньогосподарський контроль є складовою частиною незалежного фінансово-господарчого контролю в Україні і, як справедливо зауважують В.Г. Ліннік і Т.П. Михайлова, «охоплює повністю виробничо-господарську сферу діяльності підприємства і усі його фази відтворення – постачання, виробництво, збут готової продукції і види діяльності колективу підприємства, пов'язані із процесом відтворення» [5].

Незважаючи на істотний внесок вітчизняних вчених у розробку основ внутрішньогосподарського контролю, недостатньо уваги приділяється питанням методики проведення контролю витрат і мало дослідженими, практично не освітленими в літературі залишаються проблеми контролю витрат по будівельних контрактах інвестиційних проектів.

Проведений аналіз економічних літературних джерел дає підстави констатувати, що серед учених немає однозначності в тлумаченні сутності поняття «внутрішньогосподарський контроль», що обумовлене багатогранністю даного поняття.

Так, Л.В. Нападовська, досліджуючи внутрішньогосподарський контроль, характеризує його як процес, який забезпечує якісну розробку і ефективно досягнення цілей, які заплановані організацією, через реалізацію прийнятих управлінських розв'язків. М.В. Кужельний, Л.Ф. Зверенчук, Я.І. Гуральнік, В.Ф. Журко визначають внутрішньогосподарський контроль як такий, який здійснюється усередині підприємства його власними органами управління, посадовими особами, працівниками економічних і технічних служб [5].

Таким чином, внутрішньогосподарський контроль являє собою систему постійного спостереження і перевірки функціонування певного об'єкта контролю з метою встановлення правильності, законності, обґрунтованості та економічної доцільності управлінських рішень і виявлення результатів управлінського впливу на керований об'єкт шляхом дослідження причин існування відхилень від запланованих показників і встановлених критеріїв для усунення й попередження їх виникнення в майбутньому.

Об'єктом внутрішньогосподарського контролю витрат по будівельних контрактах є поне-

сені підприємством витрати під час виконання будівельного контракту згідно затвердженого інвестиційного проекту.

Згідно п. 12 П(С)БО № 18 «Будівельні контракти» витрати за будівельним контрактом включають: загальновиробничі витрати і витрати безпосередньо пов'язані з виконанням даного контракту, до складу яких належать прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці та інші прямі витрати [6].

Для здійснення оперативного внутрішньогосподарського контролю витрат по будівельним контрактам доцільно скористатися джерелами інформації, представленими в таблиці 1.

Внутрішньогосподарському контролю властиві наступні особливості:

1) виконання функцій контролю особами, які представляють інтереси власників і є членами колективу;

2) здійснення контролю і самоконтролю безпосередньо виконавцями певних управлінських рішень і господарських операцій;

3) забезпечення прямого і зворотного зв'язку між структурними підрозділами суб'єкта господарювання, між підсистемою, яка керує, і контрольованою підсистемою;

4) охоплення всіх без винятку напрямків господарської діяльності [5].

Внутрішньогосподарський контроль витрат займає видне місце в системі проведення контролю підприємств, адже він спрямований на мінімізацію витрат, які є одним з найбільш пріоритетних завдань будь-якого підприємства.

Контроль витрат по будівельних контрактах, здійснюваних згідно інвестиційних проектів можна проводити етапами.

Першим етапом у проведенні контролю витрат по будівельних контрактах є контроль правильності обрання методу обліку витрат. Потрібно відзначити, що залежно від виду продукції, складності та організації виробничого процесу на підприємствах можуть використовуватися наступні методи калькулювання собівартості продукції: позаказний; попередельний; нормативний.

Згідно 3 розділу VII Методичних рекомендацій з формування собівартості будівельно-монтажних робіт основним методом обліку витрат на виконання СБР є облік на замовлення згідно з договорами підряду.

Контроль правильності визнання витрат передбачає перевірку використання обраного методу, по яких визначається ступінь завершеності робіт з будівельного контракту: вимір і оцінка виконаної роботи; співвідношення обсягу завершеної частини робіт та їх загального обсягу за будівельним контрактом у натуральному вимірі; співвідношення фактич-

Джерела інформації для контролю витрат по будівельних контрактах

№ п/п	Вид документів	Найменування документів
1	Нормативні документи	1. П(С)БО №18 «Будівельні контракти», затверджений наказом Мінфіном України від 28.04.2001р. № 205; 2. П(С)БО №16 «Витрати», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. №318; 3. Методичні рекомендації з формування собівартості будівельно-монтажних робіт, затв. наказом Державного комітету України по будівництві і архітектурі від 16 лютого 2004р. №30; 4. П(С)БО №3 «Звіт про фінансові результати», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87; 5. Загальні умови складання і виконання договорів підряду в капітальному будівництві, затв. Постановою КМУ від 01.08.05р. №668
2	Форми звітності	1. Звіт про фінансові результати; 2. Звіт про основні показники діяльності підприємства (статистична звітність)
3	Первинні документи	1. Журнал обліку виконаних робіт (типова форма №КБ-6); 2. Акт приймання виконаних підрядних робіт (типова ф. №КБ-2в); 3. Довідка про вартість виконаних підрядних робіт (форма №КБ-3); 4. Лімітно-забірні карти (типова форма №М-28); 5. Накладні на придбання матеріалів; 6. Акт про використання давальницьких матеріалів (тип. ф. №М-23); 7. Накладні-Вимоги на внутрішнє переміщення матеріалів; 8. Акт інвентаризації незавершеного виробництва (форма № КБ-7).
4	Зведені документи	1. Матеріальний звіт (типова форма № М-19); 2. Звіт про використання основних матеріалів у будівництві в порівнянні з виробничими нормами (типова форма № М-29)
5	Реєстри обліку	1. Журнал-Ордер 5 (Журнал 5); 2. Відомості таї виписка з Головної книги по рахунках 13, 20, 23, 90

них витрат з початку виконання будівельного контракту до дати балансу і очікуваної (кошторисної) суми загальних витрат за контрактом, застосування яких регламентовано нормами п. 4 П(С)БО № 18 «Будівельні контракти» [6].

Третім етапом є контроль обґрунтованості включення у витрати по будівельних контрактах відповідних складових. Ретельній перевірці підлягає перелік складених витрат, які віднесені до витрат по будівельних контрактах, зокрема, потрібно звернути увагу на те, що включене до складу витрат, безпосередньо пов'язаних з виконанням даного контракту (прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, включаючи вартість виконаних субпідрядниками робіт) і загальновиробничі витрати.

З контролю прямих матеріальних витрат необхідно починати перевірку складених витрат за будівельним контрактом, оскільки матеріальні витрати займають найбільшу питому вагу в складі витрат по будівельних контрактах. Контролерові необхідно вивчити повноту оприбуткування матеріальних цінностей і дотримання норм при їхнім списанні на будівництво об'єктів. Установлюється правильність визначення вартості матеріалів, яка формується, виходячи із цін на придбання

(без обліку податку на додану вартість), націнок, комісійних винагород, плати за транспортування, збереження і доставку. Необхідно звернути увагу на обґрунтованість вилучення з витрат на придбання матеріалів вартості зворотних відходів, які відзначаються у формі № КБ-2в окремими рядками.

Необхідність застосування логічної перевірки списання матеріалів за допомогою типової форми М-29 «Звіт про витрати основних матеріалів у будівництві порівняно з виробничими нормами» пояснюється можливістю списання на матеріальні витрати таких матеріалів, використання яких нехарактерне для будівництва об'єктів. Необхідно ретельно перевірити правильність застосування виробничих норм і їх відповідність державним будівельним нормам. За допомогою формальної перевірки доцільно перевірити форми М-19 і М-29, адже, крім підписів матеріально-відповідальних осіб, дані звіти повинні бути затверджені керівником підприємства. Застосування арифметичної перевірки допоможе перевірити арифметичну точність даних, замічених у перерахованих вище звітах.

Контроль витрат на оплату праці, яка є п'ятим етапом внутрішньогосподарського контролю витрат по будівельних контрактах,

передбачає перевірку застосування вибраної форми оплати праці, а також розміри нарахувань винагороди працівникам за виконані будівельно-монтажні роботи. Держава здійснює регулювання оплати праці, уводячи розмір мінімальної заробітної плати, якого повинні дотримуватися підприємства різних форм власності та господарювання.

При здійсненні перевірки витрат на оплату праці необхідно відслідковувати: дотримання підприємством установлених законодавством вимог щодо нарахування оплати праці та розрахунків утримань із заробітної плати; правильність організації процесу роботи, дотримання тарифів, ставок, розцінок; чи здійснюються нарахування за шкідливі умови роботи; своєчасність нарахування і виплати заробітної плати.

Шостим етапом контролю витрат по будівельних контрактах є контроль інших прямих витрат. До складу інших прямих витрат ставляться: відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація, втрати від недостачі. У п. 13 П(С)БО № 18 замічено, що інші прямі витрати, крім статей витрат, перерахованих у П(С)БО № 16, включають також вартість виконаних субпідрядниками робіт [6].

Перевірці потребує правильність розрахунків амортизації, а також віднесення до складу витрат усіх робіт, які виконані субпідрядниками. Необхідно перевірити акти здачі-приймання робіт, укладені із субпідрядними організаціями, а також звернути увагу на тих субпідрядників, які не виконують узяті на себе зобов'язання. Докладний аналіз форм № КБ-3 і КБ-2в, які підписані із субпідрядниками, дасть можливість виявити найбільш істотні по складу понесених ними витрат і виробити механізм їх скорочення.

Контроль загальновиробничих витрат вимагає підтвердження вірогідності формування, правильності розподілу і відображення в обліку загальновиробничих витрат. Серед завдань контролю загальновиробничих витрат можна виділити: установлення повноти переліку витрат, віднесених до загальновиробничих; контроль дотримання принципу розподілу загальновиробничих витрат між об'єктами будівництва з використанням бази розподілу при нормальній потужності (пропорційно прямим витратам: обсягам доходів; прямим витратам на оплату праці; відпрацьованому будівельними машинами і механізмами часу та ін.). використовуючи норми п. 14 П(С)БО № 18; перевірку обґрунтованості віднесення витрат до загальновиробничих; контроль правильності розподілу загальновиробничих витрат.

Під час перевірки загальновиробничих витрат контролерові необхідно з'ясувати повноту їх формування згідно з вимогами П(С)БО № 16 «Витрати» і Методичних рекомендацій з формування собівартості будівельно-монтажних робіт.

Наступним етапом контролю витрат по будівельних контрактах є контроль вірогідності сформованої інформації про витрати на відповідних рахунках і в облікових реєстрах (реєстрах аналітичного і синтетичного обліку).

Контроль вірогідності представленої інформації про витрати у фінансовій, податковій і статистичній звітності будівельних організацій – з один із заключних етапів контролю витрат по будівельних контрактах. Необхідно відзначити, що інформація про витрати будівельних організацій утримується у формі № 2 «Звіт про фінансові результати» і у формі № 5 «Примітки до річної фінансової звітності».

До предметної області дослідження, доцільно також віднести форми статистичної звітності. Особлива увага необхідно приділяти формі № 1- підприємство («Звіт про основні показники діяльності підприємства»), де в розділі 2.3. «Операційні витрати по реалізованій продукції» і в розділі 3 «Окремі види витрат по реалізованій продукції (робіт, послуг)» надана інформація про витрати підприємства.

Докладному вивченню обов'язково підлягають форми податкової звітності, а саме: «Декларація по податку на прибуток підприємства», адже до складених витрат включаються витрати по будівельних контрактах у розрізі цілого ряду статей валових витрат.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, виходячи із проведеного аналізу, впливає, що здійснивши контроль організації ведення обліку витрат по будівельних контрактах, укладених відповідно затвердженням інвестиційним проектам, а також дослідивши обґрунтованість і вірогідність показників різних форм звітності, перевіряючий може сформувати висновки, розробити і запропонувати рекомендації щодо поліпшення організації обліку витрат на підприємстві, інтенсифікації будівельного виробництва, зниження обсягів витрат по будівельних контрактах шляхом закупівлі будівельних матеріалів за доступними цінами в постачальників з відмінною репутацією, а також раціональної витрати матеріальних ресурсів, використовуваних у рамках капітальних інвестицій.

Також, можна зробити висновок, що організація оперативного внутрішньогосподарського контролю повинна полягати в оцінці динаміки, ступені виконання плану і деталізації інвестиційних проектів підприємств промислової групи.

Список використаних джерел:

1. Управление проектами. Ньюэлл Майкл В.: Руководство. М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006. 416 с.
2. Кужельный Н.В. Бухгалтерский учет и его контрольные функции. Практическое руководство. М.: Финансы и статистика, 2005. 443 с.
3. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации. М.: Экзамен, 2000. 320 с.
4. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: Монографія. К.: ЦУЛ, 2007. 522 с. ISBN 966-346-135-7
5. Павелко О.В. Внутрішньогосподарський контроль витрат за будівельними контрактами: методика та етапи проведення. URL: <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache>:
6. П(С)БО № 18 «Будівельні контракти». Затверджено наказом Мініном України від 28.04.2001 р. № 205.

Strielnikov R.M.**ORGANIZATION OF INTERNAL CONTROL IS IN SYSTEM OF ACCOUNT OF CHARGES OF CAPITAL INVESTMENTS**

In this article the basic features of organization of internal control of investment projects are analysed on major productive concerns. On the basis of analysis of economic literary sources of дана there is the generalized classification of internal control, capital investments are grouped on directions of works (charges), information generators are systematized for control of the charges on building contracts, carried out on investment projects. Tasks and algorithm of control of forming authenticity are in-process certain also, rightnesses of distribution and reflection in the account of total productive expenses on capital investments, the stages of control of expenses are worked out on building contracts. Basic information generators and documents that is used for registration of operations on the account of capital investments and building contracts are considered. It is set that to internal control inherent next features: implementation of functions whether of control. The tasks of control of total productive expenses to that attributed are certain: establishment of plenitude of list of the expenses attributed to general productive; control of observance of principle of distribution of total productive expenses between the objects of building with the use of base of distribution at normal power (proportionally to the direct expenses: to the volumes of acuestss; to the direct expenses on the remuneration of labour; exhaust building machines and mechanisms of time of and other). using the norms of standards of record-keeping; verification of validity of taking of expenses to general productive; control of rightness of distribution of total productive expenses.

Key words: charges, capital investments, building contracts, internal control, account, methods, contracts of work.

УДК 378.001.11

Жегус О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри маркетингу і комерційної діяльності
Харківського державного університету харчування та торгівлі

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ УНІКАЛЬНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ПРОДУКТІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті доведено необхідність інноваційного підходу до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти. Спираючись на специфіку закладів вищої освіти, особливості процесу виробництва, просування та споживання продуктів вищої освіти, революційні зміни, які відбуваються в усіх сферах життєдіяльності, обґрунтовано принципи інноваційного підходу до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти. Засновуючись на визначених принципах, розроблено інноваційний, практико-орієнтований підхід до формування інноваційного складника продуктової політики в ЗВО. Визначено напрями та аспекти інноватизації процесу виробництва та споживання освітніх продуктів, надано рекомендації щодо формування нової моделі науково-педагогічних кадрів. Доведено, що інноваційний підхід до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти сприятиме формуванню можливостей розвитку ЗВО.

Ключові слова: заклад вищої освіти, продукт вищої освіти, інновації, комплекс маркетингу, унікальна пропозиція.

В статті обоснована необхідність інноваційного підходу к формированию уникального предложения продуктов высшего образования. Опираясь на специфику высших учебных заведений, особенности процесса производства, продвижения и потребления продуктов высшего образования, революционные изменения, которые происходят во всех сферах жизнедеятельности, обоснованы принципы инновационного подхода к формированию уникального предложения продуктов высшего образования. Основываясь на определенных принципах, разработан инновационный, практико-ориентированный подход к формированию инновационной составляющей продуктовой политики в ЗВО. Определены направления и аспекты инноватизации процесса производства и потребления образовательных продуктов, даны рекомендации по формированию новой модели научно-педагогических кадров. Доказано, что инновационный подход к формированию уникального предложения продуктов высшего образования будет способствовать формированию возможностей развития вуза.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, продукт высшего образования, инновации, комплекс маркетинга, уникальное предложение.

Постановка проблеми. Із прийняттям нових Законів України «Про освіту» (2017 р.) [10], «Про вищу освіту» (2014 р.) [9] інституційно закріплено автономію закладів вищої освіти (далі ЗВО), яка передбачає право суб'єкта освітньої діяльності на самоврядування, що полягає в його самостійності, незалежності та відповідальності у прийнятті рішень щодо академічних (освітніх), організаційних, фінансових, кадрових та інших питань діяльності [10]. Послаблення механізмів державного регулювання та нормування надало ЗВО більше можливостей для фінансово-господарської діяльності, управління нею, використання при цьому маркетингових методів та технологій. Загострення конкурентної боротьби водночас зі зниженням попиту на освітні продукти

вимагають проактивних дій – дій на випередження для забезпечення виживання та подальшого розвитку ЗВО. При цьому ключову роль відіграють маркетингові механізми, базовим принципом яких є інновації.

Найбільш гострою проблемою для ЗВО на сучасному етапі є формування контингенту студентів, збереження їх чисельності в умовах падіння попиту. Для цього пріоритетом маркетингової діяльності є спрямування зусиль на підвищення привабливості ЗВО для абітурієнтів та розширення їх потоків, основними з яких є випускники шкіл, закладів професійної (професійно-технічної) освіти, вищої освіти I–II рівнів акредитації, іноземні абітурієнти. В умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку продуктів вищої освіти вирішення цього завдання

зумовлює необхідність використання інноваційних підходів до продуктової політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними вченими вже обґрунтовано та доведено необхідність впровадження маркетингу в ЗВО як сучасної ринково-орієнтованої концепції управління, що відповідає процесам маркетингації та реформування вищої освіти. Маркетинг ними розглядається як чинник підвищення ефективності функціонування ЗВО [1], як важливий інструмент регулювання ринку освітніх послуг [5]. Теоретичним та окремих прикладним аспектам маркетингу в сфері вищої освіти приділили увагу С. Вільчинська, А. Дмитрів, В. Дмитрієв, С. Ілляшенко, С. Ковальчук, М. Матвій, І. Мелушова, А. Могилова, М. Михайлова Н. Савицька, С. Телетова, О. Телетов [2–4, 6–8, 11, 12]. Проте в умовах розвитку економіки знань, швидких темпів змін у зовнішньому середовищі, загострення конкуренції, посилення диспропорцій між попитом та пропозицією як на ринку продуктів вищої освіти, так і на ринку праці актуалізується потреба в розробленні нових підходів до маркетингової діяльності, заснованих на інноваціях.

Метою дослідження є обґрунтування принципів та інноваційного підходу до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. У термінах ринкової економіки матеріальні та нематеріальні результати діяльності ЗВО, які призначені для продажу на специфічному галузевому ринку, разом набувають форми товарного продукту, тому в контексті об'єкта продажу на ринку послуг вищої освіти використовується поняття «продукт». З урахуванням специфіки продуктів вищої освіти, особливостей процесу їх виробництва, просування та споживання, суспільного характеру

запропоновано модель комплексу маркетингу «5P+S» (рис. 1), структурними елементами якої є «price» (ціна), «place» (збут), «promotion» (просування), «physical evidence» (фізичні свідчення), «social-marketing» (соціальний маркетинг) та поліелемент «proposition» (пропозиція), його утворено на основі інтеграції таких елементів, як «product», «process», «people», які в контексті освітніх послуг є невіддільними та унікальними для певного часу і місця їх виробництва та споживання.

Запропонований підхід до формування комплексу маркетингу продуктів вищої освіти як особлива філософія прийняття маркетингових рішень вирізняється ціннісним підходом до елементів комплексу маркетингу, який передбачає розроблення та просування на ринок унікальної торгової пропозиції (Unique Selling Proposition) за допомогою нового поліелемента – proposition. Ключовим його складником є освітній продукт ЗВО, який визначається як мультитластива синтетична категорія, яка з погляду маркетингу являє собою комплексний результат виробництва та передачі знань і забезпечує задоволення освітніх потреб споживачів у процесі обміну.

Для забезпечення конкурентних переваг пропозиції, яку ЗВО планує просувати на ринок продуктів вищої освіти, їй необхідно надати унікальних характеристик, які відрізнятимуть від аналогів. Для цього необхідно вирішити низку завдань, пов'язаних із пошуком ідей для продуктових інновацій. І в цьому контексті важливим є урахування специфіки закладів вищої освіти, які поряд із освітньою діяльністю здійснюють науково-дослідну, тим самим сприяють виробництву нових знань, які потім у процесі навчання повинні передаватися та поширюватися. Самі по собі нові знання – новий продукт наукових досліджень, який одержано вперше, і належить він певному науковцю та/або групі науковців, тому їх упровадження у навчальний процес і буде сприяти інноватизації освітнього продукту. Тому принципом формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти є науковість.

Для того щоб забезпечити унікальність, відмінність освітнього продукту від наявних аналогів, необхідно досконало вивчити їх. При цьому важливо виявити спільні характеристики для усіх наявних на ринку продуктів, визначити слабкі та сильні сторони кож-

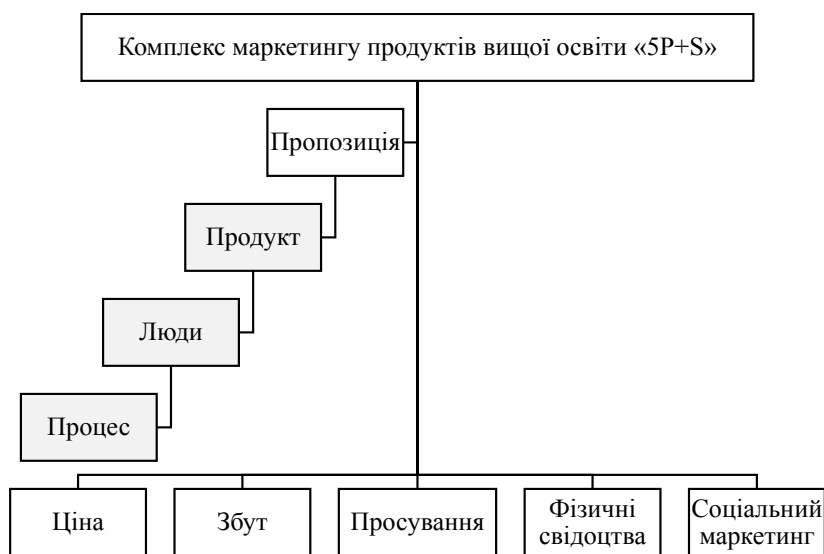


Рис. 1. Модель комплексу маркетингу продуктів вищої освіти

ного з них. На основі результатів такого дослідження узагальнюється досвід, особлива увага звертається на кращі результати, встановлюються можливі напрями змін, які потрібні для нового продукту. Інструментом проведення такого порівняльного аналізу є бенчмаркінг, який дає змогу визначити, зрозуміти та адаптувати наявні приклади кращого успіху, досвіду з метою поліпшення власних освітніх продуктів ЗВО та надати їм відмінних, унікальних характеристик. Отже принципом формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти є унікальність.

Оскільки маркетинговий підхід до управління полягає в орієнтації на потреби ринку, а кінцевим споживачем результату освітнього продукту є працевластуваний, важливим під час прийняття рішень щодо продуктових інновацій у ЗВО є виявлення їх потреб та вимог до сучасних фахівців із вищою освітою. У цьому напрямі важлива взаємодія ЗВО із приватними підприємствами, фахівцями підприємств, професійними спільнотами. Саме працевластуваний на ринку продуктів вищої освіти виконують маркетингові функції з формування попиту, стають домінуючим замовником підготовки кадрів. Оскільки успішність ЗВО багато в чому залежить від конкурентоспроможності та затребуваності його випускників на ринку праці, необхідно максимізувати відповідність пропонованих освітніх продуктів попиту вимогам працевластуваних, а для цього керівники освітніх установ, викладачі повинні чітко усвідомлювати їх. Тому потрібна не просто систематична взаємодія ЗВО із працевластуваними, а безпосередня їхня залученість до процесу підготовки фахівців. У цьому контексті актуалізується принцип практико-орієнтованості продуктових інновацій.

З огляду на швидкі темпи та кардинальні зміни, які відбуваються зараз в усіх сферах життєдіяльності, вища освіта повинна мати випереджальний характер. Під час формування продуктової політики необхідно передбачити, які сфери та в якому напрямі будуть розвиватися в майбутньому, які знання, навички, професійні якості будуть потрібні фахівцям. Одним із методів виявлення пріоритетів під час формування та/або оновлення освітніх продуктів у ЗВО є форсайт-дослідження – метод активного прогнозування майбутнього в економічній, технологічній та інших сферах, за результатами якого визначаються потрібні в найближчому майбутньому компетентності фахівців у певних сферах діяльності. Таким чином, принципом формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти є проактивність. ЗВО, які його дотримуватимуться, перетворюються із провайдера освітніх продуктів на активного учас-

ника формування майбутнього, що сприятиме покращенню його іміджу, підвищенню привабливості для абітурієнтів та працевластуваних.

В умовах, коли в більшості ЗВО активізується інноваційна діяльність, маркетингова діяльність, важливо бути першим, тому пріоритетними рисами інноваційного процесу в ЗВО є підприємницька активність та ініціативність щодо розроблення та впровадження нововведень, що витікає в окремий принцип, дотримання якого забезпечить підвищення готовності до інновацій, їх своєчасність.

З огляду на вищенаведене, базовими принципами інноваційного підходу до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти є науковість, унікальність, практико-орієнтованість, випереджальність, ініціативність. Засновуючись на наведених принципах, розроблено та, зважаючи на необхідність адаптації освітніх продуктів до вимог ринку праці, необхідність формування конкурентних переваг на цій основі, запропоновано інноваційний практико-орієнтований підхід до розроблення або вдосконалення освітніх продуктів (рис. 2).

Цей підхід передбачає виробництво та впровадження нових знань у навчальний процес, вивчення кращого досвіду наявної пропозиції, тісну взаємодію з працевластуваними для виявлення поточних вимог до фахівців із вищою освітою, урахування майбутніх змін і тенденцій у науково-технічній, економічній сферах, суспільстві. Запропонований підхід до формування інноваційного складника продуктової політики в ЗВО дасть змогу розширити емпіричні підходи, засновані на власному досвіді і досвіді конкурентів, а також інтуїції осіб, які приймають рішення, технологією футуристичного дизайну як методу прогнозування майбутнього.

Поряд із формуванням інноваційного складника освітнього продукту інноваційні підходи потрібні й до таких елементів пропозиції, як процес та персонал, які є елементами унікальної пропозиції освітнього продукту (рис. 3).

У контексті активізації інноваційної діяльності пріоритетним завданням ЗВО є формування нового типу науково-педагогічних кадрів, яким є науковець підприємницького типу, що має постійно проводити науково-дослідну роботу, сприяти розробленню та впровадженню інновацій. У зв'язку із наведеним змінюється модель професійної діяльності науково-педагогічних кадрів, для адаптації до якої потрібно впровадити відповідну корпоративну культуру. Сучасна корпоративна культура ЗВО базується на традиційних академічних цінностях і нових цінностях, відповідно до яких важливими складниками її є маркетинговий – орієнтація на потреби ринку, сприяння підви-



Рис. 2. Формування інноваційного складника продуктової політики в ЗВО



Рис. 3. Складники унікальної пропозиції освітнього продукту

щенню задоволеності споживачів; інформаційний – навички цілеспрямованої праці та використання інформації; web-культура – вільне володіння та активне застосування сучасних цифрових та інформаційних технологій у процесі професійної діяльності.

В умовах реформування системи вищої освіти інноваційного підходу потребує організація процесу в ЗВО, що передбачає впровадження інноваційних методів та технологій навчання, удосконалення організації та управління навчальним процесом, закладом загалом. Перехід від знанневої концепції навчання до практико-орієнтованої зумовлює необхідність удосконалення та оптимізації методів і технологій навчання на принципах дуальної освіти.

З огляду на зростання ролі науково-дослідної та прикладної складових частин навчального процесу, необхідно впроваджувати в навчальний процес сучасні технології, які забезпечать інтеграцію освіти, науки, виробництва. Удосконалення методів та технологій навчання повинно також базуватися на активному впровадженні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, з використанням яких розробляються сучасні інтерактивні навчальні курси, візуальні додатки, тренажери, завдання в тестовій формі для самостійної роботи, контрольні тести тощо. Відповідно до тенденції індивідуалізації навчаль-

ного процесу, необхідним є перехід від групового до інноваційного індивідуально-орієнтованого підходу до навчання з урахуванням потреб кожного студента, що сприятиме підвищенню якості надання освітніх послуг та підвищенню задоволеності споживачів.

Передумовою стабільного розвитку ЗВО (рис. 4) є формування можливостей, які на сучасному етапі пов'язані з підвищенням привабливості ЗВО для стейкхолдерів, налагодженням і підтримкою із ними довготривалих взаємовигідних відносин. Ключову роль при цьому відіграє використання інноваційного підходу до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти.

ЗВО, які активізують інноваційну діяльність у сфері маркетингу, а саме будуть розробляти та впроваджувати інноваційні освітні продукти, використовувати при цьому інноваційні методи просування та комунікації, матимуть можливість підвищити споживчу цінність пропозиції та забезпечити на цій основі стійкі конкурентні переваги.

Пропонування на ринку продуктів із більш високою споживчою цінністю сприятиме максимізації задоволення потреб, відповідності очікуванням, інтересам стейкхолдерів, що підвищить їхню задоволеність, прихильність, лояльність до ЗВО. А це дасть змогу налагодити та підтри-

мувати довгострокові відносини із ключовими стейкхолдерами, необхідні для формування та стимулювання попиту на продукти ЗВО. У разі успіху можна очікувати зростання попиту, а значить – результатів фінансово-господарської діяльності, досягнення мети ЗВО.

Висновки з проведеного дослідження.

Активізація інноваційної діяльності ЗВО в контексті виробництва, просування та пропонування продуктів на специфічному галузевому ринку є необхідною умовою виживання та розвитку в сучасних умовах. Запропонований інноваційний підхід до формування унікальної пропозиції продуктів вищої освіти дасть змогу ЗВО забезпечити можливості для подальшого розвитку, не конкуруючи за наявний обмежений ринок, а шляхом пропонування інноваційних продуктів із неповторними натепер відмінностями. Постійна інноваційна активність щодо формування пропозиції ЗВО з дотриманням принципів науковості, унікальності, практико-орієнтованості, випереджальності, ініціативності забезпечить якісні позитивні зміни у відносинах із ключовими стейкхолдерами (насамперед абітурієнтами та студентами, працедавцями, випускниками) за рахунок ексклюзивного, відмінного від інших продукту та індивідуального підходу до задоволення їхніх потреб, очікувань, інтересів.

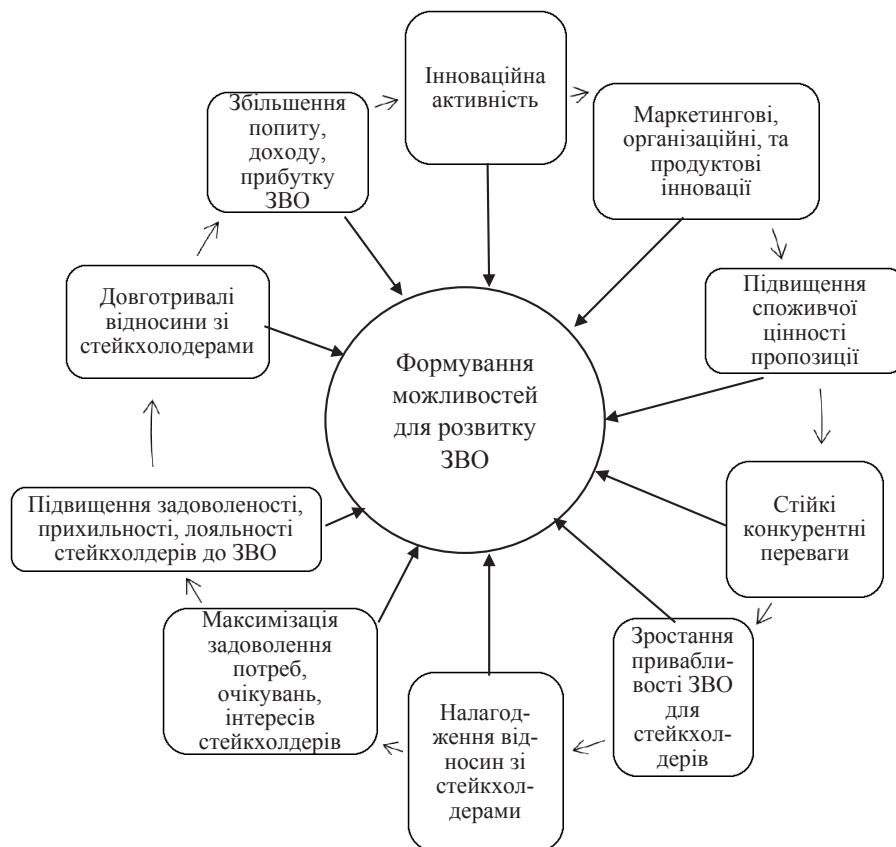


Рис. 4. Інновації як передумова стабільного розвитку ЗВО

Список використаних джерел:

1. Брітченко І.Г., Чайка І.П. Маркетинг як чинник підвищення ефективності функціонування вищого навчального закладу / І.Г. Брітченко, І.П. Чайка. // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія «Економіка». Ужгород : Ужгородський національний університет. 2011. Випуск 33. С. 299–302.
2. Дмитрів А.Я. Дмитрів В. Маркетингова стратегія ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ / В. Дмитрів // Вища освіта України. 2013. № 1. С. 57–62
3. Дмитрів А. Я. Функціональний підхід до застосування маркетингу для розвитку діяльності закладів вищої освіти/ Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3. Т.1, с. 123–129
4. Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями / С.Н. Ильяшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013. № 2. С. 13–23.
5. Карбовська Л.О. Маркетинг як важливий інструмент регулювання ринку освітніх послуг/ Л.О. Карбовська // Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 4. С. 141–145.
6. Ковальчук С.В. Необхідність стратегічного маркетингового планування діяльності вищих навчальних закладів/ С.В. Ковальчук, С.Б. Вільчинська / URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4086/1/Kovalchuk.pdf>
7. Матвіїв М. Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційні аспекти : монограф. / М. Я. Матвіїв. Тернопіль : Екон. думка, 2007. 448 с.
8. Могилова А.Ю. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг / А.Ю. Могилова, І.В. Решетнікова // Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М.М. Палінчак. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. Вип. 10. Ч. 2. С. 21–25
9. Про вищу освіту/Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
10. Про освіту/Закон України від 05.09.2017 № 2145–VIII/ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
11. Савицька Н.Л. Удосконалення комплексу маркетингу в сфері послуг / Н.Л. Савицька, О.В. Жерус, І.Ю. Мелушова, М.В. Михайлова // Scientific letters of academic society of Michal Baludansky. Vol. 5, № 4. Kosice, Slovakia, 2017. P. 116–120.
12. Телетова С.Г. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів / С.Г. Телетова, О.С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. № 3. Т. 2. С. 118–124.

Zhehus O.V.

INNOVATIVE APPROACH TO THE FORMATION OF A UNIQUE PROPOSITION FOR HIGHER EDUCATION PRODUCTS

In order to ensure the development of HEI, it is necessary to adapt their activities to market requirements. In this case, the key role is played by marketing mechanisms, the basic principle of which is innovation. In the conditions of dynamic changes and intensification of competition in the market of products of higher education, the need to use innovative approaches to food policy is updated. Therefore, the purpose of the study is to justify the principles and innovative approach to the formation of a unique proposition for higher education products.

A unique proposition is considered as a component of the marketing complex, which integrates a product with distinct characteristics, process, and people whose symbiosis contributes to the increase of the consumer value. Based on the specifics of institutions of higher education, peculiarities of the process of production, promotion and consumption of higher education products, revolutionary changes taking place in all spheres of life, the principles of innovative approach to the formation of a unique proposal of a higher education establishment: scientific, uniqueness, practical orientation, proactiveness, initiative. Based on the established principles, an innovative, practical-oriented approach to the formation of an innovative component of the product policy in the HEI, based on the implementation of the results of research activities in the learning process, interaction with employers in the process of training specialists, banch-marking and foresight research, are developed.

The directions and aspects of innovation of the process of production and consumption of educational products, which consist in introduction of innovative individual and practical-oriented approaches to training, are determined. The necessity of forming a new model of scientific and pedagogical personnel – a business-type scholar is pointed out and recommendations on the formation of a modern corporate culture of HEI, which is based on traditional academic values and new values.

It is proved that an innovative approach to the formation of a unique proposition of higher education products will facilitate the formation of opportunities for the development of HEI by propositioning products with higher consumer value that will maximally satisfy needs, meet expectations, interests of stakeholders, increase their level of satisfaction, commitment, loyalty to HEI and establish a long-term relationship on this basis.

Key words: university of higher education, product of higher education, innovations, marketing complex, unique proposition.

Мних О.Б.

доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»

ВЗАЄМОДІЯ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ І МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ

Показано розрив стратегічних цілей розвитку України як авіаційної держави та реальної практики їх реалізації. Дано характеристику зростаючих вимог до учасників авіаринку в Україні в умовах створення спільного авіаційного простору, імплементації діючого законодавства до вимог європейських авіастандартів. Приведені тренди, що відображають погіршення фінансових результатів діяльності монополіста на ринку пасажирських авіаперевезень ПрАТ «Міжнародні авіалінії України». Побудовано змістовну модель, у якій з різних сторін розглянуто взаємодію факторів розвитку конкурентного ринку авіаперевезень і маркетингової діяльності авіакомпаній.

Ключові слова: авіаперевезення, конкурентне середовище, маркетингова діяльність, євроінтеграція, авіакомпанія, ефективність.

Показан разрыв стратегических целей развития Украины как авиационного государства и реальной практики их реализации. Дана характеристика возрастающих требований к участникам авиарынка в Украине в условиях создания совместного авиационного пространства, имплементации действующего законодательства с требованиями европейских авиационных стандартов. Приведены тренды, отражающие ухудшение финансовых результатов деятельности монополиста на рынке пассажирских авиаперевозок ЗАО «Международные авиалинии Украины». Построена содержательная модель, в которой с разных сторон рассмотрено взаимодействие факторов развития конкурентного рынка авиаперевозок и маркетинговой деятельности авиакомпаний.

Ключевые слова: авиаперевозки, конкурентная среда, маркетинговая деятельность, евроинтеграция, авиакомпания, эффективность.

Постановка проблеми. Розширення наукових інструментів пізнання явищ і процесів, що стосується ефективного освоєння авіаційного простору для задоволення потреб суспільства, вимагає сама практика життєдіяльності авіакомпаній. Відомі закони (вартості, попиту, пропозиції, ринкової кон'юнктури, конкуренції, тощо) обмежуються кругообігом крупного приватного капіталу, зважаючи на монополізацію ринку пасажирських і вантажних авіаперевезень в Україні. Невідповідність темпів зростання доходу, валової доданої вартості, витрат на збут, обсягів інших операційних витрат тощо і фінансового результату від операційної діяльності найбільш активних авіакомпаній вимагає більш глибокого дослідження конкурентного середовища, причин таких економічних явищ і процесів, взаємообумовленості маркетингової та фінансово-господарської діяльності різних за масштабами та географією діючих суб'єктів господарювання, рівня завантаження авіапарку та ін. Взаємодія чинників негативного характеру (зокрема, монополізація ринку авіаперевезень, зростаючі фінансові витрати за оренду літаків закордонного виробництва в умовах девальвації гривні, часове відставання авіакомпаній в темпах

освоєння спільного авіаційного простору) у підсумку підриває ринкові позиції авіакомпаній та їх ділових партнерів, послаблює основи їх фінансової стійкості, гальмує реформи в авіаційній галузі промисловості і ускладнює впровадження інновацій та реалізацію структурно-функціональних змін на різних рівнях економіки в суміжних галузях [1].

Аналіз останніх досліджень і розробок. Ще 20 років тому було визначено стратегію розвитку системи аеронавігації України як авіаційної держави (Указ Президента України від 11 червня 1998 р. № 615/98 «Про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу» та від 14 вересня 2000 року № 1072/2000 «Про Програму інтеграції України до Європейського Союзу»). На саміті Східного партнерства у Вільнюсі 23.11.13 р. Україна та Євросоюз парафували Угоду про спільний авіапростір, що стало, по-перше, важливою віхою на етапі інтеграції ринків авіації України в європейський простір авіації, і, по-друге, новим викликом для перевірки політичної та технологічно-організаційної та маркетингової готовності до впровадження нових авіаційних стандартів ЄС та процесів імплементації діючих норм та нормативів [2].

Від лібералізації ринку між Україною та країнами ЄС в рамках Угоди про САП очікується отримання позитивного ефекту завдяки:

- доступу українських авіакомпаній до ринку ЄС – збільшення пасажиро- та вантажо- потоків;
- реалізації трансферного потенціалу України (розвиток міжнародного хабу в аеропорті Бориспіль);
- розвитку регіональних аеропортів України, збільшенню рівня зайнятості;
- залученню низькобюджетних перевізників на український ринок;
- збільшенню кількості польотів, обслугованих «Украерорухом» [3].

Функції та завдання Міністерства інфраструктури України в галузі цивільної авіації визначені Постановою Кабінету Міністрів України від 30 червня 2015 р. № 460 «Про затвердження Положення про Міністерство інфраструктури України». Міністерством інфраструктури розроблено проект постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року».

Втрачений час на впровадження такої Угоди пригальмував інноваційні процеси розвитку авіаційної промисловості України, уповільнив темпи розширення маркетингової географії вітчизняних авіакомпаній, а також поставив нові виклики маркетингу, фінансовому менеджменту, менеджменту персоналу діючим авіакомпаніям. Відповіді на ці виклики прямо чи опосередковано пов'язані із інвестиціями в розвиток людського капіталу, компетенцій учасників ринку авіапослуг. Так, Державне підприємство обслуговування повітряного руху України (Украерорух) долучилося до дослідження Євроконтролю з валідації опитувальника FEAST Personality Questionnaire (FPQ), який визначає особистісні характеристики майбутніх європейських авіадиспетчерів і Євроконтроль використовує особистісні характеристики українських авіадиспетчерів, які стали учасниками цього дослідження. Подібні проблеми розглядаються в роботах О.В. Ареф'євої [4; 5], О.П. Олексійчук [6], М.М. Єрмошенка [7], О.О. Миронця [8]. Фактори успіху і причини появи кризових ситуацій в авіабудівних компаніях висвітлено в роботі [9] та в ін.

Мета даної наукової роботи – довести необхідність формування конкурентного внутрішнього ринку авіаперевезень в Україні на основі започаткування позитивного досвіду постіндустріальних країн, показати слабку стимулюючу роль ринкового середовища авіаринку на прикладі побудованих трендів щодо нагромадження збитків монополіста на ринку пасажир-

ських авіаперевезень ПрАТ «Міжнародні авіалінії України». Побудувати змістовну модель, що відображає взаємодію факторів розвитку конкурентного ринку авіаперевезень і маркетингової діяльності авіакомпаній.

Виклад основного матеріалу. Динаміка показників розвитку ринку пасажирських і вантажних авіаперевезень України є яскравим відображенням економічних, технологічних, політичних та ринкових ситуацій в країні, трансформації перехідної економіки в ринкову, реальної цінності лідерів авіаринку у створенні ВВП, прискоренні інновацій, а також дієвості механізмів адаптації авіакомпаній, літакобудівних підприємств і авіаоператорів до нових вимог європейських і світових ринків авіаперевезень.

Станом на 21 червня 2011 року в Україні працювало 76 авіакомпаній. В 2015 р. перевезення пасажирів на внутрішніх маршрутах України в період з 01 січня 2014 року до 1 серпня 2015 року здійснювало лише 5 авіакомпаній. Упродовж 2017 р. на ринку пасажирських та вантажних авіаперевезень здійснювали польоти 32 вітчизняні авіакомпанії, якими виконано 93,0 тис. комерційних рейсів, що забезпечило зростання порівняно з 2016 роком на 17%, а пасажирські перевезення здійснювали 18 вітчизняних авіакомпаній [10]. Про монополізацію ринку пасажирських авіаперевезень свідчить той факт, що за 2017 рік аж 93 % від загальних обсягів було здійснено лише п'ятьма провідними авіаперевізниками [11]. Кількість польотів за 1993-2017 рр. зросла у 2,09 рази – від 121500 – до 253969 [12]. У 2014 р. через агресію з боку Росії відбулося найбільше скорочення таких польотів порівняно з попереднім роком – на 35%, що стало новим викликом для авіакомпаній – їх системи менеджменту, маркетингу, перевірки на стійкість у несприятливих ситуаціях ринку тощо. За даними «Украерорух», кількість польотів серед найбільш відомих в Україні авіакомпаній збільшилася за 2016-17 рр. (у зростаючому порядку): білоруської Belavia – на 13,6%, МАУ – на 16,4%, Turkish Airlines – на 20,4%, LOT Polish Airlines – на 28,8%, Wizz Air Hungary LLC – на 57%. Обсяги пасажирських перевезень українських авіакомпаній за цей же період зросли на 27,5% та становили 10,554 млн. осіб.

Важливим з економічної точки зору є прагнення авіакомпаній в здійсненні регулярних рейсів. Регулярні польоти між Україною та країнами світу впродовж 2017 р. здійснювали 10 вітчизняних авіакомпаній (або 55% від загальної кількості) до 43-ох країн світу та 29 іноземних авіакомпаній – до 27-ми країн світу, причому до нових іноземних авіаком-

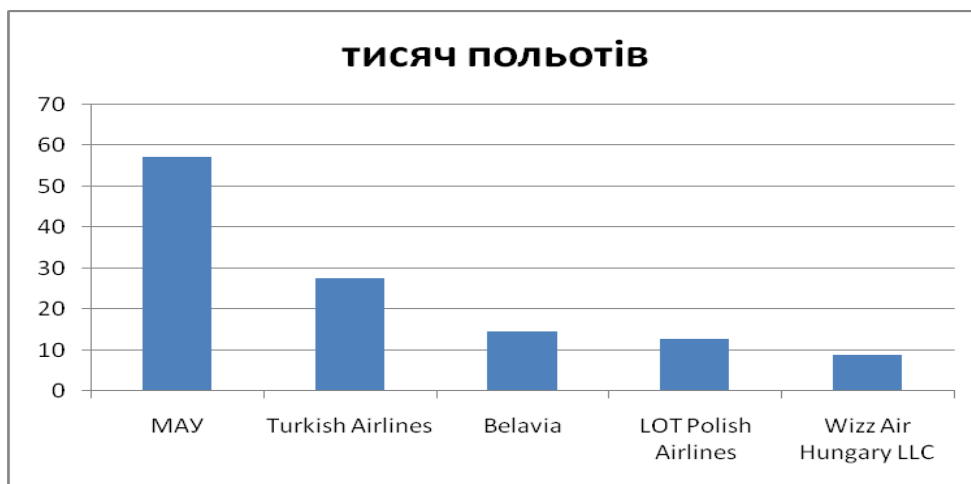


Рис. 1. Найбільш активні авіакомпанії в Україні в 2017 р. за обсягами аеронавігаційного обслуговування

Джерело: Укр аерорух

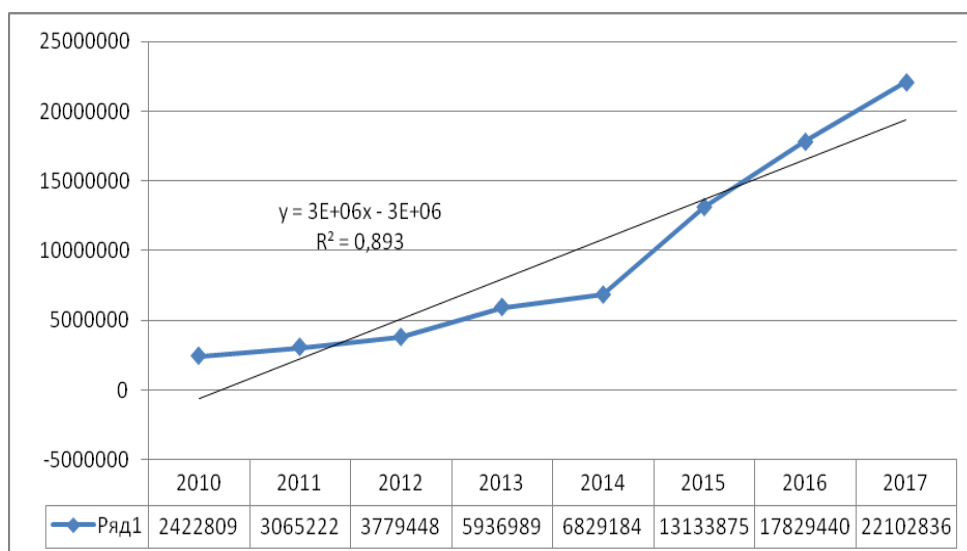


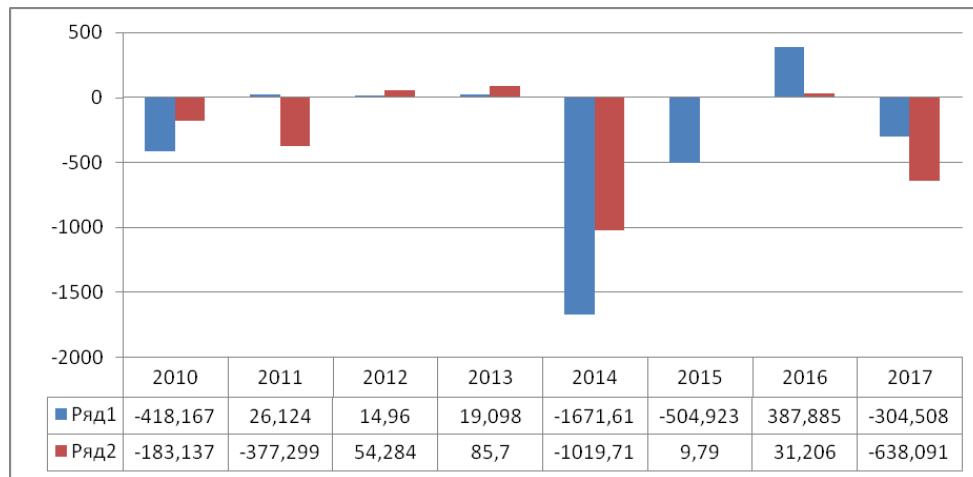
Рис. 2. Динаміка витрат на збут в ПрАТ «Міжнародні авіалінії України» (в тис. грн.)

паній відносяться: "Qatar Airways" з Катару, "Ernest SpA" з Італії та "Kish Air" з Ірану.

Прихід на вітчизняний ринок України нових іноземних компаній свідчить не тільки про розвиток України як транзитної держави, привабливої для туристів, але й, з другої сторони, відображає техніко-технологічну неготовність вітчизняних авіакомпаній-перевізників обслуговувати міжнародні рейси далекого зарубіжжя [13]. Підтвердженням останньої тези є більш високі темпи зростання кількості польотів за 2017 р., що демонструють іноземні компанії. Це означає, що виробничі фактори з надання авіапослуг тих компаній є більш еластичними, гнучкими до ринкових ситуацій, які вміло використовують можливості і шанси для зростання ефекту масштабу, зокрема, кількості польотів.

Не готовою до ефективної роботи в нових ринкових умовах, як показують показники на рис. 2, виявилася і монополістична авіакомпанія ПрАТ «Міжнародні авіалінії України».

При явно вираженій тенденції зростання витрат на збут більше 3 млн.грн/рік отриманий валовий прибуток від реалізації послуг ПрАТ «Міжнародні авіалінії України» був явно недостатнім для того, щоб перекрыти збитковість операційної діяльності, зокрема, в 2017 р. на суму 638,09 млн. грн. (рис. 3); за 2016-17 рр. фінансовий результат від операційної діяльності погіршився на 669,297 млн. грн., а власний капітал в 2017 р. складав (-2 542) млн. грн., що свідчить про розбалансування структури фінансових активів.



**Рис. 3. Діаграма динаміки фінансових результатів
ПРАТ «Міжнародні авіалінії України» за 2010-17 рр. (в млн.грн.)**

Ряд 1 – чистий прибуток, млн. грн.

Ряд 2 – фінансовий результат від операційної діяльності, млн. грн.

Майбутні ринкові позиції вітчизняних авіакомпаній залежатимуть від розширення їх бізнесу не стільки на внутрішньому ринку, а в світовому вимірі, що, відповідно, вимагає покращення інституційного середовища їх функціонування, глибинного вивчення взаємодії факторів розвитку конкурентного ринку авіаперевезень і маркетингової діяльності (рис. 4). Цінним є досвід Польщі щодо налагодження виробничої кооперації з іноземними компаніями [14]. З 2011 р. тут працює Жешувська WSK – нова філія американської компанії Hamilton Sundstrand, яка збудована лише за рік, що здійснює ремонт допоміжних двигунів для літаків Airbus та Embraer; всього за 2 тижні проводиться діагностика, ремонт та перевірка двигуна на динамометрі. Крім того, Жешувський завод WSK виробляє нові двигуни, що обслуговує Airbus (з виробничої лінії такий двигун сходить кожні вісім год.).

Істотна якісна зміна конкурентного авіасередовища вимагає швидкої актуалізації інформації про глобальне маркетингове середовище, формування ринкового попиту стосовно кожного авіарейсу, перезавантаження діючих авіакомпаній, фільтру їх основних та допоміжних (сервісних) функцій, що уможливають і виконання безпечного польоту, і задоволення потреб клієнтів з різним рівнем їх доходів. Пасажири 21-го століття стали більш інформованими, вміють швидко зорієнтуватися щодо отримання фінансових та інших вигід від пропонування різними авіакомпаніями послуг, тому маркетинговий менеджмент авіакомпаній змушений «наздоганяти» прискорений процес розвитку ситуацій, моделювати різні сценарії освоєння закордонних цільових ринків, гра-

мотно вирішувати питання щодо вибору цільових ринків – міжнародних рейсів з врахуванням факторів валютних, політичних та маркетингових ризиків.

Висновки з проведеного дослідження.

Діяльність авіакомпаній у сучасному відкритому авіапросторі знаходиться під тиском критичних факторів постачання послуг і не може «охоронятися» діючими важелями регулювання з боку АМК України, яка продемонструвала низьку якість розроблення та впровадження комплексу заходів щодо регулювання діяльності авіакомпаній, що займають монопольне становище. Відповідно, слабка конкуренція на внутрішньому авіаринку України не виконала свою стимулюючу роль для покращення якості маркетингової діяльності авіакомпаній та підвищення їх ефективності. Втрата цінного часу для розроблення нової промислової політики і моделі розвитку вітчизняного авіабудування, яке б стало постачальником власної авіатехніки, посилила залежність авіакомпаній від імпорту вживаної авіатехніки і, відповідно, послабила еластичність виробничих і маркетингових систем. Тому й альтернативи вибору маркетингових рішень авіакомпаній стосовно освоєння нових цільових ринків є обмеженими, адже вони мають бути органічно поєднані з інвестиційною та інноваційною політикою їх ділових партнерів. Повнота і швидкість вирішення тих проблем залежатиме від реалізації механізму державно-приватного партнерства, фінансового забезпечення маркетингових інноваційних проектів кожного учасника авіаринку та осучаснення змісту їх бізнес-моделей у спільному авіапросторі.

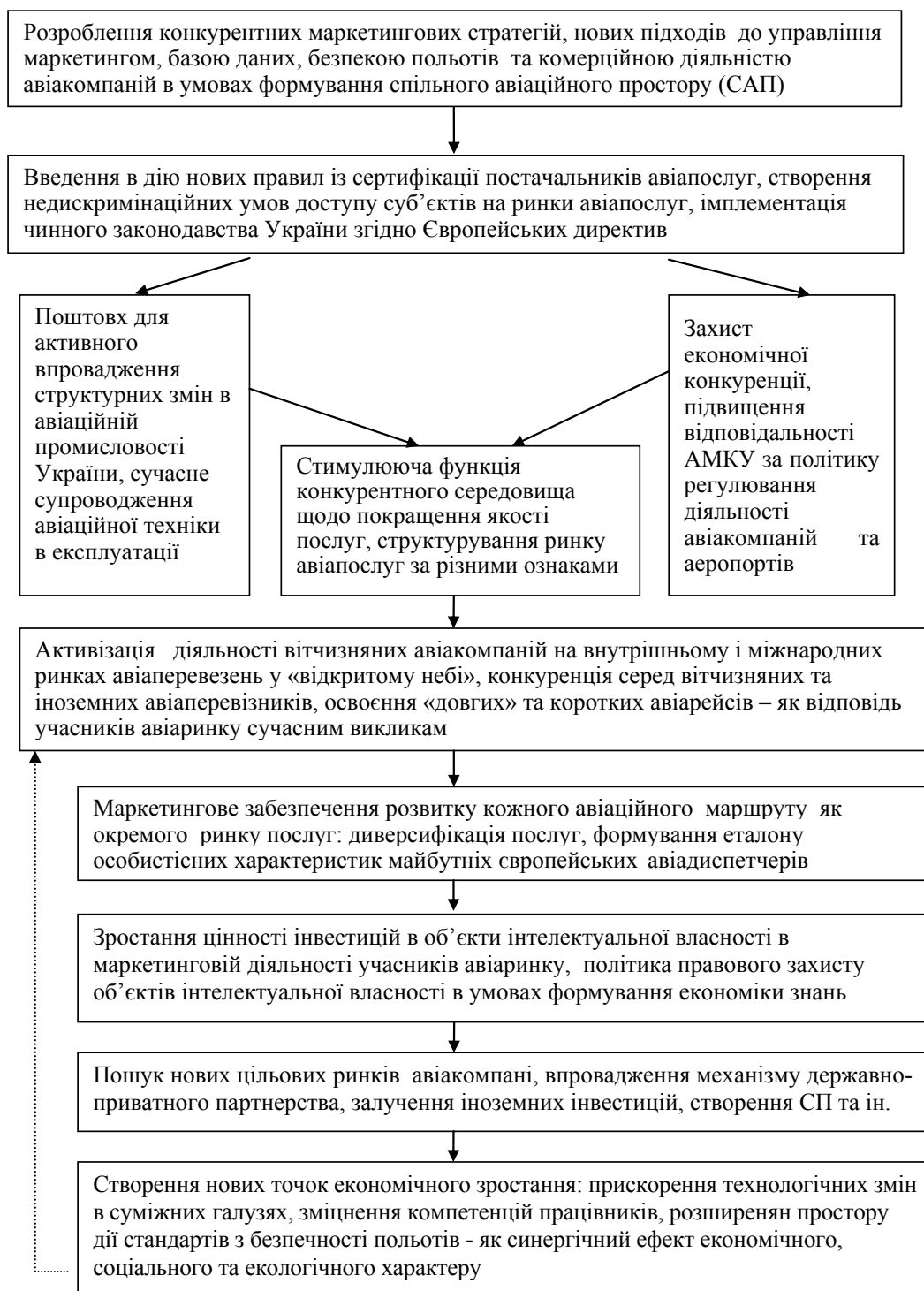


Рис. 4. Взаємодія факторів розвитку конкурентного ринку авіаперевезень і маркетингової діяльності авіакомпаній

Список використаних джерел:

1. Реформи в галузі авіатранспорту ЄС. URL: <https://mtu.gov.ua/content/reformi-avia-transportu.html>
2. Україна парафувала Угоду про спільний авіапростір з ЄС. URL: <https://dt.ua/UKRAINE/ukrayina-parafuvala-ugodu-pro-spilniy-aviaprostir>
3. Украерорух – учасник проекту Євроконтролю із вдосконалення європейської системи професійного відбору авіадиспетчерів. URL: <https://mtu.gov.ua/news/29598.html>. Актуально станом на: 06.03.18
4. Ареф'єва О. В., Штангрет А. М. Розвиток підприємств авіаційної галузі в контексті економіки знань : моногр. Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. 243 с.

6.Олексійчук О. П. Організаційно-економічні та управлінські інструменти забезпечення стійкого розвитку авіакомпанії. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2011. № 37. С. 124-136.

7.Сучасні проблеми розвитку національної економіки і шляхи їх розв'язання: Колективна наукова монографія. За наук. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка. К.: Національна академія управління, 2008. 452 с.

8. Миронець О. О. Правове забезпечення спільного авіаційного простору між Україною та Європейським Союзом. URL: http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/15153/1/%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%86%D1%8C_%D0%B0%D0%B2%D1%96%D0%B0

9. Мних О. Б. Фактори успіху і причини появи кризових ситуацій в авіабудівних компаніях: зарубіжна і вітчизняна практика [колективна монографія]. Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку економіки України / за науковою редакцією к.е.н., доц. Н. Є. Кульчицької. Чортків: THEU, 2016. 360 с. С. 125-138.

10. Стали відомі найпопулярніші авіакомпанії в Україні. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/02/1/633637/>. Актуально станом на: 01.02.18.

11. АМКУ про стан дослідження ринків авіаційних перевезень. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/123335;jsessionid=2A84CC25548CCC1E74C5B9B2C7B0DCF0.app1>

12. Державне підприємство обслуговування повітряного руху України. Цифри та факти. URL: <http://uksatse.ua/index.php?act=Part&CODE=229>

13.Статистичні дані в галузі авіатранспорту. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuzi-aviatransportu.html>

14.Fabryka silników dla Boeinga i Airbusa otwarta w Rzeszowie. URL: <http://www.nowiny24.pl/strefa-biznesu/wiadomosci/z-regionu/a/fabryka-silnikow-dla-boeinga-i-airbusa-otwarta-w-rzeszowie,10313684/>

Mnykh O.B.

INTERACTION OF FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVE MARKET OF AVIATION TRANSPORT AND MARKETING ACTIVITIES OF AIRCRAFT COMPANIES

The gap between the strategic goals of the country's development as an aviation state and the real practice of their implementation over the last decade by different participants of the aviation market is shown. It was argued that weak competition on the domestic aviation market of Ukraine failed to fulfill its stimulating role for improving the quality of marketing activities of airlines and increasing their efficiency. The description of growing requirements to the participants of the aviation market in Ukraine in the conditions of strengthening of the processes of European integration, creation of a common aviation space, implementation of the current legislation to the requirements of European air standards. The expected effects of market liberalization between Ukraine and the EU countries within the framework of the Joint Aviation Area Agreement are determined. It is proved that processes of transformation of those expected effects into real effects are impossible without significantly improving the quality of the levers of state regulation of monopolistic structures and a critical review of the quality of the functions of the Antimonopoly Committee of Ukraine. Regression models are presented reflecting the deterioration of the financial performance of the monopolist in the passenger air transport market of PJSC "International Airlines of Ukraine".

The experience of Poland in establishing industrial cooperation with foreign companies, in particular, Rzeszow WSK, a new branch of the American company Hamilton Sundstrand, which is only a year old, that produces new engines for Airbus, and repairs auxiliary engines for Airbus and Embraer aircrafts. It was proved that future market positions of domestic airlines will depend not so much on the expansion of their business at the national level, but in the world market, which, accordingly, requires improvement of the institutional environment of their functioning, in-depth study of the interaction of factors of the development of a competitive market for air transportation and marketing activities. The content model is constructed, in which the interaction of factors is considered at the stage of deeper European integration and creation of a competitive environment of the airlines industry of Ukraine.

Key words: air transportation, competitive environment, marketing activity, eurointegration, airline, efficiency.

Назаров В.В.

студент

Національного авіаційного університету

Радченко О.А.

доцент, доцент кафедри маркетингу

Національного авіаційного університету

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ НА МЕДІА РИНКУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто тенденції розвитку медіа ринку України. Проаналізовано особливості розвитку ТБ-реклами, реклами у ЗМІ, радіо реклами, зовнішньої реклами та Інтернет-реклами. Проаналізовано показники медіа ринку України та визначено можливі обсяги його збільшення у 2018 році. Визначено, що основним каналом для більшості рекламодавців є ТБ. Описано основних учасників розміщення реклами на ТБ, визначено ступінь взаємодії між ними. Описано алгоритм розміщення та планування рекламної кампанії на ТБ. Наведено покупні аудиторії основних каналів України.

Ключові слова: медіа ринок, реклама, ТБ, радіо, ЗМІ, Інтернет, телеканал, медіа план.

В статье рассмотрено тенденции развития медиа рынка Украины. Проанализированы особенности развития ТВ-рекламы, рекламы в СМИ, радио рекламы, наружной рекламы и Интернет-рекламы. Проанализированы показатели медиа рынка Украины и определены возможные объемы его увеличения в 2018 году. Определено, что основным каналом для большинства рекламодателей является ТВ. Описаны основные участники размещения рекламы на ТВ, определена степень взаимодействия между ними. Описан алгоритм размещения и планирования рекламной кампании на ТВ. Приведены покупные аудитории основных каналов Украины.

Ключевые слова: медиа рынок, реклама, ТВ, радио, СМИ, Интернет, телеканал, медиа план.

Постановка проблеми: Сьогодні майже всі сфери нашого життя пов'язані з рекламою. Люди їй не люблять та намагаються уникати, проте рекламодавці шукають найбільш оптимальні рекламні канали для свого продукту. Незважаючи на те, що медіа ринок України показує темпи зростання, яким багато сегментів бізнесу може лише позаздрити (+30% відносно рівня 2016 року), щороку простежується зниження ефекту відкладеного попиту та зростання інвестицій в рекламу буде більше корелюватися із загальними реаліями економіки України. Актуальність даної статті зумовлюється пошуком найоптимальнішого медіа каналу поширення реклами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми трансформації глобального медіа ринку і розвитку ринку реклами розглядали відомі фахівці і вчені, серед яких: І. Манн, Н. Кепон, М. Рітсон, Н. Шинкаренко, К. Дж. Таквелл.

Метою дослідження є розкриття тенденцій розвитку реклами на медіа ринку України, визначення найбільш оптимального медіа каналу поширення реклами та особливостей роботи з ним.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізом та прогнозуванням рекламного медіа

ринку України займаються експерти Всеукраїнської рекламної коаліції [1]. Прогнозуючи обсяги медіа ринку на 2018 рік, експерти беруть за основу незмінну політичну та економічну ситуацію в Україні, яка склалася в останні роки, та існуючу правову базу, яка регулює розвиток рекламного ринку.

1. ТБ-реклама.

З червня 2017 року продажі рейтингів на ТБ залишаються на високому рівні, з серпня в сітці телеканалів рекламується найбільша кількість брендів, починаючи з 2011 року, проте ТБ-ринок в 2017 році не зміг реалізувати повністю свій потенціал, змістивши його часткового на 2018 рік.

Зазначимо, що ТБ-спонсорство навпаки зростає високими темпами завдяки ротації рекламодавців в даному сегменті, високій інфляції та проведенню Євробачення в Україні.

Зростаюча динаміка реального ВВП в Україні, стабілізація макроекономічної ситуації, зростання споживчих настроїв та зниження темпів споживчої інфляції дає змогу робити прогнози з високими темпами зростання ТБ-ринку реклами нашої країни. У реалістичному прогнозі на 2018 рік закладено зростання ТБ-ринку на 25%, проте можливо, що дане зростання буде скоректовано в більші темпи, ніж +25%.

Крім того, експерти зазначають, що потенціал зростання частки ТБ-реклами на медіа ринку має тенденції до збільшення, по-перше, через низьку вартість контактів для більшості цільових аудиторій рекламодавців, та, по-друге, через уповільнення динаміки інфляції в одних медіа каналах та відсутність прозорого моніторингу у інших медіа.

2. Реклама у ЗМІ.

2017 рік позначився відновленням загальних обсягів реклами, які зазнали безпрецедентного скорочення на ринку України у 2014-2016 роках на 75%, що позначилося також і на відновленні реклами у ЗМІ. Прогнозуються дані тенденції й на 2018 рік.

Експертна рада УАМБ (Української Асоціації Медіа Бізнесу) [2] визначає наступні тенденції, прогножуючи даний вид реклами на 2018 рік:

- зростання довіри платоспроможної аудиторії до медіа, які мають якісний контент. Саме такий контент є відмінною ознакою видавничих компаній від будь-яких інших медіа ресурсів;
- видавці прогнозують збільшення інтересу до мультиплатформених форм поширення реклами, що будуть інтегруватися у журнали та традиційні газети. Тобто, буде збільшуватися частка мультиплатформених спецпроектів і автоматично зростатиме обсяг розміщення реклами в друкованих засобах масової інформації;
- рекламодавці сфери «косметики та парфумерії», «будівництва та ремонту» повертають у свої медіа-мікси рекламу у засобах масової інформації. Також, реклама у пресі є зрозумілою за географічним принципом поширення (місцеві видання) та ефективно працює з чітко окресленими аудиторіями (наприклад, спортивні газети та журнали);
- журнали-лідери у своїх сегментах у 2018 році планують збільшити вартість розміщення реклами на 10-15%, що також внесе свій вклад у зростання ринку реклами у ЗМІ й призведе до зростання медіа інфляції.

3. Радіо реклама.

Даний канал медіа реклами демонструє унікальну стабільність темпів зростання (20% річних) без падінь та прискорень. Найбільшою часткою рекламодавців на радіо є ритейлери. Спад активності у даному медіа каналі компенсується за рахунок автозаправних комплексів. Користуючись законною можливістю контактувати з цільовою аудиторією за допомогою спонсорства, алкоголь залишається вкрай важливою категорією для радіо.

4. Зовнішня реклама.

Дану рекламу також називають ООН (Out Of Home). Частина ООН реклами зазнала технічних змін, які пов'язані із визначення абсо-

лютного значення обсягів зовнішньої реклами. Кожен рік експерти Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК), взаємодіючи з іншими асоціаціями, мають на меті покращити точність та методологію оцінки обсягів даного ринку.

У 2017 році була переоцінка обсягів реклами на щитах, indoor (внутрішньої) реклами та реклами на транспорті з ініціативи Індустріального Комітету Зовнішньої Реклами (ІКЗР) [3].

Розроблені Індустріальним Комітетом Зовнішньої Реклами методи використовують всі наявні сьогодні інструменти: моніторинг; експертні оцінки сегментів, що не входять до моніторингу; незалежні оцінки ступеня продажу та заповнення рекламних площин. Результатом даної переоцінки є приріст ринку зовнішньої реклами з 1,76 млрд. грн. до 2,69 млрд. грн. (майже на 1 млрд. грн.).

Зміни в ООН реклами мають технічний характер та оцінюються в абсолютних значеннях, тому що оцінка у відсотках зростання ринку в даному сегменті некоректна. Крім того, дані зовнішньої реклами мають помітний вплив на загальну динаміку ринку, тому даний медіа канал не враховується при оцінці річного зростання медіа ринку України.

5. Інтернет (digital) реклама.

Оцінка здійснюється на основі досліджень Інтернет Асоціації України (ІНАУ) [4].

Зростання ринку digital реклами у 2018 році очікується через збільшення частки трафіку мобільного Інтернету (зростання на 55%) та поширення цифрового телебачення (зростання на 35%) [5].

Важливим фактором зростання ринку в 2018 стане саме збільшення обсягів такого медіа каналу, як мобільний Інтернет. Зростання Інтернет-спонсорства очікується за рахунок збільшення попиту великих рекламодавців на комплексні проекти. Інша Інтернет-реклама буде розвиватися за допомогою збільшення попиту на валютну складову та виробництво [6].

Отже, можна зробити висновок, що медіа ринок України показує темпи зростання, яким багато сегментів бізнесу може лише позаздрити (+30% відносно рівня 2016 року).

У 2018 року експерти Всеукраїнської рекламної коаліції очікують, що рекламодавці продовжать тенденцію нарощення інвестиції в медіа канали.

Проте, динаміка зростання все ж таки буде знижуватися. Це пояснюється тим, що у 2015-2016 році медіа ринок розвивався більш швидкими темпами, ніж економіка нашої країни в цілому та більшість товарних категорій зокрема, тому що продовжувалося відновлення після кризи [7].

Щороку простежується зниження ефекту відкладеного попиту та зростання інвестицій в рекламу буде більше корелюватися із загальними реаліями економіки України [8, с. 7].

В 2018 році експерти Всеукраїнської рекламної коаліції очікують зростання медіа ринку України на 26%, що в абсолютних значеннях перевищить 20 млрд. грн. (табл. 1).

Переконавшись на досвіді попередніх років, медіа ринок України не чекає економічних див при сьогоdnішній політичній ситуації, проте продовжив відновлення після серйозного падіння у 2014-2016 роках [9].

Майже половина медіа ринку припадає на ТБ (табл. 1), тому саме даний медіа канал можна вважати основним для більшості рекламодавців.

Учасники розміщення реклами на ТБ представлені на рис. 1.

Зазначимо, що можливі ситуації, коли одного або двох посередників прибирають з даної схеми, найбільш характерно для регіональних рекламних кампаній (каналів) [10, с. 32].

Між учасниками ТБ-ринку існує певна взаємодія:

1. Канал і сейлз-хаус:

– сейлз-хаус консолідує можливості різних каналів, що дозволяє зробити пул більш привабливим для рекламодавця і збільшити доходи кожного з каналів в пулі;

– тільки одна юридична особа несе фінансову відповідальність перед каналом;

– сейлз-хауси роблять всю «чорнову» роботу зі збору відеоматеріалів і документації;

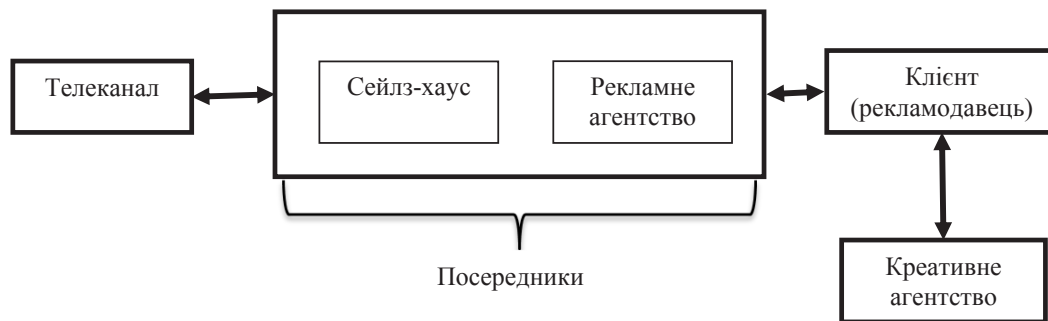


Рис. 1. Учасники розміщення реклами на ТБ

Таблиця 1

Показники рекламного медіа ринку України

	Підсумки 2016 р., млн грн	Підсумки 2017 р., млн грн	Відсоток змін 2017 до 2016	Прогноз на 2018 р., млн грн	Відсоток змін 2018 до 2017
ТБ-реклама, всього	5676	7329	29%	9259	26%
Пряма реклама	4 965	6 355	28%	7993	25%
Спонсорство	711	974	37%	1 315	35%
Преса, всього	1150	1355	18%	1597	18%
Національна преса	680	816	20%	963	18%
Регіональна преса	190	224	18%	262	17%
Спеціалізована преса	280	315	13%	372	18%
Радіо реклама, всього	400	480	20%	578	20%
Національне радіо	290	348	20%	418	20%
Регіональне радіо	39	47	20%	54	15%
Спонсорство	71	85	20%	107	25%
ООН Media, всього	1240	2691	технічний зріст	3 330	24%
Щитова реклама	1 081	2263	технічний зріст	2 829	25%
Транспортна реклама	77	327	технічний зріст	382	17%
Indoor реклама (вкл. Indoor Video)	82	102	технічний зріст	119	17%
Реклама в кінотеатрах	35	40	15%	46	15%
Digital реклама, всього	3140	4344	38%	5 650	30%
Медіа Ринок, всього	11 641	16 240	40%	20 460	26%

2. Креативне агентство і клієнт:

– креативне агентство придумує рекламну концепцію і знімає відеоролики для клієнта, готує відеоматеріал до ефіру на ТБ;

3. Рекламне агентство і клієнт:

– агентство аналізує ситуацію на ринку і пропонує найбільш вигідний вибір медіаносіїв, медіаканалів і т.д.;

– агентство купує дані дослідницьких кампаній і може запропонувати всілякі медіа аналізи для клієнта;

– агентство, як правило, отримує на 15% меншу ціну ніж клієнт;

4. Рекламне агентство і сейлз-хаус (посередники):

– рекламне агентство, представляючи інтереси клієнта, намагається отримати мінімальну ціну, сейлз-хауси – навпаки.

Алгоритм розміщення реклами на ТБ представлений на рис. 2.

Пріоритетність і порядок дій можуть змінюватися, але всі етапи обов'язкові. При відсутності хоча б одного пакету документів із запитуваних – вихід в ефір рекламної кампанії неможливий [11].

Зазначимо, що ТБ-канали мають певні вимоги до посередників:

1. Відео матеріали:

– рекламний матеріал повинен бути наданий у відповідному вимогам форматі – *.avi, *.mov і т.д. (зазвичай відео інженери креативних агентств знають всі необхідні вимоги);

– рекламний ролик не повинен містити сцен насильства;

– реклама повинна бути правдивою і недовзначною;

– відповідність рекламного матеріалу вимогам законодавства перевіряється юристом і затверджується клієнтом;

2. Документи:

– сертифікати, дозволи, ліцензії (якщо рекламований товар або вид діяльності підлягає обов'язковій сертифікації, або їх виробництво чи реалізація вимагає наявності дозволів і ліцензій);

– музична довідка (в разі використання музичного супроводу в рекламному ролику). Назва ролика в музичній довідці має відповідати назві у відповідному форматі;

– письмова угода фізичної особи (за участю фізичної особи в рекламному ролику).

Існує певні правила розміщення реклами на ТБ-каналах:

1. За 2 тижні до початку наступного місяця відкривається сітка для розміщення.

2. За 3 дні до ефіру (іноді за 5 днів), при відсутності всіх необхідних рекламних матеріалів, ролик знімається з ефіру.

3. За два робочих дні до ефіру о 11:00 закривається сітка розміщення – ні зняти, ні додати розміщення не можливо (табл. 2).

Таблиця 2

Графік закриття сітки каналів

День	День, який закривається
Понеділок	Середа
Вівторок	Четвер
Середа	П'ятниця
Четвер	Субота, Неділя
П'ятниця	Понеділок, Вівторок

Важливо зазначити, що рекламні матеріали необхідно надавати не пізніше, ніж за 5 робочих днів до виходу в ефір [12].

Даний графік є стандартним і змінюється у разі додаткових вихідних та святкових днів (сейлз-хаусами надається прискорений графік закриття сітки каналів).

Алгоритм планування рекламної кампанії на ТБ представлений на рис. 3 [13, С. 171-174].

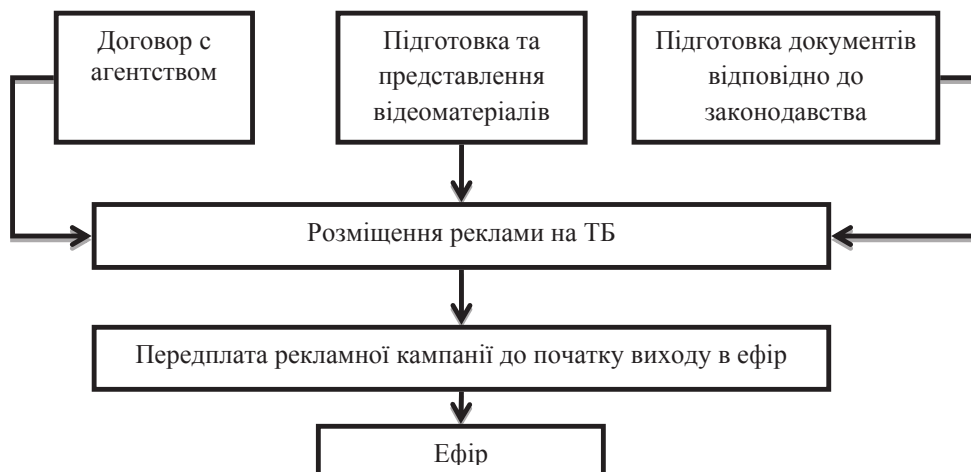


Рис. 2. Алгоритм розміщення реклами на ТБ

1. Аналіз affinity індексу каналів.

Affinity Index – це індекс, що показує наскільки цільова аудиторія дивиться даний канал, передачу або повідомлення краще/гірше, ніж покупна аудиторія каналу та розраховується за формулою:

$$\text{Affinity Index} = \text{рейтинг ЦА} / \text{рейтинг ВА} * 100\%, (1)$$

де рейтинг ЦА – рейтинг цільової аудиторії бренду;

рейтинг ВА – рейтинг покупної аудиторії каналів.

Для визначення affinity необхідно знати покупні аудиторії каналів (табл. 3).

Знаючи покупні аудиторії каналів, визначається помісячно середньоканальне affinity.

2. Формування каналного спліту.

Виходячи з середньоканального affinity обирається найоптимальніші періоди проведення кампанії та формується перелік каналів, з визначенням їх частки та середнім affinity.

3. Оцінка потенційної місткості каналів.

Оцінка потенційної місткості каналів необхідна для того, щоб визначити, скільки цільових рейтингів можливо отримати за тиждень, та визначити частку каналів.

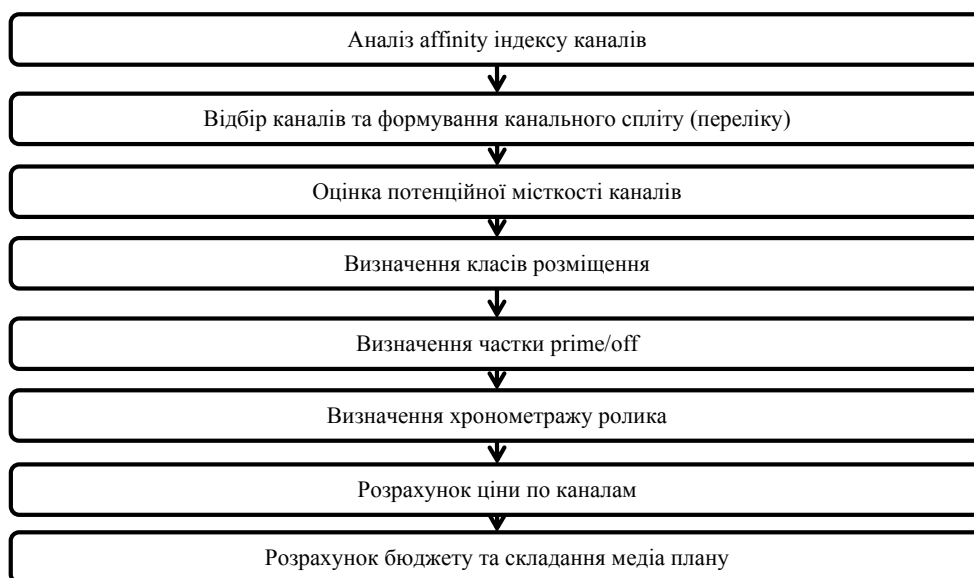


Рис. 3. Алгоритм планування рекламної кампанії на ТВ

Таблиця 3

Покупні аудиторії каналів (ВА)

Сейлз-хауз	Канал	ВА	Округлення	Сейлз-хауз	Канал	ВА	Округлення
УА Медіа	Інтер	18-54	0,01	Медіа Партнерство	Україна	18+ 50+	0,01
	НТН	18+ 50+	0,01		Індиго TV	F 18-50 50+	0,01
	K1	18-45 50+	0,01		НЛО-ТВ	14-45 50+	0,01
	Zoom	14-40 50+	0,01		5 канал	18-54 50+	0,01
	МЕГА	18+ 50+	0,01		1+1	18-54	0,1
	Ентерфільм	18+ 50+	0,01	Група 1+1	ТЕТ	8-40	0,1
	K2	F 18-50 50+	0,01		ПлюсПлюс	8-40	0,05
	Піксель	18-45 50+	0,01		2+2	M 18-54	0,1
Доброго ранку	Новий канал	14-30 50+	0,01		Бігуди	F 18-54	0,05
	ICTV	18-54	0,01		XSPORT	M 18-54	0,05
	СТБ	18+ 50+	0,01		Перший	18+	0,1
	ОЦЕ	18-54 50+	0,01		News One	18+ 50K+	0,05
	24 Канал	18-54 50+	0,01		ESPRESO TV	18+ 50K+	0,05
	Сонце	18-54 50+	0,01		Music Box	15-45 50K+	0,05
Панторія Плюс	M1	14-30 50+	0,01		EU MUSIC	15-45 50K+	0,05
	M2	14-49 50+	0,01		OTV	8-40	0,05

Знаючи кількість цільових рейтингів та середньоканальне affinity, розраховується кількість покупних рейтингів каналів (GRP):

$$GRP = TRP / \text{affinity}, \quad (2)$$

де TRP – кількість цільових рейтингів.

4. Визначення класів розміщення.

Існує 3 класи розміщення: 1 клас, 2 клас та низькопріоритетне розміщення (НПР) (рис. 4). Вони відрізняються ціною (знижкою зі стандартної ціни) та гарантією постановки ролика в рекламний блок (найдорожчий клас – гарантована постановка, а дешевші класи можуть бути витіснені з блоку іншими, більш дорогими класами інших роликів).

Оптимальне співвідношення 1 класу, 2 класу та НПР: 45%; 45%; 10% відповідно.

5. Визначення частки prime/off.

На телебаченні України prime-time охоплює наступні часові проміжки:

- будні з 7:00 до 10:00;
- будні з 18:00 до 0:00;
- вихідні та свята з 09:00 до 01:00.

Решта часу – off-prime, який має знижку (рис. 5).

Планове співвідношення prime-time та off-prime для всіх рекламних кампаній на ТБ стандартне та складає 65% на 35% відповідно [14, с. 100].

6. Визначення хронометражу ролику.

Хронометраж ролику впливає на ціну й кількість цільових рейтингів (множиться на коефіцієнт) та на ймовірність постановки у рекламний блок (ролик з менших хронометражем має більшу ймовірність постановки у сітку каналів) (табл. 4).

7. Розрахунок ціни по каналам.

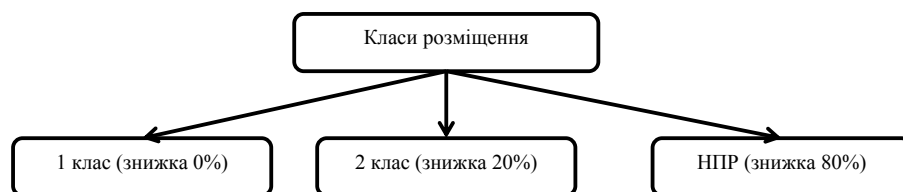


Рис. 4. Класи розміщення на ТБ

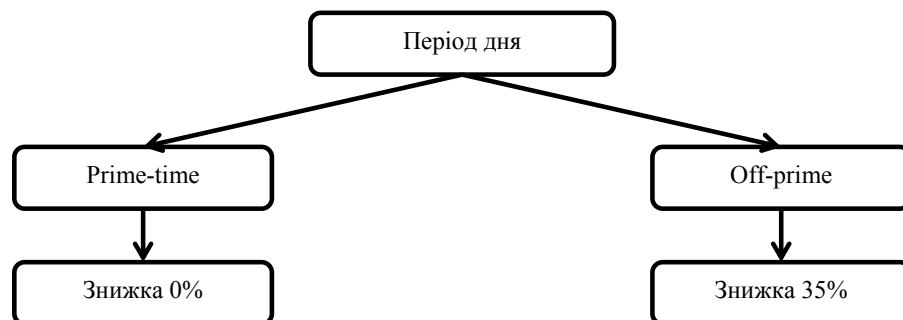


Рис. 5. Варість prime-time та off-prime на ТБ

Таблиця 4

Коефіцієнти хронометражу ролику

Хронометраж, сек.	Коефіцієнт
10	0,5
15	0,7
20	0,9
25	0,95
30	1

Стандартна ціна – це ціна за 1 GRP (покупний рейтинг каналу), який отриманий роликом 30 сек. (коефіцієнт 1) у prime-time. Тобто, ціна за каналами розраховується за формулою:

$$P_i = GRP * k * t, \quad (3)$$

де P_i – ціна і-того каналу;

k – коефіцієнт ролику за хронометражем;

t – період дня (prime/off).

8. Розрахунок бюджету та складання медіа плану.

Останнім етапом є визначення gross бюджету рекламної кампанії на певний період.

Бюджет використовується при складанні медіа плану, в який, крім нього, вноситься показник планового охоплення цільової аудиторії, кількість щотижневих цільових рейтингів (TRP), цільова аудиторія бренду, хронометраж ролику, плановий відсоток prime/off та класів розміщення.

Зазначимо, що оцінка рекламної кампанії на ТБ здійснюється порівнянням планових показників з фактичними [15].

Висновки з проведеного дослідження. Медіа ринок України показує високі темпи зростання (+30% відносно рівня 2016 року). За попередніми прогнозами експертів Всеукраїнської рекламної коаліції очікується зростання медіа ринку України в 2018 році на 26%, що в абсолютних значеннях перевищить 20 млрд. грн. Переконавшись на досвіді попередніх років, медіа ринок України не чекає економічних див при сьогодиншній політичній ситуації, проте продовжив відновлення після серйозного падіння у 2014-2016 роках. Основними учасниками розміщення реклами на ТБ є сейлз-хауси, рекламодавці (клієнти), телеканали, креативні та рекламні агентства.

Майже половина медіа ринку припадає

на ТБ, тому саме даний медіа канал можна вважати основним для більшості рекламодавців. Експерти зазначають, що потенціал зростання частки ТБ-реклами на медіа ринку має тенденції до збільшення, по-перше, через низьку

вартість контактів для більшості цільових аудиторій рекламодавців, та, по-друге, через уповільнення динаміки інфляції в одних медіа каналах та відсутність прозорого моніторингу у інших медіа.

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vrk.org.ua>.
2. Веб-сайт Української асоціації видавців періодичної преси [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uapp.org>.
3. Веб-сайт Індустріального комітету зовнішньої реклами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://icoa.org.ua>.
4. Веб-сайт Інтернет Асоціації України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://inau.ua>.
5. The Interactive Advertising Bureau [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.iab.com>.
6. Duke School of Business [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.fuqua.duke.edu>.
7. The State of Social Media in 2017: Platform and Usage Trends [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.marketingprofs.com/charts/2017/31182/the-state-of-social-media-in-2017-platform-and-usage-trends>.
8. Смерічевський С.Ф. Сучасні тенденції розвитку самоуправління та саморегулювання в сфері реклами в Україні. Сучасні проблеми державного управління в умовах системних змін. Зб. наук. праць. – Маріуполь: ДонДУУ, 2015. – С. 6-15.
9. Маркетинг в Україні. – 2018. – № 1. – Режим доступу до журн.: <http://uam.in.ua/upload/iblock/f9d/f9d7f27ec907c4d1f18dcf61173842ac.pdf>. – Назва з екрану.
10. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика/ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб: Питер, 2008. – 32 с.
11. Телереклама [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://psylist.net/reklam/00057.htm> – Назва з екрану.
12. Загальна інформація про рекламу на ТБ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrefs.com.ua/135574-Reklama-na-televidenie.html> – Назва з екрану.
13. Булах, Т. Д. Специфіка реклами на ТБ [Текст] / Т. Д. Булах // Вісник Харківської державної академії культури. – 2010. – С. 167 – 175.
14. Ethics of Television Advertisement: Ethiopian Radio and Television Agency Amharic program // VDM Verlag Dr. Meller. – 2010. – 100 p.
15. Саппак, В. Телевидение и мы [Електронний ресурс] / В. Саппак. – Режим доступу: <http://www.evartist.narod.ru/text12/83.htm>. – Назва з екрану.

Nazarov V.V., Radchenko O.A.

GLOBAL EXCLUSIONS AND TRENDS IN DEVELOPMENT OF ADVERTISING ON THE MEDIA MARKET OF UKRAINE

Convinced of the experience of the previous years, the Ukrainian media market is not expecting economic sentiment in the current political situation, but continued to resume after a serious fall in 2014-2016.

In 2018, experts from the Ukrainian advertising coalition expect that advertisers will continue to tend to increase investment in media channels. However, dynamics growth will still decline. This is explained by the fact that in 2015-2016 media market was developing at a faster pace than economy of our country as a whole and most commodity categories in particular, as the recovery continued after the crisis.

According to preliminary forecasts of experts of the Ukrainian advertising coalition, the growth of the media market of Ukraine in 2018 is expected to increase by 26%, which in absolute terms will exceed UAH 20 billion, where almost half will be accounted for by TV advertising.

Experts point out that the potential for increasing the proportion of TV advertising on the media market tends to increase, firstly, because of the low cost of contacts for most target audiences of advertisers, and secondly, because of slowing down of inflation in some media channels and the lack of transparent monitoring in other media.

Key words: media market, advertising, TV, radio, press, digital, TV channel, media plan.

Сопільняк І.С.

аспірант кафедри маркетингу

Уманського національного університету садівництва

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ОРГАНІЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА

У статті розглянуто особливості та перспективи інтернет-торгівлі органічною продукцією в Україні. Зазначено основні переваги інтернет-магазинів та недоліки їх функціонування. Шляхом використання методів системного аналізу та логічних узагальнень проаналізовано специфіку реалізації органічної продукції мережею Інтернет, як в Україні, так і за її межами. Наведено результати маркетингових досліджень товарного асортименту органічних продуктів харчування та цін їх реалізації. Відмічено, що попит на дану продукцію в Україні є невисоким у порівнянні з розвиненими країнами світу. За результатами досліджень доведено, що використання інтернет-торгівлі для підприємств-виробників органічної продукції дозволить оптимізувати канали розподілу продукції, скоротити витрати на реалізацію, підвищити ефективність збутової діяльності і відповідно прибутковість підприємства.

Ключові слова: інтернет-торгівля, інтернет-магазин, органічна продукція, електронна комерція, збут, попит, ціна, асортимент.

В статье рассмотрены особенности и перспективы интернет-торговли органической продукцией в Украине. Указаны основные преимущества интернет-магазинов и недостатки их функционирования. Путем использования методов системного анализа и логических обобщений проанализирована специфика реализации органической продукции сети Интернет, как в Украине, так и за ее пределами. Приведены результаты маркетинговых исследований товарного ассортимента и цен реализации органической продукции питания. Отмечено, что спрос на эту продукцию в Украине является невысоким по сравнению с развитыми странами мира. По результатам исследований доказана целесообразность использования интернет-торговли для предприятий-производителей органической продукции, что позволит оптимизировать каналы распределения продукции, сократить расходы на реализацию, повысить эффективность сбытовой деятельности и соответственно прибыльность предприятия.

Ключевые слова: интернет-торговля, интернет-магазин, органическая продукция, электронная коммерция, сбыт, спрос, цена, ассортимент.

Постановка проблеми. З ростом ступеня забруднення навколишнього середовища та впливу шкідливих речовин на організм людини за останнє десятиліття спостерігається тенденція до збільшення кількості людей, які прагнуть вести здоровий спосіб життя, складовою якого є споживання натуральної органічної продукції.

Останніми роками в усьому світі все більшого поширення набуває електронна комерція, зокрема, інтернет-торгівля. Популярність інтернет-покупок зростає швидкими темпами, не виключенням є і органічний ринок. Всупереч стрімкому розвитку, органічна продукція в Україні повільно займає торгові площі в магазинах традиційної торгівлі. На даний момент органічні продукти харчування можна зустріти в спеціалізованих магазинах та супермаркетах великих міст. Тому інтернет-магазини являються перспективним каналом реалізації на даному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розвитку органічного ринку

широко вивчалися вченими світу. Різні аспекти збуту органічної продукції висвітлені в працях Писаренка В.В. [3], Ковальчука С.Я., Мельника Т.А. [7]. Науковці Валькова Н.В. [1], Апопій В.В. [4], Кітченко О.М. [5] розглядали питання розвитку інтернет-торгівлі, як різновиду комерційної діяльності. Проте питання збуту органічних продуктів харчування через інтернет-магазини залишаються малодослідженими.

Метою роботи є обґрунтування ефективності та визначення перспектив розвитку інтернет-торгівлі, як каналу збуту органічних продуктів харчування вітчизняних виробників.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах розширення можливостей доступу до мережі Інтернет та постійного зростання його користувачів вітчизняні підприємства одержали потенційні можливості для активної інтеграції у електронне бізнес-середовище [1, с. 39].

Як повідомляє «Органік Стандарт», станом на 20 серпня 2017 року в Україні зареєстровано

485 сертифікованих підприємств-виробників органічної продукції [2]. Основними каналами реалізації даної продукції є прямі продажі від виробника до споживача, через ринки або спеціалізовані магазини, які належать виробникам. Тому створення інтернет-ринків органічної сільськогосподарської продукції є досить перспективним. Зокрема, це дозволить підприємствам оптимізувати канали розподілу продукції, скоротити витрати на реалізацію і підвищити ефективність збутової діяльності, а відповідно, і прибутку. Також покупці отримують позитивний ефект, що проявляється в економії часу на здійснення покупок, можливості цілодобового доступу до інформації про продукцію та її наявності. До того ж представлені товари переважно дешевші, ніж у магазинах і супермаркетах [3].

Будучи динамічною моделлю ведення бізнесу, інтернет-торгівля розвивається швидкими темпами і включає наступні операції та процеси [4]:

- установа контакту (не фізичного) між «покупцем» і «продавцем»;
- обмін комерційною інформацією;
- повний цикл інформаційного супроводу покупця;
- пошук, демонстрація, вибір товару, здійснення консультацій;
- продаж товарів, надання послуг;
- різні форми взаєморозрахунку;
- управління процесом доставки товарів безпосередньо покупцю або за вказаним адресом;
- після продажне обслуговування.

Однак, маркетингові інструменти реалізації органічних продуктів харчування мережею Інтернет використовується не в повній мірі, що обумовлено обмеженням терміном їх корисного використання, складністю зберігання в порівнянні з промисловими товарами та недовірою споживачів.

Серед переваг інтернет-торгівлі можна виділити наступні [5, с. 89]:

- розширення торгівлі, вільний рух товару, послуги без обмежень;
- безперервність роботи торговельного об'єкта. Максимальна інтенсивність торговельного обслуговування;
- менші витрати на утримання магазину, економія на заробітній платі персоналу;
- вбудовані засоби реклами, маркетингу;
- прискорення розрахунків;
- спрощена система управління магазином;
- можливості краще вивчити потреби споживачів, шляхом відслідковування історії замовлень;
- більш глибоке охоплення потенційних споживачів;

– забезпечення споживачів більшим обсягом інформації та доступом до значно ширшого асортименту продукції;

– економія часу для споживача.

Проте інтернет-магазини мають свої недоліки, основні з яких: складність реалізації технічних і технологічних проектів, відсутність кваліфікованих кадрів; несумісність платіжних систем різних країн; брак правових механізмів; можливий несанкціонований доступ до товару та грошових засобів, конфіденційної інформації; невизначеність реального існування товару та відповідність його основним параметрам якості.

З метою подолання цих недоліків сучасні спеціалісти рекомендують використання SEO та SMM інструментів.

SMM (Social media marketing) – це просування сайту в соціальних сервісах шляхом публікацій свіжих цікавих матеріалів у спільнотах, форумах, соціальних мережах. Полягає в постійному спілкуванні з користувачами, прихованій рекламі товарів і послуг [5].

SEO оптимізація (SEO – англ. search engine optimization, дослівно «пошукова оптимізація») – це комплекс заходів для підвищення позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по заздалегідь відібраним запитам [5].

Правовою основою діяльності інтернет-магазинів в Україні є Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII, що дія з 03.09.2015 р. [6]. Він являється основним нормативним документом у сфері електронної комерції і визначає організаційно-правові засади діяльності у даній сфері, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

На сьогодні в Україні відомі інтернет-ринки сільськогосподарської продукції – «Інтернет ринок на Шуварі» (shuvar.com) та АгроБіз (Agrobiz.net) [3]. «Інтернет ринок на Шуварі» пропонує широкий спектр плодоовочевої продукції та інших продуктів харчування населенню регіону. Однак, «Шувар» є посередницькою структурою та сільськогосподарські підприємства, направляючи йому продукцію для продажу, в тому числі через Інтернет-магазин, платять комісійну винагороду в розмірі 5%, втрачаючи частину потенційного прибутку.

Agrobiz.net – це найбільший інтернет-ринок аграрної продукції в Україні та СНД. На платформі розміщені продавці та покупці агро-сфери (агротехніка, запчастини, обладнання, насіння та саджанці, корма, добрива, продукти харчування і т. д.).

На даний час українські виробники здійснюють он-лайн продажі органічної продукції через власні сайти та інтернет-магазини. За даними

«Каталогу інтернет-магазинів України» [7] станом на початок 2018 року в Україні функціонує більше 8000 інтернет-магазинів, з них близько 100 займаються реалізацією органічних продуктів харчування, проте ця цифра досить умовна, адже щодня з'являються нові. Асортимент пропонуваної органічної продукції різноманітний: овочі, фрукти, м'ясна продукція, солодощі, напівфабрикати, напої, біодобавки (табл. 1).

Окрім продуктів харчування на віртуальних полицях представлені органічні косметичні засоби, іграшки, одяг, засоби догляду за житлом тощо.

Відомо, що ціна на органічну продукцію значно перевищує ціну на традиційну. Це пов'язано з витратами на сертифікацію органічної продукції, складністю її збуту, втратами від відмови використання мінеральних добрив та інших засобів захисту рослин, які застосовують звичайні виробники [8].

Тому доцільно провести порівняння цін на органічну й традиційну продукцію в Україні (табл. 2).

З даних таблиці 2 видно, що молоко і свинина органічного виробництва дорожча від традиційної у 1,8 разів, а хліб – у 2,8 разів. Органічні яйця на ринку України дорожчі у 2,7 рази. На овочі та фрукти органічного виробництва ціна є

вищою у 2,42–3,4 рази (томати – у 2,4 рази, картопля – у 3,4 рази, яблука – у 2,2 рази, цибуля – у 3,75 рази). Різниця цін на сік склала 2,5 рази. Ціна на органічний мед перевищує майже у 3 рази ціну на традиційний.

Оскільки відхилення в таблиці 2 рахувалися від роздрібних цін їх слід розглядати як загальні оцінки. Проте можна зробити висновок, що дані відхилення значно вищі, ніж в країнах з розвинутими ринками органічної продукції. Так, Андреа Карлсон в дослідженні роздрібно-надбавки до ціни для органічних продуктів харчування визначив, що в 2010 році відсоток перевищення цін на органічні продукти (вибірка спостереження становила 17 позицій), порівняно з неорганічними аналогами, складав від 7% (для свіжого шпинату) до 82% (для яєць), що науковець пояснив для аналізованої групи, насамперед, вищими витратами виробництва, а не зростанням премії виробників [9; 10].

Значну частку вартості органічної продукції складають витрати на доставку до кінцевого споживача. Органічні продукти мають обмежений термін зберігання, вимагають спеціальної переробки та транспортування. На високу ціну впливає також не насиченість ринку такою продукцією та довгі ланцюжки посередників. Крім того, у ціну закладається вартість сертифіка-

Таблиця 1

Перелік найпопулярніших Інтернет-магазинів органічної продукції в Україні

№ п/п	Інтернет-магазин	Продукція
1.	«Green Market» http://green-market.com.ua	Продукти харчування, миючі засоби, косметика
2.	Домашня ферма «Вілла Троянд» http://villarose.farm	Молочна продукція, напівфабрикати, м'ясна продукція, овочі та фрукти, олія, яйця, мед
3.	«Органік Ера» http://organikaukraina.com.ua/uk/organic-era.html	Продукти харчування, косметика, засоби догляду за тілом, засоби догляду за будинком, товари для дітей.
4.	«Органік Продукт» https://organic-product.com.ua	Товари для дітей, продукти харчування, продукти для бджільництва, напої, миючі засоби, косметика
5.	«Здорова лавка» http://zdorovalavka.com.ua	Продукти харчування, миючі засоби, косметика, товари для ароматерапії
6.	«Біо Україна» https://bioukraine.com.ua/	Продукти харчування, миючі засоби, косметика, товари для мам і дітей, текстиль, напої, товари для дому
7.	«Натур Бутік» http://natur-boutique.ua	Продукти харчування, косметика, товари для дому
8.	«ЕкоClub» https://ecoclub.ua/about_us	Продукти харчування, косметика, напої, дитяче харчування, миючі засоби, одяг, іграшки, книги.
9.	«Гастроном» http://gastronom.com.ua	Продукти харчування, напої, дитяче харчування, канцелярська продукція, зоопродукція, господарчі товари.
10.	«Із села» http://kyiv.izsela.ua/	Продукти харчування, косметика, напої, посуд
11.	«Famberry» https://healthy-lifestyle.com.ua	Продукти переробки з кизилу
12.	«ЕКО ШИК» http://www.ecochic.com.ua	Продукти харчування, косметика, напої

Джерело: сформовано автором на основі опрацювання даних інтернет-магазинів станом на квітень 2018 р.

Таблиця 2

Порівняння цін на окремі органічні та традиційні продукти харчування

Вид продукції	Одиниці виміру	Ціна на продукцію, грн.		Відхилення, рази
		органічна	традиційна	
Свинина	1 кг	145	80	1,8
Хліб	450 г.	20	7	2,8
Томати	1 кг	120	50	2,4
Картопля	1 кг	17	5	3,4
Яблука	1 кг	50	23	2,2
Мед, грн./л	0,5 л	220	80	2,75
Яйця, грн./шт.	10 шт.	70	26	2,7
Молоко, грн./л	1 л	35	15	2,3
Сік, грн./л	1 л	58	23	2,5

Примітка: ціни фіксувалися у роздрібній мережі та інтернет-магазинах, станом на квітень 2018 р.

ції, інспекції та премія за вищу ризикованість виробництва [8].

Високі ціни на органіку на внутрішньому ринку частково обумовлені і більшими торгівельними націнками продавців, оскільки їх витрати на маркетинг значно вище (попит лише формується) [10]. В Україні попит на органічні продукти харчування є невисоким у порівнянні з розвиненими країнами світу. Стимулювати його можна, перш за все, шляхом активізації системи маркетингових комунікацій виробників таких товарів, зокрема реклами і заходів паблісити з використанням преси та Інтернету.

Сучасні українські інтернет-магазини пропонують споживачам можливість оплати он-лайн покупок готівкою, безготівковим розрахунком або зворотнім платежем у відділенні «Нова пошта». Також надається можливість здійснення доставки по всій території України та за її межі.

З метою залучення більшої кількості споживачів інтернет-магазини застосовують як цінові так і нецінові засоби стимулювання попиту:

- безкоштовна доставка за умови придбання товару на певну суму;
- впровадження дисконтних карток, подарункових сертифікатів;

- сезонні знижки, розпродажі;
- подарункова упаковка;
- подарункові набори.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток інформаційних технологій спонукає українських виробників органічної продукції розширювати власні ринки збуту, шляхом освоєння інтернет-ринку. Спрощення покупки органічної продукції харчування та доступність до оперативної інформації про її наявність, стимулює покупця, підвищує обсяги споживання і, відповідно, зміцнює здоров'я населення.

Освоєння інтернет-ринку для виробників органічної продукції сприятиме:

- 1) прискоренню термінів реалізації завдяки скороченню витрат часу на процес її придбання;
- 2) збільшенню обсягів реалізації шляхом розширення географії покупців та залучення більш широкого кола корпоративних клієнтів;
- 3) удосконалення маркетингової діяльності та скороченню витрат на рекламу продукції;
- 4) підвищенню іміджу виробників органічної сільськогосподарської продукції та залучення інвесторів;
- 5) зниженню витрат шляхом зменшення загальних витрат на оплату праці та утримання магазину.

Список використаних джерел:

1. Валькова Н.В. Розвиток інтернет-торгівлі в Україні: динаміка та вплив факторів. Науковий вісник Ужгородського університету. 2014. № 2. С. 38–42.
2. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. Аграрно-політичний сайт України. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/407-analiz-rinku-organichnoyi-produktsiyi-v-ukrayini>
3. Писаренко В.В. Реалізація органічної сільськогосподарської продукції через мережу Інтернет. Ефективна економіка. 2015. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_6
4. Апопій В.В. Організація торгівлі: Підручник; 2-ге видання., перероб. та доп. / за редакцією В.В. Апопії. К.: Центр учбової літератури, 2008. 632 с. URL: http://pidruchniki.com/18641210/marketing/elektronna_torgivlya
5. Кітченко О.М., Костенко Т.В., Пригоров С.Г. Інтернет-торгівля як ключовий інструмент розвитку галузі еко-продукції в Україні. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХПІ», 2015. № 59 (1168). С. 88-91.
6. Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

7. Каталог інтернет-магазинів України. URL: <http://www.shoplist.com.ua>
8. Ковальчук С.Я., Мельник Т.А. Функціонально-структурний розвиток органічної продукції на міжнародному ринку. Ефективна економіка. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3517>
9. Andrea Carlson Investigating Retail Price Premiums for Organic Foods. United States Department of Agriculture. URL: <https://www.usda.gov/media/blog/2016/06/14/investigating-retail-price-premiums-organic-foods>
10. Пенькова О.Г. Маркетингові стратегії ціноутворення на ринку органічних продуктів. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та проблеми розвитку [кол. монографія]. Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2017. С. 37-42.

Sopilniak I.S.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ORGANIC FOOD PRODUCTION INTERNET-TRADING OF DOMESTIC PRODUCERS

The article deals with peculiarities and prospects of Internet trade in organic products in Ukraine. During the last decade, the number of Internet users has increased significantly not only in the world but also in Ukraine. There is a steady increase in demand for organic products, given the interest of consumers in the problems of environmental protection. So, purchases of organic products via the Internet are more and more popular.

The purpose of the article is to substantiate effectiveness and determine prospects for the development of Internet-trading as a channel for the organic food production sale domestic producers. The specifics of the implementation of the said products on the Internet in Ukraine and abroad are analyzed through the use of methods of system analysis and logical generalizations. The results of marketing researches on commodity range and prices of the organic food production sale are given. As a result, it is found that such assortment groups as vegetables, fruit, meat products, sweets, semi-finished products, drinks and dietary supplements are presented on the shelves of virtual stores. Organic cosmetics, toys, clothes, home care products and others are sold, in addition to food products. The price of organic products significantly exceeds the price of traditional ones. This is due to the cost of organic product certification, complexity of its sales, losses from the refusal of the use of mineral fertilizers and other plant protection products which are used by conventional producers.

According to the analysis of statistical information and generalization of references, it is noted that demand for organic food products in Ukraine is low compared to the developed countries of the world. The reasons are low level of solvency of the population, lack of awareness of target consumers and lack of guarantees regarding the high quality of organic food.

The expediency of using Internet-trading for organic producers is proved in order to increase the efficiency of their operation. In particular, the expansion of the Internet market will optimize distribution channels, reduce implementation costs and improve the efficiency of marketing activities and, accordingly, the profitability of the enterprise.

Key words: Internet-trading, online store, organic products, e-commerce, sales, demand, price, range.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 519.86

Біленко Д.В.кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики
Донецького національного університету імені Василя Стуса**Сивицька І.Г.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики
Донецького національного університету імені Василя Стуса**Теленкова Д.Г.**магістрант
Донецького національного університету імені Василя Стуса**МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ
КЛІЄНТІВ БАНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ**

У статті розглянуто наявні методи оцінки кредитоспроможності позичальника – фізичної особи, визначено їх недоліки та переваги. На основі аналізу недоліків наявних методів сформульовано вимоги до моделі оцінки кредитоспроможності клієнтів банку. Запропоновано методику моделювання оцінки кредитоспроможності клієнтів банку за допомогою методу штучного інтелекту, що полягає у виокремленні та аналізі великої кількості неструктурованої інформації з використанням статистичних та математичних методів для отримання нових, структурованих даних щодо кредитоспроможності клієнтів банку. Модель реалізовано на реальних даних та визначено її переваги, які полягають у можливості навчити наявну модель визначати нижню межу кредитоспроможності на основі реальних характеристик клієнтів, що істотно підвищує ефективність визначення неплатоспроможних клієнтів банку.

Ключові слова: кредитоспроможність клієнтів банку, скорингова оцінка, метод штучного інтелекту.

В статье рассмотрены существующие методы оценки кредитоспособности заемщика – физического лица, определены их недостатки и преимущества. На основе анализа недостатков существующих методов сформулированы требования к модели оценки кредитоспособности клиентов банка. Предложена методика моделирования оценки кредитоспособности клиентов банка с помощью метода искусственного интеллекта, который заключается в выделении и анализе большого количества неструктурированной информации с использованием статистических и математических методов для получения новых, структурированных данных о кредитоспособности клиентов банка. Модель реализована на реальных данных, определены ее преимущества, которые заключаются в возможности научить существующую модель определять нижнюю границу кредитоспособности на основе реально существующих характеристик клиентов, что существенно повышает эффективность определения неплатежеспособных клиентов.

Ключевые слова: кредитоспособность клиентов банка, скоринговая оценка, метод искусственного интеллекта.

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування економіки однією з основних умов забезпечення фінансової безпеки банку є наявність ефективної системи аналізу та оцінки кредитоспроможності позичальників. Відповідно до статистики НБУ, банківська система України в 2017 р. встановила світовий рекорд за розміром проблемних кредитів, що становить майже 1 трлн. грн., а в березні 2018 р. цей показник сягнув 179 млрд. грн. [5]. Осно-

вними чинниками виникнення проблемної заборгованості є неповна або недостовірна інформація про позичальника, недостатньо продумана і розроблена кредитна політика банку, неякісна оцінка кредитоспроможності позичальника, недостатній рівень контролю позичальника після видачі кредиту, великий сегмент пов'язаних кредитів, які видавалися завідомо без мети їх повернення. Вищезазначене зумовлює актуальність наукових та

практичних досліджень у сфері розроблення моделей оцінки кредитоспроможності позичальників банку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів оцінки кредитоспроможності клієнтів банку присвячено роботи Я.В. Вовка, У.В. Хмеленко, Н.В. Бабіної, І.В. Ворошилової, Т.Б. Стечишина та ін. Проблеми моделювання кредитоспроможності позичальників комерційного банку розглядалися у працях В.В. Вітлінського, Я.С. Наконечного, Г.М. Крістіюгло, Г.І. Великоіваненко. Разом із тим питання використання інтелектуального аналізу даних для визначення кредитоспроможності клієнтів банку потребує подальшого дослідження.

Метою дослідження є моделювання оцінки кредитоспроможності клієнтів банку за допомогою методу штучного інтелекту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність будь-якої організації передбачає наявність різних видів ризиків, для комерційних банків одним з основних є кредитний ризик. Кредитний ризик – це вірогідність невиконання боржником своїх банківських зобов'язань. Нині для зниження кредитного ризику проводиться аналіз інформації про майбутніх клієнтів-позичальників різноманітними методами та моделями.

Оцінка кредитоспроможності позичальника – фізичної особи може проводитися на основі кількісних показників і якісних характеристик, серед яких на практиці найчастіше використовуються: скорингова оцінка, оцінка на основі фінансових показників платоспроможності, кредитна історія, андеррайтинг [9].

Одним із найбільш популярних методів оцінки кредитоспроможності клієнтів банку є скоринговий метод – діагностика ймовірності банкрутства потенційного позичальника під час розгляду питання можливості його кредитування. Скоринг передбачає класифікацію або розподіл бази клієнтів на різноманітні групи. В основі скорингових систем лежить припущення, що люди зі схожими соціальними показниками поведуться однаково.

Оцінка на основі фінансових показників здійснюється за допомогою розрахунків коефіцієнту платежу до доходу, коефіцієнту зобов'язання до доходу, інтегрального коефіцієнту платоспроможності позичальника – фізичної особи [3]. Отримані розрахункові значення порівнюються з нормативними, на основі чого робиться висновок щодо платоспроможності клієнта банку.

Методика визначення платоспроможності є дещо схожою з оцінкою на основі фінансових показників, де платоспроможність визна-

чається на підставі документів із місця роботи про доходи та розміри утримань, а також за даними анкети. Результат обчислюється як середньомісячний дохід за вирахуванням усіх обов'язкових платежів, скоригований на поправочний коефіцієнт і помножений на термін кредиту. Виходячи з отриманої суми, розраховується максимальний розмір кредиту [4].

Андеррайтинг є методом оцінки можливостей клієнта з обслуговування кредиту або розрахунок суми кредиту, яку позичальник зможе виплатити з урахуванням особливостей самого позичальника. Особливістю даної методики оцінки кредитоспроможності позичальника є оцінка платоспроможності позичальника з позиції погашення кредиту в строк [8].

Основними перевагами зазначених вище методів оцінки є достатня частка точності у визначеності кредитоспроможності потенційного позичальника, швидкість та можливість проведення експрес-аналізу заявки на кредит у присутності клієнта (скорингова оцінка та оцінка на основі фінансових показників платоспроможності) та вироблення до будь-якого потенційного позичальника індивідуального підходу (кредитна історія та андеррайтинг). Недоліками цих методів є зрівняння розрахункових кількісних показників кредитоспроможності клієнтів банку з нормативними, що виключає комплексний підхід до аналізу позичальника в наявних умовах (скорингова оцінка та оцінка на основі фінансових показників платоспроможності), та наявність чинника суб'єктивної оцінки працівником банку (кредитна історія та андеррайтинг).

Таким чином, аналіз підходів до оцінки кредитоспроможності клієнтів банку довів необхідність розроблення моделі, за допомогою реалізації якої можна проаналізувати всіх клієнтів банку та визначати нижню межу кредитоспроможності, що й буде нормативним показником, враховуючим наявні умови. Водночас базовим методом для моделі має бути найпоширеніший та найпростіший – скорингова оцінка. Інструментом, що дасть змогу проаналізувати велику кількість інформації, є метод інтелектуального аналізу даних.

Під інтелектуальним аналізом даних клієнтів банку слід розуміти процес виокремлення та аналізу великої кількості неструктурованої інформації з використанням статистичних та математичних методів для отримання нових, структурованих даних щодо кредитоспроможності клієнтів банку [2].

Виділяють такі типові етапи, які супроводжують рішення задач інтелектуального аналізу даних [1; 6; 10]:



Рис. 1. Етапи інтелектуального аналізу даних клієнтів банку

Інтелектуальний аналіз даних являє собою сукупність сучасних методів добування знань [7]. Науковий напрям, предметом вивчення якого є будь-яка інтелектуальна діяльність людини, що підкоряється заздалегідь відомим законам, є штучний інтелект.

Таким чином, використання методів штучного інтелекту під час моделювання оцінки кредитоспроможності клієнтів банку дасть змогу прискорити процес аналізу даних у процесі здійснення повторюваних та трудомістких задач.

Методика використання методу штучного інтелекту полягає у такій послідовності дій.

1. Визначення вихідних величин.

У моделі оцінки кредитоспроможності клієнтів банку передбачається використання 12 факторів, які було вибрано за допомогою аналізу факторів, що використовуються у скорингових моделях різноманітних банків: стать; наявність житла; наявність додаткових доходів; наявність автомобіля; наявність дітей; наявність вищої освіти; вік; співвідношення доходу до бажаного кредиту (обсяг доходу повинен бути у два рази більше обсягу кредиту); наявність сім'ї; стаж (до п'яти років та більше п'яти років); наявність гаранту за кредитом; наявність заборгованості за кредитами в інших банках.

Більшість інформації клієнт надає банку під час заповнення анкети на перевірку отримання кредиту, а інформацію про наявність заборгованості банк дізнається через бюро кредитних історій.

2. Перетворення категорійних даних у числові.

Для цього береться характеристика, що має категорійні дані, та розбивається на кілька

бінарних стовпців, замість одного стовпця, наприклад «стать», з'являється два: один для чоловіків, інший для жінок.

3. Здійснення прогнозу.

Всі розрахунки та прогноз здійснюється у ПП MS Excel, що значно спрощує використання моделі для працівників банку. Для здійснення прогнозу було використано лінійну регресію.

Формула для прогнозування є такою:

$$P = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m k_i * x_{ij}, \quad (1)$$

де k_i – коефіцієнт i -го фактору;

x_{ij} – дані за i -им фактором за j -им клієнтом.

Цільовою функцією виступає значення квадрата відхилень від значення стовпця, що характеризує кредитоспроможність до прогнозного значення:

$$Z = \sum_{j=1}^m P_j * Cred_j \rightarrow \min \quad (2)$$

Маємо такі обмеження:

$$\begin{cases} k_i \geq -1 \\ k_i \leq 1 \end{cases} \quad (3)$$

За допомогою вбудованого в ПП MS Excel інструменту «Пошук рішень» знаходяться коефіцієнти для кожного фактору лінійної моделі та мінімальна сума квадратів відхилень (цільова функція).

4. Оцінка отриманої моделі за допомогою коефіцієнту Фішера, R-квадрату та коефіцієнту Стюдента.

5. Перевірка значущості кожного з факторів за допомогою побудови матриці суми квадратів та векторних добутків та її обчислення стандартного відхилення для кожного з коефіцієнтів, t-статистики та р-значення помилки.

На цьому етапі аналізу було визначено, що неістотними вважаються фактори «стать», «житло», «вік», «стаж». Отже, подальші дії будуть проводитися з такими факторами: «наявність дітей», «вища освіта», «дохід у два рази більше обсягу кредиту», «сімейний стан» та «наявність гаранту».

Інструмент «Пошук рішення» було запущено за новими даними, та на цій ітерації цільова функція знову дорівнює попередньому значенню. Отже, доцільно спробувати не лінійну регресію, а логістичну. Логістична регресія є типовим алгоритмом побудови моделі оцінки кредитоспроможності, який дає змогу обчислити рейтинг позичальника, зробити висновки, чи можна надавати цьому клієнту кредит, та отримати інтерпретацію результату у зручному вигляді.

Алгоритм використання логістичної регресії є аналогічним лінійній. Тобто необхідно знову повторити 1–5-й етапи.

Останнім кроком під час побудови логістичної моделі є переоптимізація моделі, тобто оптимум буде знаходитися не мінімізацією суми квадратів, а максимізацією значення логарифмічної функції правдоподібності для кожного прогнозу.

Таким чином, на основі реалізованої навчальної моделі оцінки кредитоспроможності можна зробити висновок, що дана оцінка може бути проведена за допомогою лінійної та логістичної моделей, проте щоб визначити, яка модель є більш точною, необхідно провести інтерпретацію отриманих результатів.

Для оцінки якості моделей треба побудувати криву помилок для кожної з моделей та порівняти їх. Для початку треба зробити попередні розрахунки: мінімальне прогнозне значення, максимальне, границі діапазонів, точність, вибірковість, частка хибнопозитивних результатів та чуттєвість.

На основі даних, що було використано для реалізації моделі оцінки кредитоспроможності клієнтів банку, було побудовано криві помилок, що наведено на рис. 2.

Як можна побачити з рис. 2, моделі більш-менш схожі, проте найбільшу площу під кривою має лінійна модель. На даному рисунку можна побачити, що лінійна модель здатна ідентифікувати 19% кредитоспроможних клієнтів без жодної помилки, а логістична – 19,2%, та лінійна модель може досягти частки дійсно вірних результатів у 61% при 12,4% хибних спрацювань, а логістична – 56% при 8,8% хибних спрацювань. Порівнявши ці моделі, можна зробити висновок, що вони є більш-менш схо-

жими, проте логістична дає трохи більш точні результати.

Було визначено, що кредитоспроможним уважатиметься той клієнт, прогнозне значення якого, прораховане за допомогою логістичної моделі, перевищує 0,62. Клієнти, значення у яких буде перевищувати 0,87, будуть уважатися абсолютно кредитоспроможними з мінімальною часткою ризику.

Висновки з проведеного дослідження. На основі методу штучного інтелекту розроблено та реалізовано модель оцінки кредитоспроможності клієнтів банку. Визначено, що лінійна та логістична моделі надають схожі результати моделювання, проте логістична має точніші результати. Побудовано криві помилок для подальшого аналізу, та визначено, що лінійна модель здатна ідентифікувати 19% кредитоспроможних клієнтів без жодної помилки, а логістична – 19,2%. Визначено нижню межу кредитоспроможності на основі побудованих моделей – 0,62 та значення, за яким клієнт може вважатися абсолютно кредитоспроможним з мінімальною часткою ризику – 0,87. Перевагою запропонованої моделі оцінки кредитоспроможності клієнтів банку є доповнення методу скорингової оцінки, що широко використовується, методом штучного інтелекту, що дає змогу навчити наявну модель, побудовану в ПП MS Excel, визначати нижню межу кредитоспроможності. Реалізація моделі оцінки кредитоспроможності клієнтів банку істотно підвищує ефективність визначення неплатоспроможних клієнтів банку, оскільки під час визначення нормативних показників спирається на реальні характеристики клієнтів.

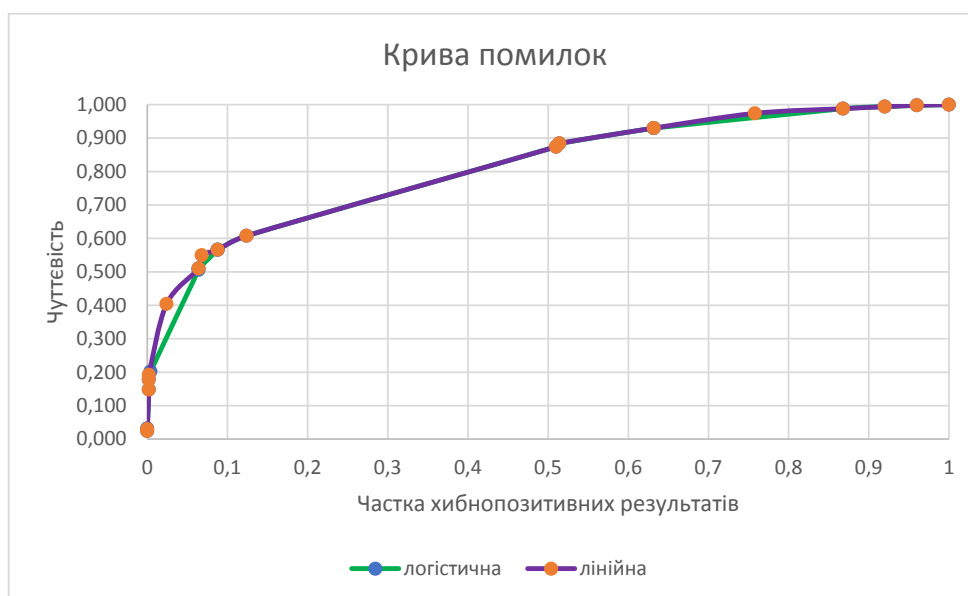


Рис. 2. Крива помилок для логістичної та лінійної моделей

Список використаних джерел:

1. Афанасьева С.В. Технология интеллектуального анализа данных: учеб. пособ.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский филиал. М.: Высшая школа экономики, 2013. 152 с.
2. Анализ данных и процессов: учеб. пособ. / А.А. Барсегян и др.; 3-е изд., перераб. и доп. СПб.: БХВ-Петербург, 2009. 512 с.
3. Вовк В.Я., Хмеленко О.В. Кредитування і контроль: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 463 с.
4. Ворошилова И.В., Сурина И.В. К вопросу о совершенствовании механизма оценки кредитоспособности индивидуальных заемщиков. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2005. № 16. С. 100–111.
5. Грошово-кредитна та фінансова статистика – НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=70285216>.
6. Замятин А.В. Интеллектуальный анализ данных : учеб. пособ. Томск: ТГУ, 2016. 120 с.
7. Кернасюк Ю.В. Інтелектуальний аналіз даних для навчання і практичного застосування в економіці. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2014. Вип. 26. С. 307–314.
8. Кургузкин А.Д., Просалова В.С. Андеррайтинг как способ оценки платежеспособности заемщика. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2012. № 1. С. 146–151.
9. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебник; 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. 672 с.
10. Лиманова Н.И., Седов М.Н. Поиск реквизитов физических лиц на базах данных с использованием технологии Data Mining. Открытое образование. 2012. № 5. С. 42–47.

Bilenko D.V., Syvytska I.G., Telenkova D.G.

MODELING OF THE BANK CLIENTS CREDITABILITY ASSESSMENT BY A ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHOD

The article examines the existing methods of credit assessing, their shortcomings and advantages. An analysis of approaches to assessing the bank client's creditworthiness is proved the need to develop a model, which implementation help to analyze all the bank clients and determine the lower limit of creditworthiness, which will be a normative indicator, considering the existing conditions. The basic method for the model that should be the most common and simplest is a scoring estimate. A tool that allows to analyze a large amount of information is the method of data mining.

Based on the analysis of shortcomings of existing methods, requirements for the model of credit rating of bank clients are formulated.

The method of modeling the bank's creditworthiness assessment with the help of artificial intelligence method is proposed. Approach consists in the identification and analysis of a large number of unstructured information using statistical and mathematical methods in order to obtain new, structured data on the creditworthiness of the bank's clients.

The method of using the artificial intelligence method is in this sequence of actions:

1. determination of output quantities;
2. converting categorical data into numeric;
3. implementation of the forecast;
4. estimation of the obtained model using Fisher's coefficient, R-square and Student's coefficient;
5. checking the significance of each factors by constructing the sum of squares matrix and vector products, calculating the standard deviation for each coefficients, t-statistics and p-value of the error.

The model is implemented on the real data and its advantages are defined, which consists in the ability to teach the existing model to determine the lower limit of credit based on really existing customer characteristics, which significantly increases the efficiency of determining the bank's insolvent clients.

Key words: bank customers creditworthiness, scoring, artificial intelligence method.

Калюжна Ю.В.кандидат економічних наук,
викладач кафедри фінансів
банківської справи та страхування
Запорізького національного університету**Конєв В.В.**студент
Запорізького національного університету

ЕНТРОПІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ РИЗИКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто використання ентропійного аналізу як відносно нового методу оцінювання рівня ризику, що ґрунтується на кількісному розрахунку міри невизначеності. Запропоновано оцінити рівень ентропії на основі динаміки темпів зростання процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів для АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» та ПАТ «УКРСОЦБАНК». За допомогою кореляційного аналізу обґрунтовано вибір показників для дослідження. Для розрахунку показника ентропії застосовано формулу Шеннона. Для зменшення відмінностей у розкиді значень темпів зростання чистого руху доходів застосовано метод «мінімум-максимум». Розраховані показники ентропії, що характеризують об'єкти дослідження, не є свідченням стабілізації економічної ситуації в банках, а вказують на відсутність інформації щодо виникнення нових загроз і ризиків.

Ключові слова: ентропія, формула Шеннона, кореляційний аналіз, банки, управлінські рішення, банківські доходи.

В статье рассмотрено использование энтропийного анализа как относительно нового метода оценки уровня риска, основанного на количественном расчете степени неопределенности. Предложено оценить значение энтропии на основе динамики темпов роста процентных доходов, комиссионных доходов и других операционных доходов для АО «Райффайзен Банк Аваль», ПАО «КРЕДИ АГРИКОЛЬ БАНК» и ПАО «Укрсоцбанк». С помощью корреляционного анализа обоснован выбор показателей для исследования. Для расчета показателя энтропии применена формула Шеннона. Для уменьшения различий в разбросе значений темпов роста чистого движения доходов применен метод «минимум-максимум». Рассчитанные показатели энтропии, характеризующие объекты исследования, не являются свидетельством стабилизации экономической ситуации в банках, а указывают на отсутствие информации о возникновении новых угроз и рисков.

Ключевые слова: энтропия, формула Шеннона, корреляционный анализ, банки, управленческие решения, банковские доходы.

Постановка проблеми. Умови сьогодення свідчать про те, що банківські установи відіграють панівну роль на фінансовому ринку України. Саме тому оздоровлення фінансового ринку та економіки держави загалом безпосередньо пов'язане зі здатністю банків протидіяти внутрішнім і зовнішнім ризикам. Використання нових підходів до аналізу та оцінювання ризиків є передумовою подолання кризових явищ і формування засад сталого розвитку. Одним із відносно нових методів оцінювання рівня ризику, що ґрунтується на вимірі невизначеності, є ентропійний аналіз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні дослідження ентропії були проведені в роботах К. Шеннона. Серед вітчизняних учених, що займалися вивченням ентропії як показника оцінки ризику, можна виділити О.В. Трунову [1], О.Л. Корольова, М.Ю. Кулсого, А.В. Сигала [2].

Метою дослідження є оцінювання ризиків діяльності банківських установ за допомогою ентропійного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відсутність гарантії настання тієї чи іншої події створює невизначеність під час упровадження певних управлінських рішень. Зміна невизначеності свідчить про коливання рівня ризиків, які можна оцінити, використовуючи методологічні засади ентропійного аналізу.

За визначенням О.В. Трунової, ентропія – це процес зменшення або зростання невизначеності економічної системи внаслідок недоотримання або отримання надмірної кількості інформації про неї [1, с. 106].

Величина значення ентропії характеризує те, як суттєво економічна система відхилилася від збалансованого упорядкованого стану та як істотно наблизилася вона до

стану хаосу і відсутності чіткої структурованості [2, с. 11].

Динаміка темпів зростання процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів запропонована для формування науково-методичних положень щодо оцінювання ризиків банківської діяльності на основі ентропійного аналізу. Об'єктами дослідження виступають комерційні банки з іноземним капіталом, а саме АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК» та ПАТ «УКРСОЦБАНК». Показники процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів обрано за період 2013–2017 років на основі відкритої інформації з сайту Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [3], що подані у таблиці (табл. 1).

З табл. 1 можна дійти висновку про різну структуру доходів обраних банків, що свідчить про розвиток різних напрямів діяльності. Так, наприклад, ПАТ «УКРСОЦБАНК» має найбільші обсяги інших операційних доходів, а АТ «Райффайзен Банк Аваль» – процентні доходи, що свідчить про перевагу доходів від кредитування.

Вибір показників обґрунтовано за допомогою кореляційного аналізу (табл. 2):

Кореляційний аналіз свідчить про наявність помірного та сильного прямого лінійного зв'язку між показниками, за винятком зв'язку між процентними доходами та комісійними з іншими

операційними доходами ПАТ «УКРСОЦБАНК», що мають сильний обернений зв'язок. Це свідчить про зменшення обсягів процентного доходу за зростання комісійних та інших операційних доходів.

Наступним кроком є розрахунок темпів зростання показників процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів досліджуваних банків (табл. 3):

Наведені дані свідчать про збільшення темпів зростання банківських доходів, за винятком процентних доходів ПАТ «УКРСОЦБАНК», які мають негативний тренд до зменшення.

Застосування методу «мінімум-максимум» має на меті зменшення відмінностей у розкиді значень темпів зростання чистого руху доходів. Згідно з цим показник зростання чистого руху доходів розраховано за такою формулою:

$$\bar{X}_i = \frac{X_i - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}, \quad (1)$$

де

X_i – кількісний показник i -го фактора, може приймати значення від 0 до 1;

$X_{\max}$ – максимальне значення кількісного показника i -го фактора;

$X_{\min}$ – мінімальне значення кількісного показника i -го фактора.

Результати розрахунку чистого руху доходів подано у таблиці (табл. 4):

Фінальним етапом аналізу є розрахунок ентропії за формулою Шеннона [4]:

Таблиця 1

Процентні доходи, комісійні доходи та інші операційні доходи банків за 2013–2017 рр. (тис. грн.)

Показники	Банк	2013	2014	2015	2016	2017
Процентні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	5482182	5925437	6489813	6711726	7152343
	ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	1570032	2165485	2866490	2851788	2790404
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	4114105	3576510	3457631	2580112	2071857
Комісійні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	1704136	1951400	2389397	3849766	2934552
	ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	376850	455073	647130	781781	920702
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	914935	879178	1034229	1066868	1177580
Інші операційні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	96700	213192	204881	211561	197776
	ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	7027	7730	9788	30257	14260
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	300363	299825	281601	388753	581832

Таблиця 2

Кореляційний аналіз показників банківської діяльності

Банк	Показники	Процентні доходи	Комісійні доходи	Інші операційні доходи
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	Процентні доходи	1		
	Комісійні доходи	0,774561228	1	
	Інші операційні доходи	0,669059278	0,553055327	1
ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	Процентні доходи	1		
	Комісійні доходи	0,85525649	1	
	Інші операційні доходи	0,581701614	0,617173086	1
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	Процентні доходи	1		
	Комісійні доходи	-0,894387001	1	
	Інші операційні доходи	-0,88352849	0,832267814	1

Таблиця 3

Темпи зростання показників процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів за 2013–2017 рр. (%)

Показники	Банк	Темпи зростання			
		2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Процентні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	1,08	1,10	1,03	1,07
	ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК»	1,38	1,32	0,99	0,98
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	0,87	0,97	0,75	0,80
Комісійні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	1,15	1,22	1,61	0,76
	ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК»	1,21	1,42	1,21	1,18
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	0,96	1,18	1,03	1,10
Інші операційні доходи	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2,20	0,96	1,03	0,93
	ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК»	1,10	1,27	3,09	0,47
	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	1,00	0,94	1,38	1,50

Таблиця 4

Розраховані показники чистого руху доходів за 2013–2017 рр.

Банк	Рік	Процентні доходи	Комісійні доходи	Інші операційні доходи
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2014/2013	0,76	0,45	1,00
	2015/2014	1,00	0,54	0,02
	2016/2015	0,00	1,00	0,08
	2017/2016	0,52	0,00	0,00
ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК»	2014/2013	1,00	0,12	0,24
	2015/2014	0,86	1,00	0,30
	2016/2015	0,04	0,12	1,00
	2017/2016	0,00	0,00	0,00
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	2014/2013	0,56	0,00	0,11
	2015/2014	1,00	1,00	0,00
	2016/2015	0,00	0,33	0,79
	2017/2016	0,26	0,66	1,00

$$E = -\frac{1}{\ln n} * \left(\sum_{i=1}^n b_i * \ln b_i \right), \quad (2)$$

де $n = 3$, оскільки розглядаються 3 фактори (темпи зростання);

$$b_i = \frac{\bar{x}_i}{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}. \quad (3)$$

Для цієї моделі всі показники знаходяться у діапазоні значень $[0; 1]$:

– для темпів зростання чистого руху доходів: 1 – максимальне надходження доходів, 0 – відповідно мінімальне надходження;

– для розрахованої ентропії: 1 свідчить про найбільш високу невизначеність та ступінь ризиків банківської діяльності, 0 – про найменшу невизначеність.

Для якісної оцінки розрахованої невизначеності використовується шкала: 0–0,39 – низький рівень невизначеності; 0,4–0,69 – середній рівень невизначеності; 0,7–1,0 – високий рівень невизначеності економічної системи банку [5, с. 43].

Розрахунок ентропії АТ «Райффайзен Банк Аваль» за 2013–2017 рр. наведено в табл. 5.

Відповідно до наведених даних можна стверджувати про зменшення невизначеності до нуля в 2017 році. Зменшення невизначеності відбувається за рахунок значного зростання процентних доходів.

Розрахунок ентропії ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» за 2013–2017 рр. наведено в табл. 6.

Наведені дані свідчать про зменшення невизначеності до нуля в 2017 році, що можна пояснити збільшенням обсягів доходів, що розглядаються в роботі, у 2–2,5 рази в 2017 році порівняно з 2013 роком.

Розрахунок ентропії ПАТ «УКРСОЦБАНК» за 2013–2017 рр. наведено в табл. 7.

Зміни показника ентропії для ПАТ «УКРСОЦБАНК» мають негативні тенденції, що характеризують підвищення рівня невизначеності. Це викликано зменшенням процентних доходів банку та процесів реорганізації (поглинання з боку російського консорціуму «Альфа-груп»).

Графічно продемонстровано коливання значень ентропії на досліджуваних банках у 2014–2017 рр. (рис. 1):

Таблиця 5

Розрахунок ентропії АТ «Райффайзен Банк Аваль» за 2013–2017 рр.

Період	Процентні доходи	Комісійні доходи	Інші операційні доходи	
	$B_i = \bar{x}_i / Y_i$			$Y_i = \sum \bar{x}_i$
2014	0,35	0,20	0,45	2,22
2015	0,64	0,35	0,01	1,57
2016	0,00	0,93	0,07	1,08
2017	1,00	0,00	0,00	0,52
	Ln Bi			Ентропія
2014	-1,06	-1,59	-0,80	0,96
2015	-0,45	-1,06	-4,33	0,65
2016	0,00	-0,07	-2,64	0,23
2017	0,00	0,00	0,00	0,00

Таблиця 6

Розрахунок ентропії ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» за 2013–2017 рр.

Період	Процентні доходи	Комісійні доходи	Інші операційні доходи	
	$B_i = \bar{x}_i / Y_i$			$Y_i = \sum \bar{x}_i$
2014	0,73	0,09	0,18	1,36
2015	0,40	0,46	0,14	2,16
2016	0,04	0,11	0,86	1,17
2017	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ln Bi			Ентропія
2014	-0,31	-2,41	-1,74	0,68
2015	-0,92	-0,77	-1,96	0,91
2016	-3,35	-2,24	-0,15	0,44
2017	0,00	0,00	0,00	0,00

Таблиця 7

Розрахунок ентропії ПАТ «УКРСОЦБАНК» за 2013–2017 рр.

Період	Процентні доходи	Комісійні доходи	Інші операційні доходи	
	$B_i = \bar{x}_i / Y_i$			$Y_i = \sum \bar{x}_i$
2014	0,84	0,00	0,16	0,66
2015	0,50	0,50	0,00	2,00
2016	0,00	0,29	0,71	1,12
	0,13	0,35	0,52	1,92
	Ln Bi			Ентропія
2014	-0,17	0,00	-1,84	0,40
2015	-0,69	-0,69	0,00	0,63
2016	0,00	-1,23	-0,35	0,55
2017	-2,01	-1,06	-0,65	0,89

Висновки з проведеного дослідження. Отже, під час проведеного дослідження було використано науково-методичні положення щодо оцінювання ризиків діяльності [5] банківських установ за допомогою ентропійного підходу на основі аналізу показників процентних доходів, комісійних доходів та інших операційних доходів. За допомогою цього аналізу, який свідчить про збільшення або зменшення невизначеності, ризикованості та настання розбалансо-

ваності у діяльності, банки можуть оцінювати ефективність наявної фінансової політики та проводити моніторинг настання нестабільних ситуацій. Слід зазначити, що низькі показники ентропії, що були розраховані для АТ «Райффайзен Банк Аваль» та ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК», не є свідченням стабілізації економічної ситуації в банках, а характеризують відсутність інформації щодо виникнення нових загроз і ризиків.

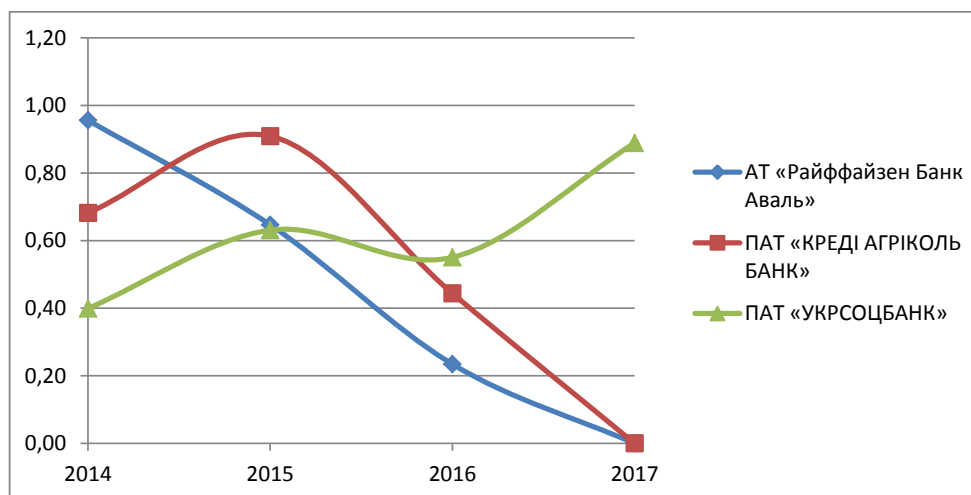


Рис. 1. Коливання значень ентропії на досліджуваних банках за 2014–2017 рр.

Джерело: власні розрахунки авторів

Список використаних джерел:

1. Трунова О.В. Ентропія як міра інвестиційної привабливості підприємства в курсі стохастичності для економістів / О.В. Трунова // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 3 : Фізика і математика у вищій і середній школі. 2015. Вип. 16. С. 104–109.
2. Королев О.Л. Применение энтропии при моделировании процессов принятия решений в экономике : монография / О.Л. Королев, М.Ю. Кусый, А.В. Сигал ; под ред. А. В. Сигала. Симферополь : Оджакъ, 2013. 148 с.
3. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua>.
4. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетики / К. Шеннон. М. : Иностранная литература, 1963. 832 с.
5. Калюжна Ю.В. Використання ентропійного підходу для визначення економічного ризику: теоретичний та практичний аспекти / Ю.В. Калюжна / Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2016. № 2(30). С. 38–46.

Kaliuzhna Yu.V., Konyev V.V.

ENTROPY ANALYSIS AS A METHOD OF DETERMINING THE RISK LEVEL OF BANKING ACTIVITY

The article is devoted to the use of entropy analysis as a relatively new method for assessing the level of risk, which is based on the quantitative calculation of uncertainty. The use of new approaches to risk analysis and risk assessment is a prerequisite for overcoming the crisis and shaping the foundations for sustainable development. Changes in uncertainty indicate fluctuations in risks that can be estimated based on the methodological principles of entropy analysis. The article proposes to assess the level of entropy based on the dynamics of growth rates of interest income, commission income and other operating income for "Raiffeisen Bank Aval" JSC, PJSC "CREDIT AGRICOLE BANK" and PJSC "UKRSOCBANK". Analysis of the indicators of interest income, commission income and other operating income allows us to conclude on the different structure of incomes of selected banks, indicating different directions of activity. The choice of indicators for research using the correlation analysis is substantiated. The Shannon formula is used to calculate the entropy index. In order to reduce the differences in the spread of the values of the growth rate of net income, the method "minimum-maximum" was used. Management of banks can assess the effectiveness of making management decisions and monitor the occurrence of unstable situations with the help of entropy analysis. Calculated indicators of entropy, which characterize the objects of the study, are not evidence of stabilization of the economic situation in banks, but indicate the lack of information on the emergence of new threats and risks.

Key words: entropy, Shannon's formula, correlation analysis, banks, management decisions, bank revenues.

Касьянова Н.В.доктор економічних наук, професор
Національного авіаційного університету**Яцко К.С.**асистент кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету**Долинний Д.М.**магістрант
Національного авіаційного університету

АДАПТИВНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянута актуальна проблема адаптації інформаційної системи підприємства до середовища, яке постійно змінюється. Мета статті передбачає розроблення методології формування адаптивної корпоративної інформаційної системи великого підприємства. Під адаптивністю системи розуміється здатність виявляти зміни в навколишньому середовищі та швидко реагувати на них. Доведено, що структура інформаційної системи підприємства визначається поєднанням чотирьох взаємодіючих узгоджених компонентів: таких як завдання, актори, технології та структура. Операційними параметрами є час, необхідний для реакції на зміни; вартість змін; якість, що розуміється як стійкість процесу змін; обсяг змін, які система в змозі виконати. Інформаційна система підприємства впроваджується для підтримки різних груп бізнес-процесів та призначена для скорочення витрат на їх виконання.

Ключові слова: інформаційна система підприємства, адаптивність, архітектура підприємства, витрати, модель інформаційної системи.

В статье рассмотрена актуальная проблема адаптации информационной системы предприятия к постоянным изменениям среды. Цель статьи предполагает разработку методологии формирования адаптивной корпоративной информационной системы крупного предприятия. Под адаптивностью системы понимается способность выявлять изменения в окружающей среде и быстро реагировать на них. Доказано, что структура информационной системы предприятия определяется сочетанием четырех взаимодействующих согласованных компонент, таких как задачи, актеры, технологии и структура. Операционными параметрами является время, необходимое для реакции на изменения; стоимость изменений; качество, понимаемая как устойчивость процесса изменений; объем изменений, которые система в состоянии выполнить. Информационная система предприятия внедряется для поддержки различных групп бизнес-процессов и предназначена для сокращения расходов на их выполнение.

Ключевые слова: информационная система предприятия, адаптивность, архитектура предприятия, расходы, модель информационной системы.

Постановка проблеми. В умовах загальної інформатизації локальну інформаційну мережу підприємства вже не можна розглядати як особисту власність – це також мережа партнерів компанії, споживачів і клієнтів, а також конкурентів. Сьогодні на зміну замкнутим інформаційним просторам окремих організацій прийшло безліч взаємодіючих відкритих інформаційних систем.

Межі приватного та громадського розмиваються настільки, що зусиллями людини, що знаходиться всередині компанії, неможливо контролювати ті зміни мережного середовища, які постійно відбуваються на кордоні своєї мережі та решти світу. У зв'язку з цим перед світовою науковою думкою стоїть завдання адаптації окремих інформаційних систем до всього

іншого інформаційного світу з його непередбачуваними інформаційними потоками і запитами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми інформаційного забезпечення в управлінні підприємствами досліджувалась Я.Г. Берсуцьким, В.М. Глушковим, Р.А. Калюжним, М.М. Лепюю, В.М. Порохнею, В.Ф. Ситником, М.І. Татарчуком. Теоретичним фундаментом для побудови методів адаптивного управління складними системами стали дослідження вітчизняних економістів Т.С. Клебанової, В.М. Гееця, Н.А. Кізима [1] та закордонних авторів В.В. Давнися, Н.В. Климовича, Р. Калмана, В.Г. Сраговіча, Дж. Саридіса й інших [2]. Більшість авторів визначали лише сфери і методи можливого застосування адаптивних моделей в основному для рішення загальних

кібернетичних або економічних завдань, а також назначали можливість їхнього використання для визначення пріоритетних напрямів розвитку інноваційно-орієнтованих систем. Що стосується адаптації інформаційних систем до середовища, яке постійно змінюється, то ця проблема в економічній літературі широко не розглядалася.

Мета дослідження полягає в розробленні методології формування адаптивної корпоративної інформаційної системи великого підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні технології (ІТ) є найважливішим інструментом підтримки всієї аналітичної діяльності підприємства. Водночас ІТ дають змогу принципово змінити процеси створення продуктів і послуг: проектування, виробництво, післяпродажне обслуговування, що веде до скорочення витрат часу, матеріальних і фінансових ресурсів, а в підсумку – до підвищення внутрішньої ефективності підприємства [3].

Загалом ринок ІТ перетворився на один із найбільш динамічних і ємних секторів світового господарства, що привело до посилення міжнародної конкуренції в цій галузі та спонукало багато країн до збільшення витрат на НДДКР, інновації та просування продукції для забезпечення лідерства в глобальній індустрії ІТ. Спираючись на безперервний потік інновацій, ринок ІТ дотепер виріс у найбільший сегмент світового господарства: його продукція становить 6,0% світового ВВП (€3,5 трлн.), Зайнятість – 6–8% загальної чисельності активного населення, інвестиції – 14–20% вартості продукції, рентабельність виробництва варіюється в окремих сегментах від 16 до 45%.

У січні 2018 року відповідно до звіту аналітичної компанії Gartner стало відомо, що світові витрати на інформаційні технології в 2017 році збільшилися на 3,8% [4]. Зростання світових ІТ-витрат у 2017 році спостерігалось у всіх напрямках, але найбільше збільшення експерти зареєстрували в категорії корпоративного програмного забезпечення, де витрати збільшилися на 8,9%, досягнувши \$355 млрд.

Своїм зростанням галузь зобов'язана двома основним чинникам:

– розширенню загального проникнення ІТ-технологій в бізнес-процеси організацій, механізми державного управління та повсякденне життя людей;

– тенденціям до передачі стороннім спеціалізованим організаціям частини внутрішніх функцій, пов'язаних з використанням ІТ-інфраструктури (ІТ-аутсорсинг).

Максимальне зростання витрат на ІТ демонструють фінансові, комунікаційні компанії, компанії сфери медіа і сервісів, а також виробничі підприємства (табл.).

Традиційно найбільшою ІТ-категорією з погляду витрат виявилися комунікаційні сервіси, на які у 2017 році припало близько \$1,39 трлн. Другим за значущістю напрямом були ІТ-сервіси (\$933 млрд), а найскромніші витрати зареєстровані в сегменті обладнання для дата-центрів (\$178 млрд)

Аналітики відзначають, що сьогодні слабким місцем ІТ-ринку є значне уповільнення зростання продажів мобільних пристроїв: смартфонів і планшетів. З одного боку, це пов'язано зі зниженням цін, а з іншого – із сильним насиченням ринку. У 2017 р. на покупку комп'ютерів, смартфонів та інших девайсів було витрачено \$667 млрд, що лише на 5,7% більше порівняно з 2016 р. Традиційно мобільний сегмент вносив значний внесок у зростання ІТ-ринку. Слід зазначити, що на підприємствах накопичено попит, пов'язаний з необхідністю оновлення: серверів, систем зберігання та мережевого устаткування.

Великі масиви даних, які обробляються інформаційними системами, поступово створюють нову галузь економіки – «економіку даних», яка присвячена отриманню прибутків з інформації. Незабаром це може привести до посиленого зростання світової економіки та створення певної кількості нових робочих місць. Кожна вакансія, пов'язана з обробкою великих даних, приводить до необхідності створення ще трьох вакансій поза ІТ-сферою. Це може привести до збільшення загальної кількості нових робочих місць лише в США майже

Таблиця

Світові витрати на інформаційні технології у 2013–2018 рр. (млн. дол.)

Назва	2013	2014	2015	2016	2017	2018 прогноз
Комп'ютерні пристрої	660	689	653	634	667	704
Дата-центри	140	143	170	171	178	179
Корпоративне ПО	299	320	310	332	355	389
ІТ-сервіси	922	964	912	897	933	985
Телеком-сервіси	1633	1655	1472	1 380	1393	1427
Витрати на ІТ, разом	3654	3771	3517	3414	3527	3683

Джерело: Gartner [3]

до 6 млн. протягом наступних декількох років. Зі збільшенням використання великих даних, а також соціальних і мобільних технологій збільшується значення і хмарних технологій, які поступово стають основним середовищем для обробки та зберігання інформації.

Водночас упровадження нових корпоративних інформаційних систем (ІС), спрямоване на вдосконалення операційних процесів, не повинно перешкоджати подальшому розвитку підприємства. Однак на практиці з розвитком інформаційної системи підвищується її функціональність, складність, цінність для бізнесу, але знижується адаптивність. Тому дуже важливо мати таку ІС, яка дає змогу легко змінювати процеси компанії. В ідеалі це повинно відбуватися за рахунок переконфігурації інформаційної системи або, в крайньому разі, за допомогою часткової заміни деяких старих модулів на нові. Необхідно уникати ситуації, коли потрібно повна заміна інформаційної системи через її несумісність із новими принципами роботи, оскільки це веде до значних витрат підприємства.

Для вирішення поставленого завдання необхідно створити адаптивну інформаційну систему. Згідно з роботою [5], характеристики будь-якої системи можна розбити на структурні та операційні. Структурні властивості визначаються архітектурою системи та технологіями, які використовуються. Вони закладаються на стадії проектування, не залежать від зовнішніх умов, їх вкрай складно змінити. Операційні характеристики залежать не тільки від внутрішніх параметрів, але й від зовнішніх умов, які можуть бути змінені за короткий час.

Для того щоб виділити структурні параметри адаптивної ІС, необхідно досліджувати

процес її зміни, модель якого була запропонована в статті [6]. Відповідно до цієї роботи, структура інформаційної системи підприємства, як і будь-якої складної системи, визначається поєднанням чотирьох взаємодіючих узгоджених компонентів, таких як завдання, актори, технології та структура.

Оскільки структурні властивості, що визначають адаптивні здібності інформаційної системи, закладаються на стадії її проектування, постійний контроль непогіршення адаптивних якостей повинен бути частиною поведінкового патерну, що визначає реакцію на нові ініціативи та запити на зміни у сфері КІТ. Стратегія забезпечення адаптивності повинна бути частиною загальної ІТ-стратегії, незалежно від того, в якому вигляді остання реалізована на підприємстві – як план або як принцип поведінки. З погляду скорочення витрат на зміни необхідно проектувати компоненти інформаційної системи та їх зв'язки так, щоб якомога більшу кількість зовнішніх подій компенсувати відповідними змінами.

Спираючись на результати робіт [5; 6; 7], можна запропонувати модель адаптивної інформаційної системи підприємства (рис. 1). Відповідно до сучасних уявлень будь-яке підприємство може розглядатися як відкрита система, що еволюціонує разом із зовнішнім середовищем. Вона є цілеспрямованою системою, входить як частина в одну або більше цілеспрямованих систем верхнього рівня, її частини мають власні цілі [5]. При цьому межі між підприємством і зовнішнім середовищем стають все більш умовними [8]. Саме підприємство має багатовимірну організаційну структуру, в якій на кожному рівні є структурні одиниці трьох різних видів:

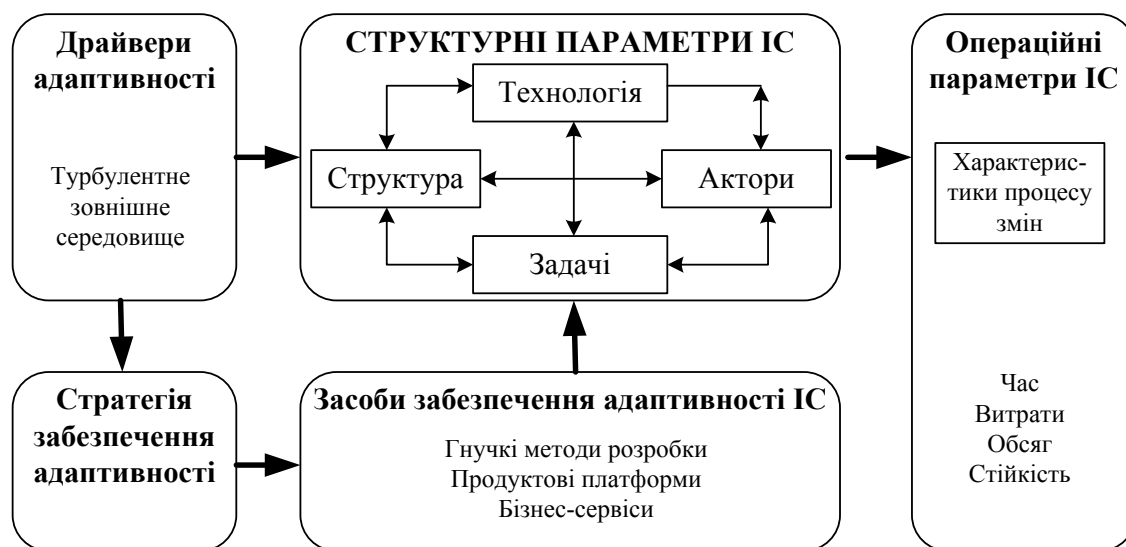


Рис. 1. Модель адаптивної інформаційної системи підприємства

- функції (продукція цих одиниць споживається переважно всередині підприємства);
- продукція (споживається переважно на зовнішньому ринку);
- користувачі (ринки, зумовлені типом або місцезнаходженням покупців).

Згідно з моделлю під впливом потоку зовнішніх подій інформаційна система більшу частину часу розвивається еволюційно, при цьому змінюються її компоненти. Тривалі періоди еволюційного розвитку підприємства перериваються революційними змінами, коли система радикально змінює за короткий проміжок часу свою структуру і взаємозв'язки компонентів. Загалом поведінка системи є хаотичною.

Адаптивна інформаційна система базується на інформаційній моделі підприємства, яка подана на рис. 2. У структурі інформаційної моделі підприємства пропонується виділити такі структурні складники: стратегічний керуючий центр M , підрозділи, відповідальні за виробництво продуктів і послуг, які споживаються на зовнішньому ринку P_i , $i \in [1, \dots, n]$, підрозділи, відповідальні за надання послуг всередині підприємства S_j , $j \in [1, \dots, q]$, та підрозділи, що відповідають за роботу на ринку C_k , $k \in [1, \dots, l]$, де n , q та l – кількість відповідних підрозділів.

Запропонована інформаційна модель розроблена на основі теорії активних систем [9], відповідно до якої процес прийняття рішень стратегічного центру описується кортежем:

$$\Psi_0 = \{U_A, U_V, U_I, A_0, \Theta, w, v_0, I_0\},$$

відповідний кортеж підрозділу (агента) має вигляд:

$$\Psi = \{A, R, \Theta, w, v, I\},$$

де A – множина дій агента, R – множина результатів дій, Θ – множина можливих значень обставин (під обставинами мається на увазі взаємодія не тільки із зовнішнім середовищем, а й з усіма елементами підприємства як економічної системи), I – інформація, якою володіє агент на момент прийняття рішення.

Уподобання агентом безлічі можливих результатів діяльності задані його функцією корисності, а результат діяльності залежить від

дії та обставин $w = A * \Theta \rightarrow R$. Відповідні змінні з нижнім індексом «0» описують стратегічний керуючий центр. Завданням центру є формування вектору управління $U = \{U_A, U_V, U_I\}$, який включає інституційне, мотиваційне та інформаційний управління, задає агенту відповідну допустиму множину дій, функцію корисності та доступну інформацію.

Розглянута модель не передбачає самостійного формування цілей агентом, вважається, що його функція корисності v повністю визначається мотиваційним управлінням з боку центру. Насправді це суперечить реальному стану справ, коли частини складної системи, якою є підприємство, можуть мати власні цілі, що не збігаються із загальними цілями [5]. Необхідність обліку розбіжності цілей інших підрозділів є додатковим фактором під час побудови інформаційної моделі підприємства. У зв'язку з цим потрібно передбачити деякі цілі, які описують мету і дають змогу оцінювати ступінь наближення до неї, можуть відрізнятися від бажаних значень. Тому для цілей аналізу модель адаптивної інформаційної системи повинна бути розширена.

Крім того, слід зазначити, що на практиці всередині корпорації є зв'язки не тільки між підрозділами та стратегічним центром, а й між підрозділами теж (на рис. 2 вони показані пунктирними лініями). Підрозділ підприємства отримує запити на реалізацію тих чи інших послуг не тільки від керівництва підприємства, але і від інших підрозділів також у вигляді векторів управління, аналогічних за структурою. Це означає, що допустима безліч дій A , функція корисності v , доступна інформація I та стратегічні цілі формуються не тільки центром управління, скільки всередині самого підрозділу на підставі агрегування всіх векторів управління. Очевидно, що режим співпраці між підрозділами споживачами внутрішніх ІТ-послуг можливий вкрай рідко (для цього має виконуватися умова узгодження інтересів всіх підрозділів і достатності ресурсів ІТ-підрозділу). Ця узгодженість і є метою формування адаптивної інформаційної системи підприємства. Ключовими питаннями

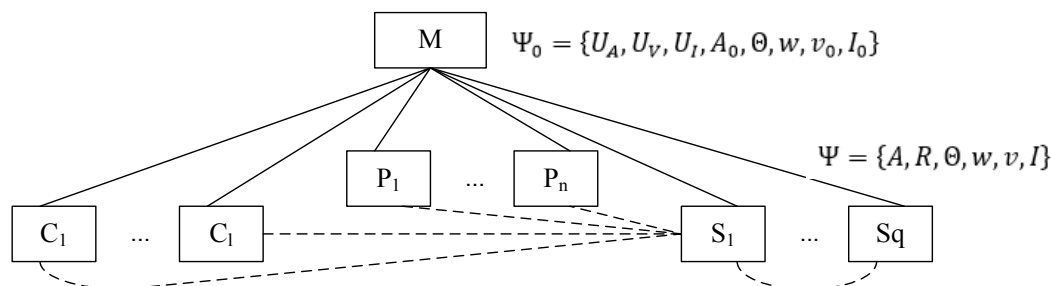


Рис. 2. Інформаційна модель підприємства

при цьому є вибір способу агрегування векторів, що надходять від усіх підрозділів підприємства, завдання цільових станів і вибір відповідного набору проектів з їх досягнення.

Інформаційна система підприємства впроваджується для підтримки різних груп бізнес-процесів та призначена для скорочення витрат на їх виконання. З іншого боку, впроваджені інформаційні системи часто перешкоджають зміні цих практик управління, оскільки зміна самої ІС також вимагає значних витрат. Тому виникає проблема вибору такого набору систем, які одночасно забезпечували б і скорочення витрат на виконання поточної моделі бізнес-процесів, і простий невитратний перехід до нових моделей.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, побудована модель адаптивної

інформаційної системи як її структурних властивостей, що визначають рівень адаптивності; виділені, відповідно до положень теорії активних систем, структура, технологія, завдання та актори. Операційними параметрами (зовнішніми вимірюваними характеристиками адаптивності) є час, необхідний для реакції на зміни; вартість змін; якість, що розуміється як стійкість процесу змін; і обсяг змін, які система у змозі виконати.

На підставі запропонованої моделі доцільно виділити різні способи підтримання адаптивності інформаційної системи, такі як використання гнучких методів розробки на корпоративному рівні, орієнтація на технологічну платформу, використання сервісної моделі, що і є метою подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Кизим Н.А. Адаптивные модели в системах принятия решений: монография / под ред. Кизима Н.А., Т.С. Клебановой. Харьков.: ИНЖЕК, 2007. 368 с.
2. Давнис В.В. Адаптивные модели: анализ и прогноз в экономических системах: монография / В.В. Давнис, В.И. Тинякова. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2006. 380 с.
3. Смерічевський С.Ф. Business model canvas як універсальна концепція управління бізнесом компанії / С.Ф. Смерічевський, О.І. Клімова // Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 9. С. 11–14.
4. Gartner Analysts. URL: <https://www.gartner.com>
5. Giachetti R.E. Analysis of the structural measures of flexibility and agility using a measurement theoretical framework / R.E. Giachetti, L.D. Martinez, O.A. Saenz, S.-C. Chen // International Journal of Production Economics. 2003. V.86. P. 47–62.
6. Lyytinen K. Explaining information systems change: a punctuated sociotechnical change model. / K. Lyytinen, M. Newman // European Journal of Information Systems. 2008. № 17. P. 589–613.
7. Dove R. Response ability. The language, structure, and culture of the agile enterprise. / R. Dove. New York: Wiley, 2001. 368 p.
8. Реус А.Г. Знання в управлінні і управління знаннями. Опыт интеграции высокотехнологичных отраслей. / А.Г. Реус. М.: Дело АНХ, 2010. 140 с.
9. Бурков В.Н. Теория активных систем: состояние и перспективы / В.Н. Бурков, Д.А. Новиков. М.: Синтег, 1999. 128 с.
10. Гараедаги Д. Системное мышление. Как управлять хаосом и сложными процессами. Платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Д. Гараедаги. Минск: Гревцов Паблишер, 2007. 480 с.

Kasyanova N.V., Yatsko K.S., Dolyunnyi D.M.

ADAPTIVE INFORMATION SYSTEM OF THE ENTERPRISE

Interacting open-source information systems replace closed information spaces of individual organizations. In this regard, the task to adapt individual information systems to the rest of the information world with its unpredictable information flows and requests is became actual. The purpose of the work is to develop a methodology for the formation of an adaptive enterprise information system.

With the development of the information system, its functionality, complexity, value for business increases, but adaptability decreases. Therefore, it is important to have an IS that allows you to easily change the processes of the company. In accordance with this work, the structure of the information system of the enterprise is determined by a combination of four interacting agreed components: tasks, actors, technology and structure.

In the work, the model of the adaptive information system of the enterprise is proposed, according to which, under the influence of the flow of external events, the information system develops most of the time evolutionarily, with its components changing. Long periods of evolutionary development of an enterprise are interrupted by revolutionary changes when the system radically changes its structure and interconnection of components in a short period of time.

The adaptive information system is based on the information model of the enterprise, the structure of which proposes to distinguish the following structural components: strategic management center, units responsible for the production of products and services that are consumed in the foreign market, units responsible for providing services within the enterprise and units responsible for work in the market.

Based on the proposed model it is expedient to highlight different ways to maintain the adaptability of the information system: the use of flexible development methods at the corporate level, the orientation on the technological platform, the use of the service model.

Key words: enterprise information system, adaptability, enterprise architecture, costs, model of information system.

УДК 519.865:33(050)

Олешко Т.І.

доктор технічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету

Лобанов М.О.

магістр
Національного авіаційного університету

ЕКОНОМІЧНІ ЗАДАЧІ В ТЕОРІЇ ІГОР

У даній статті розглядається застосування теорії ігор при розв'язуванні економічних задач. Розкрито суть та основні поняття теорії ігор, наведені економічні приклади. Суть її полягає в тому, що вона використовується для досягнення узгодження інтересів протилежних сторін (гравців), адже за допомогою теорії ігор економіст може змодельовати ситуації, в котрих виникає стратегічна взаємодія. В статті проведено аналіз основних досліджень та публікацій.

Ключові слова: теорія ігор, стратегія гравця, платіжна матриця, ціна гри.

В данной статье рассматривается применение теории игр при решении экономических задач. Раскрыта суть и основные понятия теории игр, приведены экономические примеры. Суть ее заключается в том, что она используется для достижения согласования интересов противоположных сторон (игроков), ведь с помощью теории игр экономист может смоделировать ситуации, в которых возникает стратегическое взаимодействие. В статье проведен анализ основных исследований и публикаций.

Ключевые слова: теория игр, стратегия игрока, платежная матрица, цена игры.

Постановка проблеми. Теорія ігор є розділом математичної економіки. Вона розробляє рекомендації щодо раціональної дії учасників процесу при розбіжності їх інтересів. Теорія ігор допомагає підприємствам прийняти оптимальне рішення в умовах конфліктної ситуації.

Теорія ігор і економіка нерозривно пов'язані одна з одною, так як методи вирішення завдань теорії ігор допомагають визначити найкращу стратегію різних економічних ситуацій.

На сьогоднішній день актуальною є проблема вирішення завдань в конфліктних ситуаціях, а саме цим і займається теорія ігор.

Аналіз останніх досліджень. У зарубіжній та вітчизняній науці і практиці накопичений вели-

кий досвід наукових досліджень з питань теорії ігор та її застосування в економіці (Роберт Ауманн, Райнхард Зелтен, Джон Нэш, Джон Харшані, Томас Шеллинг). У 1994 році Дж. Харшані і Р. Зелтен отримали Нобелівську премію з економіки за роботи в області теорії ігор.

Метою статті є дослідження теорії ігор при розв'язуванні економічних задач.

Виклад основного матеріалу дослідження. В теорії ігор досліджуються моделі і методи прийняття рішень в конфліктних ситуаціях. В межах теорії ігор досліджуються парні ігри з двома особами або ігри багатьох осіб. Учасників гри прийнято називати гравцями. Гра складається з послідовності дій (ходів), які діляться

на особисті (здійснених гравцями усвідомлено на основі деяких правил – стратегій) і випадкові (не залежать від гравців). Стратегія гравця – це набір правил, використовуваних при виборі чергового особистого ходу. Метою гри є знаходження оптимальної стратегії для кожного гравця, тобто такої, при якій досягається максимальний очікуваний виграш при багаторазовому повторі гри.

Важливим завданням теорії ігор є розробка рекомендацій щодо раціональних дій учасників в умовах конфліктної ситуації. Гра є моделлю конфліктної ситуації. Допустимі дії кожного із гравців, спрямовані на досягнення певної мети, називаються правилами гри. Гравцями в економіці є партнери, які беруть участь в конфлікті. Задачею кожного гравця є знаходження оптимальної стратегії, яка за умови багаторазового повторення гри забезпечує даному гравцю максимально можливий середній виграш. Результатом конфлікту є виграш чи програш одного з гравців.

Від реального конфлікту гра відрізняється тим, що ведеться за певними правилами, для її опису потрібно знати:

- кількість суб'єктів – гравців, що беруть участь в конфлікті;
- варіанти дій для кожного з гравців, які називаються стратегіями;
- функції виграшу або програшу (платежу) результату конфлікту;

Для детального дослідження ігрових моделей в економіці наведемо основні поняття теорії ігор.

Теорія ігор – наука, що досліджує математичними методами поведінку учасників ситуацій (гравців), пов'язаних з прийняттям рішень. Вона являє собою спосіб аналізу взаємообумовленої поведінки, коли рішення одного учасника впливають на рішення іншого, і навпаки. Вона не вимагає повної раціональності в поведінці і не передбачає наявності єдиної рівноваги.

Гра – це взаємовідносини економічних суб'єктів в ситуаціях із заздалегідь встановленими правилами, коли необхідно приймати відповідальні рішення. Гра, в якій беруть участь два гравці називається парною. Якщо ж кількість гравців більше двох, то це гра множинна.

Гра з нульовою сумою – це така гра, коли виграш одного гравця дорівнює програшу іншого. Саме з такими іграми, як правило доводиться мати справу при дослідженні операцій економічного характеру.

Стратегія гравця – це однозначний опис вибору гравця в кожній з можливих ситуацій, при яких він повинен зробити особистий хід, тобто це система правил, що однозначно визначають поведінку гравця на кожному

ході залежно від ситуації, що склалася в процесі гри.

Оптимальною називається та стратегія, котра при багаторазовому повторенні гри забезпечує гравцю максимально можливий середній виграш. Будь-яке відхилення від оптимальної стратегії зменшує виграш. Оптимальні стратегії характеризуються стійкістю, тобто жодному з гравців не вигідно відхилитися від своєї оптимальної стратегії.

Вирішити гру – означає знайти оптимальні стратегії для обох сторін та визначити ціну гри: очікуваний виграш сторони А чи програш сторони В.

Платіжна матриця гри – це матриця, яка показує платіж одного гравця іншому за умови, що перший гравець вибирає стратегію A_i , другий – B_j .

Платіжна матриця гри має вигляд:

	B_1	B_2	...	B_n	
A_1	...	...	...	...	...
A_2	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
A_m	...	...	...	...	...

Рішення гри може бути знайдено в чистих стратегіях, коли гравець має дотримуватись однієї стратегії, або в змішаних стратегіях, коли гравець з певною частотою має застосовувати дві або більше чистих стратегій.

Для кожного гравця є певний набір стратегій, які гравець може застосовувати. При виборі стратегії важливо враховувати не тільки отримання максимального виграшу для себе, але так само можливі кроки супротивника, і їх вплив на ситуацію в цілому.

При вирішенні економічних завдань зазвичай стикаються з однокроковими і багатокроковими іграми. Кількість стратегій може бути скінченною або ж нескінченною.

Принцип вибору кожної із сторін найбільш обережної стратегії називається принципом мінімаксу. Він впливає з припущення про обережність гравців, тобто з бажання вирішити конфліктну ситуацію найкращим чином для всіх учасників конфлікту.

Нижня ціна гри α – це максимальний виграш, котрий можна гарантувати в грі проти розумного конкурента, обираючи одну із своїх стратегій. Ця стратегія називається максимінною і обчислюється за формулою:

$$\alpha = \max_i \min_j \{a_{ij}\} \quad (1)$$

Верхня ціна гри β – це мінімальний програш, на котрий може розраховувати конкурент, обираючи для себе одну із своїх стратегій. Ця стратегія називається мінімаксною і обчислюється за формулою:

$$\beta = \min_j \max_i \{a_{ij}\} \quad (2)$$

Якщо $\alpha = \beta = v$, тобто $\max_j \min_i a_{ij} = \min_j \max_i a_{ij} = v$, то число v називається ціною гри.

Гра, для якої $\alpha = \beta$, тобто мінімаксне значення рівне максимінному, називається грою із сідловою точкою.

Зазвичай виділяють нормальну і розгорнуту форми представлення гри.

В теорії ігор гра в нормальній або стратегічній формі складається з трьох елементів: множини гравців, множини чистих стратегій кожного гравця, множини платіжних функцій кожного гравця. Передбачається, що гравці мають можливість всього один раз обрати альтернативу (дію) із множини можливих дій. Також передбачається, що вибір альтернатив гравці роблять одночасно і незалежно один від одного, не знаючи вибору противника. Після вибору всіх альтернатив реалізується певний результат. Кожному результату відповідають значення корисності гравців, їх виграші. Всім гравцям відомі як залежність виграшів від результату гри, так і виграші противників. Тобто в такому виді визначення гри в нормальній формі підходить для ігор з повною інформацією. Гру в нормальній формі можна представити у вигляді платіжної матриці.

Розгорнутою формою гри називається її представлення у вигляді дерева. Дерево складається із вершин і з'єднуючих ребр. Вершини поділяються на термінальні (кінцеві) і нетермінальні. Кожна нетермінальна вершина характеризується безліччю допустимих ходів і доступною для гравця інформацією. Термінальні вершини повідомляють про розмір виграшу, отриманого по їх досягненню. При такому завданні гри більше уваги приділяється порядку кроків (ходів) і тієї інформації, котра при цьому відкривається гравцю.

В розгорнутій формі можна представити ігри неповною інформацією. Розглянемо економічні задачі, які розв'язуються за допомогою теорії ігор, а саме задачу страхування автомобілів. У світі страхування автомобілів є обов'язковим, і кожен автолюбитель стикається з даною проблемою. Багато автолюбителів хотіли б, по-перше, максимально знизити свої витрати на страхові внески, а, по-друге, при настанні страхового випадку отримати максимальну виплату. Страховик при цьому, навпаки, хотів би отримувати максимальні премії і виплачувати мінімальні суми при настанні страхового випадку. Інтереси автолюбителя (страхувальника) і страховика антагоністичні, і відносини, в які вони вступають один з одним, можна розглядати в якості парної антагоністичної гри.

У розглянутій конфліктній ситуації присутні дві сторони:

А – це автомобіліст (страхувальник), метою якого являється зменшення витрат на страхування, а в разі дорожньо-транспортної пригоди (ДТП) – отримання максимального виплати. При укладанні договору він страхує автомобіль на повну його вартість;

В – страхова компанія (страховик), метою якої є отримання максимального прибутку (тобто максимальних страхових внесків і мінімальних виплат при настанні страхових випадків).

У автомобіліста існують три стратегії:

A_1 – керувати автомобілем гранично акуратно і при укладенні договору вказувати справжню вартість автомобіля (850 тис. грн.). Будемо припускати, що якщо водій уважний за кермом і стежить за дорогою, то ймовірність настання страхового випадку практично дорівнює нулю (виключимо можливість викрадення);

A_2 – керувати автомобілем гранично акуратно і при укладанні договору вказувати занижену вартість автомобіля (страхову суму) (550 тис. грн.) з метою зменшення страхових внесків;

A_3 – не стежити за дорогою і вказати завищену вартість автомобіля (900 тис. грн.). Оскільки в даному випадку ймовірність настання страхового випадку велика, а власник автомобіля вказав завищену вартість, то при ДТП автомобіліст отримає компенсацію більше, ніж якби він вказав справжню вартість автомобіля.

При цьому слід пам'ятати, що якщо страхова компанія встановить, що аварія сталася з вини водія або що він вказав завищену або занижену вартість автомобіля, то страхової виплати може не бути і автомобіліст може бути оштрафований (нехай в даному випадку це є однією з умов договору).

У страхової компанії існують чотири стратегії:

B_1 – не проводити оцінку вартості автомобіля і повірити автомобілісту на слово, а також не займатися розслідуванням у разі ДТП на предмет встановлення винної.с метою економії часу;

B_2 – проводити розслідування в разі настання страхового випадку, але не робити оцінку вартості автомобіля;

B_3 – перевіряти вартість автомобіля, але не проводити розслідування при ДТП;

B_4 – проводити розслідування у випадку ДТП і перевіряти, чи відповідає зазначена вартість автомобіля реальності.

Нехай у разі виявлення невірно зазначеної вартості автомобіля страховик стягує штраф із страхувальника у розмірі 15% від реальної

вартості об'єкта страхування. Якщо встановлено, що ДТП настало з вини страхувальника, то він не отримує страхову виплату. Страховий внесок за страховий період складає 10% від зазначеної страхової суми. Будемо припускати, що при настанні страхового випадку автомобіль руйнується повністю. За розглянутий страховий період проводиться тільки один внесок, і страховий випадок може наступити не більше одного разу. Скласти платіжну матрицю гри і ціну гри.

Розв'язання:

Нехай автомобіліст застосовує стратегію A_1 . Оскільки водій їздить обережно і вказує справжню вартість авто, то страховий випадок не настає і водій несе втрати у вигляді страхового внеску при будь-якій стратегії страхової фірми.

$$F(A_1B_1) = F(A_1B_2) = F(A_1B_3) = F(A_1B_4) = -850 * 0,1 = -85 \text{ тис. грн.}$$

Нехай автомобіліст застосовує стратегію A_2 . Оскільки водій їздить обережно, то страховий випадок не настає і водій несе втрати у вигляді страхового внеску при стратегіях страхової фірми B_3 та B_4 :

$$F(A_2B_3) = F(A_2B_4) = -550 * 0,1 = -55 \text{ тис. грн}$$

Якщо ж страхова компанія застосовує стратегії B_3 або B_4 , тобто проведе перевірку вартості авто, то водій отримає штраф, оскільки вказав занижену вартість авто:

$$F(A_2B_3) = F(A_2B_4) = -550 * 0,1 - 850 * 0,15 = -182,5 \text{ тис. грн}$$

Нехай автомобіліст застосовує стратегію A_3 . Тобто водій їздить необережно (настає ДТП з його вини) та вказує завищену вартість авто. Якщо страхова компанія застосовує стратегію B_1 , то водій отримає компенсацію:

$$F(A_3B_1) = 900 - 900 * 0,1 = 810 \text{ тис. грн}$$

Якщо страхова компанія застосовує стратегію B_2 , тобто перевірить аварію, то водій не отримає страхової компенсації:

$$F(A_3B_2) = -900 * 0,1 = -90 \text{ тис. грн}$$

Якщо страхова компанія застосовує стратегію B_3 , тобто перевірить вартість авто, то водій отримає штраф за завищену вартість авто та страхову компенсацію в розмірі реальної вартості авто:

$$F(A_3B_3) = 850 - 900 * 0,1 - 850 * 0,15 = 632,5 \text{ тис. грн}$$

Якщо страхова компанія застосовує стратегію B_4 , тобто перевірить аварію та вартість авто, то водій не отримає страхової компенсації та отримає штраф за завищену вартість авто:

$$F(A_3B_4) = -900 * 0,1 - 850 * 0,15 = -217,5 \text{ тис. грн}$$

Зведемо отримані значення виграшів в платіжну матрицю:

	B_1	B_2	B_3	B_4
A_1	-85	-85	-85	-85
A_2	-55	-55	-182,5	-182,5
A_3	810	-90	632,5	-217,5

Для визначення оптимальної стратегії та ціни гри знайдемо нижню та верхню межу гри. Оскільки матриця представляє величину програвів то формули матимуть наступний вигляд:

$$\alpha = \max_j \min_i a_{ij} = \max_j \min_i (-85; -182,5; -217,5) = -85 \text{ тис. грн}$$

$$\beta = \min_i \max_j a_{ij} = \min_i (810; -55; 632,5; -85) = -85 \text{ тис. грн}$$

$$\alpha = \beta$$

Отже, сідлова точка існує. Для водія оптимальною є стратегія A_1 , а саме гранично акуратно керувати автомобілем та вказати справжню вартість авто. Для страхової компанії оптимальною є стратегія B_4 , а саме проводити перевірку справжньої вартості авто та винуватця ДТП. При використанні обома гравцями своїх оптимальних стратегій ціна гри складе - 85 тис. грн.

Тепер розглянемо приклад задачі, яку можна розв'язати за допомогою моделі матричної гри:

Економічна інтерпретація задачі наступна:

У місті К є дві конкуруючі компанії («Рошен» і «Конті»), які займаються виробництвом шоколаду. Обидві компанії можуть виробляти молочний шоколад і гіркий шоколад. Стратегію компанії «Рошен» позначимо A_i , компанії «Конті» – B_i . Розрахуємо ефективність для всіх можливих варіантів поєднань стратегій компаній «Рошен» і «Конті» і побудуємо платіжну матрицю.

	B_1	B_2
A_1	5	4
A_2	3	6

У даній платіжній матриці немає сідлової точки, тому вона вирішується в змішаних стратегіях.

$$U1 = (A_{22} - A_{21}) / (A_{11} + A_{22} - A_{21} - A_{12}) = (6-3) / (5 + 6-3-4) = 0,75.$$

$$U2 = (A_{11} - A_{12}) / (A_{11} + A_{22} - A_{21} - A_{12}) = (5-4) / (5 + 6-3-4) = 0,25.$$

$$Z1 = (A_{22} - A_{12}) / (A_{11} + A_{22} - A_{21} - A_{12}) = (6-4) / (5 + 6-3-4) = 0,4.$$

$$Z2 = (A_{11} - A_{21}) / (A_{11} + A_{22} - A_{21} - A_{12}) = (5-3) / (5 + 6-3-4) = 0,6.$$

$$\text{Ціна гри} = (A_{11} * A_{22} - A_{12} * A_{21}) / (A_{11} + A_{22} - A_{21} - A_{12}) = (5 * 6 - 4 * 3) / (5 + 6-3-4) = 4,5.$$

Таким чином, можна сказати, що компанії «Рошен» слід розподілити виробництво шоколаду в такий спосіб: 75% від загального обсягу виробництва віддати виробництва молочного

шоколаду, а 25% – виробництва гіркого шоколаду. Компанія «Конті» на 40% повинна виробляти молочний шоколад і на 60% – гіркий.

Висновки з проведеного дослідження. При рішенні економічних задач часто доводиться аналізувати ситуації, в яких стикаються інтереси двох чи більше конкуруючих сторін, що

переслідують різні цілі. Це особливо характерно в умовах ринкової економіки. Отже, теорія ігор може бути надійним інструментом забезпечення управлінської діяльності і прийняття рішень в умовах невизначеності, і її можна застосовувати при розв'язуванні економічних задач.

Список використаних джерел:

1. Писарук Н. Н. Введение в теорию игр. Мисск: БГУ, 2012. 223 с.
2. Економічний ризик: ігрові моделі. Навчальний посібник. В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, А. В. Сігал, Я. С. Наконечний. Київ, 2002. 446 с.
3. Надеждин Е. Н. Математические методы и модели в экономике / Е. Н. Надеждин, Е. Е. Смирнова, В. С. Варзаков. Тула, 2011. 249 с.
4. Теория игр в экономике (практикум с решениями задач) : учебное пособие. Л. Г. Лабскер, Н. А. Яценко ; под ред. Л. Г. Лабскера. КНОРУС, 2014. 264 с.

Oleshko T.I., Lobanov M.O.

ECONOMIC PROBLEM IN GAME THEORY

In this paper, the application of game theory to solving economic problems is considered. The essence and basic concepts of game theory are revealed, economic examples are given. The essence of it is that it is used to achieve the coordination of the interests of the opposing sides (players), because with the help of game theory, an economist can simulate situations in which there is strategic interaction. The article analyzes the main researches and publications.

Key words: game theory, player strategy, payment matrix, game price.

УДК 004.358:656.025(045)

Олешко Т.І.

доктор технічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету

Хоменко Р.І.

магістр
Національного авіаційного університету

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОМЕРЕЖЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ

Стаття присвячена дослідженню прогнозування вантажообігу на основі використання методу нейронних мереж. Висвітлено основні переваги та недоліки використання цієї методики. Наведено характеристику якості нейронних мереж різних типів, що були побудовані. Проаналізовано методику побудови нейронних мереж для рішення різного виду економічних задач та прийняття рішень.

Ключові слова: нейронна мережа, перевезення, прогнозування, STATISTICA Automated Neural Networks.

Статья посвящена исследованию прогнозирования грузооборота на основе использования метода нейронных сетей. Освещены основные преимущества и недостатки использования этой методики. Приведена характеристика качества нейронных сетей различных типов, которые были построены. Проанализированы методики построения нейронных сетей для решения различного вида экономических задач и принятия решений.

Ключевые слова: нейронная сеть, перевозки, прогнозирования, STATISTICA Automated Neural Networks.

Постановка проблеми. Сьогодні вантажообіг України у цілому задовольняє лише базові потреби економіки та населення у перевезеннях. Показники якості та ефективності перевезень пасажирів і вантажів, енергоефективності, техногенного навантаження на довкілля не відповідають сучасним вимогам. Штучні нейронні мережі набули поширення для розв'язання великого класу задач – обробки інформації – насамперед для ідентифікації, емуляції, інтелектуального керування, прогнозування часових рядів довільної природи за умов структурної та параметричної невизначеності. Нейронні мережі являють собою перспективні обчислювальні технології, які передбачають нові постулати до дослідження контрольно-аналітичних завдань в перевезеннях. При комплексному економічному аналізі за методикою застосування нейронних мереж оцінюється поточний стан торговельного підприємства, а також паралельно проводиться причинно-наслідковий аналіз зміни основних показників під дією чинників впливу. За необхідності обсяг вхідних даних показників можна збільшити, що розширить і дозволить уточнити інформаційне забезпечення контрольно-аналітичного процесу. Кількісна та якісна параметризація на доказовій аналітичній базі вибору стратегії, розробка індикативних планів і бізнес планування, формування довгострокової стратегії ділового партнерства, оцінка виконання стратегії відбувається у межах двох процесів. На сьогодні вплив прогнозування обсягів вантажоперевезень є досить актуальною проблемою. Метод прогнозування за допомогою нейромереж стане хорошим інструментом в цьому питанні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням застосування нейронних мереж з метою прогнозування вантажообігу в своїх роботах розглядали такі вчені як Іванов Д.В. в роботі «Прогнозування фінансових ринків з використанням штучних нейронних мереж», Солдатова О.П., Семенов В.В. «Застосування нейронних мереж для рішення завдань прогнозування», Коло П.Г. «Нейронні мережі й еволюційний Корецька Т.В. «Аналіз фондових ринків».

Метою дослідження є аналіз нейронних мереж та їх застосування для прогнозування обсягів вантажоперевезень на майбутні періоди.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування методики прогнозування діяльності підприємств на основі використання нейронної мережі характеризується низкою переваг і недоліків. Перевагами є те, що застосування нейронних мереж дозволяє досліджувати залежність прогнозованої вели-

чини від незалежних змінних на основі числових та текстових даних за умови невідомих закономірностей; для аналізу не потрібно вирішувати проблему взаємозалежності між вхідними показниками; визначається стійкість до шумів у вхідних даних; аналітику не обов'язково володіти знанням про високі технологічні можливості нейронних мереж. Проте варто враховувати і неконтрольовані чинники зовнішнього середовища, зокрема: сезонний характер, активність конкурентів у районі розміщення підприємства, кількість покупців, період поставки товару. Застосовуючи нейромережеву архітектуру (перцептрон із одним схованим шаром) і базу даних (вантажооборот), можна одержати ефективну систему прогнозування. Враховувати зовнішні параметри необхідно з включенням відповідного входу в нейронну мережу. При цьому використовується алгоритм визначення важливості й значимості вхідних змінних, із виключенням параметрів, що мають невеликий вплив.

Перевага нейронних мереж полягає ще і в тому, що експерт не здійснює вибір математичної моделі поведінки часового ряду. Побудова нейромережевої моделі проводиться адаптивно без участі експерта у процесі навчання.

Недоліком цієї методики можна вважати необхідність спеціалізованого програмного інструментарію; складність змістовної інтерпретації нейронних мереж та недетермінованість. Мається на увазі так звана «чорна скринька», в якій логіка прийняття рішень нейромережею схована від експерта.

Важливим параметром для побудови нейронної мережі є алгоритм оптимізації та здатність до навчання. Алгоритм оптимізації є необхідним для побудови нейромережі, адже він може згладити помилки у процесі формування навчальної множини та пришвидшити навчання, тому обрано алгоритм ліквідації вхідних компонентів (видаляються ті дані, які погіршують загальний результат).

Розглянемо детально методику прогнозування за допомогою нейронних мереж.

Роботу нейронної мережі оцінюють на основі реакції відносно простих однотипних елементів, де кожний із нейронів містить синапси (однонаправлені вхідні сигнали $x_1, \dots, x_n$, зв'язані з іншими прихованими нейронами) та аксон (вихідні значення $y_1, \dots, y_m$, зв'язані як з прихованими, так і з вхідними нейронами). У процесі підготовки до прогнозування усю сукупність даних поділяють на три підвибірки. Перша – це навчання, під час якого для ефективного функціонування мереж відбирають сукупність прикладів, кожен із яких містить пару даних: вхід x_i та вихід y_i . Для навчання пер-

цептрона використовують дані множини спостережень x_i . При цьому кожен нейрон прихованого прошарку отримує сигнали від нейронів вхідного прошарку. Після виконання операцій над сигналами є вага нейрона, який передає свій вихід до всіх нейронів наступних прошарків, забезпечуючи передачу по одному вперед (feedforward) на вихід y_j , тим самим забезпечуючи еферентні зв'язки. Другу підвибірку розглядають як валідаційну, адже вона призначена для забезпечення можливості оцінювання прогнозу та визначення оптимальної складності моделі. Остання підвибірка використовується для оцінювання ефективності та реалістичності запропонованої моделі. Вона здійснює тестування мережі вже після навчання.

На рис. 1 зображена чотиришарова мережа, перший шар якої містить чотири нейрони, другий – три, третій – два і четвертий – три нейрони.

Застосуємо пакет STATISTICA Automated Neural Networks для прогнозування вантажообігу. В таблиці 1 представлені статистичні дані вантажообігу в Україні за 2008-2017 рр.

Використовуючи ці дані побудуємо лінійний графік для отримання інформації про

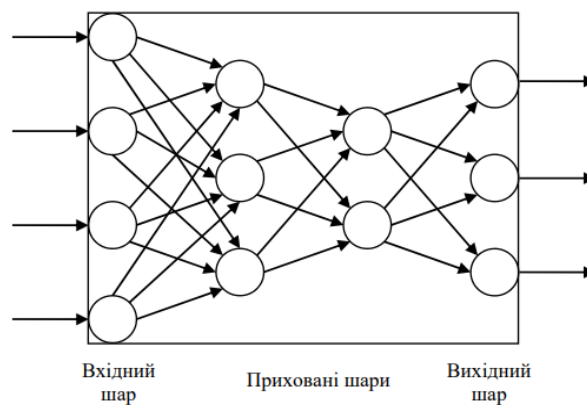


Рис. 1. Структура чотиришарової нейронної мережі

динаміку вбудованими функціями програми STATISTICA.

Як видно з графіку (рис. 2) за даними маємо зростаючий тренд та незначну періодичність. Періодичність є досить важливою характеристикою, яка в подальшому дозволить спростити пошук найкращої моделі.

Використовуючи нейромережу, яка вбудована в програму, знайдемо регресію викорис-

Таблиця 1

Статистичні дані вантажообігу

Період	тис. т	Період	тис. т	Період	тис. т	Період	тис. т	Період	тис. т
січ. 2008 р.	331,4	січ. 2010 р.	287	січ. 2012 р.	391,5	січ. 2015 р.	467,40	січ. 2017 р.	706
лют. 2008р.	412,3	лют. 2010 р.	287,4	лют. 2012 р.	483,9	лют. 2015 р.	508,90	лют. 2017 р.	1012
бер. 2008 р.	448,1	бер. 2010 р.	475,9	бер. 2012 р.	783,9	бер. 2015 р.	698,00	бер. 2017 р.	1149
квіт. 2008р.	442,6	квіт. 2010 р.	512,7	квіт. 2012 р.	717,9	квіт. 2015 р.	719,60	квіт. 2017 р.	1012
трав. 2008 р.	520,7	трав. 2010 р.	494,1	трав. 2012 р.	774,7	трав. 2015 р.	909,00	трав. 2017 р.	1095
черв. 2008 р.	459,6	черв. 2010 р.	538	черв. 2012 р.	736,5	черв. 2015 р.	974,00	черв. 2017 р.	917
лип. 2008 р.	478	лип. 2010 р.	559,5	лип. 2012 р.	762,8	лип. 2015 р.	1349,50	лип. 2017 р.	908
сер. 2008 р.	518	сер. 2010 р.	578,1	сер. 2012 р.	732,8	сер. 2015 р.	1380,10	сер. 2017 р.	1197
вер. 2008 р.	490,2	вер. 2010 р.	537,2	вер. 2012 р.	735,7	вер. 2015 р.	1296,80	вер. 2017 р.	931
жовт. 2008 р.	527,1	жовт. 2010 р.	628,5	жовт. 2012 р.	736,9	жовт. 2015 р.	1194,80	жовт. 2017 р.	947
лист. 2008 р.	506,9	лист. 2010 р.	694,2	лист. 2012 р.	665,1	лист. 2015 р.	1059,90	лист. 2017 р.	980
груд. 2008 р.	462,9	груд. 2010 р.	591,1	груд. 2012 р.	542,2	груд. 2015 р.	812,20	груд. 2017 р.	922
січ. 2009 р.	285,1	січ. 2011 р.	389,4	січ. 2014 р.	290,8	січ. 2016 р.	609,00		
лют. 2009 р.	336,8	лют. 2011 р.	538	лют. 2014 р.	399,6	лют. 2016 р.	1019,00		
бер. 2009 р.	376,1	бер. 2011 р.	588,1	бер. 2014 р.	685	бер. 2016 р.	1853,00		
квіт. 2009 р.	406,2	квіт. 2011 р.	636,2	квіт. 2014 р.	606,5	квіт. 2016 р.	1199,00		
трав. 2009 р.	422,1	трав. 2011 р.	654,8	трав. 2014 р.	595,8	трав. 2016 р.	1277,00		
черв. 2009 р.	486,1	черв. 2011 р.	636,7	черв. 2014 р.	1125,7	черв. 2016 р.	1083,00		
лип. 2009 р.	492,2	лип. 2011 р.	620,2	лип. 2014 р.	305,8	лип. 2016 р.	926,00		
сер. 2009 р.	468,1	сер. 2011 р.	687,6	сер. 2014 р.	839,5	сер. 2016 р.	894,00		
вер. 2009 р.	529,1	вер. 2011 р.	747,7	вер. 2014 р.	857,9	вер. 2016 р.	1229,00		
жовт. 2009 р.	550,2	жовт. 2011 р.	776,3	жовт. 2014 р.	864,3	жовт. 2016 р.	1287,00		
лист. 2009 р.	513,1	лист. 2011 р.	750	лист. 2014 р.	767,1	лист. 2016 р.	1347,00		
груд. 2009 р.	462,7	груд. 2011 р.	625,2	груд. 2014 р.	717,7	груд. 2016 р.	801,00		

товуючи підфункцію «часові ряди». Це означає, що змінна часового ряду є безперервною, оскільки в дослідженні використовується лише одна змінна, що являє собою вхідну та вихідну цільову функцію. Після навчання отримуємо наступні дані (таблиця 2).

Продуктивність в даному випадку характеризується величиною кореляції між теперішніми даними та прогнозованими. Чим ближче значення до 1, тим краще. Звертаємо увагу на значення контрольної продуктивності, щоб значення кореляції в навчанні та контрольної підвибірки були схожими за значенням. Це свідчить про те, що модель рівномірно працює як при навчанні так, і при контролі.

Також отримуємо чисельне значення функціонування помилки, як при навчанні, так і при контролі. Та отримуємо алгоритм навчання BFGS – ітераційний метод чисель-

ної оптимізації. Цифра означає ітерацію, на якій алгоритм був зупинений, функцію помилки та функцію активації. На основі отриманих даних створимо графік часового ряду (рис. 3) на якому показано синім кольором графік початкового ряду та передбачені ряди іншими кольорами для кожної моделі, в цьому випадку кожне передбачене значення ряду будується по минулим значенням початкових значень на цьому етапі ми не можемо побачити прогнозний ряд.

Застосувавши функцію часового ряду створимо графік проекції для прогнозування майбутнього періоду в надому випадку номера спостереження від 120 (2017 р.) до 132 (2018 р.) рис. 4.

Як видно з рис. 4 найкращий результат показала нейронна мережа № 5, яка спрогнозувала результати прогнозу в таблицю № 3.

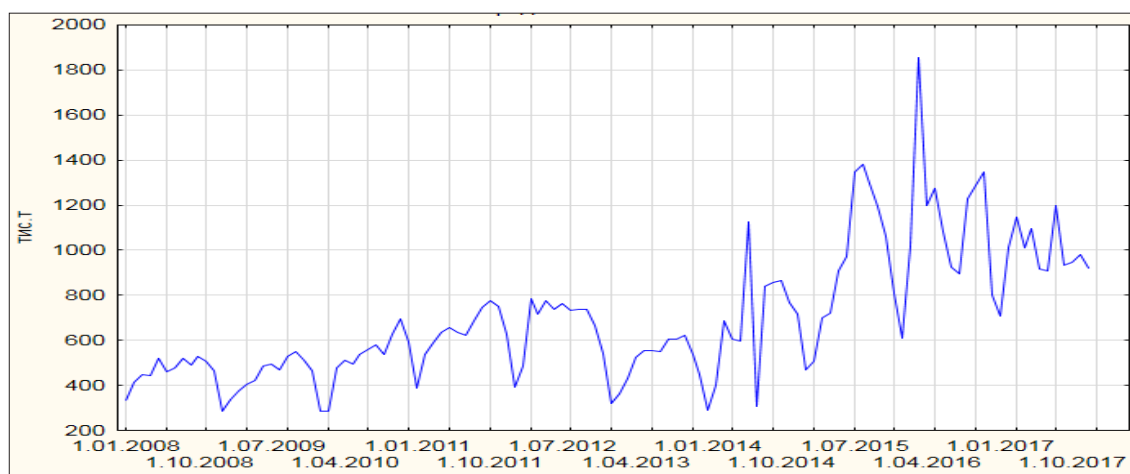


Рис. 2. Загальна динаміка вантажобороту України за період від 2008 по 2017 рр.

Таблиця 2

Результат навчання нейромереж

№ Нейромережі	Архітектура	Продуктивність навч.	Контр. продуктивність.	Тест. продуктивність.	Помилка навчання	Контрольна помилка	Тестова помилка	Алгоритм навчання	Функція помилки	Ф-я актив. прихованих нейронів	Ф-я актив. вихідних нейронів
1	MLP 12-2-1	0,792	0,706	0,807	13109,8	28110,03	15564,74	BFGS 5	Су. квадр.	тотожна	логістична
2	MLP 12-2-1	0,766	0,675	0,794	25103,2	32141,08	25620,31	BFGS 4	Сум. квадр.	експонента	гіперболична
3	MLP 12-6-1	0,803	0,723	0,804	12242,1	27988,99	16282,34	BFGS 5	Сум. квадр.	експонента	експонента
4	MLP 12-2-1	0,814	0,746	0,796	11543,5	28293,08	16810,69	BFGS 6	Сум. квадр.	гіперболична	експонента
5	MLP 12-5-1	0,914	0,846	0,807	5594,9	18152,65	16070,56	BFGS 26	Сум. квадр.	експонента	тотожна



Рис. 3. Графік часового ряду моделей нейромережі

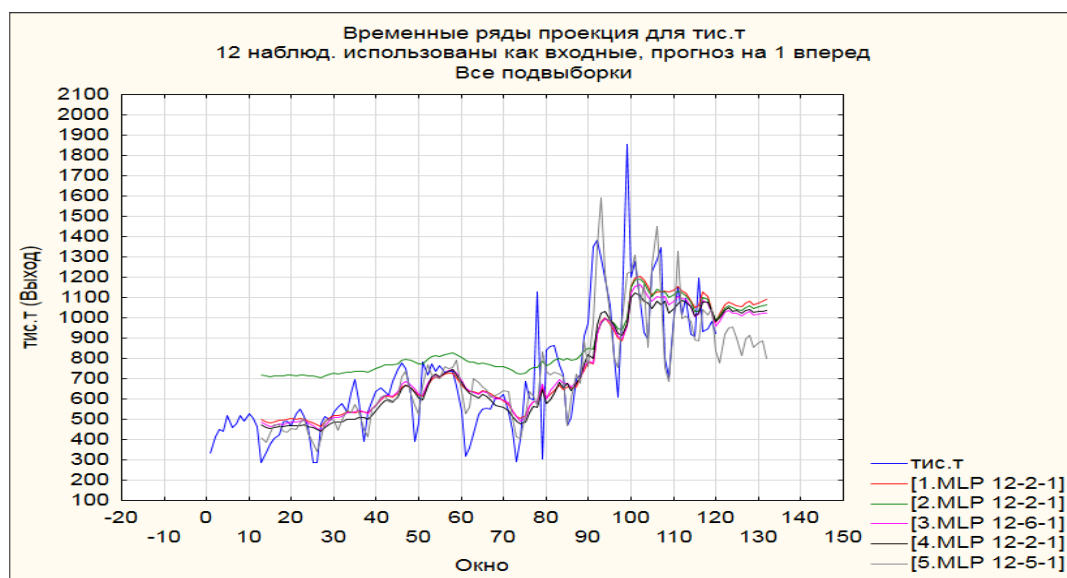


Рис. 4. Прогноз на 2018 рік за допомогою нейромереж

Таблица 3
Результат прогнозу нейромережі

Период , рік	Тис. т
січень 2018 р.	776,292
лютий 2018 р.	916,446
березень 2018 р.	949,200
квітень 2018 р.	953,103
травень 2018 р.	902,199
червень 2018 р.	813,507
липень 2018 р.	897,549
серпень 2018 р.	913,032
вересень 2018 р.	855,770
жовтень 2018 р.	875,815
листопад 2018 р.	888,571
грудень 2018 р.	801,687

З отриманих результатів, нейронної мережі MPL 12-5-1 бачимо, що прогнозний період на 2018р отримає прогнозні дані вантажообігу.

Аналізуючи якість нейромережі можна очікувати більш прийнятний результат, в даному прикладі використовувалися базові параметри програми STATISTICA вбудованої функції нейромережі, які вказувалися для випадкових вибірок 70%, контрольної вибірки 15% та тестової вибірки 15%. Для навчання використовувалося 20 мереж з яких 5 результатуючих (найкращих), тип мережі МПЛ з опціями: мінімум прихованих нейронів 2 максимум прихованих нейронів 8. Для функції активації МПЛ для прихованих нейронів: тотожна, логістична, гіперболічна та експонента. Для вихідних нейронів використовувалися ті ж самі параметри, що і для прихованих для більш точного результату.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, ми показали використання нейромережі для прогнозування загального обсягу вантажообігу показано прийнятні результати для базових параметрів програми. Для усунення виявлених недоліків у моделях прогнозування рядів динаміки необхідно задати параметри нейромережі відповідно до затребуваної цілі, щоб отримати прийнятний результат. Для покращення якості бажаного результату необхідно задавати більшу кількість прихованих нейронів, використовувати різні функції активації МЛП та робити тестування на більшій кількості нейромереж. В загальному випадку задача часового ряду

представляється в нейромережі як задача багатовимірної регресії, а пошук рішення регресії краще почати з пошуку більш простих моделей та поступово збільшувати складність якщо якість теперішніх моделей не є прийнятною. Наприклад найбільш простою є лінійна регресійна модель. В даній статті було застосовано більш складнішу модель яка заснована на нелінійних функціях активації і великій кількості прихованих нейронів. Результат від використання нейромережі з великою кількістю прихованих нейронів має меншу загальну здатність, яку показують мережі, це свідчить про те, що нейромережі гірше прогнозують часовий ряд.

Список використаних джерел:

1. Романовская, И.А. Развитие инновационной позиции преподавателя высшей школы в процессе организационного обучения [Электронный ресурс]. Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2.
2. Звіт за даними Івано-Франківського відділу служби статистики регіональної філії «Львівська залізниця» ПАТ «Укрзалізниця». URL: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/TZ1.HTM
3. Трещев, А.М. Развитие профессионально-субъектной позиции молодого учителя в процессе внутришкольного обучения. Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2010. № 8. С. 149-158.
4. Круг П. Г. Нейронные сети и нейрокомпьютеры [Текст]: учебное пособие по курсу «Микропроцессоры». М.: Издательство МЭИ, 2002. 176 с.

Oleshko T.I., Khomenko R.I.

APPLICATION OF NEURAL NETWORK TECHNOLOGIES FOR PREDICTING THE VOLUME OF CARGO TRANSPORTATION

The article is devoted to the research of forecasting of cargo turnover on the basis of the use of the method of neural networks. The main advantages and disadvantages of using this technique are highlighted. The characteristics of the quality of the various types of neural networks that have been built are presented. The principle of work and methods of constructing neural networks for solving various types of economic problems and decision-making are analyzed. The recommendations for improving the accuracy of the result using the method of neural networks are given. The volume of total cargo turnover in Ukraine for 2018 is projected.

Key words: neural network, transportation, forecasting, STATISTICA Automated Neural Networks.

Тесьолкін О.І.кандидат технічних наук,
доцент кафедри економічної теорії
та економічної кібернетикиПолтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка**Наголюк О.Є.**кандидат юридичних наук,
старший викладач кафедри менеджменту,
статистики та економічного аналізуЛуганського національного аграрного університету
м. Харків**Максимчук К.О.**студентка
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЗ ДАНИХ В ЕКОНОМІЦІ

У ХХІ столітті комп'ютерна індустрія стає дедалі більше і як наслідок всі сучасні організації та фірми мають власні електронні бази даних. Сфера їх застосування надзвичайно широка. На сьогоднішній день вони стали невід'ємною частиною будь-якої галузі економіки і повсякденного людського життя. Обсяги інформації в світі постійно зростають. Саме тому бази даних набули такого широкого застосування серед всіх галузей народного господарства. За останні 40 років в сфері управління даними була проведена величезна дослідницька робота. Її результати можна успішно застосовувати для розвитку універсальних систем управління базами даних і розробки спеціалізованих систем. В даний час сфера СУБД досягла великого прогресу в технологіях аналізу, сортування, обробки і зберігання даних. Новітні технології дозволяють працювати з базами даних петабайтного розміру. При цьому обробка і аналіз даних виконуються в режимі реального часу. Отже роботи по вивченню і вдосконаленню обробки і зберігання величезних джерел даних знайдуть гідне застосування в усіх галузях світової економіки.

Ключові слова: електронна база даних, дані, інформація, інформаційні технології, економіка.

В ХХІ веке компьютерная индустрия постоянно растет и как следствие все современные организации и фирмы имеют собственные электронные базы данных. Сфера их применения чрезвычайно широка. На сегодняшний день они стали неотъемлемой частью любой отрасли экономики и повседневной человеческой жизни. Объемы информации в мире постоянно растут. Именно поэтому базы данных получили столь широкое применение среди всех отраслей народного хозяйства. За последние 40 лет в сфере управления данными была проведена огромная исследовательская работа. Ее результаты можно успешно применять для развития универсальных систем управления базами данных и разработки специализированных систем. В настоящее время сфера СУБД достигла большого прогресса в технологиях анализа, сортировки, обработки и хранения данных. Новейшие технологии позволяют работать с базами данных петабайтного размера. При этом обработка и анализ данных выполняются в режиме реального времени. Следовательно, работы по изучению и совершенствованию обработки и хранения огромных источников данных найдут достойное применение во всех отраслях мировой экономики.

Ключевые слова: электронная база данных, данные, информация, информационные технологии, экономика.

Постановка проблеми. Електронні бази даних є потужним інструментом в роботі всіх сфер діяльності будь-якої організації. Удосконалення алгоритмів, швидкість обробки і перевірки даних залишається актуальною і першорядним завданням. Створюються нові інструменти для роботи з усіма типами даних. Бази даних отримали таку популярність за кіль-

кома критеріями: швидкість обробки величезних обсягів інформації, доступність інформації та гнучкість її використання. У сучасному динамічному світі, щоб бути успішною компанією, необхідно швидко приймати ефективні рішення і виконувати поставлені завдання. Це стало можливим з використанням електронних баз даних. Продуктивність обчислювальної

техніки на сьогодні дуже висока, це дозволяє ефективно використовувати електронні бази даних. Обсяги інформації постійно зростають, тому кращих результатів можна досягти створюючи нові технології обробки даних, що знаходяться на різних серверах. Також перевагою є те, що електронні бази даних можуть легко перебудовуватися для певних потреб. Розвиток електронних баз даних – це шлях до мобільності та простоти.

Аналіз досліджень. Великого поширення бази даних набули в сфері бізнесу. Кожен керівник зараз має у своєму розпорядженні сучасні гаджети, такі як смартфони та планшети, з доступом до глобальної мережі Інтернет. Це дає йому можливість доступу до потрібної інформації у будь-який час та у будь-якій точці планети. Також керівник може змінювати інформацію у базі даних за необхідності. Це можливо завдяки хмарним технологіям, які зараз стрімко розвиваються.

Популярним напрямом застосування баз даних є журналістика баз даних. Раніше журналісти працювали з базами даних, шукаючи в них нову приховану інформацію (наприклад в звітності державних структур, правоохоронних органів, фінансових чи банківських установ), аналізували її та робили висновки. Після цього виходила стаття з готовою сенсацією. В останнє десятиліття все змінилось на протилежне. Зараз журналісти самі структурують знайдену інформацію та дані, створюючи свої бази даних. Після чого виходить стаття з такою базою даних, яка повністю представляється на розсуд читачів.

Активно застосовують бази даних динамічні сайти. На відміну від статичних, в яких інформація постійна і змінюється не часто, динамічні складаються з веб-сторінок, які створюються тоді, коли користувач робить відповідний запит. Ці сторінки зберігаються в базах даних. Якщо база даних включена до складу сайту, то, як правило, зайти на неї неможливо. Для цього потрібно зареєструватись на сайті, ввести логін та пароль і зайти на сайт. Хоча, в деяких закордонних сайтах вхід платний. Раніше у сфері торгівлі паперові каталоги товарів трансформували у статичні сторінки веб-сайту. Зараз почали створювати електронні каталоги, які виключають затрати часу на непотрібну інформацію і дозволяють швидко знайти потрібні дані. Деякі продавці можуть надати послугу персоналізованого манекену, за допомогою якого клієнт зможе побачити як саме буде на ньому виглядати обраний вид одягу. Але для цього потрібні доволі складні моделі даних.

Бази даних використовують навіть звичайні люди у повсякденному житті. Наприклад, збір-

ники кулінарних рецептів для господинь на веб-сайтах; електронний щоденник для зручності батьків, який вони можуть проглянути у будь-який час і перевірити успішність своїх дітей; інтерактивні картки зі словами для зручності вивчення будь-якої іноземної мови як на спеціалізованих веб-сайтах, так і у вигляді мобільних додатків. Проте раніше це були паперові книжки з рецептами, щоденники і картки, які легко можна було загубити чи зіпсувати. А переведення цієї інформації у електронні бази даних значно полегшило доступ до неї та зберігання.

Впровадження баз даних є доволі популярною тенденцією у сфері туризму. У цьому сегменті бізнесу існує велика кількість найрізноманітнішої інформації та даних, з якої формують туристичні карти, маршрути, рекламну продукцію та ін. У кожній країні, місті є велика кількість пам'яток культури, заповідників, музеїв, природних парків, монументів та багато інших цікавих місць, які відвідують туристи. А вони, у свою чергу, знаходять потрібні дані про такі місця, туристичні фірми, транспортні фірми, варіанти розміщення, туристичні маршрути. Це питання висвітлено у статті Богомазової І.В. «Використання баз даних у просуванні туристичних територій». В рамках програми «Розвиток економічного потенціалу і формування сприятливого підприємницького клімату» було виділено підпрограму «Розвиток туризму, ремісництва і придорожного сервісу» і сформовано електронну базу даних. Вона призначена для накопичення, зберігання, систематизації і оперативної обробки інформації. База даних включає об'єкти туризму, згруповані по категоріям – природні, екскурсійні, археологічні, етнографічні, пам'ятки культури та містобудування, об'єкти сільського туризму і об'єкти туристичної інфраструктури [5]. Кожна з цих груп включає об'єкти різного напрямку. Отже, це значно полегшить доступ до більш детального опису туристичних центрів, послуг та визначних місць. Саме тому створення баз даних для зберігання такої інформації є перспективним у сфері туризму.

Зараз створюються все більш складні додатки, для яких необхідні сховища даних, які будуватимуться швидко та економно для авторів інтернет-публікацій. Тому є певні вимоги до технологій баз даних для створення, пошуку, захисту та управління інтернет-вузлами. Користувачі інтернет-додатків стають все більш універсальними для розробників простих додатків, які працюють з базами даних. Отже, кожному користувачу не потрібна інсталяція, достатньо отримати код доступу і користувач одразу зможе працювати з базою даних, при

цьому він може працювати як в локальній, так і в глобальній мережі, якщо технологія дозволяє це. Для користувачів це дуже зручно, так як вони маючи лише пароль можуть отримати доступ до потрібної інформації в будь-якій точці земної кулі. Це система, розроблена по інтернет-технології, тобто вона використовує принципи технології Інтернету, але розроблених у внутрішній локальній мережі. Для розробки інтернет-додатків, пов'язаних з базами даних, застосовують нові інструменти програмування: Java, Javascript, PERL та інші.

Хмарна база даних – це база даних, що, зазвичай, працює на платформі хмарних обчислень. Є дві поширені моделі розгортання: користувачі можуть запускати бази даних на хмарі незалежно, використовуючи віртуальну машину, або вони можуть отримати доступ до сервісу бази даних, що підтримується провайдером хмарних баз даних. З БД, доступних на «хмарі», деякі базуються на SQL-основі, інші використовують NoSQL модель даних.

Хмарні бази даних мають досить широке застосування у різних сегментах.

Хмарні ресурси застосовують в навчальних закладах, таких як школи та різноманітні вищі навчальні заклади. Це допомагає учням та студентам, які, наприклад, з якихось причин не можуть бути присутніми на навчанні. У ВНЗ хмарні ресурси використовують для ефективного здобуття знань студентами заочної форми навчання або під час дистанційного навчання на вимушених канікулах. Це значно спрощує спілкування та взаємодію між студентами та викладачами.

Зараз користувачі ігрових онлайн-сервісів мають змогу насолоджуватись виходом більш цікавих та технологічно досконаліших ігор. Такі ігри потребують не дешевого оновлення технічного забезпечення користувача. Хмарні технології допомагають у цьому випадку допомогти до ігор на сервері компанії.

Звичайні користувачі інколи навіть не замислюються над тим, як часто вони використовують хмарні бази даних. Вони роблять записи та нотатки, планують, створюють нагадування, ведуть списки, створюють документи і презентації на своїх гаджетах (смартфонах, планшетах тощо), а також діляться цією інформацією з іншими. Вся ця інформація зберігається у «хмарі», що дає можливість користувачам припинити використання паперових щоденників, записників, календарів тощо, а також працювати одночасно на кількох пристроях.

Рітейл (роздрібна торгівля) має справу з великою кількістю різноманітної інформації та даних про кількість товарів на складі, з карт постійних відвідувачів про здійснені ними

покупки, інформація з касових чеків, про зміни цін на товари. Саме тому для компаній вигідно використовувати хмарні бази даних з метою зменшення витрат та покращення усіх супутніх процесів.

Хмарні бази даних допомагають спростити процес підбору персоналу, підвищення кваліфікації працівників та полегшують спілкування і взаємодію персоналу. Такі технології мають тенденцію до доступності та спрощення. Саме тому у бізнесі виникає необхідність у впровадженні хмарних технологій.

Блокчейн – це технологія, яка здатна розширити цифрове перетворення за межами стін компанії і в процеси, які вона розділяє з постачальниками, партнерами та клієнтами. За своєю суттю блокчейн являє собою структуру даних, яка використовується для створення цифрового реєстру транзакцій, який, замість того, щоб сконцентруватись на одному постачальнику, розподіляється між мережею комп'ютерів [4].

Існують цікаві приклади використання цієї технології для організації розподіленого хмарного сховища, що використовує місце на дисках учасників мережі. Деякі фахівці такі види хмарних обчислень називають «туманними» (адже інфраструктура не є в повному розумінні хмарною, бо дані розподілені по комп'ютерам користувачів). У багатьох на дисках є вільний простір. Чому б не продавати його іншим учасникам мережі? Потенціал у ідеї великий: сукупний дисковий простір на комп'ютерах користувачів зараз набагато перевищує сукупний дисковий простір, доступний у хмарних сервісах [2].

Доволі багатообіцяючим у розвитку баз даних є напрямок об'єднання експертних систем і баз даних та дедуктивних баз даних. Їх основою є знаходження нової інформації з баз даних не традиційним шляхом запитів чи аналітичної обробки, а з допомогою правил виведення і побудови ланцюжків застосування цих правил для виведення відповіді на запит. Для таких баз даних є мови запитів, відмінні від звичайної SQL. В експертних системах також знання експертів зберігаються у формі правил, частіше використовуються так звані продукційні правила типу «якщо опис ситуації, то опис дії» [1].

Метою дослідження є узагальнення наявних перспектив розвитку баз даних в економіці та пошук нових.

Виклад основного матеріалу. Обсяги інформації в світі весь час невпинно зростають. Звичайно це хороший факт, так як збільшуються шанси знайти корисну інформацію. Для цього достатньо мати персональ-

ний комп'ютер, Інтернет та зручний браузер. Пошукова система браузера бере потрібну інформацію із баз даних відповідно до запиту користувача. На сьогоднішній день не пошукові системи підлаштовуються під сайти, а навпаки. Ключові слова втрачають головну роль, так як пошукові системи орієнтуються на контекст, у якому вжито те чи інше слово. Тому користувач має більшу вірогідність отримати найбільш підходящий сайт з потрібною інформацією та даними. Здавалося б все складається дуже добре, проте існує проблема. Інформації у базах даних Інтернету настільки багато і її половина не актуальна, застаріла та часом взагалі фальшива. Тому користувачеві важко обробити та проаналізувати самому таку велику кількість результатів свого запиту. Звичайно найбільш корисні та підходящі сайти зазвичай найперші у списку результатів пошуку, але часто таких результатів може бути декілька мільйонів. Вирішенням цієї проблеми можуть стати засоби штучного інтелекту.

Штучний інтелект зараз це ціла наука. Поряд з цим, це технологія створення комп'ютерних алгоритмів і програм, які функціонують як інтелектуальні системи. Такі системи здатні навчатись та зберігати отриману інформацію на. На основі отриманих знань вони можуть впливати на навколишнє середовище та виконувати поставлені задачі. Штучний інтелект можна поділити на 2 види: слабкий та сильний. Слабкий має вузьке спрямування, тобто він здатний виконувати задачі в чітко окреслених рамках. На сьогоднішній день всі розробки відносяться до цього виду. Штучний інтелект, який відноситься до сильного виду має необмежені можливості, так як він зможе вирішувати будь-які задачі в усіх областях.

Реалізувати таку багатообіцяючу технологію штучного інтелекту можна по-різному. Одним із варіантів є нейромережі. Оскільки вони будуються за тим же принципом, що і нервова мережа в будь-якому живому організмі, то і назву отримали відповідну. Нервові клітини живого організму називаються нейрони. Ці нейрони з'єднані між собою і утворюють нервову систему. У штучно створеній нейромережі замість нейронів використовують процесори, які з'єднуються подібно до нервової системи людини і взаємодіють по тому ж принципу.

Відмінністю від звичайних алгоритмів та водночас перевагою є те, що нейромережі здатні навчатись на основі досвіду. Вони можуть аналізувати великі об'єми інформації, виявляти зв'язки між даними, узагальнювати їх та генерувати рішення поставленої задачі. Для функціонування нейромереж використо-

вуються методи машинного навчання. Але для цього потрібно багато обчислювальних ресурсів. Знання нейромережі залежать від вхідних даних. Чим їх більше, тим краще і якісніше буде навчання. Нейромережу можна навчити розпізнавати об'єкти, відрізняти їх один від одного, порівнювати та прогнозувати на основі отриманих даних. Навчання нейромережі майже нічим не відрізняється від навчання дитини. Їй показують зображення і говорять що там показано. Нейромережі показують дуже багато зображень з поясненням і навчають розпізнавати певні елементи, які потім вони зможуть поєднувати. Отримане зображення потрапляє в так звану систему фільтрації. В ній знаходяться різні за розміром фільтри та за складністю елементів, у кожного з яких є власний набір ознак. Отримане зображення проходить багаторазову фільтрацію і коли розпізнано доволі багато елементів, то нейромережа готова зробити прогноз з певною вірогідністю.

Є нейромережі, які можуть виявити хворі органи, розпізнати написані від руки цифри та літери, спрогнозувати курс валют. Для цього використовують дуже велику вибірку даних, для того, щоб результати були якомога точними та якісними. Зараз нейромережі є доволі розвиненими і впевнено впроваджуються в наше повсякденне життя.

Зараз штучний інтелект застосовується для пошукових систем в глобальній мережі Інтернет. Найпопулярніша на сьогоднішній день пошукова система Google застосовує цю технологію для пошуку, а саме алгоритм Колібрі (Google Hummingbird). Як вже зазначалося, цей алгоритм орієнтований на контекст слів та сенс, у якому вони вживаються, а не на ключові слова. Це відбувається тому, що користувачі почали ускладнювати свої запити і розширювати їх до 6-8 слів. Саме тому пошукова система орієнтується на повсякденну мову.

Також доволі популярними є помічники з голосовим запитом. Найпопулярнішими голосовими помічниками є Siri (для iPhone) та Аліса (для будь-якого смартфона). Але, не дивлячись на зручність цієї технології, вона є не ідеальною.

MySQL і PostgreSQL бази даних з відкритим кодом – оптимальний вибір для більшості завдань. Обидві підтримують кластеризацію, є приклади використання в великих проектах і навіть міграції з однієї на іншу в великих проектах. NoSQL переживає період зрілості. Створені при бурхливому зростанні інтернету, ці БД розвивалися для відповідних завдань, наприклад, для зберігання і обробки мільярдів неструктурованих документів. Багато рішень декларують "eventual consistency", що озна-

чає відмову від строгого "С" в CAP-теоремі. Деякі NoSQL-рішення знижують доступність ("А") і декларують "СР", наприклад, Cassandra. Популярність мови SQL і розвиток «заліза» породили новий рух – розподілені бази даних з цих слів SQL. Серед них виділяється Google Spanner, яка гарантує linearizability – глобальний порядок записів всіх транзакцій. Щоб вирішити таке завдання в масштабах планети, потрібно синхронізувати час на серверах БД по всьому світу. Компанія Google використовує для цього атомний годинник, а для резерву – GPS-приймачі.

Атомні годинники поки залишаються розкішшю, тому автори Spanner побудували аналогічну БД з дещо меншими гарантіями на порядок транзакцій, але достатніми для більшості додатків. Ця БД називається CockroachDB (від англ. «Тарган») і своєю назвою уособлює живучість кластера при збої заліза або зв'язків між дата-центрами. CockroachDB надає повноцінні розподілені транзакції і автоматичне ребалансування кластера при втраті ноди, що, вкупі зі звичною мовою запитів SQL, вигідно відрізняє її від Cassandra. З недоліків варто відзначити відсутність повнотекстових індексів і порівняльну молодість рішення.

Для більш кращого пошуку потрібної інформації в Інтернеті необхідно використовувати більш ефективні системи управління базами даних. Популярними на сьогоднішній день є MS SQL Server (комерційна система управління базами даних, в якій для запитів використовується мова Transact-SQL. Застосовується для невеликих та середніх баз даних, а також для великих, наприклад баз даних підприємства), Micro Focus Vertica (має розширені можливості машинного навчання, включаючи нові алгоритми, реплікацію моделі, функції підготовки даних та неперервний наскрізний робочий процес для спрощення продуктивності) та Oracle (об'єктно-реляційна система управління базами даних).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, розглянувши дане питання можна зробити висновок, що при застосуванні технологій штучного інтелекту, а саме нейромереж для пошуку необхідної інформації в глобальній мережі Інтернет і зведення до мінімуму кількості отриманих результатів у пошукових системах дозволить значно полегшити знаходження необхідної інформації в базах даних глобальної мережі Інтернет, зробити перелік отриманих результатів більш якіснішим та відповідним стосовно усіх вимог користувача.

Список використаних джерел:

1. Семчишин А. Якими є сценарії використання хмарних технологій. URL: <https://nachasi.com/2017/10/12/cloud-usage/> – стаття в інтернеті.
2. Хмарні бази даних: хто їх робить і на що вони здатні. URL: <https://habrahabr.ru/company/cloudsnn/blog/148483/> – стаття в інтернеті.
3. What is blockchain? URL: <https://azure.microsoft.com/en-us/solutions/blockchain/>
4. Богомазова И.В. Использование баз данных в продвижении туристских территорий [Текст]. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. № 2. С. 3-8.
5. Що таке База Даних? URL: http://bestwebit.biz.ua/pages_03/Learn_DB_theory_What_is_DB.php – стаття в інтернеті.
6. Динамічні і статистичні сайти. URL: http://www.antula.ru/rang-problems_2.htm – стаття в інтернеті.

Tesolkin O.I., Naholiuk O.E., Maksymchuk K.O.

PROSPECTS OF DATABASES DEVELOPMENT IN ECONOMICS

In the 21st century, the computer industry is constantly growing and as a result all modern organizations and firms have their own electronic databases. The scope of their application is extremely wide. To date, they have become an integral part of any industry and everyday human life.

The amount of information in the world is constantly growing. That is why databases have become so widely used among all branches of the national economy. Over the past 40 years, a huge amount of research has been carried out in the field of data management. Its results can be successfully applied for the development of universal database management systems and the development of specialized systems. At present, the DBMS sphere has made great progress in the technologies of analysis, sorting, processing and storage of data. The latest technology allows you to work with petabyte-sized databases. At the same time, data processing and analysis are performed in real time. Consequently, work on studying and improving the processing and storage of huge data sources will find a worthy application in all sectors of the world economy.

Key words: electronic database, data, information, information technologies, economics.

Шевчук І.Б.кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
Львівського національного університету імені Івана Франка**Савчук С.М.**магістр
Львівського національного університету імені Івана Франка

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОВГОСТРОКОВИХ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

У статті досліджено стан та проблеми розвитку лояльності працівників автозаправних комплексів України. Проаналізовано основні чинники, які впливають на лояльність працівників. Сформульовано основні функціональні вимоги та завдання до прикладної мобільної програми, яка повинна підвищувати лояльність працівників провідної української компанії – мережі автозаправних комплексів ОККО. Охарактеризовано етапи створення мобільного додатку під ОС Android. Наведено умови ефективності його розробки.

Ключові слова: лояльність персоналу, мотивація, програма лояльності, автозаправні комплекси, організаційна культура, програмний продукт, мобільний додаток.

В статье исследовано состояние и проблемы развития лояльности работников автозаправочных комплексов Украины. Проанализированы основные факторы, которые влияют на лояльность работников. Сформулированы основные функциональные требования и задачи к прикладному мобильному приложению, которое должно повышать лояльность работников ведущей украинской компании – сети автозаправочных комплексов ОККО. Охарактеризованы этапы создания мобильного приложения под ОС Android. Приведены условия эффективности его разработки.

Ключевые слова: лояльность персонала, мотивация, программа лояльности, автозаправочные комплексы, организационная культура, программный продукт, мобильное приложение.

Постановка проблеми. На автозаправному ринку України функціонує близько двох десятків різних мереж автозаправних комплексів (АЗК), конкурентність між якими зростає з кожним роком. Власникам заправок доводиться активно боротися за кожного клієнта. Конкуренція досить висока через вузький ціновий діапазон: різниця між мінімальною і максимальною цінами на бензин різних марок на різних АЗК є незначною. У боротьбі за лояльність клієнтів АЗК застосовують різні методи: постійне розширення переліку пропонованих товарів і послуг; реалізація різноманітних заходів, спрямованих на покращення якості обслуговування; впровадження програми лояльності тощо. Проте у «гонитві» за лояльністю нових клієнтів та утримання існуючих досить часто організації забувають про лояльність власних працівників до компанії. Для будь-якої організації, що дбає про свою ефективність і довготривалу перспективу розвитку, важливим завданням є формування лояльності персоналу. Така необхідність зумовлена тим, що лояльність працівників є обов'язковою умовою виникнення професійної мотивації в руслі конкретної компанії. Лояльні працівники цінують

своє робоче місце саме в цій компанії, вони не тільки самі прагнуть якнайкраще виконати свою роботу, але й спонукають до цього своїх колег. Крім того, світовий досвід показує, що в умовах нестабільності ринкової економіки протистояти негативним тенденціям здатні ті компанії та організації, які постійно дбають про лояльність свого персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі формування лояльності клієнтів та працівників присвячено багато праць як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, зокрема таких: А. Єгоршина, А. Афоніна, Й. Завадського, А. Калини, І. Тимошенко, А. Сосніна, А. Колоти, Л. Червінської, Л. Терстоуна, Г. Деслера, Ф. Райхельда, М. О'Мейлі, В. Доміняка [2], І. Федотової, Д. Мейєра, К. Харського, О. Хован [6], С. Баранської, Л. Почебут, І. Шпекторенка [8] та багатьох інших. У більшості таких публікацій розглянуто сутність і значення лояльності персоналу, фактори формування, розроблено методологічні підходи до її вимірювання, запропоновано підходи до створення програм лояльності в організації (компанії) та на підприємстві, аналізується зарубіжний досвід запровадження програм лояльності та його соціально-еконо-

мічні наслідки. Однак мало уваги приділено технічній реалізації програм лояльності в Інтернет-просторі та в мобільних додатках.

Метою статті є аналіз особливостей формування лояльності працівників українських компаній та розробка програмного продукту – мобільного додатку для працівників мережі АЗК ОККО, який забезпечить їх актуальною інформацією щодо новин та змін у компанії, персональних знижок та акцій, накопичених балів за допомогою програми лояльності FISHKA.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підлояльністю працівника розуміється бажання працювати краще, прагнення відповідати принципам організації, беззастережно сприяти досягненню її цілей, узгодження з одними вимогами та здатність приймати інші – ті, що раніше не були частиною уявлень про організацію. Але це може бути можливим тільки за умови створення організацією таких чинників, які будуть спонукати працівника не тільки приймати організацію як єдине ціле, а й зберігати вірність власним принципам, які формувались протягом тривалого часу, а за певних обставин і поступатись деякими з них.

Для забезпечення високого рівня лояльності персоналу в організації чи компанії мають бути створені відповідні умови для праці, серед яких чи не найголовнішими є:

- увага з боку компанії до працівника;
- заохочення за досягнення працівника;

- психологічна атмосфера в колективі;
- забезпечення навчання, підвищення кваліфікації працівників;
- дотримання зі сторони компанії Трудового договору, статуту, встановленої корпоративної культури;
- чітко поставлені перед кожним співробітником цілі та завдання;
- задоволеність рівнем виплаченої заробітної плати;
- соціальна захищеність працівників.

Згідно проведеного дослідження Дослідницьким центром Міжнародного кадрового порталу HeadHunter більше 60% українських працівників відчувають особисту відповідальність перед роботодавцем за всі успіхи й невдачі організації, а 75% готові на жертви заради своєї компанії. Але цілком і повністю лояльні до роботодавця тільки 0,3% опитаних, лояльність решти – відносна. Кожен другий виявляє активність та ініціативність, а 46% вважають, що працюють у найкращій компанії. Більше за те, 42% офісних співробітників загалом задоволені правилами роботодавця і умовами праці, 35% поділяють цілі компанії [1].

Більшість офісних співробітників вважають цікавою роботу, яку вони виконують в компанії (81% опитаних), розуміють і поділяють цілі та задачі компанії (80%) – рис. 1. Проте, на питання, чи достатньо проінформовані працівники про курс розвитку компанії, рішення керівництва,

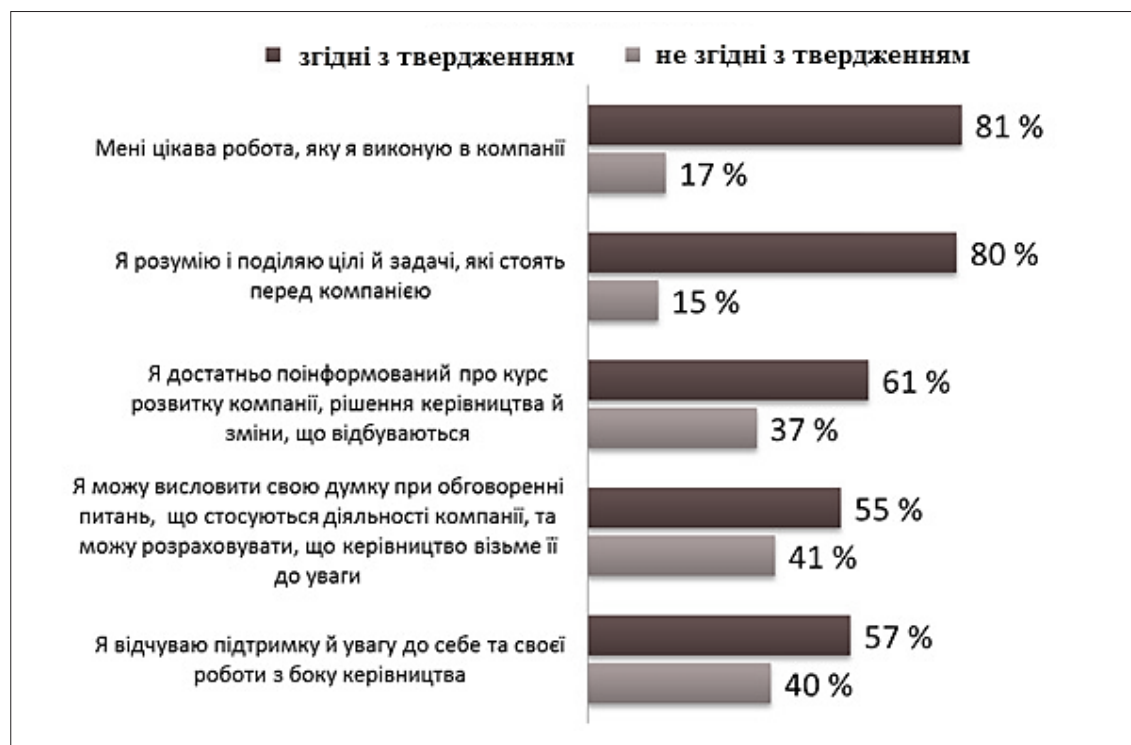


Рис. 1. Співпричетність працівників до цілей компанії та поінформованість

Джерело: [1]

зміни, які відбуваються в компанії, останні новини, лише 61% опитаних ствердно відповіли.

На жаль в Україні ще зберігається тенденція, коли керівники відносяться до роботи працівників як до належного, та не цінують їх (такої думки притримується 40% опитаних). Також не приймають до уваги їх висловлювання щодо діяльності компанії, курсу розвитку тощо.

Керівник, який прагне досягнути успіху у розвитку компанії, знає, що це не є можливим без настрою співробітників на роботу з високою віддачею, без високого рівня прихильності персоналу, без зацікавленості членів організації в кінцевих результатах і без їх прагнення зробити свій внесок в досягнення поставленої мети. Тому успішні компанії, які є лідерами на ринку використовують не лише матеріальні мотивації, але й нематеріальні.

Одним з основних елементів нематеріальної мотивації є комунікації та обмін інформацією між керівництвом та працівниками компанії. Проте, це не означає, що керівники на постійній основі повинні спілкуватися з кожним працівником та розповідати про останні новини, зміни, тощо, адже, він має також багато інших важливих завдань. Особисте спілкування з працівниками можна замінити віртуальним, як варіант, за допомогою мобільного додатку.

Зазначимо, що формуючи правильну систему управління лояльністю співробітників, організація може чинити вплив на їх поведінку, що в майбутньому впливатиме на економічну результативність персоналу, економічну ефективність усієї компанії, що сприяє досягненню цілей організації [6].

Щоб оцінити, наскільки лояльними є співробітники фірми (компанії чи організації), потрібно використати один із наступних способів: перевірка статистики плинності кадрів; інтерв'ю із співробітниками; тимчасове спостереження за поведінкою персоналу; періодичне анкетування. Однак в час розвитку та повсюдного використання інформаційних технологій [7, с. 106-110] для цього можна використати спеціальні програмні додатки, за допомогою яких реалізовуватимуться програми лояльності. За частотою використання таких додатків можна в автоматичному режимі аналізувати лояльність працівників, визначати її тип чи рівень, проводити інтерактивне анкетне опитування тощо.

Для реалізації даної ідеї обрано успішну українську компанію, яка є однією з лідерів на ринку нафтопродуктів України – мережу автозаправних комплексів ОККО [4].

Всі мобільні додатки, які використовуються для бізнесу, можна розділити на дві групи:

- програми, що задовольняють внутрішні потреби компанії (доступ до робочих докумен-

тів, внутрішня комунікації, мобільні версії корпоративних соціальних мереж, управління проектами і задачами);

- додатки, які вирішують завдання бізнесу. В першу чергу це збільшення продажів, підвищення лояльності, маркетингові цілі, брендинг.

Так, для постійних клієнтів компанією запроваджено програму лояльності FISHKA, суть якої полягає у накопиченні балів при купівлі товарів на АЗК ОККО та партнерів та можливість у подальшому розраховуватися ними. Також для зручності учасників лояльності створено мобільний додаток FISHKA, який надає можливість слідкувати за накопиченими за покупки балами, знижками та акціями, здійснювати покупки у інтернет-партнерів за накопичені бали, тощо.

Всі працівники компанії також є учасниками програми лояльності та досить часто отримують персональні знижки на пальне, супутні товари, тощо. Працівники компанії також користуються мобільним додатком, тому для підвищення їх лояльності варто створити додатковий мобільний додаток лише для працівників, з ширшими можливостями та функціями. Мобільний додаток вирішуватиме багато питань лояльності працівників, роблячи доступними дані про покупки в режимі реального часу, і, в той же час, оптимально поєднуючи різні купони і персональні знижки, винагороди за ефективну працю з можливістю онлайн-оплати будь-яким зручним способом.

Розробка мобільного додатку здійснюється в декілька етапів:

1. Бізнес-аналіз – визначення доцільності додатку. Зокрема його використання як мобільного інструмента для спілкування із співробітниками.

2. Узгодження рішень. Підготовка технічного завдання (ТЗ). Прототипування і складання профілів користувачів для оцінки готового продукту. Після того як підготовлено ТЗ, завдання узгоджені з дизайнером і проведена оцінка рентабельності приступають до процесу розробки бізнес-додатку.

3. Попередня оцінка вартості розробки. Відбувається оцінка часу виконання і якими спеціалістами. Кінцева вартість не обов'язково буде співпадати з попередніми оцінками.

4. Проектування прототипу (моделі додатку). Модель додатку може бути статичною або інтерактивною: з активними кнопками і можливістю переходів.

5. Розробка першого релізу продукту. Випуск пілотного проекту мобільного додатку.

6. Тестування. Головна мета – переконатися, що робота додатку з апаратною і програмною платформою буде відповідати запланованій моделі.

7. Публікація. Новий додаток публікується в особистому акаунті клієнтів сервісів Google Play Market і App Store.

8. Технічна підтримка. Випуск нових версій для оновлених мобільних ОС.

Враховуючи вищесказане, наведемо специфікацію вимог до Android-додатку для працівників компанії "Fishka_workers" з функціоналом відстеження стану бонусного рахунку і транзакцій по бонусній карті для системи лояльності працівників. Діаграма використання та функцій додатку відображена рис. 2.

Кожному з працівників, щоб використовувати додаток потрібно авторизуватися за допомогою номеру картки FISHKA. Лише після того як система розпізнає користувача він зможе отримати доступ до основного функціоналу. Основним завданням цієї функції є визначення чи працівник має доступ до системи та визначення типу користувача.

Далі розглянемо варіант використання «Перегляд накопичених балів». Бали мають відображатися в основному вікні програми. Головною задачею цієї функції є формування та відображення особистих балів користувача.

Варіант використання «Перегляд поточних акцій та спеціальних пропозицій» буде реалізований у багатьох аспектах. Основною задачею цієї функції є відображення користувачу повідомлень отриманих від системи. Можливість використання цієї функції повинна бути реалізована в основному меню. Крім того, важливо реалізувати підтримку миттєвих нотифікацій, які дозволятимуть проінформувати користувача що в додатку для нього є нове повідомлення.

Наступний варіант використання – «Купівля товарів у партнерів» передбачає перегляд користувачем списку інтернет-магазинів – партнерів, у яких можна здійснити покупку використовуючи бали FISHKA. При виборі учасником лояльності одного з сайтів, здійснюється перехід на нього для купівлі.

Працівник за допомогою мобільного додатку матиме змогу ознайомитися з останніми змінами у компанії та новинами обравши пункт меню «Новини». Також кожен бажаючий зможе залишити власний коментар або пропозицію.

Розробка такого мобільного додатку під програму лояльності для працівників компанії буде ефективною як і сама програма лояльності за таких умов:

- 1) індекс лояльності, який відображає рівень лояльності працівників до компанії, підвищиться;
- 2) підвищення лояльності обумовить зміни в економічних показниках (продуктивність праці, рівень плинності кадрів тощо);
- 3) окупляться затрати на програму.

Висновки з проведеного дослідження. Безперечно найважливішим фактором успішної діяльності організації (компанії, фірми) є розробка системи мотивації і організація оптимальної системи стимулювання персоналу. В умовах економічної кризи найбільшу увагу потрібно приділяти використанню методів нематеріальної мотивації, зокрема поінформованості працівників про напрямки розвитку компанії, про зміни, що відбуваються у компанії; можливості висловлення власної думки при обговоренні питань щодо розвитку компанії; приділення уваги та підтримка керівництвом персоналу.

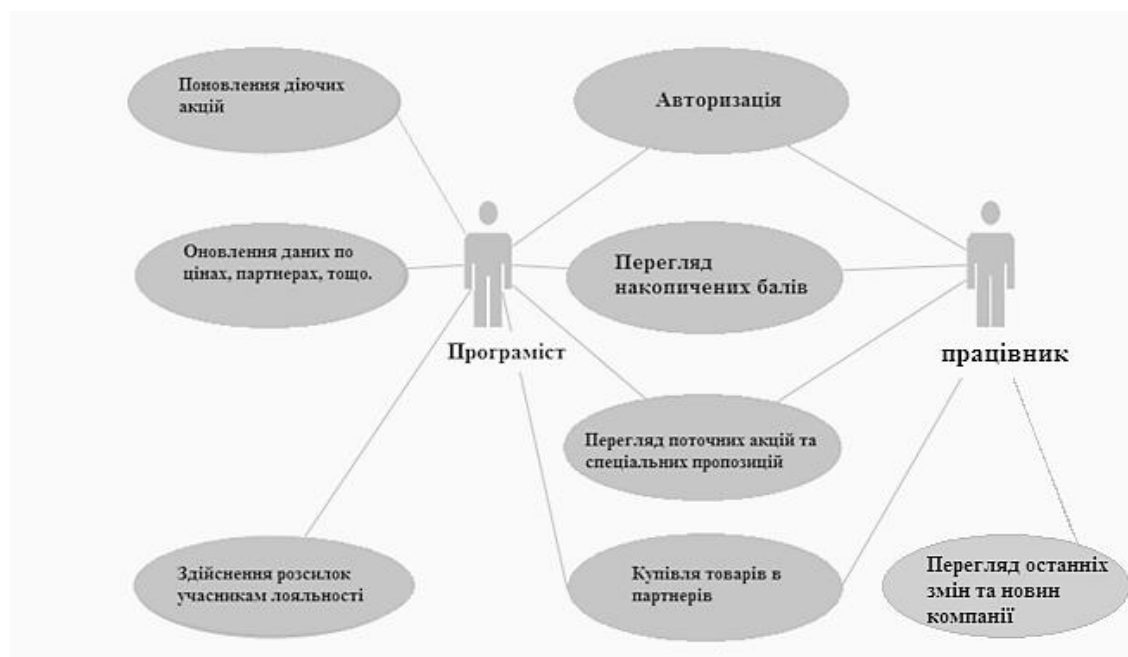


Рис. 2. Діаграма варіантів використання мобільного додатку

Завдяки створеному мобільного додатку під ОС Android працівники мережі автозаправних комплексів ОККО не лише зможуть переглядати та витрачати накопичені за допомогою програми лояльності FISHKA бали, але й ознайомлюватися з актуальними новинами, змінами в

компанії. Також працівникам буде надана можливість залишати власні коментарі та ідеї щодо розвитку організації та спілкуватися з керівництвом у режимі он-лайн. Усе це здійснюватиметься через інтуїтивно зрозумілий та зручний інтерфейс й систему управління.

Список використаних джерел:

1. 75% офісних працівників готові піти на жертви заради роботодавця. URL: <https://lviv.hh.ua/article/14322>
2. Доміняк В. Організаційна лояльність: основні підходи. Менеджер по персоналу. 2006. № 4. С. 34-40.
3. Карпій О. П. Розвиток послуг автозаправних комплексів. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2015. № 833. С. 21-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2015_833_6
4. Офіційний сайт компанії ОККО. URL: <https://www.okko.ua/ru>
5. Характеристика моделей розвитку послуг мережі автозаправних комплексів. URL: <http://journals.uran.ua/tarp/article/download/60453/56893>
6. Хован О.С. Гусятинський М.В. Управління лояльністю персоналу. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1459/1/1404_IR.pdf
7. Шевчук І.Б. Інноваційний розвиток міст та регіонів України як наслідок впровадження інформаційних технологій. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія : Економіка. Одеса, 2017. Том 22. Вип. 1 (54). С. 106-110.
8. Шпекторенко І.В. Лояльність як якість персоналу: до проблеми формування та оцінювання. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01\(9\)/13sivpfo.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01(9)/13sivpfo.pdf)

Shevchuk I.B., Savchuk S.M.

PRACTICAL ASPECTS OF SOFTWARE DEVELOPMENT FOR ORGANIZATION OF LONG-TERM LOYALTIES OF EMPLOYEES

The article deals with the state and problems of loyalty development of the employees of filling stations of Ukraine. Employee loyalty refers to the desire to work better, the desire to conform to the principles of organization, to unconditionally contribute to the achievement of its goals, alignment with the same requirements and the ability to accept others – those that were previously not part of the ideas of the organization.

It was investigated that most office workers appreciate their work and share the goals of the organization, but are not sufficiently informed about the course of company development, management decisions, changes taking place in the company, latest news, etc.

The factors influencing employees' loyalty are analyzed: attention from the company to the employee, promotion for achievements, psychological atmosphere in the team, training, professional development of employees, clearly set goals and objectives for each employee, satisfaction with the level of paid wages, social security of employees, etc.

The most important factor in the success of the organization (companies, firms) is the development of a system of motivation and the organization of an optimal system of incentives for staff, in particular, the awareness of employees about the direction of the company's development, the changes taking place in the company; Possibility of expressing an opinion while discussing issues related to company development; paying attention and support to staff management.

The main functional requirements and tasks for an application mobile application are formulated, which should increase the loyalty of the employees of the leading Ukrainian company – OKKO filling complexes network: reviewing and spending accumulated points, getting acquainted with actual news, changes in the company, the ability to leave their own comments and ideas on the development of the organization and Communicate with Leadership on-line.

The stages of creating a mobile application for Android operating system are characterized: business analysis, decision-making, preliminary estimation of development cost, prototype design (application model), development of the first product release, testing, publication, technical support.

The conditions of the effectiveness of software development are described and characterized: the loyalty index, which reflects the level of employee loyalty to the company, will increase; increase in loyalty will cause changes in economic indicators (labor productivity, staff turnover rate, etc.); the cost of the program will be reimbursed.

Key words: loyalty of personnel, motivation, loyalty program, filling complexes, organizational culture, software product, mobile application.

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

**Випуск 3(65)
Частина 2**

Технічне редагування *А. А. Радченко*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCyrillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 13,50. Ум. друк. арк. 16,28.
Замов. № 0818/102. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.