

ISSN Print 2708-0366
ISSN Online 2708-0374

Міністерство освіти і науки України
Херсонський державний аграрно-економічний університет



Таврійський науковий вісник

Серія: Економіка

Випуск 4



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

УДК 63(05)

*Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет
відповідно до рішення вченої ради Херсонського державного аграрно-економічного університету
(від 10 грудня 2020 року протокол № 6).*

Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал. Вип. 4. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – 206 с.

Свідоцтво про Державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 23211-13051 Р,
видане Міністерством юстиції України 22.03.2018 р.

Журнал включено до міжнародних каталогів
наукових видань і наукометричних баз:
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського,
CrossRef, Index Copernicus.

Фахова реєстрація (категорія «Б»):

Наказ МОН України від 24 вересня 2020 року № 1188 (Додаток № 5)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;
242 – Туризм; 281 – Публічне управління та адміністрування;
292 – Міжнародні економічні відносини.

Редакційна колегія:

Кирилов Юрій Євгенович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування, ректор Херсонського державного аграрно-економічного університету (*головний редактор*).

Грановська Вікторія Григорівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи Херсонського державного аграрно-економічного університету (*заступник головного редактора*).

Жосан Ганна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету (*технічний редактор*).

Аверчев Олександр Володимирович – доктор сільськогосподарських наук, професор, професор кафедри економіки та фінансів, проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Бойко Вікторія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Вольська Олена Михайлівна – доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Крикунова Вікторія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Круковська Олена Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Мармуль Лариса Олександрівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Потравка Лариса Олександрівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Пристемський Олександр Станіславович – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Stanley R. Thompson – Ph.D., Professor, The Ohio State University (Columbus, USA).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

© Херсонський державний аграрно-економічний університет, 2020

ЗМІСТ

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ****Ульянова Л.П., Чайка Ю.М.**ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УМОВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ 7**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ****Гавриш О.М., Мартиненко М.О.**ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ
В СИСТЕМІ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ТОРГІВЛІ 16**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Адвокатова Н.О., Повод Т.М.**ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ
РЕЖИМІВ СПЕЦІАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН 23**Вольська О.М., Ковпанець Є.М.**УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ
МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ..... 31**Зварич І.Т., Зварич О.І.**

МЕХАНІЗМ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ 37

Незвещук-Когут Т.С., Язіна В.А.ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО
ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ЧАСТИНА СФЕРИ ТУРИЗМУ
ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ..... 51**Негудихата К.Л.**СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЗНАННСЕВОЇ ЕКОНОМІКИ..... 58**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ****Буга Н.Ю., Янчук Т.В., Філіпішин І.В.**МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ДІЯЛЬНОСТІ ХОСТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ..... 65**Каламан О.Б.**

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ЛОГІСТИЦІ..... 72

Капінус Л.В., Розумей С.Б., Наконечна Д.С.МАРКЕТИНГОВА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ
НА ОНЛАЙН-РИНКУ 80**Кацемір Я.В.**НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОРИСНОСТІ ПОСЛУГ
У ТУРИСТИЧНОМУ ПРОДУКТІ..... 88**Кирилов Ю.Є., Крикунова В.М., Жосан Г.В.**БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ
МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 94

Крикунова В.М., Алещенко Л.О. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	107
Стручок Н.М., Замрій О.М. СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОМ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	116
Стукан Т.М. МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА: СУТЬ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	125
Ціпуринда В.С., Підкамінний І.М. ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	132
ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Качановський О.І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕАБІЛІТАЦІЇ ПОРУШЕНИХ ЗЕМЕЛЬ.....	140
Присяжнюк П.В. РОЗШИРЕННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ХЕРСОНЩИНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	148
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Адонін С.В., Калашнікова Ю.М. ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	155
Пріхно І.М., Частокіленко І.П., Марченко А.П. НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБСЯГУ І СТРУКТУРИ ГРОШОВОЇ МАСИ В УКРАЇНІ	161
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Коваль С.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ТОВАРІВ ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	169
Скрипник М.І., Григоревська О.О. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	177
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Кавун Г.М., Лобода О.М. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ОПТИМАЛЬНИХ ПЛАНІВ РОЗВИТКУ ЗЕМЛЕРОБСТВА	188
Ющенко Н.Л. МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЦІ ТА ЗАХОДИ ДЛЯ ЛІКВІДАЦІЇ НАСЛІДКІВ ЇХ ВИНИКНЕННЯ.....	194

CONTENTS

**ECONOMIC THEORY
AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT**

Ulyanova Liudmyla, Chaika Yuliia

ON SOME APPROACHES TO THE ANALYSIS OF ENSURING CONDITIONS
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN ECONOMY 7

**WORLD ECONOMY
AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Gavrish Oksana, Martynenko Maryna

FEATURES OF INNOVATIONS
IN THE SYSTEM OF TECHNICAL REGULATION OF TRADE..... 16

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Advokatova Nadiia, Povod Tetyana

EXPERIENCE OF USING SPECIAL MODES ECONOMIC ZONES 23

Volska Olena, Kovpanets Eugene

IMPROVEMENT OF FINANCIAL DECENTRALIZATION
OF LOCAL GOVERNMENT 31

Zvarych Igor, Zvarych Olena

MECHANISM OF INVESTMENT DEVELOPMENT OF THE REGION 37

Nezveshchuk-Kohut Tetiana, Yazina Viktoriia

HOTEL AND RESTAURANT AS A MAIN COMPONENT OF TOURISM
AND ITS IMPACT ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT
OF UKRAINE 51

Netudyhata Kostiantyn

STRATEGIC ASPECTS OF THE NATIONAL INNOVATION
SYSTEM TRANSFORMATION IN THE CONDITIONS
OF KNOWLEDGE ECONOMY FORMATION 58

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Buga Nataliia, Yanchuk Tanya, Filipishyn Ihor

MARKETING SUPPORT FOR THE ACTIVITIES
OF THE HOSTING COMPANY..... 65

Kalaman Olga

DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN LOGISTICS 72

Kapinus Larysa, Rozumei Svitlana, Nakonechna Daria

MARKETING BEHAVIOR OF ENTERPRISES
ON THE ONLINE-MARKET 80

Katsemir Yana

DIRECTIONS OF INCREASING THE USEFULNESS
OF SERVICES IN A TOURIST PRODUCT 88

Kyrylov Yurii, Krykunova Viktoriia, Zhosan Hanna

BRANDING TERRITORY AS A TOOL TO STIMULATE
YOUTH ENTREPRENEURSHIP 94

Krykunova Viktoriia, Aleshchenko Liudmila THE STRATEGIC PRIORITIES OF THE YOUTH ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM BUSINESS IN KHERSON REGION	107
Struchok Natalya, Zamrii Oksana STRATEGIC APPROACHES IN SALES MANAGEMENT OF GOODS AND SERVICES.....	116
Stukan Tanya YOUTH POLITICS: ESSENCE, BASIC PRINCIPLES AND STATE OF REALIZATION IN UKRAINE.....	125
Tsipurinda Vladimir, Pidkaminniy Igor INNOVATIVE APPROACH TO DEFINITION OF PRIORITIES AND INSTRUMENTS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE.....	132
ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION	
Kachanovskiy Oleh THEORETICAL FUNDAMENTALS OF DISTURBED LANDS REVEGETATION	140
Prisyajnyuk Peter EXPANSION OF KHERSON REGION NATURE RESERVE FUND: PROBLEMS AND PROSPECTS	148
MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Adonin Sergei, Kalashnikova Yulia ASSESSMENT OF FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT.....	155
Prikhno Iryna, Chastokolenko Ihor, Marchenko Artem DIRECTIONS OF OPTIMIZATION OF THE SIZE AND STRUCTURE OF MONEY SUPPLY IN UKRAINE	161
ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Koval Svitlana ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL BASES FOR CONDUCTING AN AUDIT OF GOODS AND THEIR SALE AT AGRARIAN ENTERPRISES	169
Skrypnyk Margarita, Hryhorevska Olena ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE PRODUCTION OF ORGANIC PRODUCTS	177
MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Kavun Halyna, Loboda Olena ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELS FOR CALCULATION OF THE OPTIMAL PLAN FOR AGRICULTURE DEVELOPMENT.....	188
Yushchenko Nadiia RISK ASSESSMENT METHODS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN HEAT POWER INDUSTRY AND MEASURES TO ELIMINATE THEIR CONSEQUENCES.....	194

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.9

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.1>

Ульянова Л.П.

кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Чайка Ю.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Ulyanova Liudmyla, Chaika Yuliia
Oles Honchar Dnipro National University

ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УМОВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

ON SOME APPROACHES TO THE ANALYSIS OF ENSURING CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN ECONOMY

Стаття присвячена визначенню підходів до системного та поглибленого аналізу створення передумов сталого економічного розвитку ринкових країн. Показано, що визначальним моментом зазначеної проблеми є ретельне дослідження загальної стійкості економіки та окремих видів стійкості як її складових частин. Зазначено, що аналіз загальної стійкості економіки має базуватися, по-перше, на теоретичних напрацюваннях учених, котрі розглядали проблеми стійкої та нестійкої макроекономічної рівноваги в межах національної економіки, по друге, на дослідженнях сутності теорій економічного зростання, які присвячені питанням стабільного та довготривалого економічного розвитку. Обґрунтовано, що велике значення в процесі аналізу умов сталого розвитку мають концепції соціально-економічної безпеки та показники її рівня. Остання, щоби створювати дійсно інформативну базу для вжиття необхідних заходів, має розглядатися у співвідношенні з оцінкою загального рівня стійкості економіки, що є результатом ефективності дії ринкових механізмів та державного регулювання.

Ключові слова: сталий розвиток, загальна стійкість економіки, економічна, соціальна, екологічна, техногенна, демографічна стійкість, індикатори рівня безпеки.

Статья посвящена определению подходов к системному и углубленному анализу создания предпосылок устойчивого экономического развития рыночных стран. Показано, что определяющим моментом этой проблемы является тщательное исследование общей устойчивости экономики и отдельных видов устойчивости в качестве ее составляющих. Указано, что анализ общей устойчивости экономики должен базироваться, во-первых, на теоретических наработках ученых, которые рассматривали проблемы устойчивого и неустойчивого макроэкономического равновесия в рамках национальной экономики, во-вторых, на исследованиях сущности теорий экономического роста, которые посвящены вопросам стабильного и долговременного экономического развития. Обосновано, что большое значение в процессе анализа условий устойчивого развития имеют концепции социально-экономической безопасности и показатели ее уровня. Последняя, чтобы создавать действительно информативную базу для принятия необходимых мер, должна рассматриваться в соотношении с оценкой общего уровня устойчивости экономики, что является результатом эффективности действия рыночных механизмов и государственного регулирования.

Ключевые слова: устойчивое развитие, общая устойчивость экономики, экономическая, социальная, экологическая, техногенная, демографическая устойчивость, индикаторы уровня безопасности.

The article is devoted to the definition of approaches to the systematic and in-depth analysis of the creation of preconditions for sustainable economic development of modern countries. The defining point of this problem is a careful study of the overall stability of the economy, the level of which largely depends on the degree of stability of its components (economic, social, environmental, man-made, demographic types of stability). It is substantiated that the analysis of the general stability of the economic system should be carried out taking into account changes within each of the types of stability, their interaction and interdependence. At the same time, the definition of the general stability of the economy should be preceded by a thorough study of the essence of theories of economic growth, which are devoted to the consideration of gradual, stable and long-term development of economies. It is noted that an important place in the development of concepts of sustainable development is occupied by the question of the theoretical foundations of economic security, the use of indicators to assess its levels. Systematic and abstract-logical approaches are used in the work. At the same time, and this is emphasized, the calculated and ranked indicators alone, without taking into account the state of general stability of the economy for the period of research of the problem, cannot provide a complete informative basis for further practical actions. However, despite the existing relationship between the concepts of "economic security" and "overall stability of the economic system", they are studied separately, if in different planes, without analyzing their relationship, which does not allow effective regulatory action to smooth shocks within the national economy. The article also shows that the information materials obtained as a result of diagnostic techniques are not always fully used by public officials in the process of adopting programs and carrying out economic reforms. The latter cannot be explained by purely organizational and personnel miscalculations. Subjective, directive methods and conjuncture political decisions still play a significant role in the state management of our country's economy.

Key words: sustainable development, general stability of the economy, economic, social, ecological, technogenic, demographic sustainability, security level indicators.

Постановка проблеми. На межі XX–XXI століть відбулося посилення інтернаціоналізації всіх сфер життя суб'єктів світового господарства, що безпосередньо вплинуло на соціально-економічний розвиток кожної окремої країни. Не випадково відомі світові організації та передова економічна наука почали робити акцент на необхідності співвідношення країнами свого майбутнього розвитку із загальносвітовим, врахуванні загострення таких глобальних проблем, як вичерпаність значної частини природних ресурсів та загрози перенаселення, погіршення екологічної обстановки, збільшення техногенного навантаження.

За цих умов стало очевидним, що без визначення дієвих підходів до аналізу чинників, котрі, з одного боку, будуть нівелювати негативні побочні наслідки життєдіяльності людей, а з іншого боку, сприятимуть стабільному та динамічному розвитку як окремих країн, так і світового господарства загалом, це дослідження неможливе. Вивчення ефективних шляхів забезпечення умов сталого економічного розвитку увійшло в коло найактуальніших проблем теоретичної економічної науки, розроблення яких безпосередньо націлене на вирішення теоретичних та практичних питань. Виконана стаття також присвячена дослідженню одного з важливих аспектів зазначеної проблеми, а саме підходів до аналізу забезпечення умов для сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях вітчизняних учених розглянуто наукові основи сталого розвитку [1], проблеми прогнозування показників сталого розвитку [2], особливості механізму забезпечення сталого розвитку регіонів [3], глобального та регіонального аспектів сталого розвитку [4], стратегію сталого розвитку України [5].

Створене наукове підґрунтя дало нам змогу підійти до більш розширених та поглиблених підходів у теоретичному аналізі складових частин сталого економічного розвитку.

Формулювання цілей статті. Головною метою статті є аналіз загальної стійкості економіки, котра, на нашу думку, є відправним моментом сталого розвитку; виділення у її межах видів стійкості та здійснення аналізу взаємозв'язку між ними. Особливу увагу приділено обґрунтуванню важливості аналізу показників безпеки у співвідношенні зі ступенем загальної стійкості економічного середовища на певний період часу. Це, безсумнівно, має велике практичне значення, оскільки дасть змогу визначати ефективні регуляторні заходи держави.

Виклад основного матеріалу. Світова економічна глобалізація та її вплив, що постійно посилюється, на економіки країн привели до того, що вчені світу почали розроблення нових підходів до орієнтації на сталий економічний розвиток, котрий в узагальненому вигляді повинен спиратися на задоволення життєвих потреб сучасних поколінь за умов збереження можливостей аналогічного існування наступних поколінь. Певне вдосконалення визначення сутності сталого економічного розвитку було здійснено на сесії ООН (1994 р.) у доповіді «Про розвиток людського потенціалу», а саме розширено соціальний аспект цього поняття. У запропонованих концепціях того періоду зосереджувалась увага на тому, що сталий розвиток має бути націлений не тільки на економічне зростання, але й на справедливий розподіл результатів суспільного виробництва, відновлення навколишнього середовища більшою мірою, ніж його руйнування, збільшення можливостей людей, а не їх збіднення.

У XXI столітті проблема розроблення концепцій сталого розвитку залишається вельми актуальною, значно розширюються їх межі. Наукові дослідження, що об'єктивно обумовлено, набувають більш системного підходу та включають, окрім економічної та соціальної, ще такі види стійкості, як екологічна, техногенна, демографічна. Зазначені види стійкості людської життєдіяльності є найважливішими передумовами забезпечення сталого економічного розвитку кожної країни зокрема та світового господарства загалом. Проте, і на це необхідно звернути увагу сучасним науковцям, ретельний аналіз кожного виду стійкості має здійснюватися з урахуванням змін у інших, їхнього взаємовпливу та взаємозалежності, оскільки тільки такий підхід може забезпечити сталий розвиток національного господарства. Так, наприклад, якщо відповідні служби будуть розробляти заходи зменшення техногенного навантаження на екологічний стан місцевості, відштовхуючись від наявного технічного озброєння виробництва, то деякі з них уже через незначний проміжок часу можуть «не спрацювати», не дати необхідної результативності. Це може статися тому, що завдяки новітнім інформаційним технологіям відбудеться швидке поширення досягнень науково-технічного прогресу, а матеріально-технічне озброєння підприємств швидко та кардинально зміниться і вже не буде вимагати вжиття запланованих та часто високозатратних екологічних заходів. Взаємозалежність видів стійкості під кутом зору активізації позитивних зрушень у їх межах, що безпосередньо буде створювати дієві умови сталого розвитку, представлено нами в абстрактно-логічній схемі «Взаємовплив видів стійкості в процесі їхнього посилення як основа сталого розвитку національної економіки» (рис. 1).

Важливо зазначити, що аналіз окремих видів стійкості, зрештою, сприяє визначенню рівня загальної стійкості економіки країни на конкретний момент розвитку. Проте головне, узагальнене значення має набір показників, стан яких характеризує стабільність та результативність функціонування суспільного виробництва за тривалий проміжок часу. Серед них слід назвати темпи зростання ВВП, ВВП на душу населення, продуктивність праці в галузях матеріального виробництва, ступінь зносу основних виробничих фондів та їх відповідність передовим досягненням науково-технічного прогресу, орієнтація підприємств на інноваційний шлях розвитку, достатній ресурсний потенціал, рівновага на ринку праці. При цьому визначенню загальної стійкості економіки має передувати, по-перше, ознайомлення з теоретичними добутками вчених, котрі

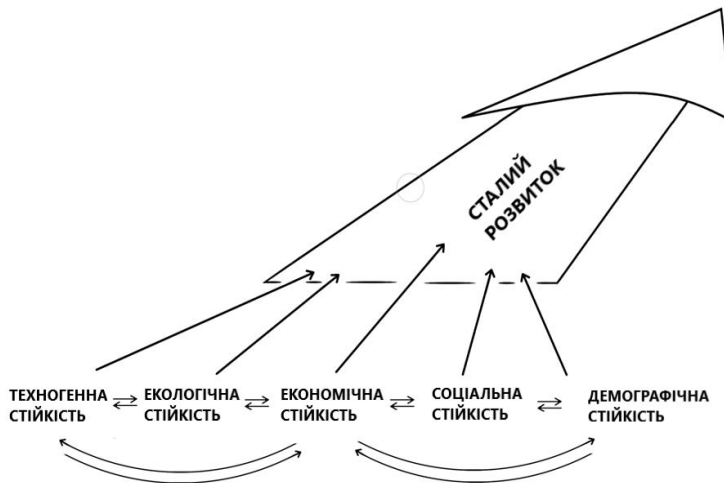


Рис. 1. Взаємовплив видів стійкості в процесі їхнього посилення як основа сталого розвитку національної економіки

аналізували проблеми стійкої та нестійкої макроекономічної рівноваги в межах національної економіки; по-друге, добре знання сутності теорій економічного зростання, які присвячені розгляду поступового, стабільного та довготривалого розвитку економік країн. Останнє є важливим тому, що в них визначаються основні чинники розширеного відтворення та забезпечення сталого економічного розвитку. Так, візьмо, наприклад, досить відому модель економічного зростання Р. Солоу. Вона показує, як заощадження, праця (чисельність населення) та технологічний прогрес впливають на стійкість економіки під кутом зору її спроможності до економічного зростання. Поєднання висновків Р. Солоу з реаліями сучасної економічної ситуації в Україні дає змогу безпосередньо зосередитися на формуванні дієвих практичних рекомендацій щодо шляхів забезпечення сталого економічного розвитку джерелами, котрі визначені основними в моделі Р. Солоу. Так, щоби подолати зменшення обсягів заощаджень, яке є наслідком зниження рівня життя значної частини населення, необхідно в межах соціально-економічної політики держави визначати підходи до збільшення реальних доходів домогосподарств. Не можна також не враховувати тенденції до зменшення чисельності населення України (на момент здобуття незалежності 1991 року чисельність населення складала 52 млн. осіб, а у 2019 році чисельність населення без урахування тимчасово окупованої території Донецької області, Луганської області, Автономної Республіки Крим і міста Севастополь становила 44,3 млн. осіб), що, зрозуміло, нівелює використання праці як чинника економічного розвитку [6]. За таких умов головним джерелом економічного зростання в українській економіці має стати науково-технічний прогрес. Для повної реалізації його можливостей необхідно покращувати інвестиційний клімат у країні задля збільшення обсягів інвестицій у національне господарство, вдосконалювати відтворювальну структуру економіки, забезпечувати більшу ефективність інструментів державного регулювання ринкових відносин.

Наукові дослідження проблеми стійкості, і ми вважаємо за необхідне зробити на цьому наголос, все більше вимагають дієвого інтегрального показника, котрий з урахуванням результатів усіх макроекономічних показників, чинників економічного розвитку та стану економічних процесів визначав би ступінь (або рівень) стійкості національної економіки для періодів, що аналізуються. З огляду на різноманіття економічних процесів це, безсумнівно, є вельми складним питанням та потребує зусиль

не тільки вчених-економістів, але й фахівців, котрі займаються економіко-математичним моделюванням.

Не можна обійти увагою той факт, що значний внесок у розроблення концепцій сталого розвитку здійснили науковці, які досліджують шляхи посилення соціально-економічної безпеки у функціонуванні суспільного виробництва. Поштовхом до активізації уваги до зазначеної проблеми став Закон України «Про Національну безпеку України». У ньому зазначено, що «національна безпека України – це захищеність життєво важливих інтересів людини, громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, сучасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам» [7].

Важливою складовою частиною національної безпеки є економічна безпека, під якою у сучасних трактовках розуміється такий стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз і здатний задовольняти потреби особи, сім'ї, суспільства. На підставі узагальнення висновків та рекомендацій учених і господарників була розроблена Методика розрахунку рівня економічної безпеки України, котра затверджена Наказом Міністерства економіки від 29 жовтня 2013 року. У цьому документі задля оперативної оцінки наявного положення в економіці були визначені та обґрунтовані основні критерії (або індикатори) рівнів економічної безпеки, розрахунок яких має здійснюватися Міністерством економіки щокварталу на підставі офіційних статистичних даних. Індикатори залежно від ступеня економічної безпеки були поділені на три групи. В першу групу увійшли оптимальні значення індикаторів, у другу та третю – порогові та граничні відповідно. Зрозуміло, що в контексті забезпечення сталого розвитку найбільш сприятливим є знаходження статистичних показників в межах оптимальних значень індикаторів. За цих умов забезпечуються стабільність та зростаючий характер економічного розвитку. Порогові та граничні значення індикаторів свідчать про несприятливі та загрозливі процеси в національному господарстві. Просте співставлення розрахованого реального показника із запропонованою шкалою критеріальних оцінок наочно показує величину його відхилення від оптимального значення, озброює дослідників загальним уявленням щодо рівня безпеки в тій чи іншій сфері економічного життя.

Водночас необхідно розуміти, що самі по собі визначені та проранжовані індикатори рівня економічної безпеки ще не є відправною точкою для вжиття необхідних регулятивних заходів. Важливим доповненням до отримання достовірної та повної інформативної бази є визначення даних про стан економіки у контексті її стійкості на період дослідження проблеми. Незважаючи на наявний взаємозв'язок понять «економічна безпека» та «стійкість видів продуктивної діяльності», вони досліджуються відокремлено, як би в різних площинах, без аналізу їхнього співвідношення, що, безсумнівно, не дає можливості вжиття ефективних заходів щодо згладжування потрясінь, негативних явищ у межах національного господарства. Йдеться про те, що окремі показники соціально-економічної безпеки, яке б місце вони у критеріальній шкалі не посідали, не можуть обумовити можливість формування оптимальних з точки зору ефективності заходів подальшого сталого розвитку. Так, припустимо, дефіцит бюджету на наступний рік складає 6% (у нашому прикладі він співпадає з показником запланованого дефіциту бюджету, представленого у проєкті Бюджету України на 2021 рік). Цей показник значно перевищує його оптимальне значення (є граничним) та свідчить про загрозливі процеси у бюджетному процесі, що викликає підвищення рівня фінансової небезпеки. Проте, і це доповнить розуміння ступеня небезпеки, необхідно ретельно проаналізувати причини, що привели до такого значного перевищення витрат бюджету над його доходами, визначити загальний «запас міцності» в економіці країни. Відповідно до цього розглянемо різні варіанти наслідків дефіциту бюджету залежно від стійкості економічного середовища.

Варіант I. За умов високого рівня стійкості економіки країни підвищення величини показника дефіциту бюджету до граничного рівня можна розглядати як явище, котре є короткостроковим і може бути швидко подолане за рахунок внутрішніх ресурсів та грамотної соціально-економічної політики держави.

Варіант II. Зовсім інший сценарій вирішення проблеми бюджетного дефіциту буде тоді, коли рівень стійкості економіки країни буде низьким. За цих умов суспільство понесе великі втрати, які у вигляді внутрішніх і зовнішніх державних боргів, можливо, будуть впливати на рівень життя не тільки сучасних, але й майбутніх поколінь.

Таким чином, ми вважаємо, що проблему соціально-економічної небезпеки, про що свідчать індикатори, що вийшли за межі оптимальних, необхідно розглядати у тісному зв'язку із загальним рівнем стійкості економіки країни та окремих її видів (економічної, соціальної, екологічної, демографічної тощо). Це твердження проілюстровано нами в абстрактно-логічній схемі «Індикатори рівня безпеки за умов різного ступеня стійкості економіки країни» (рис. 2).

У схемі виділено три зони, котрі характеризують різні стани стійкості економіки, у межах яких, наприклад, у зонах 1 та 3, буде знаходитися один і той же показник дефіциту державного бюджету (Ддб = 6%), величина якого є загрозовою для фінансової та загальної економічної безпеки в країні. Проте якщо його розглянути у співвідно-

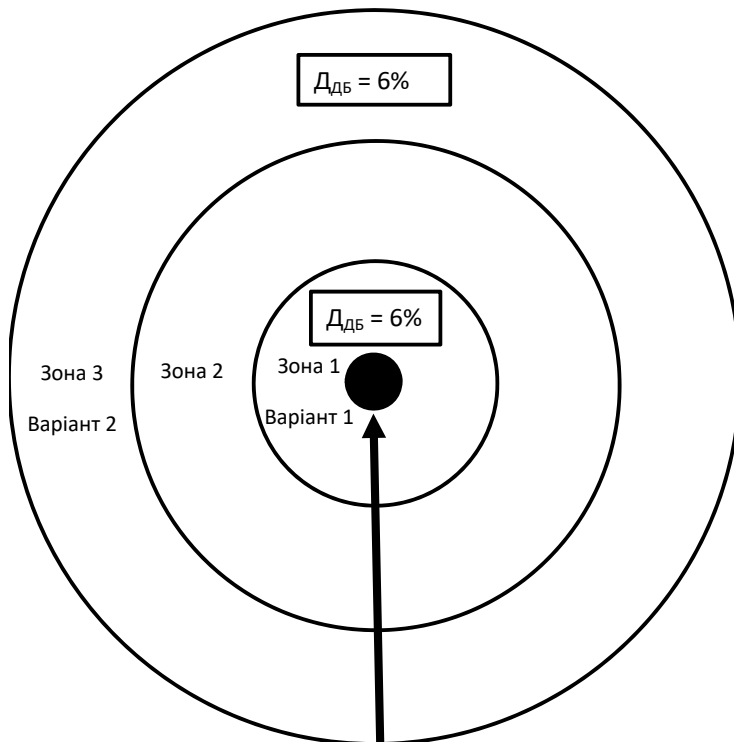


Рис. 2. Індикатори рівня безпеки за умов різного ступеня стійкості економіки країни

Примітка: зони 1, 2, 3 – зони стійкості економіки, які характеризують можливі її стани у будь-якому національному господарстві у певний період часу, при цьому рівень стійкості економіки у зоні 1 більше, ніж у зонах 2 і 3; Ддб – дефіцит державного бюджету на наступний рік

шенні з реальними умовами економіки, то отримаємо зовсім інші вимоги до укомплектування заходів щодо подолання нестабільності в економіці (варіанти 1 та 2 вже було представлено раніше).

В арсеналі державних управлінців, окрім зазначених критеріальних оцінок (індикаторів), є інші розрахункові показники. Так у «Моніторинговій системі виявлення диспропорцій», котра включає дані Держкомстату (ДКС) та Національного банку України (НБУ), містяться важливі для оцінювання стану економіки показники. Серед них слід назвати ВВП (ДКС), обсяг інвестицій в основний капітал (ДКС), індекс споживчих цін (ДКС), монетарну базу (НБУ), грошову масу (НБУ), кредит уряду (НБУ), обмінний курс гривні до долара США (НБУ), зайнятість (ДКС, власний розрахунок).

Загалом оцінка сучасної розрахункової інформаційної бази щодо стану вітчизняної транзитивної економіки показує, що вона є ґрунтовною та значно ширшою, ніж у розвинутих ринкових країнах, де за умов ефективно діючих господарських механізмів основне значення має визначення прогностичних даних щодо очікуваних темпів ВВП. Проте, на жаль, отримані у нас у результаті діагностичних методик інформаційні матеріали не завжди повною мірою використовуються фахівцями в процесі прийняття програм, формування Державного бюджету тощо. Це, на наш погляд, не можна пояснити суто організаційними прорахунками, наприклад, у Міністерстві економіки України або недостатнім професійно-кваліфікаційним рівнем службовців та відсутністю у них досвіду практичної діяльності в тій чи іншій сфері. Велике значення, на жаль, у державному управлінні країни ще мають адміністративно-командні методи, котрі часто мають суб'єктивний та кон'юнктурний характер, а також політичні рішення, котрі фактично не можуть вирішити проблемні питання, довести до логічного завершення важливі для забезпечення сталого розвитку економічні реформи.

Аналіз шляхів досягнень високих соціально-економічних результатів передовими країнами світу показує, що найважливішою передумовою ефективного розвитку є наявність стратегічного прогнозування, в контексті якого створювалися б державні політики та визначалися би програмні цілі щодо забезпечення збалансованого розширеного суспільного відтворення. Для України, котра перебуває на етапі підходу до розвинутих ринкових відносин, конче необхідні критичне переосмислення здійснюваних протягом років незалежності реформ і перетворень, об'єктивна оцінка сучасного стану вітчизняної економіки, її ресурсних можливостей та інструментів щодо обґрунтування стратегічних напрямів майбутнього сталого розвитку. На особливу увагу серед них заслуговує проблема структурної перебудови української економіки, вирішення якої дасть змогу оптимізувати складові частини ВВП, що буде вироблятися, та задоволення як суспільно необхідних потреб, так і потреб кожної конкретної людини.

Висновки. Результати поглибленого розгляду підходів до аналізу умов, що створюють підґрунтя сталого економічного розвитку національних економік, дали змогу зробити такі узагальнення та висновки. По-перше, збільшення сучасного впливу світової економічної глобалізації на функціонування економік усіх країн не тільки підвищило актуальність зазначеної проблеми, але й обумовило необхідність посилення системності у дослідженні усього кола питань, пов'язаних зі створенням передумов сталого розвитку, а також розширення меж аналізу за рахунок включення у нього, окрім економічної та соціальної складових частин, ще й екологічних, техногенних, демографічних та інших компонентів. По-друге, відправним моментом, який безпосередньо впливає на визначення головних умов сталого розвитку і, відповідно, формування ефективних державних заходів щодо їхнього створення, є аналіз рівня загальної стійкості економіки, котрий формується протягом тривалого періоду часу та віддзеркалює дієвість усіх економічних ринкових механізмів та державного регулювання у кожній конкретній країні. Ґрунтовне дослідження ступеня стійко-

сті економіки, окрім оцінки динаміки змін у сформованій групі макроекономічних показників, має включати ретельний розгляд окремих видів стійкості, які, зрештою, формують загальну стійкість національної економіки. По-третє, особливе значення у контексті розроблення теорії сталого розвитку має визначення основних показників (індикаторів) економічної безпеки, які залежно від ступеня безпеки були поділені на три групи, такі як оптимальні, порогові та граничні. Найбільш сприятливим є знаходження реального статистичного показника у критеріальній шкалі в межах оптимальних значень індикаторів, що свідчить про високий рівень безпеки на даний період часу. Навпаки, знаходження реального показника рівня безпеки у межах порогових або граничних індикаторів характеризує несприятливі та загрозові процеси в національному господарстві щодо ступеня небезпеки та послаблення можливостей протидії внутрішнім та зовнішнім загрозам макроекономічній стабільності. Водночас, і на це робиться особливий наголос у виконаній праці, показник рівня економічної безпеки сам по собі, у відриві від загальної оцінки стану стійкості економіки, ще не дає повної інформації для формування заходів щодо забезпечення умов для сталого розвитку. Тільки дослідження проблеми з урахуванням співвідношення оперативного показника рівня безпеки зі станом стійкості економіки на даний період часу може забезпечити аргументовану базу для ефективного державного регулювання економічного розвитку країни, котрий буде орієнтуватися на задоволення постійно зростаючих потреб сучасного населення та збереження можливостей аналогічного існування наступних поколінь.

Список використаних джерел:

1. Захарченко О.В. Наукові основи сталого розвитку. *Наукові праці національного університету харчових технологій*. 2015. № 4. С. 68–75.
2. Бурик З.М. Прогнозування показників сталого розвитку України. *Демократичне врядування*. 2017. Вип. 20. URL: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnyk20/index.html (дата звернення: 22.11.2020).
3. Дяченко В.С. Особливості механізму забезпечення сталого розвитку регіонів. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 1 (55). С. 90–93.
4. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контексти / наук. кер. проекту М.З. Згуровський. Глобальний аналіз якості і безпеки життя. Київ : КІП ім. Ігоря Сікорського, 2019. Ч. 1. 216 с.
5. Жуков С.А. Стратегія сталого розвитку України: аналіз національного, регіонального та підприємницького рівнів забезпечення. *Управління економікою: теорія та практика* : збірник наукових праць. Київ : ІЕП НАНУ, 2018. С. 2–20.
6. Оцінка чисельності наявного населення України / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.11.2020).
7. Про Національну безпеку України : Закон України від 21 червня 2018 року № 2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (дата звернення: 26.11.2020).

References:

1. Zakharchenko O.V. (2015) *Naukovi osnovy staloho rozvytku* [Scientific bases of sustainable development]. *Scientific works of the national university of food technologies*, no. 4, pp. 68–75.
2. Buryk Z.M. (2017) *Prohnozuvannya pokaznykiv staloho rozvytku Ukrainy* [Forecasting Ukraine's Sustainable Development Indicators]. *Democratic Governance* (electronic journal), vol. 20. Available at: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnyk20/index.html (accessed 26 November 2020).
3. Diachenko V.S. (2019) *Osoblyvosti mekhanizmu zabezpechennia staloho rozvytku rehioniv* [Personalities of the mechanism of ensuring sustainable development of regions]. *Economic Bulletin of Donbass*, no. 1 (55), pp. 90–93.
4. Zhurovskiy M.Z. (2019) *Analiz staloho rozvytku – hlobalnyi i rehionalnyi konteksty*. Ch. 1. *Hlobalnyi analiz yakosti i bezpeky zhyttia* [Analysis of sustainable development – global and regional contexts. Part 1. Global analysis of quality and safety of life]. Kyiv: KPI Igory Sicorskogo. (in Ukrainian)

5. Zhukov S.A., Malinoshevska K.I. (2018) Stratehiiia staloho rozvytku Ukrainy: analiz natsionalnoho, rehionalnoho ta pidpriemnytskoho rivniv zabezpechennia [Sustainable Development Strategy of Ukraine: Analysis of National, Regional and Entrepreneurial Levels of Support]. *Economic management: theory and practice*, pp. 12–20.

6. Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy. Otsinka chyselnosti naiavnoho naseleння Ukrainy [Estimation of the current population of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 26 November 2020).

7. Pro Natsionalnu bezpeku Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 21 chervnia 2018 [On the National Security of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (accessed 26 November 2020).

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

I МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 351.821

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.2>

Гаєриш О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Державний університет телекомунікацій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5756-0880>

Мартиненко М.О.

старший викладач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Державний університет телекомунікацій

Gavrish Oksana, Martynenko Maryna

State University of Telecommunications

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

FEATURES OF INNOVATIONS IN THE SYSTEM OF TECHNICAL REGULATION OF TRADE

У статті розглянуто інновації системи технічного регулювання у сфері торгівлі у рамках оцінювання відповідності європейським вимогам у межах дії економічної частини Угоди про асоціацію України та ЄС. Проведено аналіз реорганізації державних законодавчих органів стандартизації, сертифікації, метрології, акредитації, оцінювання відповідності та державного ринкового нагляду. Визначено методи гармонізації стандартів, рівень активізації співробітництва центральних органів виконавчої влади з європейськими і міжнародними організаціями та інституційний потенціал органів державної влади, на які покладено функції технічного регулювання й розроблення технічних регламентів. Проаналізовано проблему гармонізації українських стандартів якості з європейськими, а також те, наскільки впливає процес імплементації європейських стандартів на національно-правову систему України.

Ключові слова: *технічне регулювання, торгівля, інновації торгівлі, гармонізація стандартів, імплементація, оцінка відповідності ЄС.*

В статье рассмотрены инновации системы технического регулирования в сфере торговли в рамках оценивания соответствия европейским требованиям в пределах действия экономической части Соглашения про ассоциацию Украины и ЕС. Проведен анализ реорганизации государственных законодательных органов стандартизации, сертификации, метрологии, аккредитации, оценивания соответствия и государственного рыночного надзора. Определены методы гармонизации стандартов, уровень активизации сотрудничества центральных органов исполнительной власти с европейскими и международными организациями и институциональный потенциал органов государственной власти, на которые возложены функции технического регулирования и разработки технических регламентов. Проанализирована проблема гармонизации украинских стандартов качества с европейскими, а также то, насколько влияет процесс имплементации европейских стандартов на национально-правовую систему Украины.

Ключевые слова: *техническое регулирование, торговля, инновации торговли, гармонизация стандартов, имплантация, оценка соответствия ЕС.*

The article deals with innovations in the system of technical regulation in the field of trade. Considerable attention is paid to the technical regulation system as part of the assessment of its compliance with European requirements under the economic part of the Association Agreement between Ukraine and the EU. The article also examines the process of adapting the national legislation of Ukraine in the field of technical regulation to the legal framework and standards of the European Union. The analysis of reorganization of state legislative bodies of standardization, certification, Metrology, accreditation, conformity assessment and market supervision is carried out. Defined methods of harmonization of standards, the level of activation of cooperation of Central Executive bodies with the European and international organizations and institutional capacity of public authorities which have functions of technical regulation in certain areas and the development of technical regulations. Particular attention is paid to the implementation of measures to prepare for the signing of the agreement on conformity assessment with the EU for certain types of products in order to recognize the results of conformity assessment work carried out in Ukraine at the European and international level and promote Ukrainian products on the world market (ACAA). The problem of harmonization of Ukrainian quality standards with European ones is analyzed. It is determined that one of the mechanisms for increasing the certainty of specific EU legal acts, to which Ukrainian legislation is currently being adapted, is translation, deadlines and information support for the population. And how much does the process of implementing European standards affect the national legal system of Ukraine. It is highlighted that the task on the way to harmonization and implementation of European standards is to carry out reforms in a specific time frame, which will continue to reform the institutions of state power and local self – government, taking into account the experience of the EU member States. In order to raise awareness about the newly adopted system of technical regulation, new changes in the legislation of Ukraine were introduced.

Key words: *technical regulation, trade, innovations in trade, harmonization of standards, implantation, EU conformity assessment.*

Постановка проблеми. Нині економіка України взяла курс на інноваційний розвиток, що знаходить своє відображення у всіх сферах діяльності. Інноваційна діяльність розглядається сьогодні як одна з умов модернізації національного господарства, переходу до нової, постіндустріальної стадії розвитку і сприймається як необхідність ринкових економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відносини між торгівлею та інноваціями стали предметом зростаючої уваги експертів у галузі розвитку відносин України та ЄС, таких як Ю.С. Хоббі [1], Н.М. Пархоменко [2], І.А. Куровська [3], В.В. Грабовський [4], В.І. Муравйов [5], В.М. Шаповал [6], О.М. Язвінська [7], Я.О. Юзків [8].

Формулювання цілей статті. З 2014 року, як було підписано Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, Українська влада оголосила перспективу членства в ЄС стратегічним орієнтиром українських прагнень до перетворення і ключовою метою, заради якої проводяться реформи [9].

Більше 90% тексту Угоди про асоціацію стосується питань економічної співпраці України та ЄС [10], тому Угода сфокусована на тому, щоб Україна запровадила європейські стандарти і практики насамперед у сфері економіки, зокрема у торгівлі, тобто актуальність економічної інтеграції України та ЄС за Угодою про асоціацію до створення поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі на основі правил Світової організації торгівлі та широкої регуляторної адаптації не втрачає своєї значимості.

Виклад основного матеріалу. До недавнього часу взаємодія України та ЄС ґрунтувалась на Угоді про партнерство і співробітництво 1994 року, відповідно до якої було створено систему інститутів, покликаних контролювати процес її здійснення. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у травні 2014 року ознаменувало новий етап у взаємовідносинах двох сторін та поставило їх на якісно новий рівень розвитку. Це зумовило проведення низки політичних, правових та інституційних перетворень.

У травні 2016 року Україна стала повноправною стороною Угоди СОТ про державні закупівлі та отримала доступ до ринків державних закупівель 47 країн-членів Угоди. Для виходу на ці ринки продукція має відповідати технічним вимогам країн-замовників. Саме цей фактор є ключовим фактором виходу українських компаній на ринок ЄС.

Відповідно до прийнятого курсу Україна здійснює перехід від обов'язкової сертифікації продукції в системі УкрСЕПРО до добровільної сертифікації та підтвердження відповідності продукції технічним регламентам, гармонізуючи з європейськими близько тисячі державних стандартів і паралельно скасовуючи старі ГОСТи.

Скасування системи УкрСЕПРО не виключає можливості підтвердити сертифікатом якість продукції, а навпаки, полегшує виробникам можливість його отримання. На заміну сертифікату УкрСЕПРО прийшов добровільний сертифікат відповідності, виданий органом по сертифікації, акредитованим Національним органом з акредитації України (НААУ) на проведення сертифікації продукції, процесів та послуг відповідно до вимог чинного в Україні міжнародного стандарту ДСТУ EN ISO/IEC 17065.

У разі добровільної сертифікації заявник самостійно визначає обсяг вимог до продукції під час узгодження з органом по сертифікації. Звернутися за добровільною сертифікацією може виробник, продавець, споживач, орган влади або громадська організація.

Сертифікація може проводитися на одиничний виріб; на партію продукції (виробів); на продукцію, що випускається серійно.

Орган по сертифікації, враховуючи особливості виробництва, можливі витрати заявника та інші чинники, визначає схему (модель) сертифікації, включаючи в неї такі види робіт:

- обстеження виробництва;
- атестація виробництва;
- сертифікація (оцінювання) системи якості;
- випробування задля сертифікації (обов'язкова процедура).

Випробування продукції як обов'язковий етап сертифікації виконують акредитовані випробувальні лабораторії.

Добровільний характер гармонізованих стандартів спрямований на те, щоб технічні стандарти не перешкоджали розміщенню на ринку торгівлі товарів, що включають інноваційні рішення.

Якщо на продукцію поширюється дія хоча б одного технічного регламенту України, оцінка відповідності продукції вимогам цього технічного регламенту з подальшим декларуванням відповідності є обов'язковою.

Технічний регламент – це нормативно-правовий акт, у якому визначено характеристики продукції або пов'язані з ними процеси та методи виробництва, включаючи відповідні процедурні положення, дотримання яких є обов'язковим. Він може також включати вимоги до термінології, позначень, пакування, маркування чи етикетування тією мірою, в якій вони застосовуються до продукції, процесу або методу виробництва. Нормативно-правовий акт, який має ознаки технічного регламенту, вважається технічним регламентом [11].

Декларування відповідності – це ще один спосіб підтвердження якості продукції або послуг, який стає все більш популярним у зв'язку зі змінами в законодавстві України та гармонізацією її стандартів до європейських.

Принциповою відмінністю від сертифікації є те, що під час декларування відповідності виробник (імпортер) або уповноважена ним особа (а не орган по сертифікації) під свою повну відповідальність документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим законодавством вимогам.

Іншими словами, гармонізований стандарт визначає рівень безпеки, який можна очікувати від цього типу продукту в цей час. Виробник, який вибирає застосування

інших технічних специфікацій, повинен мати можливість продемонструвати, що його альтернативне рішення відповідає вимогам ЄС.

Європейські стандарти запроваджуються шляхом підтвердження, тобто внесення вже наявного в ЄС стандарту до переліку українських ДСТУ, або за потреби шляхом адаптації. Україна поступово впроваджує звід Європейських стандартів (EN) як національні стандарти.

У країнах Європейського Співтовариства, окрім європейських гармонізованих стандартів, існують національні стандарти. Частина національних стандартів країн ЄС має рекомендаційний характер, але якщо національний стандарт зачіпає сфери, де діють законодавчі норми конкретної держави Європейського Союзу, національний стандарт набуває обов'язкового характеру.

Станом на 1 січня 2020 року прогрес виконання угоди про асоціацію у сфері технічних бар'єрів в торгівлі становив лише 63%.

Імплементация Угоди про асоціацію у сфері «Технічні бар'єри у торгівлі» сприяє досягненню Цілей сталого розвитку. Прийнято як національні стандарти всі 1 512 гармонізованих європейських стандартів, відповідність яким надає презумпцію відповідності продукції, пов'язаних з нею процесів або методів виробництва чи інших об'єктів вимогам технічних регламентів у пріоритетних для Угоди АСАА секторах.

Угода АСАА – це визнання еквівалентності системи технічного регулювання та оцінювання відповідності європейської, що дає змогу виробникам промислової продукції отримувати необхідні сертифікати в Україні, а не їхати в ЄС в пошуках офіційного представника (резидента ЄС), який може надати цей сертифікат.

У 2019 році Верховною Радою прийнято важливі закони, якими впроваджуються норми горизонтального законодавства ЄС. Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про стандартизацію»» від 20 вересня 2019 року, що набув чинності 16 жовтня 2020 року, Україна остаточно закріпила принцип добровільності стандартів, тим самим прирівнявши національну систему стандартизації до міжнародної та європейської практики [12].

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо імплементации актів законодавства Європейського Союзу у сфері технічного регулювання» від 6 червня 2019 року № 2740-VIII передбачає адаптацію національного законодавства щодо технічних регламентів та оцінювання відповідності законодавству ЄС, зокрема остаточного вирішення Європейською комісією питання щодо укладення з Україною Угоди про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів (Угоди АСАА), відповідно до якої українські результати випробувань та сертифікації продукції будуть визнаватись на європейському рівні [13].

3 липня 2020 року набули чинності зміни ст. 18 Закону «Про метрологію та метрологічну діяльність», які скасовують інститут аудиторів з метрології [14].

26 березня 2020 року вступив в силу Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо зменшення тиску на бізнес з боку органів ринкового нагляду» № 367-IX. Однією з цілей прийнятого Закону є забезпечення повної відповідності системи державного ринкового нагляду України вимогам Європейського Союзу, без чого неможливе створення зони вільної торгівлі промисловими товарами з ЄС і «промислового безвізу». Слід зазначити, що під час укладення Угоди про асоціацію України з країнами ЄС визначено перелік пріоритетності секторів промислової продукції, в яких буде полягати Угода про оцінку відповідності та прийнятності промислових товарів [15].

Проте навіть зі зняттям тарифних бар'єрів з боку ЄС доступ української продукції на європейський ринок залишається ускладненим через наявність технічних, тобто нетарифних, бар'єрів, тому метою Угоди АСАА є саме усунення технічних бар'єрів в торгівлі з ЄС. Угода АСАА передбачає, що торгівля товарами між Україною та ЄС в

охоплених цією Угодою секторах буде здійснюватися на тих же умовах, які застосовуються в торгівлі між країнами-членами ЄС.

Інакше кажучи, вітчизняні виробники продукції, що підпадають під дію цієї Угоди, зможуть її безперешкодно поставляти в країни ЄС. Укладення Угоди про «промисловий безвіз» передбачено ст. 57 Угоди про асоціацію, де зазначено, що після перевірки з боку ЄС і досягнення домовленості про необхідність узгодженості відповідного технічного законодавства України, стандартів та інфраструктури Угода АСАА буде підписана як додаток до Угоди про асоціацію.

Для забезпечення відповідності технічним регламентам ЄС Україна має гармонізувати системи ринкового нагляду, стандартизації та органів оцінки відповідності з вимогами законодавства ЄС.

Питання двостороннього співробітництва «Україна – ЄС» у сфері технічного регулювання та стандартизації обговорюється в рамках органів Асоціації, таких як Рада Асоціації, Комітет Асоціації, Комітет Асоціації у торговельному складі, а також на експертному рівні, а саме у рамках Робочої групи з питань технічних бар'єрів у торгівлі і стандартизації Промислового діалогу «Україна – ЄС», пленарного засідання Промислового діалогу «Україна – ЄС», Кластеру 2 Підкомітету з питань економіки та іншого галузевого співробітництва Комітету асоціації між Україною та ЄС.

Питання координації заходів у галузі технічного регулювання з ЄС та державами «Східного партнерства» обговорюється у рамках Панелі з питань реформування системи технічного регулювання та пов'язаної інфраструктури у рамках Тематичної платформи № 2 «Економічний розвиток та ринкові можливості» ініціативи ЄС «Східне партнерство».

29 жовтня 2020 року було досягнуто домовленості з європейською стороною про початок роботи попередньої оціночної місії ЄС стосовно готовності інфраструктури якості України до укладення Угоди АСАА, метою якої є «складення переліку законодавчих і регуляторних дій, які можуть бути необхідними для повної готовності до переговорів щодо АСАА».

Висновки. Система технічного регулювання в ЄС вважається найбільш ефективним та успішним прикладом усунення технічних бар'єрів у торгівлі. Європейська технічна модель базується на принципах нового та глобального підходів, вперше сформульованих у 1985 та 1989 роках.

Відповідно до цих принципів основні вимоги до безпечності та якості продукції містяться у технічних регламентах ЄС та є обов'язковими для виконання, тоді як гармонізовані стандарти ЄС є добровільними. При цьому відповідність продукції одному з гармонізованих стандартів ЄС розглядається як загальне задоволення базових вимог, передбачених тим чи іншим технічним регламентом. Контроль за дотриманням вимог, передбачених технічними регламентами, здійснюється шляхом ринкового нагляду, а не контролю виробничого процесу.

Україна вживає всіх необхідних заходів задля поступового досягнення відповідності технічним регламентам ЄС та системам стандартизації, метрології, акредитації, робіт з оцінювання відповідності та ринкового нагляду ЄС, а також зобов'язується дотримуватися принципів та практик, викладених в актуальних рішеннях та регламентах ЄС.

Адаптація технічних регламентів і впровадження європейських гармонізованих стандартів забезпечать високу якість і безпечність вітчизняних товарів для покупців, підвищать конкурентоспроможність української продукції і відкриють експортерам нові ринки збуту, що однозначно сприятиме інноваційному розвитку сфери торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Хоббі Ю.С. Проблеми імплементації європейських стандартів до національної правової системи України. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: право.* 2014. Вип. 7. С. 113–118.

2. Пархоменко Н.М. Гармонізація законодавства України з європейським та міжнародним правом: методи, етапи, види. *Часопис Київського університету права*. 2012. № 1. С. 338–342.
3. Куровська І.А. Розв'язання проблем гармонізації законодавства України із законодавством Європейського Союзу як передумова інтеграції України до європейських співтовариств : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.11 ; Інститут законодавства Верховної Ради України. Київ, 2007. 198 с.
4. Грабовський В.В. Регіональна інтеграція України: технічне завдання в Україні. *Збірник Міжнародного центру перспективних досліджень*. 2013. № 12. 17 с.
5. Муравйов В.І. Правові засади регулювання економічних відносин Європейського Союзу з третіми країнами (теорія і практика). Київ : Академ-Прес, 2002. 426 с.
6. Шаповал В.М. Планування стандартизації: завдання та проблеми. *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2012. № 2. С. 6–14.
7. Язвінська О.М. Система захисту прав споживачів в економічно високорозвинених країнах. *Юридична Україна*. 2012. № 2. С. 55–62.
8. Юзків Я.О. Узагальнена оцінка ситуації у сфері стандартизації та суміжних видів діяльності. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2012. № 3. С. 25–39.
9. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Угоду ратифіковано із заявою Законом від 16 вересня 2014 року № 1678-VII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 06.12.2020).
10. Європейські стандарти та інструменти їх запровадження «Спецпроект Угоди про асоціацію «Україна – ЄС»». Блок 2. Ч. 1. URL: <https://eu-agreement.ed-era.com> (дата звернення: 09.12.2020).
11. Про технічні регламенти та оцінку відповідності : Закон України від 15 січня 2015 року № 124-VIII. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/ZW000091> (дата звернення: 06.12.2020).
12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про стандартизацію» : Закон України від 20 вересня 2019 року № 124-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-20#Text> (дата звернення: 08.12.2020).
13. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо імплементації актів законодавства Європейського Союзу у сфері технічного регулювання : Закон України від 6 червня 2019 року № 2740-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2740-19#Text> (дата звернення: 06.12.2020).
14. Про метрологію та метрологічну діяльність : Закон України від 5 червня 2014 року № 1314-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text> (дата звернення: 08.12.2020).
15. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо зменшення тиску на бізнес з боку органів ринкового нагляду : Закон України від 12 грудня 2019 року № 367-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/367-20#Text> (дата звернення: 09.12.2020).

References:

1. Khobbi Yu.S. (2014) Problemy implementatsii yevropeyskykh standartiv do natsionalnoi pravovoi systemy Ukrainy [Problems of implementation of European standards to the national legal system of Ukraine]. *Visnyk mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: pravo*, vol. 7, pp. 113–118.
2. Parkhomenko N.M. (2012) Harmonizatsiia zakonodavstva Ukrainy z yevropeiskym ta mizhnarodnym pravom: metody, etapy, vydy [Harmonization of Ukrainian legislation with European and international law: methods, stages, types]. *Chasopys Kyivskoho universytetu prava*, no. 1, pp. 338–343.
3. Kurovska I.A. (2007) *Rozv'iazannia problem harmonizatsii zakonodavstva Ukrainy iz zakonodavstvom Yevropeiskoho Soiuzu yak peredumova intehratsii Ukrainy do yevropeyskykh spivtovarystv* [Solving the problems of harmonization of the legislation of Ukraine with the legislation of the European Union as a prerequisite for the integration of Ukraine into European communities] (Ph.D. jurid. Science), Kyiv Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine.
4. Hrabovskiy V.V. (2013) Rehionalna intehratsiia Ukrainy: tekhnichne zavdannia v Ukraini [Regional integration of Ukraine: method of reference in Ukraine]. *Proceedings of the International Center for Policy Studies*, no. 12, pp. 17.
5. Muraviov V.I. (2002) *Pravovi zasady rehuliuвання ekonomichnykh vidnosyn Yevropeiskoho Soiuzu z tretimy krainamy (teoriia i praktyka)* [Legal bases of regulation of economic relations of the European Union with the third countries (theory and practice)]. Kyiv: Akadem-Pras. (in Ukrainian)

6. Shapoval V.M. (2012) Planuvannia standartyzatsii: zavdannia ta problemy [Standardization planning: tasks and problems]. *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist*, no. 2, pp. 6–14.
 7. Iazvinska O.M. (2012) Systema zakhystu prav spozhyvachiv v ekonomichno vysokorozvynenykh krainakh [Consumer protection system in economically highly developed countries]. *Yurydychna Ukraina*, no. 2, pp. 55–62.
 8. Iuzkiv Ya.O. (2012) Uzahalnena otsinka sytuatsii u sferi standartyzatsii ta sumizhnykh vydiv diialnosti [Generalized assessment of the situation in the field of standardization and related activities]. *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist*, no. 2, pp. 25–39.
 9. Verkhovna Rada Ukrainy (2014). Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnyimi derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony. Uhodu ratyfikovano iz zaiavoju Zakonom №1678-VII vid 16.09.2014 [Association agreement between Ukraine, of the one part, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their Member States, of the other part. The agreement was ratified with a statement by Law №1678-VII of 16.09.2014]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (accessed 06 December 2020).
 10. Spetsproekt Uhoda pro asotsiatsiiu Ukraina-Yes (2018) Yevropeiski standarty ta instrumenty yikh zaprovadzhennia [European standards and tools for their implementation]. Blok 2. Ch.1. Available at: <https://eu-agreement.ed-era.com> (accessed 09 December 2020).
 11. Verkhovna Rada Ukrainy (2015). Pro tekhnichni rehlementy ta otsinku vidpovidnosti: Zakon Ukrainy [On technical regulations and conformity assessment]. Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/ZW000091> (accessed 06 December 2020).
 12. Verkhovna Rada Ukrainy (2019). Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy u zviazku z pryiniattiam: Zakonu Ukrainy “Pro standartyzatsiiu”: Zakon Ukrainy [On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine in Connection with the Adoption of the Law of Ukraine “On Standardization”]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-20#Text> (accessed 08 December 2020).
 13. Verkhovna Rada Ukrainy (2019). Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo implementatsii aktiv zakonodavstva Yevropeiskoho Soiuzu u sferi tekhnichnoho rehuliuвання: Zakon Ukrainy [On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning the Implementation of Acts of Legislation of the European Union in the Sphere of Technical Regulation]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2740-19#Text> (accessed 06 December 2020).
 14. Verkhovna Rada Ukrainy (2014). Pro metrolohiiu ta metrolohichnu diialnist: Zakon Ukrainy [On Metrology and Metrological Activity]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text> (accessed 08 December 2020).
 15. Verkhovna Rada Ukrainy (2019). Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo zmenshennia tysku na biznes z boku orhaniv rynkovoho nahliadu: Zakon Ukrainy [On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Reducing Pressure on Business by Market Supervisors] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/367-20#Text> (accessed 09 December 2020).
-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 332.13(477)

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.3>

Адвокато́ва Н.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2027-7464>

Повод Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8191-5488>

Advokatova Nadiia, Povod Tetyana
Kherson State Agrarian and Economic University

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ РЕЖИМІВ СПЕЦІАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН

EXPERIENCE OF USING SPECIAL MODES ECONOMIC ZONES

У статті розглянуто досвід функціонування спеціальних економічних зон (СЕЗ) у різних країнах. Досліджено досвід використання СЕЗ у Польщі, де на цей час функціонують 14 СЕЗ, інвестовано близько 100 мільярдів злотих іноземних інвестицій, створено кількасот тисяч нових робочих місць. Розглянуто використання СЕЗ в Україні та їх ефективність діяльності. Розглянуто преференції, що надаються урядами для їх ефективної діяльності. Наведено статистичні дані щодо показників динаміки функціонування СЕЗ та країн-інвесторів. Окреслено дискусійні питання щодо доцільності та ефективності діяльності СЕЗ. Визначено основні проблеми, які завадили СЕЗ досягти планових результатів, та розкрито їх причини. Окреслено перспективи подальшого застосування спеціальних економічних зон та сформувано пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правової бази їх застосування для забезпечення їх використання для стимулювання економічної діяльності в регіонах України. Вироблено рекомендації щодо удосконалення правового забезпечення функціонування СЕЗ в Україні.

Ключові слова: спеціальні економічні зони, інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність, інноваційно-інвестиційна діяльність, нові форми організації бізнесу.

В статье рассмотрен опыт функционирования специальных экономических зон (СЭЗ) в разных странах. Исследован опыт использования СЭЗ в Польше, где в настоящее время функционируют 14 СЭЗ, инвестировано около 100 млрд. злотых иностранных инвестиций, создано несколько тысяч новых рабочих мест. Рассмотрены использование СЭЗ в Украине и их эффективность деятельности. Рассмотрены преференции, предоставляемые правительствами для их эффективной деятельности. Приведены статистические данные по показателям динамики функционирования СЭЗ и стран-инвесторов. Обозначены дискуссионные вопросы касательно целесообразности и эффективности деятельности СЭЗ. Определены основные проблемы, которые помешали СЭЗ достичь плановых результатов, и раскрыты их причины. Обозначены перспективы дальнейшего применения специальных экономических зон и сформулированы предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы их применения для обеспечения их использования для стимулирования

экономической деятельности в регионах Украины. Выработаны рекомендации по совершенствованию правового обеспечения функционирования СЭЗ в Украине.

Ключевые слова: специальные экономические зоны, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность, инновационно-инвестиционная деятельность, новые формы организации бизнеса.

The experience of functioning of special economic zones in different countries is considered. The experience of using special economic zones in Poland, where 14 special economic zones are currently functioning, about 100 billion zlotys of foreign investments, and several hundred thousand new jobs has been studied. The use of special economic zones in Ukraine and their efficiency are considered. The preferences provided by governments for their effective operation are considered. Statistical data on the indicators of the dynamics of the functioning of special economic zones and investor countries are presented. Discussion questions concerning expediency and efficiency of activity of special economic zones are outlined. World experience shows that special economic zones are one of the main organizational and economic forms of attracting investment and stimulating innovative economic activity of regions, industries and the economy as a whole. The key conditions for the effectiveness of these economic tools are stimulating for their businesses a special regime of economic activity and planned and consistent policy of its application. The tangible effect in the country occurs no earlier than 10–15 years after the start of their application. Ukraine has followed the path of world trends and the experience of its neighboring countries, and since 1995 special economic zones have actually been operating in our country. Thus, Ukraine already has about 20 years of experience in their operation. Estimates of the effectiveness of the application of these economic tools in the scientific literature, periodicals and government documents and/or accompanying documents to them are ambiguous from negative to positive. The main problems that prevented the special economic zones from achieving the planned results were identified and their causes were revealed. Prospects for further application of special economic zones are also outlined and proposals are made to improve the regulatory framework for their use to ensure their use to stimulate economic activity in the regions of Ukraine. Recommendations for improving the legal support for the functioning of special economic zones in Ukraine have been developed.

Key words: special economic zones, investment attractiveness, competitiveness, innovation and investment activity, new forms of business organization.

Постановка проблеми. Спеціальні (вільні) економічні зони (СЕЗ) надійно увійшли у світову практику господарської діяльності. Спеціальні економічні зони є одними з основних організаційно-економічних форм залучення інвестицій та стимулювання інноваційної економічної діяльності регіонів, галузей та економіки країни загалом. Ключовими умовами дієвості цього економічного інструментарію є стимулюючий для їх суб'єктів господарювання спеціальний режим економічної діяльності та планова й послідовна політика його застосування. У світовій практиці впровадження та функціонування СЕЗ, згідно з різними джерелами інформації, налічується від 400 до 2 000 вільних економічних зон, тому нині очевидно є необхідність об'єктивного підбиття підсумків їх застосування, визначення основних проблем та окреслення перспективи, що визначає актуальність статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження про СЕЗ/ВЕЗ проводили й проводять як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Зокрема, економісти М. Фразье, Р. Рей, Р. Болін (США) розглядають етапи еволюції та класифікацію вільних економічних зон, звертають основну увагу на аналіз підприємницької діяльності фірм, які розміщені в СЕЗ, аналізують систему пільг. У дослідження цих питань значний внесок зробили також вчені інших країн, зокрема Німеччини (Е. Лоувен, І. Полулях), Франції (Ж. Дюшен, А. Базель), Польщі (Я. Монкевич), а також вітчизняні науковці (О.С. Чмир, В.І. Пила, І.М. Бобух І.М.), які досить детально розкрили проблематику створення та функціонування СЕЗ в Україні. Слід відзначити праці провідних науковців ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» В.С. Кравцівго, П.В. Жук та інших, якими здійснено значні прикладні напра-

цювання з питань СЕЗ (пакет документів щодо створення комплексної СЕЗ «Львів», СЕЗ туристсько-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець» і «Яремче», проект Закону України «Про спеціальний режим інвестиційної діяльності на територіях пріоритетного розвитку у гірських зонах України та обґрунтування його необхідності»).

Формулювання цілей статті. Метою статті є розроблення рекомендацій щодо функціонування наявних та створення новітніх типів функціонування С(В)ЕЗ в Україні на основі вивчення зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу. Результатом існування спеціальних економічних зон (СЕЗ) у багатьох країнах є їх ефективність у вирішенні питань щодо стимулювання розвитку економіки, підвищення технологічного рівня виробництва та зміцнення конкурентоспроможності національної економіки загалом. За визначенням Організації економічного співробітництва та розвитку, спеціальна економічна зона – це обмежена територія з особливим юридичним статусом і пільговими економічними умовами для національних або іноземних інвесторів [1]. Серед цілей, які переслідує країна, що розвиває СЕЗ, слід назвати такі:

- залучення іноземних та вітчизняних інвестицій, нових технологій виробництва товарів і послуг;
- стимулювання виробництва;
- ефективний розвиток регіонів країни, збалансоване розміщення трудових та інших ресурсів на її території.

В Україні правова база для створення спеціальних економічних зон (СЕЗ) розроблялася ще на початку 90-х років ХХ ст. Закон України «Про загальні принципи створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» був ухвалений у 1992 році [14]. Згідно зі ст. 1 цього Закону визначено, що «спеціальна (вільна) економічна зона являє собою частину території України, на якій встановлюються і діють спеціальний правовий режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони запроваджуються пільгові митні, валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних і фізичних осіб».

Загалом в Україні було створено 12 СЕЗ у 8 регіонах України. Метою створення спеціальних (вільних) економічних зон є залучення іноземних інвестицій та сприяння їм, активізація спільно з іноземними інвесторами підприємницької діяльності для нарощування експорту товарів і послуг, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції та послуг, залучення та впровадження нових технологій, ринкових методів господарювання, розвитку інфраструктури ринку, поліпшення використання природних і трудових ресурсів, прискорення соціально-економічного розвитку України.

Початком заснування першої особливої економічної зони є її створення у минулому столітті в Пуерто-Ріко у 1942 році. Відтоді у світі налічувалось близько 3 000 особливих економічних зон. Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку сприяло поліпшенню глобальних торговельних відносин і створенню понад 70 млн. робочих місць. Найважливішою метою функціонування СЕЗ є забезпечення економічного зростання регіону за рахунок використання певних пільг. Водночас для країн, що розвиваються, СЕЗ є також важливим інструментом поліпшення торговельної політики та створення сучасної, а інколи й раніше неаявної виробничої інфраструктури. СЕЗ також сприяють вирішенню проблем зайнятості за рахунок створення додаткових робочих місць і забезпечення можливостей для навчання, отже, підвищують трудові стандарти країни загалом. Наприклад, зайнятість у СЕЗ у Домініканській Республіці зросла з 500 осіб у 1970 р. до більш ніж 200 тис. осіб сьогодні.

Позитивним із точки зору використання можливостей СЕЗ можна вважати досвід Малайзії, яка була надмірно залежною від сировинної орієнтації виробництва у 1950-х роках, але успішно стала на шлях індустріалізації після здобуття незалежності

у 1957 році. У 1968 році уряд Малайзії ухвалює закон про стимулювання інвестицій. У 1971 році задля вирішення проблеми безробіття в країні приймається закон про полегшення умов праці, в якому рівень звільнення від корпоративного податку пов'язується з кількістю співробітників компанії, а вже у серпні 1972 році відкривається перша зона вільної торгівлі у Бейан Лепас, Пенанг. Сьогодні Малайзію можна назвати одним з лідерів з виробництва високотехнологічної продукції, що стало можливим саме завдяки створенню СЕЗ.

Успішним прикладом можна вважати створення СЕЗ на основі портової зони на Маврикії у 1992 році, яка мала на меті перетворити острів на міжнародний складський, дистрибуційний та маркетинговий центр. Сьогодні, коли ця мета досягнута, можна стверджувати, що успіху СЕЗ сприяла також урядова програма підтримки експорту, започаткована у 70-х роках ХХ ст. Вона яскраво продемонструвала, що для успішного функціонування СЕЗ необхідна постійна та цілісна урядова підтримка. Задля цього був створений спеціальний уповноважений орган, що займається розвитком експорту та інвестиціями (MEDIA), а у 1992 році розпочав роботу Державний орган сприяння офшорній діяльності, який має на меті становлення Маврикію як світового офшорного центру. Оскільки Маврикії є членом Економічного співтовариства країн Східної та Південної Африки, він дає можливість суттєво зменшувати (до 60%) імпортні мита для держав співдружності. Слід зазначити, що функціонування СЕЗ на Маврикії стало важливим чинником забезпечення майже повної зайнятості, досягнутої шляхом створення умов для цілеспрямованості та узгодженості державних програм [9]. Компанії, що провадять діяльність у портовій СЕЗ, мають такі пільги:

- звільняються від корпоративного податку;
- дивіденди звільняються від оподаткування на перші 20 років діяльності компанії;
- надається можливість продавати 20% щорічного обсягу продажу товарів на внутрішньому ринку;
- забезпечується доступ до офшорних послуг;
- немає контролю за обміном іноземної валюти;
- дозволяється 100-відсоткова іноземна власність компанії.

Сьогодні найуспішнішою країною в контексті експлуатації СЕЗ є Китай, де виникають нові міста, такі як, наприклад, Шеньжень – місто, що стало відомим завдяки перетворенню з невеликого рибальського села на величезний економічний регіональний центр, який динамічно розвивається та отримує щороку близько 30 млрд. дол. США прямих іноземних інвестицій.

Коли позитивні результати діяльності СЕЗ стали очевидними, аналогічні сприятливі режими ведення бізнесу були забезпечені підприємцям у 14 прибережних містах Китаю, а потім і в інших регіонах країни [10].

Наприклад, у Намібії СЕЗ не стали фінансово прибутковими через загальні соціальні, екологічні та політичні проблеми в країні. В Індії під час створення СЕЗ уряд не взяв до уваги фактор якості земель, що передаються під СЕЗ, та почав передавати під індустріальні виробництва родючі землі, які раніше успішно використовувалися фермерами. У перспективі це може завдати удару продовольчій безпеці країни. Крім того, іншою суттєвою проблемою в СЕЗ Індії є відсутність належного контролю за екологічним станом територій, що використовуються.

У Польщі СЕЗ почали створюватися у 1995 році. Сьогодні там успішно функціонують 14 спеціальних економічних зон, таких як Камінногурська, Катовіцька, Костжинсько-Слюбіцька, Краківська, Легніцька, Лодзька, Мелецька, Поморська, Слупська, Стараховіцька, Сувальська, Тарнобжезька, Валбжинська, Вармінсько-Мазурська. Вони суттєво різняться за розмірами, кількістю зайнятих, видами діяльності, інфраструктурою тощо. Усі зони мають диференційовану систему пільг, зокрема звільнення від податку на прибуток, а також від податку на нерухомість. Інвестор, який здійснює

свою діяльність у СЕЗ, може не платити прибуткового податку навіть кільканадцять років, поки не відшкодує значної частки (до 50%) вкладених інвестиційних коштів або дворічних витрат на зарплату працівникам. Чим менш економічно розвиненим є регіон, чим вище безробіття, тим більшими є податкові пільги. Крім того, фірмам, котрі інвестують у спеціальні економічні зони, надаються на пріоритетних правах та за зниженими цінами земельні ділянки, виробничі споруди тощо. У табл. 1 наведено дані щодо зростання обсягів інвестицій та кількості нових робочих місць за останні десять років у Польщі [5].

Таблиця 1

Динаміка показників функціонування СЕЗ у Польщі

Показники	Роки											Динаміка показників 2015 року до 2005 року
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Обсяг інвестицій, млрд. злот.	4,66	5,78	9,72	10,66	10,62	9,88	6,63	6,45	6,16	7,31	7,86	+3,2
Темпи приросту інвестицій по роках, %	113,4	24,1	68,2	9,6	-0,3	-6,9	-32,9	-2,8	-4,4	18,6	7,5	-105,9
Кількість робочих місць, тис.	74,6	112,2	146,4	182,4	210,5	208,0	224,0	240,8	247,5	266,7	287,3	+212,7
Темпи приросту робочих місць по роках, %	26,4	50,5	30,5	24,6	15,5	-1,2	7,7	7,5	2,8	7,8	7,7	-18,7

Джерело: розраховано авторами на підставі джерела [5]

Загалом можна констатувати, що за 2005–2015 роки обсяги інвестицій у спеціальні економічні зони Польщі зросли з 19,9 до 101,0 млрд. злотих, тобто на 407%. Зацікавлює також розподіл інвестицій у польську економіку за країнами світу за цей період. Основними країнами-інвесторами в СЕЗ Польщі є Німеччина (13,57 млрд. злотих), США (12,44 млрд. злотих), Японія (11,22 млрд. злотих) [4].

Проте єдиного універсального способу створення ефективних СЕЗ, на жаль, немає. Успіхи й невдачі СЕЗ мають служити моделлю для країн, що прагнуть створити власні нові СЕЗ, та допомогти їм зрозуміти всі ризики та вигоди цих проєктів.

Для України за сучасного стану її економіки приклад Польщі дає змогу зрозуміти необхідність радикальної зміни підходів до функціонування СЕЗ та використати їх для позитивних змін національної економіки. У табл. 2 показано дані щодо СЕЗ, які існують сьогодні в Україні.

Сьогодні створення спеціальних економічних зон поки що не відіграло важливої ролі в проблемі залучення іноземних інвестицій. Так, від початку функціонування СЕЗ до них було залучено близько 600 млн. дол. США іноземних інвестицій, що становить лише 17,6% їх запланованого обсягу в межах СЕЗ по Україні. Через це можна вважати, що реалізація можливостей СЕЗ не набула в Україні належного застосування.

Таблиця 2

Перелік спеціальних економічних зон України

Спеціальна економічна зона (СЕЗ)	Пріоритетні види економічної діяльності	Інвестиції	Нові робочі місця
1. Азов, м. Маріуполь	Розвиток експедиційно-складської, транспортно-сервісної та виробничої сфер	400 млн. дол. США	10 тис.
2. Закарпаття, Закарпатська обл.	Транспортна, експедиторська діяльність, митні послуги, обслуговування транзитних вантажів, пов'язані з ними фінансові функції	1 300 млн. дол. США	10 тис.
3. Інтерпорт Ковель, м. Ковель	Транспортна, експедиторська діяльність, митні послуги, обслуговування транзитних вантажів, пов'язані з ними фінансові функції	18 млн. дол. США	300
4. Миколаїв, м. Миколаїв	Машинобудування, суднобудування, оброблення деревини, виробництво промислових газів, перероблення пластмаси, будівництво, енергетика, зв'язок	650 млн. дол. США	33 тис.
5. ПортоФранко, м. Одеса	Обслуговування транзитних вантажів, їх зберігання, сортування, пакування, доробка, надання транспортно-експедиторських та агентських послуг	78 млн. дол. США	250
6. Славутич, м. Славутич	Впровадження нових технологій, розвиток інфраструктури СЕЗ «Славутич», поліпшення використання природних та трудових ресурсів тощо	118 млн. дол. США	2,4 тис.
7. Курортополіс Трускавець, м. Трускавець	Лікувально-оздоровчі комплекси, виробництво мінеральних вод, рекреаційний туризм, наукові дослідження в галузі охорони здоров'я	100 млн. дол. США	14,5 тис.
8. Яворів, Львівська обл.	Видобування вуглеводів, харчова та легка промисловість, деревообробна та паперова промисловість, виробництво машин та устаткування, будівництво	277 млн. дол. США	7 тис.
9. Рені, м. Рені	Обслуговування транзитних вантажів, їх зберігання, сортування, пакування, надання транспортно-експедиторських та агентських послуг	58 млн. дол. США	2,6 тис.
10. Донецьк, м. Донецьк (сьогодні данні щодо функціонування СЕЗ на цій території відсутні)	Приладобудування, машинобудування, інноваційні проєкти зі створення нових матеріалів та електротехніки	500 млн. дол. США	10 тис.

Джерело: сформовано авторами на підставі даних Державної служби статистики

Світовий досвід показує, що на функціонування СЕЗ впливають такі фактори:

- політична стабільність;
- інвестиційні гарантії;
- якість інфраструктури;
- кваліфікація робочої сили;
- спрощення адміністративних структур.

Перед Україною також стоїть завдання з вирішення відповідних проблем. Досвід використання СЕЗ у вітчизняній економіці засвідчив негативні наслідки. Проведення через СЕЗ великих обсягів контрабанди та тінювих грошових потоків привело до

рекомендацій Міжнародного валютного фонду щодо скасування пільг для СЕЗ в Україні. Зазначені рекомендації були виконані. Однак це не означає, що у СЕЗ в Україні не може бути перспектив. Сьогодні слід детально проаналізувати світовий позитивний і негативний досвід, взяти до уваги все краще та врахувати можливі негативні наслідки. Це дасть можливість у майбутньому використати потенціал СЕЗ для надання національній економіці нового позитивного вектору розвитку.

В Україні жоден із зазначених факторів не діє повною мірою, що зумовлює додаткові складнощі для впровадження СЕЗ. На думку вітчизняних експертів, світовий досвід функціонування СЕЗ демонструє, що їхня ефективність проявляється через 8–10 років після початку функціонування.

Висновки. Спеціальна економічна зона має значну специфіку організації на макрота мікрорівнях, тому інвестиційна політика держави є запорукою формування привабливого середовища для вітчизняних та іноземних інвесторів. Україна має здійснити модернізацію економіки, тому їй вкрай необхідно активізувати свою участь у конкуренції між країнами за міжнародні потоки капіталу, використовуючи широкий інструментарій формування сприятливого інвестиційного клімату. Одним з найважливіших заходів є забезпечення відкритості умов і результатів діяльності суб'єктів господарювання на території СЕЗ.

У сучасних умовах розвиток СЕЗ потребує виваженої системної державної політики. Водночас необхідно не стільки відновлювати старі правила їхньої діяльності, скільки з урахуванням вітчизняної специфіки та міжнародного досвіду поширювати нові форми.

1) Існує потреба у проведенні науково-практичної роботи з розроблення пріоритетних інвестиційних програм, для реалізації яких доцільно вибрати території, які мають для цього найсприятливішу інфраструктуру та географічні й економічні фактори, що забезпечить прискорений розвиток та досягнення потрібних результатів.

2) Необхідно впровадити спеціальне правове поле, яке має формуватися з урахуванням унікальності кожної конкретної визначеної території з огляду на наявну ресурсну базу та види діяльності.

3) Задля активізації суб'єктів підприємницької діяльності на зазначених територіях слід запровадити преференції терміном 5–10 років. Дотримання цих умов дасть можливість новим формам СЕЗ діяти ефективніше.

Список використаних джерел:

1. Urban shrinkage and the postsocialist transformation. Amsterdam, 2011. URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/47270786.pdf> (дата звернення: 12.12.2020).
2. Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон : Закон України від 13 жовтня 1992 року зі змінами від 15 травня 2003 року, від 25 березня 2005 року, від 19 січня 2006 року.
3. Мировая практика СЭЗ (по материалам World Economic Journal). URL: <http://daily-finance.ru/articles/2013-02-01/df/25280> (дата звернення: 12.12.2020).
4. 20 lat specjalnych stref ekonomicznych w Polsce / Przewodnik po SSE, Warszawa, 2014. 60 str.
5. Koncepcja rozwoju specjalnych stref ekonomicznych / Ministerstwo Gospodarki. Warszawa, 2009. 25 str.
6. Freeport development: The Mauritius experience. URL: http://unctad.org/en/Docs/ship49413_en.pdf (дата звернення: 12.12.2020).
7. Території пріоритетного розвитку в Україні: проблеми та перспективи. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/364> (дата звернення: 18.10.2020).
8. Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон : Закон України від 13 жовтня 1992 року № 2673XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/267312> (дата звернення: 10.10.2020).
9. Статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.10.2020).

10. Ткач С.М. Розвиток інноваційної інфраструктури в Україні та Польщі. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України* : збірник наукових праць. Вип. 3 (119). Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України», 2016. С. 92–97.
11. Special economic zones. Political priority, economic gamble. *The Economist*. 2015. URL: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21647630-free-trade-zones-are-more-popular-ever-with-politicians-if-not> (дата звернення: 12.12.2020).
12. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. *The Financial Times*. 2016. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/9930245c-b924-11e5-bf7e-8a339b6f2164.html> (дата звернення: 12.12.2020).
13. Zhosan G. Identifying the impact of social responsibility on the performance of the enterprise. *GLOBALIZATION AND BUSINESS. Scientific-Practical Journal. Actual Problems of Economy and Business in Modern Globalization Theory and Practice*. 2017. № 4. P. 90–96. URL: <http://oaji.net/articles/2017/4783-1519307089.pdf> (дата звернення: 12.12.2020).
14. Адвокатова Н.О., Боярчук А.І. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку транспортних послуг для міжнародного бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. Вип. 29. Ч. 1. С. 23–27.

References:

1. Urban shrinkage and the postsocialist transformation. Amsterdam, 2011. URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/47270786.pdf> (accessed 12 December 2020).
2. Закон Ukrainy pro zahal'ni zasady stvorennia i funktsionuvannya spetsial'nykh (vil'nykh) ekonomichnykh zon vid 13.10.92 zi zminamy vid 15.05.2003, vid 25.03.2005, vid 19.01.2006.
3. Myrovaya praktyka SÉZ (po materyalam World Economic Journal): URL: <http://daily-finance.ru/articles/2013-02-01/df/25280> (accessed 12 December 2020).
4. 20 lat specjalnych stref ekonomicznych w Polsce/ Przewodnik po SSE, Warszawa. 2014, 60 str.
5. Koncepcja rozwoju specjalnych stref ekonomicznych / Ministerstwo Gospodarki, Warszawa. 2009, 25 str.
6. Freeport development: The Mauritius experience. Available at: http://unctad.org/en/Docs/ship49413_en.pdf (accessed 12 December 2020).
7. Terytoriyi priorytetnoho rozvytku v Ukraini: problemy ta perspektyvy. Available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/364> (accessed 18 October 2020).
8. Pro zahal'ni zasady stvorennia i funktsionuvannya spetsial'nykh (vil'nykh) ekonomichnykh zon: Zakon Ukrainy vid 13.10.1992 № 2673XII. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/267312> (accessed 10 October 2020).
9. Statystychna informatsiya. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 10 October 2020).
10. Tkach S.M. (2016) Rozvytok innovatsiyoi infrastruktury v Ukraini ta Pol'shchi [Development of innovation infrastructure in Ukraine and Poland]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*. L'viv. DU "Instytut rehional'nykh doslidzhen' im. M.I. Dolishn'oho NAN Ukrainy", vol. 3 (119), pp. 92–97
11. Special economic zones. Political priority, economic gamble. *The Economist*. 2015. Available at: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21647630-free-trade-zones-are-more-popular-ever-with-politicians-if-not> (accessed 12 December 2020).
12. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. *The Financial Times*. 2016. Available at: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/9930245c-b924-11e5-bf7e-8a339b6f2164.html> (accessed 12 December 2020).
13. Zhosan G. (2017) Identifying the impact of social responsibility on the performance of the enterprise. *GLOBALIZATION AND BUSINESS. Scientific-Practical Journal. Actual Problems of Economy and Business in Modern Globalization Theory and Practice*, no. 4, pp. 90–96. Available from: <http://oaji.net/articles/2017/4783-1519307089.pdf> (accessed 12 December 2020).
14. Advokatova N.O., Boyarchuk A.I. (2018) Suchasni tendentsiyi rozvytku mizhnarodnoho rynku transportnykh posluh dlya mizhnarodnoho biznesu [Current Trends in the Development of the International Transport Services Market for International Business]. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriya "Ekonomichni nauky"*, vol. 29, no. 1, pp. 23–27.

УДК 351

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.4>**Вольська О.М.**

доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5047-4579>

Ковпанець Є.М.

студент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1405-1381>

Volkska Olena, Kovpanets Eugene*Kherson State Agrarian and Economic University*

УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

IMPROVEMENT OF FINANCIAL DECENTRALIZATION OF LOCAL GOVERNMENT

У статті розглянуто процес реформації крізь призму фінансів місцевого самоврядування в Україні. Розкрито підходи до з'ясування сутності та особливостей функціонування фінансової системи. Потреба в децентралізації, зокрема фінансовій, не викликає заперечень, оскільки лише громадяни-власники можуть ефективно керувати значними ресурсами держави в інтересах громадськості. Головною перевагою децентралізації є залучення громадян до вирішення місцевих проблем шляхом створення об'єднаних територіальних громад від формування місцевої влади, наділення її повноваженнями, прийняття плану стратегічного розвитку громади та здійснення контролю за діями влади відповідно до стратегічного плану. Фінансова децентралізація та самодостатність бюджетів територіальних громад є визначальними передумовами динамічного розвитку національної економіки, тому трансформація філософії бюджетної політики, податкової політики держави, методології та стратегії оптимізації місцевої податкової політики в Україні має бути спрямована на те, щоб територіальні громади завдяки власному розвитку сприяли надходженням до місцевого бюджету, зокрема податковим, які закріплені за місцевими бюджетами для забезпечення самоокупаєності та фінансування всіх видатків на території об'єднаної територіальної громади.

Ключові слова: децентралізація, територіальна громада, реформа місцевого самоврядування, місцеві бюджети, місцеві податки, фінансова децентралізація.

В статье рассмотрен процесс реформации сквозь призму финансов местного самоуправления в Украине. Раскрыты подходы к выяснению сущности и особенностей функционирования финансовой системы. Потребность в децентрализации, в частности финансовой, не вызывает возражений, поскольку только граждане-владельцы могут эффективно управлять значительными ресурсами государства в интересах общественности. Главным преимуществом децентрализации является привлечение граждан к решению местных проблем путем создания объединенных территориальных общин от формирования местной власти, наделяя ее полномочиями, принятия плана стратегического развития и осуществления контроля над действиями власти в соответствии со стратегическим планом. Финансовая децентрализация и самодостаточность бюджетов территориальных общин являются определяющими предпосылками динамичного развития национальной экономики, поэтому трансформация философии бюджетной политики, налоговой политики государства, методологии и стратегии оптимизации местной налоговой политики в Украине должна быть направлена на то, чтобы территориальные общины благодаря собственному развитию способствовали поступлениям в местный бюджет, в частности налоговым, которые закреплены на местных бюджетами для обеспечения самокупаемости и финансирования всех расходов на территории объединенной территориальной общины.

Ключевые слова: децентрализация, территориальная община, реформа местного самоуправления, местные бюджеты, местные налоги, финансовая децентрализация.

The article examines the reformation process through the prism of local government finance in Ukraine. The purpose of the article is to explore the directions of improving the financial decentralization of local self-government in modern conditions. A special place in these processes is given to the financial system of the country, where the financial resources of the country are formed, distributed and used. The financial system develops according to its rules developed over millennia, and its functioning is regulated by laws and various regulations. The main priorities of the financial system of Ukraine on socio-economic processes in society are to provide all subjects of financial relations with sufficient financial resources they need to fully perform their functions and tasks, ensure economic power, overcome poverty, improve welfare, and reduce unemployment. Economics considers the financial mechanism as a means of implementing the principles of financial policy of the state in all parts of the financial system through specific forms, methods, levers and tools. Features of the functioning of these components of the financial mechanism depend on the organization of financial relations in each link of the financial system. Approaches to the essence and features of the functioning of the financial system are disclosed. The need for decentralization, in particular financial, is not in doubt, since only citizens can effectively manage public resources. The main advantage of decentralization is the participation of citizens in solving local problems by creating united territorial communities, starting with the formation of local government, empowering it, adopting a plan for the strategic development of society and exercising control over the actions of the government, in accordance with the strategic plan. Financial decentralization and self-sufficiency of the budgets of territorial communities is a defining prerequisite for the dynamic development of the national economy. Therefore, financial decentralization in Ukraine should be aimed at replenishing local budgets, the costs of which should be aimed at solving local problems.

Key words: decentralization, territorial community, local government reform, local budgets, local taxes, financial decentralization.

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси в Україні зумовлюють необхідність посилення впливу фінансових важелів та інструментів на функціонування економіки й соціальної сфери, що здійснюватиме прискорення темпів соціально-економічного розвитку суспільства та зростання добробуту громадян.

Особливе місце у цих процесах відведено фінансовій системі країни, де формуються, розподіляються та використовуються фінансові ресурси країни. Фінансова система розвивається за своїми правилами, напрацьованими упродовж тисячоліть, а її функціонування регулюється законами та різними нормативними актами. Основними пріоритетами впливу фінансової системи України на соціально-економічні процеси у суспільстві є забезпечення всіх суб'єктів фінансових відносин достатнім обсягом фінансових ресурсів, які їм потрібні для повноцінного виконання своїх функцій і завдань, забезпечення економічної могутності країни, подолання бідності, покращення добробуту населення, зниження безробіття.

Реалізація цих та інших завдань вимагає подальшого розвитку фінансового механізму у кожній ланці фінансової системи, спрямування усіх складових частин фінансового механізму на досягнення високих результатів економічного зростання. Саме тому актуалізується доцільність поглиблення наукових досліджень з питань розвитку фінансового механізму в умовах реформування фінансової системи України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-методологічні підходи до визначення напрямів розвитку видів, форм, методів, інструментів та важелів фінансового механізму, їхнього впливу на якість функціонування фінансової системи України розробили такі українські вчені, як М. Аргус, Л. Безгубенко, В. Базилевич, О. Василік, О. Долгальова, С. Мочерний, Ю. Кирилов, О. Кириленко, В. Коваленко, О. Коваленко, С. Ковальчук, О. Ковалюк, М. Крупка, В. Кудряшов, Д. Клиновий, І. Петровська, Л. Потравка, О. Романенко, В. Федосов, С. Юрій, П. Юхименко [2]. Напрями практичного використання складових частин фінансового механізму у процесі управління фінансовою системою держави визначені Бюджетним [1] та іншими кодексами України, законами України та іншими нормативними актами, серед яких особливе місце посідає Стратегія реформування системи управління державними фінансами [7].

Однак, незважаючи на великий науковий і практичний інтерес до питань ролі фінансового механізму у функціонуванні фінансової системи України, досі не сформовано комплексний підхід, який дасть змогу достовірно оцінити кількісні та якісні параметри впливу напрямів розвитку окремих складових частин фінансового механізму на процес реформування фінансової системи України й підвищення ефективності її функціонування.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження напрямів удосконалення фінансової децентралізації місцевого самоврядування у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Економічна наука розглядає фінансовий механізм як засіб реалізації засад фінансової політики держави в усіх ланках фінансової системи за допомогою специфічних форм, методів, важелів та інструментів. Особливості функціонування цих складових частин фінансового механізму залежать від організації фінансових відносин у кожній ланці фінансової системи [4, с. 142].

Фінансова система є складовою частиною економічної системи суспільства й належить до систем інтеграційного типу, які можна характеризувати тісною взаємодією всіх тих елементів, що входять до неї у вигляді підсистем, а також тим, що жодна з цих підсистем не може існувати самостійно. Це обумовлено тим, що фінанси, з одного боку, відображають частину економічних відносин, тому є елементами економічної системи, а з іншого боку, являють собою самостійну специфічну систему, яка складається зі взаємопов'язаних елементів, що мають загальні функціональні властивості [2, с. 60]. Місце, роль і значення окремо взятих елементів фінансової системи різняться між собою. Так, наприклад, головний елемент посідає провідне місце серед інших елементів системи, оскільки його роль і місце серед усіх інших елементів і ланок системи є визначальними. Таким елементом у фінансовій системі суспільства, без сумніву, є загальнодержавні фінанси, центральним елементом яких є державний бюджет.

Цей головний елемент тісно взаємодіє з усіма іншими елементами фінансової системи, які формуються під впливом первинного елементу та одночасно самі впливають на нього. Така взаємодія відбувається на основі тісних зв'язків елементів та їх ланок, які в ринковому суспільстві підпорядковуються законам ринкової економіки [5, с. 164].

Нині Україна проводить низку реформ, спрямованих на розширення повноважень територіальних громад, їх органів і посадових осіб місцевого самоврядування. Це сприятиме перетворенню централізації влади в державі на її децентралізацію (передання влади, повноважень, грошей, власності та відповідальності місцевим громадам та їх органам). Ускладнення фінансово-економічної ситуації в країні спричинено підвищенням повноважень громад у контексті формування та діяльності органів місцевого самоврядування, зокрема щодо створення місцевими жителями територіальних громад як суб'єктів господарювання, а також органів місцевої влади як структурних підрозділів цього суб'єкта господарювання [6, с. 26].

Варто зауважити, що фундаментальні зміни, що відбулися внаслідок проведення реформи, передбачали не лише значне збільшення обсягів ресурсів місцевого самоврядування та джерел їх надходжень, а передусім розвиток системи управління місцевими бюджетами. Нововведення насамперед стосуються розширення повноважень органів місцевого самоврядування у сфері управління місцевими фінансами, збільшення їх відповідальності перед громадами за виконання бюджетних програм та розвиток територій [3, с. 9]. Завдяки цьому особливої важливості набувають питання планування бюджетів на місцях, визначення довгострокових цілей розвитку та джерел їх забезпечення. Організація економічного розвитку та співробітництва (ОЕСР) надає такі рекомендації, що визначають підходи до планування місцевих бюджетів [6, с. 27]:

- тісне узгодження бюджетів зі стратегічними пріоритетами органів влади;

- сприяння цілісності та якості бюджетних прогнозів, фінансових планів та виконання бюджету через сувору гарантію якості, включаючи незалежний аудит;
- дотримання чітких, достовірних і передбачуваних обмежень фінансової політики;
- розроблення структури інвестиційної складової частини бюджету, яка відповідає потребам розвитку;
- забезпечення відкритості, прозорості та доступності бюджетних документів і даних;
- забезпечення інклюзивних, активних і реалістичних дебатів щодо бюджету;
- створення умов, за яких невід'ємною частиною бюджетного процесу є оцінювання співвідношення ціни та якості.

Реформа децентралізації вийшла на такий етап, коли кількісні показники мають конвертуватися у нову якість, а саме нову якість надання послуг, нову якість життя. Реформа має просуватися вглиб, отже, основним її завданням є її секторальне просування в освіті, медицині, сфері безпеки, земельних відносинах.

Разом зі значними досягненнями у проведенні реформи досі залишається низка таких проблем, що гальмують процес децентралізації в Україні [8, с. 86]:

- відсутність системного зв'язку бюджетів ОТГ з комплексом пріоритетів соціально-економічного розвитку (у значній частині громад відсутні плани реалізації цілей стратегічного розвитку, вони обмежуються виключно річними програмами соціально-економічного розвитку, на основі яких формуються бюджети [3, с. 12]);
- дуже низький рівень залучення громадськості у бюджетний процес ОТГ (діалог між органами влади ОТГ і громадянами у сфері бюджетного планування нерідко дуже обмежений, зокрема через недосконалість інформування й недоліки консультування [6, с. 29]);
- неузгодженість між зобов'язаннями ОТГ за видатками та їх джерелами й обсягами фінансування (значна частина новостворених ОТГ досі залишається дотаційною через слабкий економічний розвиток певних територій і, відповідно, відсутність стабільних джерел бюджетних надходжень).

Потреба в децентралізації, зокрема фінансовій, не викликає заперечень, оскільки лише громадяни-власники можуть ефективно керувати значними ресурсами держави в інтересах громадськості. Головною перевагою децентралізації є залучення громадян до вирішення місцевих проблем шляхом створення об'єднаних територіальних громад від формування місцевої влади, наділення її повноваженнями, прийняття плану стратегічного розвитку громади та здійснення контролю за діями влади відповідно до стратегічного плану.

Усі питання місцевого значення слід вирішувати коштом місцевого бюджету з використанням трансфертів із центрального бюджету. З огляду на це завданням місцевої влади має бути самозабезпечення громад шляхом надходження доходів від експлуатації комунального майна та прибутку комунальних підприємств, а також місцевих податків. На нашу думку, це сприятиме послабленню податкового навантаження, трансформації в привабливішу підприємницьку екосистему, що створить нові бізнес-можливості для членів територіальних громад.

Питання про структуру й джерела доходів місцевого самоврядування, а також напрями бюджетних витрат слід вирішувати територіальним громадам шляхом прийняття та здійснення контролю за виконанням стратегічного плану розвитку громади. З огляду на це всі питання місцевого значення, тобто питання розвитку та життєзабезпечення місцевих громад, є насамперед обов'язком громади.

Висновки. Фінансова децентралізація та самодостатність бюджетів територіальних громад є визначальними передумовами динамічного розвитку національної економіки, тому трансформація філософії бюджетної політики, податкової політики

держави, методології та стратегії оптимізації місцевої податкової політики в Україні має бути спрямована на те, щоб територіальні громади завдяки власному розвитку сприяли надходженням до місцевого бюджету, зокрема податковим, які закріплені за місцевими бюджетами для забезпечення самоокупності та фінансування всіх видатків на території об'єднаної територіальної громади.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України : Кодекс України ; Закон, Кодекс від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення: 01.11.2020).
2. Дем'янишин В., Лободина З. Розвиток фінансового механізму в умовах реформування фінансової системи України. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2020. Вип. 43. С. 59–80.
3. Кнейслер О., Спасів Н., Кізіма Т. Фінанси об'єднаних територіальних громад у фінансовій системі України. *Світ фінансів*. 2020. № 1 (62). С. 8–19.
4. Малахов М. Моніторинг місцевих податків і зборів до місцевих бюджетів України. *Сучасний стан та перспективи розвитку фінансової системи України* : збірник наукових праць ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. С. 142–148.
5. Матвієнко Є. Формування місцевих бюджетів як фінансової бази місцевого самоврядування. *Науково-практичне забезпечення надання публічних послуг в умовах децентралізації* : збірник матеріалів доповідей та тез ІІІ Всеукраїнської інтернет-конференції, Київ, 15 квітня 2020 року / заг. ред. Р. Войтович, П. Ворона. Київ : ТОВ Видавничий дім «АртЕк», 2020. С. 163–165.
6. Моргун В. Удосконалення фінансової основи місцевого самоврядування в контексті децентралізації, реалізації бюджетної та податкової політики держави. *Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ*. 2020. Т. 19. № 1. С. 25–32.
7. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України ; Стратегія від 8 лютого 2017 року № 142-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-p#Text> (дата звернення: 01.11.2020).
8. Степанюк А. Роль фінансової децентралізації в управлінні системою фінансів місцевого самоврядування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 83–87.
9. Kurylov Y., Yarovoy V. State regulation and support of tourism services in the rural regions in accordance with European requirements. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. V. 4 No. 4. P. 188–193.
10. Потравка Л. Синергетична парадигма публічного управління. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. URL: <http://global-national.in.ua/issueve-22-2018> (дата звернення: 01.11.2020).
11. Долгальова О. The scientific basis for the sustainable development of regional economy. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 1 (24). С. 353–360.

References:

1. Biudzhetyj kodeks Ukrainy : Kodeks Ukrainy; [Budget Code of Ukraine: Code of Ukraine] Zakon, Kodeks vid 08.07.2010 № 2456-VI. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (accessed 01 November 2020).
2. Dem'ianyshyn V., Lobodina Z. (2020) Rozvytok finansovoho mekhanizmu v umovakh reformuvannya finansovoi systemy Ukrainy [Development of the financial mechanism in the minds of the reform of the financial system of Ukraine]. *Formuvannia rynkovoi ekonomiky v Ukraini*. vol. 43, pp. 59–80.
3. Knejsler O., Spasiv N., Kizyma T. (2020) Finansy ob'iednanykh terytorial'nykh hromad u finansovij systemi Ukrainy [Finance about the same territorial communities at the financial system of Ukraine]. *Svit finansiv*. no. 1 (62), pp. 8–19.
4. Malakhov M. (2020) Monitorynh mistsevykh podatktiv i zboriv do mistsevykh biudzhetiv Ukrainy [Monitoring of monthly taxes and payments to the budget of Ukraine]. *Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku finansovoi systemy Ukrainy*: zbirnyk naukovykh prats' IX Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii. Vinnytsia: Redaktsijno-vydavnychjy viddil VTEI KNTEU. Pp. 142–148.
5. Matviienko Ye. (2020) Formuvannia mistsevykh biudzhetiv iak finansovoi bazy mistsevoho samovriaduvannia [Formation of mice budgets as a financial basis of mice samovryvannia]. Procee-

dings of the *III Vseukrainska internetkonferentsiya* (Ukraine, Kyiv, 15 April, 2020) (eds. Vojtovych R., Vorony P.). Kyiv: TOV Vydavnychyj dim "ArtEk", pp. 163–165.

6. Morhun V. (2020) Udoskonalennia finansovoi osnovy mistsevoho samovriaduvannia v konteksti detsentralizatsii, realizatsii biudzhetnoi ta podatkovoi polityky derzhavy [Adequate financial basis of micro-self-production in the context of decentralization, implementation of the budgetary and tax policy of the state]. *Yurydychnyj chasopys Natsional'noi akademii vnutrishnikh sprav*, vol. 19, no. 1, pp. 25–32.

7. Pro skhvalennia Stratehii reformuvannia systemy upravlinnia derzhavnymy finansamy na 2017–2020 roky: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy; [About the Strategy Reform of the System and Management of State Finances for 2017–2020 Rocks: Order of the Cabinet of the Ministry of Finance of Ukraine]. Stratehiia vid 08.02.2017 № 142-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-r#Text> (accessed 01 November 2020).

8. Stepaniuk A. (2020) Rol' finansovoi detsentralizatsii v upravlinni systemoiu finansiv mistsevoho samovriaduvannia [The role of financial decentralization in the management of the financial system of micro-self-assembly]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 3, pp. 83–87.

9. Kyrylov Y., Yarovoy V. (2018) State regulation and support of tourism services in the rural regions in accordance with European requirements. *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4, no. 4, pp. 188–193.

10. Potravka L. (2018) Cynerhetychna paradyhma publichnoho upravlinnia [The synergetic paradigm of public administration]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, no. 22. Available at: <http://global-national.in.ua/issueve-22-2018> Text (accessed 01 November 2020).

11. Dolhal'ova O. (2018) The scientific basis for the sustainable development of regional economy. *Finansovo-kredytna diial'nist': problemy teorii ta praktyky*, vol. 1 (24), pp. 353–360.

УДК 530.341.1.332.1(447)

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.5>**Зварич І.Т.**

доктор політичних наук, професор,
професор кафедри менеджменту і маркетингу,
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

Зварич О.І.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

Zvarych Igor, Zvarych Olena

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

МЕХАНІЗМ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

MECHANISM OF INVESTMENT DEVELOPMENT OF THE REGION

У цій науковій розвідці розглянуто механізм інвестиційного розвитку у системі соціально-економічної та культурної розбудови регіону. При цьому обґрунтовано, що активна інвестиційно-інноваційна діяльність є важливою умовою ринкових стосунків у вітчизняних регіонах, а це вимагає удосконалення і кардинальної перебудови управління нею на макро-, мезо- та мікро-рівнях. Одночасно найважливіше завдання регіональної інвестиційно-інноваційної політики – це безумовне забезпечення комплексного соціально-економічного і культурного розвитку території, а вихідні напрямки її розробки – насамперед формування її відповідної критеріальної основи та встановлення цільової спрямованості, подальше зміцнення будівельного комплексу, визначення механізму і структури менеджменту інвестиційної діяльності та формування і розвиток її нормативно-правового забезпечення. Водночас винятково важливо, щоби відповідні регіональні та місцеві державні органи влади і управління належно використовували усі свої можливості у здійсненні усіх форм як прямого, так і опосередкованого цілеспрямованого впливу на стан вітчизняного ринку інвестиційних ресурсів, що є особливо важливим в сучасних умовах цілком виправданих євроінтеграційних устремлень України.

Ключові слова: інвестиції, інновації, державна регіональна інвестиційна політика та інвестиційна стратегія і управління інвестиціями у регіоні.

Одна из наиболее характерных особенностей современного этапа развития экономики Украины – качественно новая роль регионов, которая базируется на обоснованном перераспределении важнейших полномочий, особенно в сфере соответствующих прав и надлежащей компетенции при решении различных вопросов их социально-экономического развития. Поэтому ключевое задание региональной инвестиционной политики – обеспечение комплексного характера этого процесса. А исходными направлениями её разработки в регионах есть прежде всего формирование её критериальной основы, определение целевой направленности механизма и структуры управления региональной инвестиционной сферой, укрепление экономической базы строительного комплекса, формирование и развитие соответствующего нормативно-правового обеспечения инвестиционной деятельности. При этом обоснование региональной инвестиционной политики выходит из определения её экономической сущности, структуры и форм её осуществления и прогнозирования возможностей эффективного инвестирования в соответствии с поставленными целями. Таким образом, инвестиционный потенциал региона – это сумма предпосылок относительно инвестиций, зависящих от наличия и разнообразия сфер и объектов инвестирования и их основных экономических характеристик. Другой составляющей – инвестиционным риском – характеризуется вероятность потери инвестиций и дохода от них. Одновременно определяющая цель региональной инвестиционной политики – обеспечение комплексного экономического развития территории, а исходное направление её разработки –

формирование её надлежащей критериальной основы и установление целевой направленности и соответствующих механизма и структуры управления инвестиционной сферой, формирование и развитие надлежащего нормативно-правового обеспечения инвестиционной деятельности, главным образом в региональном контексте, что особенно важно в современных условиях неустанных евроинтеграционных устремлений Украины.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, государственная региональная инвестиционная политика, инвестиционная стратегия, управление инвестициями в регионе.

One of the most characteristic features of the current stage of Ukraine's economy is a qualitatively new role of the regions, which is based on the redistribution of important powers, especially in the field of rights and competence in addressing their socio-economic and cultural development. Therefore, the key task of regional investment policy is to ensure the comprehensive nature of this process. And the initial directions of its development in domestic regions are the formation of its criterion basis, determination of the target orientation, the mechanism and structure of investment sphere management, strengthening the economic base of the construction complex, the formation and development of the regulatory-legal support of the investment activities. The rationale of the regional investment policy is based on determining its economic essence, structure and forms of its implementation and forecasting opportunities for effective investments in accordance with the objectives therefore the investment potential of the region is determined by the sum of objective prerequisites for investment, which depend on the availability and diver-situ of areas and objects of investment, their main economic characteristics. Quantitatively, it consists of macro-economic indicators that the territory with the following factors of production: natural and labour resources, fixed assets and facilities, social, engineering and other infrastructures, etc. The second component – investment risk is by the probability of investment loss and income from them. But the main value of this index – the decision to invest in the project, sector, region or country. And one of the most important components of investment risk is the legal conditions of investment. In addition, the specifics of Ukraine are determined primarily by the national legislative background, which changes slightly under the influence of regional regulations governing investment and innovation activities in the region. At the same time, the defining task of regional investment policy is to ensure integrated socio-economic and cultural development of the territory, and the initial directions of investment policy development are the formation of its criterion basis and the establishment of target orientation, determination of the mechanism and structure of investment sphere management, strengthening of the economic base of the construction complex, formation and development of normative-legal provision investment activity. Further-more, Ukraine legislation generally defines favourable opportunities for investment in areas and the procedure for using various factors of production – components of the achieved investment and innovation potential within a certain administration territory. The main investors who invest their own, external funds in various regional and local programs to ensure integrated socio-economic and cultural development of the region may be bodies authorized by the government to manage state and municipal property or dispose of relevant property rights; organizations, enterprises, business associations and public organizations and other legal entities of all forms of owner-ship; international, foreign legal entities; individuals – citizens of Ukraine and various foreign states. Simultaneously, regional and local authorities and administration have the opportunity to exercise various forms of direct and indirect influence on the current state of the domestic market of investment resources, which is especially important in the current conditions of European integration aspirations of Ukraine.

Key words: investments, innovations, state regional investment policy and investment strategy, investment management in the region.

Постановка проблеми. Відомо, що однією із найбільш характерних особливостей сучасного етапу розвитку економіки України є якісно нова роль регіонів, яка ґрунтується на перерозподілі найважливіших повноважень, особливо у сфері прав та компетенції при вирішенні питань їх соціально-економічного і культурного розвитку. Тому ключовим завданням регіональної інвестиційної політики є забезпечення комплексного характеру цього процесу. А вихідними напрямками її розробки у вітчизняних регіонах є передовсім формування її належної критеріальної основи, визначення цільової спрямованості та механізму і структури управління інвестиційною сферою,

зміцнення економічної бази будівельного комплексу, формування та розвиток нормативно-правового забезпечення інвестиційної діяльності. Водночас обґрунтування регіональної інвестиційної політики виходить із визначення її економічної сутності, структури і форм її здійснення та прогнозування можливостей ефективного інвестування відповідно до поставлених цілей. Її ж результативність визначається насамперед загальноекономічною ефективністю інвестуванні із врахуванням соціальної спрямованості інвестиційної діяльності. Посилення її загальної економічної ефективності дає змогу підвищити значення економічного і соціального чинників у процесі реалізації інвестиційної політики, а забезпечення узгодженості економічного та соціального блоків за її здійснення теж відноситься до її найважливіших завдань у рамках території. До цього ж можливість залучення відповідних фінансових ресурсів у регіон визначається рівнем його інвестиційної привабливості або ж, іншими словами, сформованим у регіоні інвестиційно-інноваційним кліматом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На нашу думку, наводити окремі праці щодо інвестиційного розвитку регіону із їх широкого загалу, які давно увійшли у вітчизняний науковий простір, що активно поповнюється особливо останнім часом, потреби немає. Одночасно варто звернути увагу на праці Антонюк Л.Л., Боднарчука В.Д., Гончаренка М.Ф., Доценка О.Ю., Кисельової В.В., Колоколова В.А., Комеліної О.В., Колосничиної М.Г., Крупка М.І., Кузнецова А.Я., Лапка О.О., Опаріна В.М., Онищенко В.М., Паєнтко Т.В., Поручника А.М., Федосова В.М., Швадій К.І., Юрія С.І. [1–13]. Проте, відчутна динамічність цих процесів у часі спонукає до їхніх подальших системних досліджень, що і є завданням цієї наукової розвідки. Водночас все ще недостатньо вивченими так і залишаються питання класифікації різних об'єктів регіональних та локальних (місцевих) інвестиційних програм і аналізу основних результатів проведення у різних регіонах України інвестиційних конкурсів, розробки відповідних схем ефективного менеджменту інвестиційної діяльності, зокрема, на рівні окремих територій, та низка інших.

Формулювання цілей статті. Із врахуванням наведеного головною метою цієї статті є встановлення класифікації об'єктів інвестиційних програм, аналіз основних результатів проведення в Україні інвестиційних конкурсів, розробка і обґрунтування відповідних схем ефективного менеджменту інвестиційної діяльності, у тому числі на рівні окремих територій, та інші.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційний клімат регіону складається із його об'єктивних можливостей – інвестиційного потенціалу, умов діяльності інвестора і рівня інвестиційного розвитку. Ці два показники є настільки взаємопов'язаними, що від'ємне значення одного із них автоматично перетворює територію у непривабливу із позицій інвестиційної діяльності. Тож, інвестиційний потенціал регіону визначається сумою об'єктивних передумов відносно інвестицій, які залежать від наявності та різноманітності сфер і об'єктів інвестування та від їх основних економічних характеристик. Кількісно він складається із різних макроекономічних показників, що характеризують території такими чинниками виробництва: природними і трудовими ресурсами та виробничими основними засобами і потужностями, соціальною, інженерною та іншими інфраструктурами тощо.

Другою складовою – інвестиційним ризиком – характеризується ймовірність втрати інвестицій і доходу від них. А основне значення цього показника – це рішення про вкладення коштів у проект, галузь, регіон чи державу. Ризик є умовою правил гри на інвестиційному ринку. При цьому вони можуть істотно змінюватись у залежності від економічної ситуації. По суті ризик – характеристика якісна, яка залежить від політичної, соціальної, економічної, екологічної, криміногенної ситуацій. А однією із головних складових інвестиційного ризику є законодавчі умови інвестування. До цього ж специфіка сучасної України визначається передовсім загальнодержавним

законодавством, яке незначно змінюється і під впливом регіональних нормативно-правових актів, які регулюють інвестиційно-інноваційну діяльність у регіоні.

Українське законодавство встановлює загалом сприятливі можливості інвестування у ті або ж інші сфери та порядок належного використання різних чинників виробництва – складових інвестиційного потенціалу території [14–19]. Його здебільшого оцінюють за такими основними параметрами:

- *ресурсно-сировинний*, що визначається як середньозважена забезпеченість балансовими запасами основних видів відповідних природних ресурсів;
- *виробничий* – сумарний результат господарської діяльності населення;
- *споживчий* – сукупна купівельна спроможність мешканців території;
- *інфраструктурний* – економіко-географічне положення відповідного регіону і його соціальне, інженерно-інфраструктурне та інше облаштування;
- *інтелектуальний* – наявність різних науково-дослідних і навчальних закладів та досягнутий на певний час стан їхньої матеріально-технічної бази;
- *інноваційний* – отримані результати від впровадження у безпосередню діяльність відповідних досягнень сучасного науково-технічного прогресу;
- *комерційний* – рівень розвитку певних структур ринкової економіки.

Інвестиційні ризики визначаються системою різних показників. *Економічний* характеризує тенденції в економічному розвитку території. Він буває майновим (тобто, зводиться до загрози втрати прибутку і майна) та немайновим (зокрема, ризик недобросовісного партнерства). Крім цього, майновий ризик поділяють на фінансово-фіксований і комерційний. *Фінансово-фіксований* пов'язується із абсолютним переважанням кредитних угод із короткими термінами чи фіксованою плаваючою відсотковою ставкою, яку фінансові інститути, які діють у регіоні, відповідно до кредитної угоди можуть змінювати без узгодження із позичальником у зв'язку із низькою платіжною дисципліною і довготривалими розрахунками. Натомість, *комерційний* визначається непередбачуваністю у застосуванні певного рівня закупівельних цін, непомірним зростанням витрат обігу і витратами при зберіганні та транспортуванні продукції. *Політичний* характеризують насамперед поляризацією політичних поглядів населення за результатами останніх виборів або ж соціологічних опитувань. Він може проявлятися у ключових напрямках адміністративно-господарської діяльності у випадку: націоналізації, експропріації без адекватної компенсації; відповідного трансферту, який пов'язаний із можливими обмеженнями конвертування валюти; розірвання укладених контрактів через дії влади того регіону, у якому знаходиться компанія-контрагент; війни і громадські безпорядки. *Соціальний*, визначальною характеристикою якого вважаються причини загострення соціальної напруги у регіоні. *Екологічний*, що найбільш повно характеризує стан забруднення навколишнього природного середовища. *Кримінальний*, який детермінується рівнем злочинності у регіоні (із врахуванням тяжкості різних злочинів та досягнутої ефективності роботи відповідних органів правопорядку території стосовно її нормативно-правового, у тому числі законодавчого унормування таких процесів) [20–21].

Основними інвесторами, якими здійснюються вкладення власних, запозичених і залучених коштів у регіональні програми щодо забезпечення комплексного соціально-економічного розвитку регіону, можуть бути [15]:

- органи, які уповноважені відповідними державними чи комунальними структурами здійснювати системне управління різним державним та комунальним майном або ж розпоряджатись і відповідними майновими правами;
- різні організації та підприємства і підприємницькі об'єднання та громадські організації та інші юридичні особи незалежно від форм їх власності;
- відповідні міжнародні організації чи іноземні юридичні особи;
- фізичні особи – громадяни України і різних іноземних країн.

Замовниками – інвестори, інші фізичні та юридичні особи, які уповноважуються інвесторами здійснювати реалізацію інвестиційних проєктів із будівництва окремих об'єктів і комплексів. У зв'язку з цим слід особливо зауважити, що капітальні вкладення, які необхідні для реалізації регіональних інвестиційних програм, можуть фінансуватись із таких джерел: власних фінансових (інвестиційних) ресурсів та внутрігосподарських резервів інвестора: прибутку, амортизаційних відрахувань, грошових накопичень, заощаджень юридичних осіб і окремих громадян; коштів, що виплачуються органами страхування у вигляді відшкодування втрат від аварій, стихійних та інших негараздів; залучених фінансових засобів інвесторів: коштів, які одержані від продажу акцій, пайових та інших внесків працівників, громадян і юридичних осіб; фінансових засобів, що надходять шляхом централізації об'єднаннями (спілками) підприємств у встановленому порядку; різних небюджетних фондів; коштів бюджету, які надаються на безповоротній та поворотній основах, і регіональних або інших місцевих бюджетів; іноземних інвестицій [20–21].

Фінансування капітальних вкладень у будівництво та об'єкти може здійснюватись як з одного, так і з декількох різних джерел. Одночасно із цим фінансування державних централізованих капіталовкладень за кошти державного бюджету на безповоротній основі здійснюється у відповідності із затвердженим переліком різних будов і об'єктів для загальнодержавних потреб за відсутності інших джерел чи за державними програмами будівництва пріоритетних об'єктів різного виробничого призначення за максимального залучення власних, запозичених та інших обсягів інвестиційних коштів.

Таким чином, інвестиційна політика території має реалізовуватись насамперед шляхом розробки і здійснення інвестиційних проєктів, що зазвичай групуються у систему інвестиційних програм, формуються на підґрунті розробки пріоритетів соціально-економічного і культурного розвитку регіону з врахуванням можливостей формування фінансової бази та її реалізації. Водночас активність потенційних інвесторів значною мірою залежить від інвестиційної привабливості об'єктів, які включаються в регіональну інвестиційну програму. Виходячи із цього, є можливість визначити основні сектори ринку капіталів і нерухомості кожної території. У загальному ж плані об'єкти інвестиційної програми можуть бути розділені на таких дві основні групи:

1) якими надається можливість одержати високу норму прибутку у процесі їхньої відповідної експлуатації. Тут традиційними складовими є: рента (орендна плата від експлуатації), прибуток у разі самостійної експлуатації та від реалізації на вільному ринку нерухомості, отримані відсотки за іпотечні кредити, що видані та обслуговуються відповідною іпотечною компанією;

2) з низькою рентабельністю і навіть збиткові, які мають при цьому велике соціально-економічне значення та потрібні для життєзабезпечення регіону [20–21].

Для інвестора щонайважливішим є визначення форми власності майбутніх об'єктів. Це означає, що фінансове забезпечення інвестиційних програм повинне враховувати аспекти створення різних форм власності, а це вимагає залучення різних джерел для покриття вкладених коштів. Відтак, усі основні проблеми і завдання у сфері інвестування соціально-економічної та культурної розбудови різних регіонів України спричинені їхнім економічним станом і динамікою розвитку за попередні роки та вибором основних напрямків і пріоритетів на найближчу та й на більш віддалену перспективу і відповідними розрахунками усіх матеріальних, фінансових та інших ресурсів [23].

Принцип і структура управління інвестиційною діяльністю у регіоні. Активна інвестиційна та інноваційна діяльність є важливою умовою ринкових стосунків у регіонах. Це вимагає удосконалення і кардинальної перебудови управління нею на макро-, мезо- та мікрорівнях. Передовсім слід уточнити принципи управління інвестиційною діяльністю у регіоні. Такими вважають правила, положення і висновки, які впливають із об'єктивних законів розподілу суспільної праці та відображають

щонайбільш усталені відносини між об'єктом і суб'єктом управління, що включають увесь цикл – від процесу капіталовкладень, їх концентрації у інвесторів (чи у замовників), обґрунтування напрямків використання, процесу освоєння інвестицій (забудова різних об'єктів та їхнє освоєння), повернення інвесторам усіх вкладених ними коштів аж до одержання відповідного прибутку. Одночасно така діяльність розглядається як підприємницька справа, отже, як така, яка здійснюється заради прибутку. Треба зазначити, що інвестиційні кошти (інвестиції) є сукупністю тих витрат, які вкладаються у розвиток господарства регіону або ж його окремих галузей. Водночас саме капітал є одним із основних елементів суспільного багатства і у сучасній економічній теорії визначається як той ресурс, що створюється для виробництва все більшої кількості необхідних суспільству різноманітних благ. Їхнє циклічне функціонування можна зобразити так:

1) виконання деталізованих розрахунків, які безпосередньо пов'язуються із систематичним вивченням попиту та пропозиції на необхідні кошти;

2) аналітична і виконавська робота, яка спричинена багатоваріантними інженерними розрахунками та їх техніко-економічним обґрунтуванням і пошуком відповідних об'єктно-планових та конструкторських рішень і різних організаційних чи технологічних схем і економічних та інших розрахунків;

3) системна адміністративно-оформлювальна робота з укладення відповідних контрактів або ж інших подальших, які їх належно деталізують, угод;

4) належні підготовчі, будівельні, будівельно-монтажні та різні оздоблювальні роботи, що пов'язані із пуском і освоєнням різноманітних об'єктів.

Відповідно, процес формування капіталовкладень включає у себе різні стадії – від їх формування до одержання прибутку (або соціального ефекту) у результаті введених у дію за рахунок цих капіталовкладень об'єктів. Із врахуванням цього управління інвестиційною діяльністю у ринкових умовах найдоцільніше здійснювати за визначеними принципами, навколо яких тривають суперечки, а інколи – і гострі дискусії. Одночасно чи не найбільш важливим принципом менеджменту інвестиційної діяльності є цільовий. Як відомо, серед її основних цілей – одержання прибутку та соціальний розвиток колективу і соціальний ефект для регіону, забезпечення населення потрібною продукцією та послугами. Тобто, інвестиційна діяльність спрямовується на задоволення не тільки особистих, приватних, а і суспільних інтересів. Важливо підкреслити, що такий підхід є загалом нетиповим для більшості сучасних вітчизняних підприємців, хоч він найкраще відповідає довготерміновим, розрахованим і на перспективу, інтересам не лише усього суспільства, а і окремого прошарку підприємців, інвесторів, замовників, акціонерів тощо. Тож, цільовий принцип управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні відображається за формування інвестиційної програми із відокремленням регіонального замовлення. Її розробку та реалізацію спрямовують на забезпечення комплексного соціально-економічного і культурного розвитку регіону, створення відповідних соціально-побутових, культурних та екологічно безпечних умов проживання населення. Отже, виділення регіонального замовлення в окремий підрозділ інвестиційної програми спричинене цілою низкою важливих обставин, найважливіші серед яких характеризуються: особливою роллю територіальних органів менеджменту у відповідних процесах розробки такої місцевої цільової інвестиційної програми; специфікою формування її належної фінансової бази; пріоритетним положенням основних об'єктів соціальної сфери у регіональній будівельній програмі, яка розробляється у кожній із адміністративних територій вітчизняних регіонів.

У зв'язку із цим така пріоритетність і є одним із найголовніших принципів управління інвестиційною діяльністю, який потрібно враховувати на усіх його стадіях, особливо у випадку формування відповідного регіонального замовлення. На сучасному етапі менеджмент інвестиційної діяльності у регіоні визначається головним чином

саме структурою акціонерного капіталу, що показує, якою групою акціонерів контролюється підприємство (ними можуть бути трудовий колектив, адміністрація та консолідовані власники крупних пакетів акцій). Відтак, можна виділити три таких категорії контролю і три форми управління. Повний контроль над підприємством, коли контрольний пакет акцій належить певній групі акціонерів (50% плюс одна акція), до того ж консолідована блокуюча меншість (більше 25% акцій) відсутня. Домінуючий: контрольний пакет акцій також знаходиться у групі акціонерів, однак, на відміну від першого варіанта, утворюється консолідована блокуюча меншість. Переважаючий контроль у акціонерному товаристві має місце у разі рівномірного розподілу акцій між різними групами акціонерів. Поряд з потребою належного документального закріплення розмежування прав власності одним із критеріїв розподілу об'єктів регіональної інвестиційної програми між її різними частинами може стати застосування соціальних норм і нормативів. Тож, за визначення різних етапів розвитку економіки територій таке їхнє функціональне призначення фактично складається стосовно величини фінансових виплат, субсидій та компенсацій для задоволення соціальних потреб населення. Найдосконаліше такий механізм розроблено у житловому будівництві, хоч його варто розповсюджувати і на визначення фінансових витрат в усіх інших галузях соціальної сфери, у яких мінімальний обсяг соціальних послуг, особливо для різних соціально незахищених верств населення, повинен бути профінансований за кошти як регіонів, так і промислових підприємств, які розташовані на їхній території. Розрахований відповідно такого підходу обсяг ресурсів складатиме фонд гарантованих інвестицій у розвиток соціальної інфраструктури. А це означає, що певна частка фінансових внесків і визначає пропорції та розподіл об'єктів інвестиційних програми, як і розбудови територіальної соціальної інфраструктури [20–21].

При проведенні приватизації в Україні набули найширшого розповсюдження інвестиційні конкурси, які проводяться у різних регіонах держави. Вкладення спрямовуються у різні галузі економіки та інвестиційні програми. Привабливими із цієї позиції є насамперед нафтогазова, електроенергетична промисловість, зв'язок, кольорова і чорна металургія, більш сприйнятливі до таких інвестицій – металургія, легка промисловість та індустрія будівельних матеріалів. Водночас сьогодні в Україні і у її регіонах все ще стоїть питання пошуку відповідних шляхів залучення внутрішніх інвестицій в економіку, зокрема, із використанням ринку цінних паперів. А однією із необхідних умов довіри до фондового ринку, як відомо, суттєво підірваною «пірамідалною» діяльністю багатьох комерційних структур, що виникали і за потурання певних державних владних органів, є більш жорстке державне (нормативно-правове) регулювання цього ринку із використанням законодавчої бази. Відтак, важливий крок у цьому напрямку було зроблено завдяки прийняттю Закону України від 16.01.2013 року № 436-IV та введенню в дію із 01.01.2004 року нового Господарського кодексу України [15] і деяких інших супутніх йому законодавчих актів, що було за своєю суттю своєрідною революцією, адже у сучасній практиці правового регулювання економіки відбулись кардинальні зміни як у стереотипах правової політики у господарсько-економічній сфері, так і у вітчизняній теорії її ефективного державного регулювання.

Тобто, хоч і з певними труднощами, регіональні органи управління все ж вишуковують необхідні інвестиції. Крім цього, важливе значення має вибір напрямків їх використання та пріоритетних проектів, визначення регіонального замовлення будівельному комплексу, підбір його виконавців і укладення із ними відповідних угод. Все це теж входить у систему менеджменту інвестиційної діяльності території. У цій частині, приміром, державними адміністраціями у м. Києві, Івано-Франківській, Донецькій, Львівській та деяких інших областей накопичено істотний досвід, який активно і успішно примножується [20]. Ця робота могла б стати ефективнішою у випадку запровадження одного із важливих регіональних заходів – місцевого замовлення, яке

б створювало відповідну конкуренцію між виконавцями незалежно від їх організаційно-правових форм або ж форм власності. Воно розподілялось би між ними на усталених конкурсних засадах відповідно до принципу конкуренції та стало б вигідним для відповідних виконавців, оскільки оплату гарантує виконавча влада території, а якісне та швидке його виконання дає можливість розраховувати на одержання замовлень і у подальшому. Їх розподіл на конкурсних засадах вигідний для населення та бюджету регіону, позаяк уможливорює вибір організації (виконавця), який працює якісно і економічно та одночасно із безумовним додержанням наперед встановлених термінів.

Ще одним важливим принципом управління інвестиційною діяльністю у регіоні є безперервність інвестиційного циклу і взаємопов'язаність та взаємообумовленість усіх стадій інвестиційної діяльності. Найбільш складним є безпосередній менеджмент ходу будівництва, що вимагає більш гнучких методів і постійної уваги. Будівельний процес у великому місті чи регіоні здійснюють багаточисленні, нерідко не підпорядковані та взагалі не пов'язані одна із одною організації. Проте, вже давно відомо, що закони виробництва загалом і закони ринкової економіки зокрема вимагають, із одного боку, щоб будівельний процес на кожному об'єкті здійснювався безперервно, а з іншого – послідовно. Саме завдяки цьому цикл зведення об'єкта або комплексу може стати мінімальним за часом та витратами. За наявності у великому місті чи регіоні десятків і навіть сотень паралельно споруджуваних об'єктів, причому тих, які істотно відрізняються за масштабами та складністю, розміщених у різних місцях, і сотень різних за своєю спеціалізацією, масштабами та технічним оснащенням і підпорядкуванням будівельних, проектно-будівельних, ремонтних організацій забезпечення безперервних будівельних робіт на таких об'єктах стає надзвичайно складним завданням. Водночас його вирішення полегшується тією обставиною, що, як правило, одні й ті ж вимоги до будівництва як особливої сфери помітно актуалізуються вже багато років. Поступово напрацьовується необхідний досвід та вводяться новітні методи роботи, особливо, управління процесом будівництва. Таке твердження найсправедливіше для міста Києва, де вже десятиліття вдосконалюється будівництво, а із майже півмільйонної когорти будівельників висуваються талановиті керівники, які успішно справляються із найскладнішими завданнями. У Києві та у деяких інших регіонах відбувається перехід від спорудження переважно різних виробничих (промислових) об'єктів до будівництва, реконструкції та реставрації споруд соціальної сфери. А серед об'єктів, що будуються, хоч і зберігається значна частина типових споруд (житлові будинки, школи, дитячі заклади та інші), щороку все більша частина сил і засобів спрямовується на будівництво за індивідуальними проектами та спорудження справді унікальних будов. Посилюється увага і до якості споруджуваних об'єктів та зростає їхня складність і оснащеність сучасним обладнанням та санітарною технікою тощо. Відповідно, сучасний Київський будівельний комплекс для України – це зразок дійсно успішного поєднання приватної ініціативи і конкуренції та інших ринкових важелів із чіткою розробленим і послідовно здійснюваним їхнім державним регулюванням. Як видно із цього, у будівельному комплексі столиці нашої держави – місті Києві мають місце саме такі риси, які є найбільш характерними для сучасного постіндустріального суспільства [20].

Закордонний досвід показує, що сучасне постіндустріальне суспільство постійно прагне до зростання ефективності виробництва та більш ефективного використання коштів на потреби соціально-економічного розвитку територій. У зв'язку із цим у період їх переходу до ринкових відносин вдосконалення організаційних структур, стилю і методів управління – це нормальний постійний процес. Але, він не може відбуватись методом проб та помилок, а повинен бути добре продуманим і науково обгрунтованим. Враховуючи досвід міста Києва та низки вітчизняних регіонів, можна використати схему, за якої інвестори, які здійснюють вкладення коштів у будівництво

об'єктів територіального замовлення, можуть бути: обласні державні адміністрації та органи місцевого самоврядування і галузеві структурні підрозділи та різні підприємства і організації, підприємницькі об'єднання та інші юридичні особи усіх форм їх власності, міжнародні організації та закордонні юридичні структури, як і належно платоспроможні громадяни України.

Важливою складовою у формуванні належного фінансового підґрунтя територіального замовлення є передовсім залучення відповідних кредитів, позик та коштів населення. У зв'язку з цим розглянемо такі ключові принципи належного управління інвестиційною діяльністю, як гарантованість своєчасного повернення інвестицій і кредитів та їхнє правове забезпечення. Учасниками таких кредитних відносин можуть бути забудовник-інвестор, генпідрядник і субпідрядник та деякі інші юридичні особи, які придбавають нерухомість. Кредитування будівництва повинне здійснюватись насамперед за умови відведення забудовнику у встановленому порядку відповідної земельної ділянки і наявності дозволу уповноважених на це державних установ на будівництво об'єктів. А забезпеченням кредиту може стати застава позичальником нерухомого майна, включаючи споруджуване, та те, яке придбається за рахунок одержуваного кредиту, майнових прав на нерухоме майно іншого позичальника. Позику доцільно видавати частинами, що відповідатимуть вартості етапів будівельно-монтажних робіт. При цьому банк має право фінансування шляхом поетапного авансування у відповідності із графіком будівництва. У такому процесі він може здійснювати інспекцію етапів робіт і контроль за цільовим витрачанням коштів, дотриманням вартості та графіка робіт. Така схема здебільшого оформляється відповідним кредитним договором і угодою про заставу. А один із напрямків такого позабюджетного інвестування – вже апробована часом сучасна система іпотечного кредитування.

З врахуванням зазначеного принципова схема управління інвестиційною діяльністю у регіоні наводиться на рис. 1. Її функціонування має створити реальну можливість її комплексного системного стимулювання у ньому. На активізацію інвестиційних процесів впливатиме і належний розвиток інституту спеціалізованих інвестиційних банків, становлення іпотечних установ, які здійснюють кредитування під заставу землі та нерухомості. Належне стимулювання інвестиційної діяльності, залучення приватних вітчизняних і закордонних інвестицій сприятиме становленню українського ринку цінних паперів у міру досягнення фінансової стабільності. На інвестиційну активність впливає і попит на акції приватизованих підприємств. Одночасно процес залучення іноземного капіталу в умовах, коли значна частина вітчизняних товаровиробників приватизовані, неминуче відбуватиметься шляхом продажу іноземному інвестору їх акцій. Яскравим прикладом цього є успішний повторний конкурсний продаж акцій такого підприємства, як «Криворіжсталь».

Найсприятливіший інвестиційний клімат формується передовсім завдяки застосуванню національного режиму, у тому числі до іноземних інвесторів. Залучення іноземного капіталу в українську економіку слід здійснювати у формі комерційних організацій, що створюються за участі іноземних інвестицій та кредитів. Ними не передбачається залежність вітчизняних підприємств від іноземних і банківських вкладень для кредитування на засадах повернення продукцією (компенсаційні угоди) та створення вільних економічних зон. Водночас принциповою особливістю сучасної інвестиційної політики є кардинальний перехід від розподілу відповідних бюджетних асигнувань в інвестиції між галузями та регіонами до вибіркового часткового фінансування конкретних об'єктів і формування їх складу тільки на основі відповідних інвестиційних конкурсів. Отже, сьогодні різні регіональні та місцеві органи державного управління отримали відповідну можливість здійснювати такі форми прямого і опосередкованого впливу на сучасний стан економіки, який складається на теперішній час на ринку інвестиційних ресурсів:

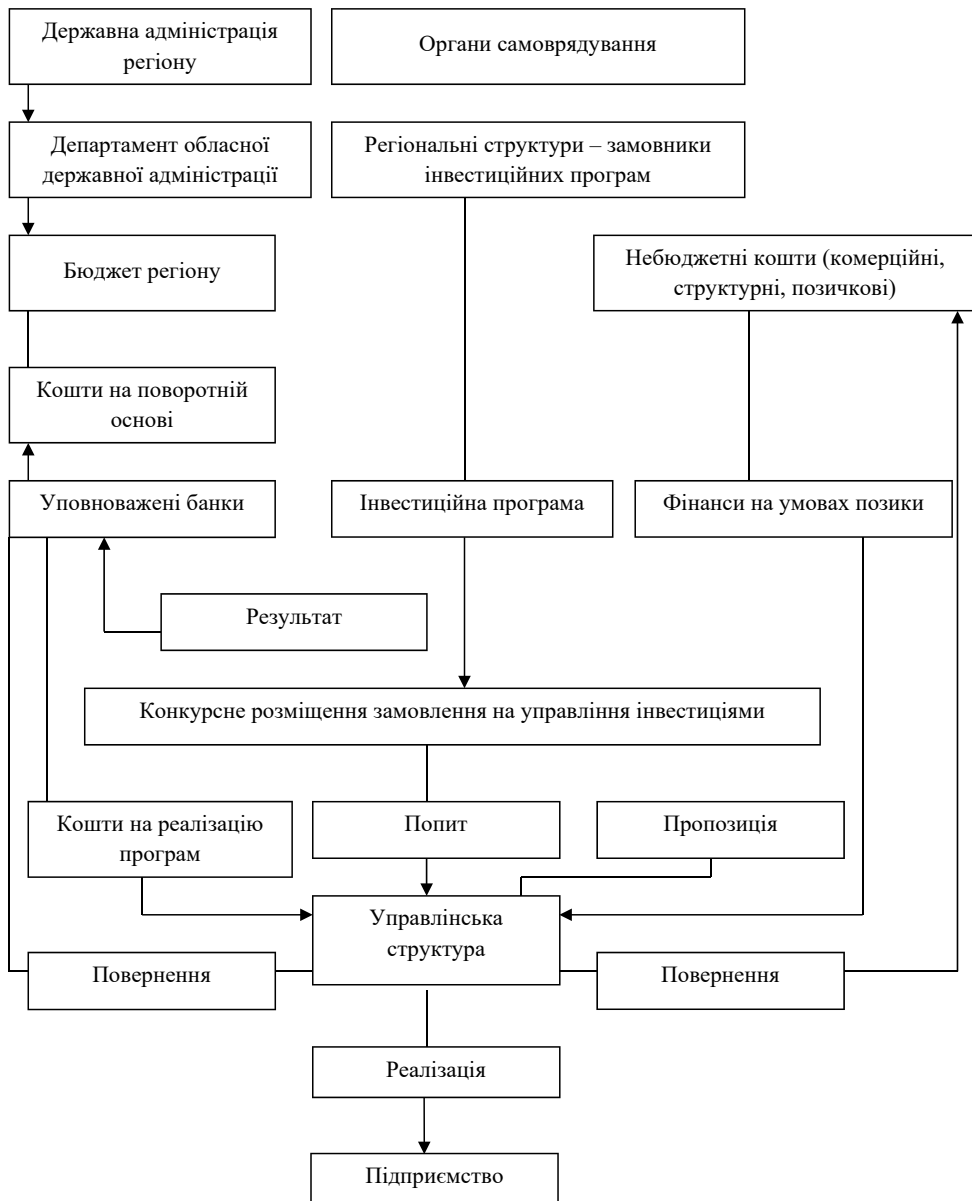


Рис. 1. Схема управління інвестиціями у регіоні [20–21]

- 1) збір статистичної інформації та аналіз стану ринку інвестицій;
- 2) розробка перспективних рекомендацій та прогнозів і балансів;
- 3) відтворення та розвиток міжрегіональних економічних зв'язків;
- 4) фінансово-економічний вплив на учасників інвестиційних процесів різних форм власності, у тому числі: надання пільгових кредитів; страхування різних комерційних ризиків; гарантування позик; пільгове оподаткування із податків до місцевого бюджету; звільнення від їх сплати у місцеві бюджети; кардинальне зменшення тарифів на оплату електро- і теплопостачання та інших послуг регіональної інфраструк-

тури; зменшення ставок орендної плати; застосування системи премій (штрафів) за виконання (і недодержання) контрактів, які укладаються з місцевою владою (так звані контрактні премії);

5) постійний адміністративний контроль учасників інвестиційного ринку за додержання прав різних споживачів і відповідних законодавчих норм;

6) розробка різних законодавчих та інших нормативно-правових актів, що належно сприяють стимулюванню інвестиційно-інноваційної діяльності;

7) моральне стимулювання подальшого збільшення припливу інвестицій на підвалинах відповідних конкурсів і оглядів, присудження премій тощо.

Висновки. Визначальним завданням регіональної інвестиційної політики є забезпечення комплексного соціально-економічного та культурного розвитку території, а вихідними напрямками розробки інвестиційної політики – насамперед формування її критеріального підґрунтя і встановлення цільової спрямованості, визначення ефективного механізму та структури управління інвестиційною сферою і зміцнення економічної бази будівельного комплексу, формування та розвиток нормативно-правового забезпечення інвестиційної діяльності. При цьому українським законодавством визначаються у цілому сприятливі можливості інвестування у різні сфери і порядок використання у цьому різноманітних чинників виробництва – складових досягнутого інвестиційно-інноваційного потенціалу у межах певної адміністративної території.

Основними інвесторами, які здійснюють вкладення власних, запозичених і залучених коштів у регіональні та місцеві програми комплексного соціально-економічного і культурного розвитку регіону можуть бути органи, що уповноважені державою здійснювати управління державним та комунальним майном чи розпоряджатись відповідними майновими правами; організації, підприємства, підприємницькі об'єднання і громадські організації та інші юридичні особи усіх форм власності; міжнародні організації, іноземні юридичні особи; фізичні особи – громадяни України та іноземних країн. Одночасно для інвесторів є надзвичайно важливою форма власності об'єктів інвестування. А це означає, що фінансове забезпечення інвестиційних програм має враховувати відповідні аспекти певних форм власності, що вимагає залучення різних джерел для покриття вкладених коштів. Водночас при приватизації в Україні набули широкого розповсюдження інвестиційні конкурси, вкладення на яких спрямовувались у різні галузі економіки та інвестиційні програми. При цьому привабливими із цієї позиції є нафтова і електроенергетична промисловість, зв'язок, кольорова та чорна металургія, більш сприятливими – металообробка, легка промисловість, індустрія будівельних матеріалів. Одночасно сьогодні все ще стоїть питання пошуку різних джерел залучення внутрішніх інвестицій в економіку, зокрема, із використанням ринку цінних паперів. Водночас регіональні та місцеві органи влади і управління отримали можливість здійснювати різні форми прямого та опосередкованого впливу на стан вітчизняного ринку інвестиційних ресурсів, що особливо важливо в сучасних умовах невинних євроінтеграційних устремлень України.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація. Київ : КНЕУ, 2003. 394 с.
2. Боднарчук В.Д. Державне регулювання інноваційного розвитку регіону. *Автореф. дис. канд. наук держ. управ. за спец. 25.00.02 «Механізм державного управління»*. Академія муніципального управління. Київ, 2011. 22 с.
3. Гончаренко М.Ф. Механізм регулювання інвестиційно-інноваційного розвитку регіону. *Автореф. дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.05 «Розвиток производительных сил и региональная экономика»*. Черниговский гос. технол. ун-т. Чернигов, 2011. 17 с.
4. Доценко О.Ю. Механізм інноваційного розвитку регіону. *Економічний вісник нац. гірнич. ун-ту*. Вид-во: НТУ «Дніпропетровська політехніка», 2012. № 3. С. 31–40.

5. Киселёва В.В., Колосниціна М. Г. Государственное регулирование инновационной сферы. Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 402 с.
6. Комеліна О.В. Інноваційно-інвестиційні механізми сучасного розвитку регіону. *Економіка і регіон*. № 3 (30). Вид-во Полтавського НТУ, 2011.
7. Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур. *Менеджмент в России и за рубежом*. № 1. М., 2002. С. 95–104.
8. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. *Автореф. дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка»*. Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 2002. 26 с.
9. Кузнецов А.А. Інвестиційно-інноваційна діяльність та система її фінансового забезпечення. *Автореф. дис. докт. екон. наук за спец. 08.04.01 «Товарознавство та експертиза товарів (по областях застосування)»*. Ін-т економіки та прогнозування НАН України. Київ, 2005. 36 с.
10. Лапко О.О. Державне регулювання інноваційної діяльності: економічний механізм і його вдосконалення. *Автореф. дис. докт. екон. наук за спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством»*. Ін-т економіки та прогнозування НАН України. Київ, 2000. 27 с.
11. Онишко С.В., Пасєнко І.В., Швадій К.І. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності. Київ : КНТ, 2008. 256 с.
12. Опарін В.М. Фінанси (загальна теорія): Навч. посібн. 2-е вид. доп. і перероб. Київ : КНЕУ, 2002. 240 с.
13. Фінанси : Підручн. За ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. Київ : Знання, 2008. 611 с.
14. Закон України від 18. 09. 1991 року № 1560-ХІІ «Про інвестиційну діяльність» (зі змін та доп.). URL: <https://zakon1.rada.gov.ua> (дата звернення: 27.11.2020).
15. Господарський кодекс України. Нова редакція, затверджена Законом України від 16.01.2013 року № 436-IV (зі змін і доп.). URL: <https://zakon3.rada.gov.ua> (дата звернення: 27.11.2020).
16. Зварич О.І. Формування інструментів державного регулювання інвестиційної політики у регіонах у контексті євроінтеграційних процесів в Україні. *Вісник Хмельницького нац. ун-ту: Наук. журнал*. 2011. № 5. Т. 4 (180). С. 146–150. Хмельницький : Вид-во «Вісник Хмельницького нац. ун-ту».
17. Зварич О.І. Інвестиційна діяльність у регіоні: управління інструментами грошово-кредитної політики: Моногр. під ред. д. політ. н., проф., Заслуж. економ. України Зварича І.Т. Івано-Франківськ : ЛІК, 2016. 208 с.
18. Зварич І.Т. Аналіз і оцінювання впливу на економічне зростання інвестиційної політики. *Моделювання регіональної економіки. Зб. наук. праць*. № 2 (6). Івано-Франківськ : Плай, 2005. С. 65–74.
19. Омельченко А.В. Правове регулювання іноземних інвестицій в Україні. Київ : Юрінком, 1996. 287 с.
20. Єпіфанов А.О., Мінченко М.В., Додашев Б.А. Управління регіоном : навч. посібн. за заг. ред. д-ра екон. наук А.О. Єпіфанова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. 361 с.
21. Зварич І.Т., Зварич О.І., Хома В.Б. Управління соціально-економічним розвитком регіону: навч.-метод. посібн. для студ. і магістр. усіх економ. спец. Івано-Франківськ : ПП «Супрун В.П.», 2019. 467 с.
22. Зварич О.І. Регулювання інвестиційної діяльності у контексті стратегічного розвитку регіону. *ІІІ Всеукраїнська наук.-практ. конф. «Теорія та практика стратегічного управління розвитком галузевих і регіональних суспільних систем»*: Зб. тез доп. Івано-Франківськ : ПП «Курилюк В.Д.», 2011. С. 219–223.
23. Зварич О.І. Частковий аналіз тенденцій розвитку інвестиційної діяльності областей Карпатського регіону. *Матер. обл. наук.-практ. конф. «Вчені Прикарпаття – сталому розвитку краю»*. Зб. тез доп. (упор. і заг. ред. е. н., проф. В.П. Петренка). Івано-Франківськ : ПП «Курилюк В.Д.», 2012. С. 29–32.
24. Зварич О.І. Моделювання показників активізації інвестиційної діяльності в регіоні інструментами грошово-кредитної політики. *Регіональний бізнес – економіка та управління*: Наук. журнал. Вінниця, 2012. С. 26–34.
25. Зварич О.І. Деякі проблеми залучення банківського капіталу в інвестиційну діяльність регіонів. *Інституціональний вектор економічного розвитку*: Зб. наук. праць МІДМУ «КПУ». Вип. 4 (2). Мелітополь : Вид-во КПУ, 2011. С. 142–147.
26. Зварич І.Т., Зварич О.І. Деякі особливості інвестиційної діяльності в областях Карпатського регіону. *Наук.-інформ. вісник Івано-Франківського ун-ту права імені Короля*

Данила Галицького. Вип. 8. Івано-Франківськ : Ред.-вид. відділ Івано-Франківського ун-ту права імені Короля Данила Галицького, 2013. С. 195–204.

27. Зварич І.Т., Дзвінчук Д.І., Немчук О.В., Петренко В.П. Щодо підходів до теоретичної інтерпретації зворотного зв'язку в соціально-економічних системах. *Теорія та практика стратегічного управління галузевими і регіональними суспільними системами. Матер. III Всеукраїнської наук.-практ. конф., 21–22 жовтня 2011 року, м. Івано-Франківськ (зб. тез доп.)*. Івано-Франківськ : ПП «Курилюк В.Д.», 2011. С. 13–15.

References:

1. Antoniuk L.L., Poruchnyk A.M., Savchuk V.S. (2003) *Innovatsiji: teorija, mekhanizm rozrobky ta komertializatsija* [Innovations: theory, development mechanism and commercialization]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
2. Bodnarchuk V.D. (2011) *Derzhavne rehuliuвання innovatsijnogo rozvytku rehionu* [State regulation of innovative development of the region]. (PhD Thesis), Kyiv: Academy of Municipal Administration.
3. Honcharenko M.F. (2011) *Mekhanizm rehulyrovannya ynvestytsionno-ynnovatsionnoho rozvytja rehiona* [Mechanism for regulating investment and innovative development of the region]. Abstract of the dissertation of the candidate of economic sciences on specialty 08. 00. 05 «Development of productive forces and regional economy». Chernihiv State technol. un-ty. Chernygov. (in Ukrainian)
4. Dotsenko O.Ju. (2012) Mekhanizm innovatsijnogo rozvytku rehionu [Mechanism of innovative development of the region]. *The Economic messenger of the NMU*, no. 3. Available at: https://ev.nmu.org.ua/docs/2012/3/EV20123_031-040.pdf. (in Ukrainian)
5. Kyseliova V.V., Kolosnytsyna M.H. (2008) *Gosudarstvennoe regulirovaniye innovacionnoj sfery* [State regulation of the innovation sphere]. Moscow: Ed. House of the State un-ty Higher School of Economics. (in Russian)
6. Komelina O.V. (2011) Innovatsijno-investytsijni mekhanizmy suchasnoho rozvytku rehionu [Innovation and investment mechanisms of modern development of the region]. *Economy and region*, no. 3 (30). Poltava NTU.
7. Kolokolov V.A. (2002) Innovatsionnyje mekhanizmy funkcionirovaniya predprynimatel'sky struktur [Innovative mechanisms for the functioning of entrepreneurial structures]. *Menedzhment v Rossyji y za rubezhom*, no. 1, pp. 95-104.
8. Krupka M.I. (2002) *Finansovo-kredytnyj mekhanizm innovatsijnogo rozvytku ekonomiky Ukrainy* [Financial and credit mechanism of innovative development of Ukraine's economy]. (PhD Thesis). Kyiv: Taras Shevchenko nat. un-ty of Kyiv.
9. Kuznietsov A.Ja. (2005) *Investytsijno-innovatsijna dijálnist ta systema jiji finansovoho zabezpechennia* [Investment and innovation activity and the system of its financial provision]. (PhD Thesis). Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine.
10. Lapko O.O. (2000) *Derzhavne rehuliuвання innovatsijnoi dijálnosti: ekonomichnyj mekhanizm i yoho vdoskonalennia* [State regulation of innovation: economic mechanism and its improvement]. (PhD Thesis). Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine.
11. Onyshko S.V., Pajentko I.V., Shvadij K.I. (2008) *Finansove zabezpechennia innovatsijnoi dijálnosti* [Financial support of innovation activity]. Kyiv: KNT. (in Ukrainian)
12. Oparin V.M. (2002) *Finansy (zahalna teorija)* [Finance (general theory)]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
13. Juriji S.I., Fedosov V.M. (ed.) (2008) *Finansy* [Finances]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
14. Zakon Ukrainy vid 18.09.1991 roku № 1560-XII «Pro investytsijnu dijálnist» (zi zmin. ta dop.) [Law of Ukraine of September 18, 1991 № 1560-XII «On Investment Activity» (amend. and sup.)]. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua> (accessed 27 November 2020).
15. Hospodarskyj kodeks Ukrainy. Nova redaktsija, zatverdzhena Zakonom Ukrainy vid 16.01.2013 roku № 436-IV (zi zmin. ta dop.) [Economic Code of Ukraine. New wording, approved by the Law of Ukraine of January 16, 2013 № 436-IV (amend. and sup.)]. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua> (accessed 27 November 2020).
16. Zvarych O.I. (2011) Formuvannya instrumentiv derzhavnogo rehuliuвання investytsijnoi polityky u rehionakh u konteksti jevrointehratsijnykh protsesiv v Ukraini [Formation of instruments of state regulation of investment policy in the regions in the context of European integration processes

in Ukraine]. Bulletin of the Khmelnytskyj. *Scientific Journal*, no. 5, vol. 4. Khmelnytskyj nat. in-t. (in Ukrainian)

17. Zvarych O.I. (2016) Investytsijna dijálnist u rehioni: upravlinnia instrumentamy hroshovo-kredytnej polityky: monohraf. [Investment activity in the region: management of monetary policy instruments]. Ivano-Frankivsk: LIC. (in Ukrainian)

18. Zvarych I.T. (2005) Analiz i otsiniuvannia vplyvu na ekonomichne zrostanttia investytsijnoji polityky [Analysis and assessment of the impact on economic growth of investment policy]. *Modelling of the regional economy. Collection of scientific works*, no. 2 (6). Ivano-Frankivsk: Play, (in Ukrainian)

19. Omelchenko A.V. (1996) *Pravove rehuliuвання inozemnykh investytsij v Ukrajinі* [Legal regulation of foreign investments in Ukraine]. Kyiv. (in Ukrainian)

20. Jepifanov A.O., Minchenko M.V., Dodashev B.A. (2008) Upravlinnia rehionom [Management of the region]. Sumy: State Higher Educational Ins-on «UABS NBU». (in Ukrainian)

21. Zvarych I.T., Zvarych O.I., Khoma V.B. (2019) Upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom rehionu [Management of socio-economic development of the region]. Ivano-Frankivsk: PE «Suprun V.P.». (in Ukrainian)

22. Zvarych O.I. (2011) Rehuliuвання investytsijnoji dijálnosti u konteksti stratehichnoho rozvytku rehionu [Regulation of investment activities in the context of strategic development of the region]. *III All-Ukrainian scient.-pract. conf. «Theory and practice of strategic management of sectoral and regional social systems»*: Collection of abstracts. Ivano-Frankivsk: PE «Kurylyuk V.D.». (in Ukrainian)

23. Zvarych O.I. (2012) Chastkovyj analiz tendentsij rozvytku investytsijnoji dijálnostji oblastej Karpatskoho rehionu [Partial analysis of investment development trends in the Carpathian region]. *Proceedings of the regional scient.-pract. conf. «Scientists of Prykarpattia – sustainable development of the region»*. Ivano-Frankivsk: PE «Kurylyuk V.D.». (in Ukrainian)

24. Zvarych O.I. (2012) Modeliuвання pokaznykiv aktyvizatsiji investytsijnoji dijálnosti v rehioni instrumentamy hroshovo-kredytnej polityky [Modeling of indicators of intensification of investment activity in the region by instruments of monetary policy]. *Regional Business-Economics and Management: Scientific Journal*. Vinnytsia. (in Ukrainian)

25. Zvarych O.I. (2011) Dejaki problemy zaluchennia bankivskoho kapitalu v investytsijnu dijálnist rehioniv [Some problems of attracting bank capital in the investment activities of the regions]. *Institutional vector of economic development: Collection of scientific works of MIDMU «KPU»*. Iss. 4 (2). Melitopol: CPU Publishing House. (in Ukrainian)

26. Zvarych I.T., Zvarych O.I. (2013) Dejaki osoblyvosti investytsijnoji dijálnosti v oblastiakh Karpatskoho rehionu [Some features of investment activity in the regions of the Carpathian region]. *Scientific and Information Bulletin of King Danylo Halytskyj*. Ivano-Frankivsk un-ty of Law, Iss. 8, Ivano-Frankivsk: Edit. and Publish. Department of King Danylo Halytskyj. Ivano-Frankivsk: Un-ty of Law. (in Ukrainian)

27. Zvarych I.T., Dzvinchuk D.I., Nemchuk O.V., Petrenko V.P. (2011) Shchodo pidkhodiv do teoretichnoji interpretatsiji zvorotnoho zv'jazku v sotsialno-ekonomichnykh systemakh [On approaches to the theoretical interpretation of feedback in socio-economic systems]. *Theory and practice of strategic management of sectoral and regional social systems*. Proceedings of the III All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, October 21-22, 2011, Ivano-Frankivsk (collect. of abstr.). Ivano-Frankivsk: PE «Kurylyuk V.D.». (in Ukrainian)

УДК 338.24:640.41

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.6>**Незвещук-Когут Т.С.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри технології та організації готельно-ресторанного бізнесу,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Язіна В.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи та товарознавства,
Університет митної справи та фінансів

Nezveshchuk-Kohut Tetiana

Chernivtsi Trade and Economics Institute of
Kyiv National University of Trade and Economics

Yazina Viktoriia

University of Customs and Finance

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ЧАСТИНА СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

HOTEL AND RESTAURANT AS A MAIN COMPONENT OF TOURISM AND ITS IMPACT ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Стаття присвячена засадам функціонування та розвитку готельно-ресторанного господарства, що є основною складовою частиною сфери туризму. Розглянуто актуальність створення ефективної системи регулювання готельно-ресторанним господарством у туризмі та обґрунтовано необхідність застосування багатоелементної системи функціонування туристичної індустрії України. Готельно-ресторанне господарство розглянуто як один з пріоритетних напрямів розвитку туристичного господарства, що здійснює вагомий вплив на соціально-економічний розвиток України. Визначено основні складові частини управління туристичною індустрією. Особливу увагу приділено визначенню елементів туристичної індустрії, які створюють комплексну систему управління туристичним господарством як важливим сектором економіки, що відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку України. Наведено деякі заходи індустрії туризму щодо підвищення рівня сучасного економічного розвитку країни в умовах поширення пандемії Covid-19.

Ключові слова: готельно-ресторанне господарство, індустрія туризму, соціально-економічний розвиток, туристична політика.

Статья посвящена основам функционирования и развития гостинично-ресторанного хозяйства, которое является основной составляющей сферы туризма. Рассмотрена актуальность создания эффективной системы регулирования гостинично-ресторанным хозяйством в туризме и обоснована необходимость применения многоэлементной системы функционирования туристической индустрии Украины. Гостинично-ресторанное хозяйство рассмотрено как одно из приоритетных направлений развития туристического хозяйства, которое осуществляет значительное влияние на социально-экономическое развитие Украины. Определены основные составляющие управления туристической индустрией. Особое внимание уделено определению элементов туристической индустрии, которые создают комплексную систему управления туристическим хозяйством как важным сектором экономики, которое играет важную роль в социально-экономическом развитии Украины. Приведены некоторые меры индустрии туризма по повышению уровня современного экономического развития страны в условиях распространения Covid-19.

Ключевые слова: гостинично-ресторанное хозяйство, индустрия туризма, социально-экономическое развитие, туристическая политика.

The article is devoted to the principles of operation and development of the hotel and restaurant industry, which is highlighted as a major factor in the tourism industry. The hospitality industry is a special independent branch of the economy, consisting of a group of industries and enterprises whose functions are to meet the diverse demand for various types of recreation and entertainment. The main determinants of hospitality industry development today are the hotel and restaurant industry. Tourism is considered to be an economic category because it promotes the production and implementation of a wide range of services, job creation, income generation, infrastructure development and diversification of the country's economy. The urgency of creating an effective system of regulation of the hotel and restaurant industry in tourism is considered and the necessity of applying a multi-element system of functioning of the tourist industry of Ukraine is substantiated. Important is the role of the hotel and restaurant business in fulfilling many social and economic functions. The hotel and restaurant industry is considered as one of the priority areas for the development of the tourism industry, which has a significant impact on the socio-economic development of Ukraine. The main components in the management of the tourism industry are identified. Particular attention is paid to identifying elements of the tourism industry that create a comprehensive tourism management system as an important sector of the economy, which plays an important role in the socio-economic development of Ukraine. Global trends in international tourism make it possible to attribute the tourism business to the most promising sectors of the economy, which includes a large number of elements, including the hotel and restaurant industry. Some measures in the tourism industry to increase the level of socio-economic development of the country are outlined. The market model of the Ukrainian economy necessitates the improvement of the mechanism of tourism development, in particular the hotel and restaurant industry, which is connected with the intensification of this industry, increasing competition in the world market. Recommendations are given for improving the level of development of the hotel and restaurant business in the country in the context of the spread of Covid-19.

Key words: *hotel and restaurant industry, socio-economic development, tourism industry, tourism policy.*

Постановка проблеми. Сфера туризму відіграє одну з провідних ролей в економічній системі багатьох розвинених країн. Ефективне функціонування економіки, її збалансованість і пропорційність та розвиток продуктивних сил у багатьох країн світу майже неможливі без належного розвитку туристичної індустрії. Сьогодні сфера туризму включає безліч компонентів та складових частин, однак одним з основних є готельно-ресторанне господарство, яке здійснює вагомий вплив на соціально-економічний розвиток будь-якої країни. Чим активніше відбуваються процеси розвитку готельно-ресторанного господарства як важливої складової частини туризму, тим швидше темпи функціонування та розвитку соціальних та економічних явищ і процесів. Однак варто зазначити, що готельно-ресторанне господарство – це сфера, що легко піддається впливу зовнішніх факторів, таких як курси валют, різноманітні катаклізми, банкрутство світових лідерів турупрейтингу (наприклад, Thomas Cook у 2019 році), політична та економічна ситуації у світі, різноманітні тренди на послуги гостинності, постійні зміни поведінки споживачів послуг гостинності. До названих негативних факторів зовнішнього впливу сьогодні можна додати світову пандемію Covid-19, що надав усій сфері гостинності нищівного удару протягом усього 2020 року.

Зазначене загострило актуальність дослідження проблеми негативних явищ у сфері гостинності, спричинених карантинними заходами, та розроблення можливих рекомендацій щодо відновлення роботи підприємств готельно-ресторанного господарства як важливого чинника соціально-економічного розвитку країни.

В умовах високої конкуренції і прагнення підприємств готельно-ресторанного господарства до економічного розвитку аналіз їх впливу на соціально-економічний стан країни набуває все більшого значення. Цей фактор нині стає найбільш значущим, як показує практика функціонування міжнародного туристичного ринку. В Укра-

їні вже усвідомлено, що туризм – це важливий сектор економіки, існує необхідність вивчення того, як саме впливають його компоненти на соціально-економічний розвиток. Водночас зросла увага науковців до проблем розвитку туризму та його основних складових частин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль туризму, зокрема готельно-ресторанного господарства, у світовій економіці, основні проблеми, умови та чинники їх розвитку розглядаються багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Сучасний стан і тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства дістали відображення у працях науковців, таких як А.В. Бакурова, С.М. Васильченко, Н.В. Валінкевич, Н.І. Данько [3], А.В. Діденко, Н.М. Гоблик-Маркович, Л.О. Іванова, Ю.Б. Миронов [6], С.С. Милинчук, Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш, В.К. Федорченко [8], А.Д. Чудновський. Незважаючи на значний інтерес до дослідження розвитку готельно-ресторанного господарства, багато аспектів його функціонування потребують додаткової уваги, зокрема його організаційний механізм. Внесок готельно-ресторанного господарства у соціально-економічний розвиток, його значення для світової економіки, зокрема з урахуванням сучасних світових тенденцій, останнім часом швидко зростає, що обумовило актуальність теми дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сучасного стану розвитку готельно-ресторанного господарства; розгляд та аналіз основних економічних показників, що впливають на діяльність готельно-ресторанного господарства; визначення впливу карантинних заходів, спричинених світовою пандемією, на розвиток підприємств сфери гостинності; надання рекомендацій щодо відновлення їх роботи у посткарантинний період.

Вклад основного матеріалу. В останні десятиріччя туризм посідав провідне місце в економіці багатьох країн світу. Його роль як багатокомпонентної галузі, що включає надання специфічних та супутніх послуг та продаж товарів, важко переоцінити. Незважаючи на велику кількість складових частин, що формують туристичний продукт, основною і головною невід’ємною його складовою частиною є готельно-ресторанне господарство [7].

Готельно-ресторанне господарство – це один з видів економічної діяльності, що, окрім великих готельних ланцюгів, належить до малого та середнього підприємництва, котрий безпосередньо або опосередковано створює нові робочі місця й стає важливим засобом поповнення бюджету різних рівнів [5].

Особливістю діяльності готельно-ресторанного господарства є надання послуг щодо тимчасового розміщення та реалізації продукції у закладах ресторанного господарства, що поєднує як нематеріальний характер (готельні послуги), так і матеріальний характер (приготовлена страва (готова продукція) та напоїв (готова продукція чи товар)). Саме тому сфера гостинності піддається впливу зовнішніх факторів як на рівні держави, так і на рівні індивідуального споживача з його особливими смаками та вподобаннями.

Загалом сферу готельно-ресторанного господарства можна представити як сукупність типів наявних закладів розміщення та ресторанного господарства (табл. 1).

Аналізуючи сферу гостинності за представленою таблицею, зазначаємо, що сфера гостинності в Україні представлена широким спектром закладів розміщення і закладів ресторанного господарства та має чималий відсоток у загальній структурі національної економіки.

Так, за даними Державного комітету статистики України, у 2019 році кількість колективних засобів розміщення складала 5 335 суб’єктів підприємництва; загальна кількість місць номерного фонду складала 370,6 тис.; кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення, складала 6 960,9 тис. осіб, з них 959,4 тис. іноземних громадян.

Таблиця 1

Типова структура типів закладів сфери гостинності

Засоби розміщення		Заклади ресторанного господарства	
Коллективні засоби розміщення	Готелі й аналогічні засоби розміщення	Заклади, що реалізують продукцію і організують її споживання в торговельному залі	Ресторан
	Готелі (готелі, готелі квартирного типу, мотелі, дорожні готелі, клуби з проживанням, готелі у пристосованих транспортних засобах тощо)		Бар
			Кафе (кав'ярня, чайний салон, інтернет-кафе, інші види кафе)
Аналогічні засоби розміщення, зокрема пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази			Кафетерій
			Закусочна, шинок
			Їдальня
Інші колективні засоби розміщення	Помешкання, призначені для відпочинку (комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало)		Пивна зала
			Майданчики для кемпінгу
		Інші колективні засоби розміщення	Фабрика-кухня
Спеціалізовані засоби розміщення	Оздоровчі засоби розміщення	Домова-кухня	
	Табори праці та відпочинку	Ресторан за спеціальним замовленням	
	Громадські транспортні засоби	Комбіновані заклади	Ресторан-бар
	Конгрес-центри		Кафе-бар
Індивідуальні засоби розміщення	Орендовані засоби розміщення	Кафе-пекарня	
	Кімнати, орендовані в сімейних будинках	Нічний клуб	
	Житло, орендоване у приватних осіб або через агентства		
	Неосновне власне житло		
	Житло, яке надають безкоштовно родичам та знайомим		
Інші індивідуальні засоби розміщення			

Із загальної чисельності колективних засобів розміщення кількість готелів та аналогічних засобів розміщення складала 3 165 суб'єктів господарювання, інших аналогічних засобів розміщення – 2 170. Також варто відзначити структуру закладів розміщення за організаційно-правовою формою. Так, із загальної чисельності колективних засобів розміщення 1 626 суб'єктів господарювання – це юридичні особи, 3 709 – фізичні особи-підприємці, тобто 70% від загальної кількості закладів розміщення – це малий і середній бізнес, здебільшого готельний бізнес для зазначених фізичних осіб-підприємців є основним видом діяльності.

Щодо закладів ресторанного господарства, то, відповідно до даних Державного комітету статистики України, їх кількість становила 64 354 суб'єктів господарювання, із них 5 714 юридичних осіб, 58 640 фізичних осіб-підприємців (90% від загальної структури).

Якщо порівнювати загальну ситуацію у світі, то кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році досягла близько 1,5 мільярда, що на 4%, або на 54 мільйони, перевищує показники 2018 року. Так, за даними UNWTO, 2019 рік став для світового туризму вже десятим поспіль роком з позитивною динамікою. Так, у 2019 році в усіх регіонах спостерігалось зростання кількості міжнародних прибуттів. Однак невизначеність навколо Brexit, банкрутство найбільшої туристичної компанії Thomas Cook, геополітична й соціальна напруженість, глобальний економічний спад сприяли сповільненню зростання у 2019 році, яке можна порівняти з винятковими темпами 2017 і 2018 років. Це сповільнення торкнулося переважно країн з розвинутою економікою, зокрема Європи і Азіатсько-Тихоокеанського регіону [1].

Однак, незважаючи на позитивні прогнози щодо туристичного сезону, у 2020 році сфера гостинності України першою відчула на собі наслідки активної фази карантину. Так, більшість готелів до середини травня залишались зачиненими і не мали можливості офіційно приймати відвідувачів. Також обмеження торкнулися масових заходів, зокрема фестивалів, концертів, спортивних змагань, які зазвичай приваблюють гостей з різних міст та країн.

Загалом втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США. Пізній початок курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів також створив кумулятивний ефект, який негативно вплинув як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі, такі як готельно-ресторанний бізнес, транспорт (пасажирські перевезення), роздрібна торгівля, індустрія розваг та діяльність установ культури. Додатково до поточних та прогнозованих втрат сфера туризму Українських Карпат цього року вже постраждала від низького попиту на гірськолижний відпочинок внаслідок аномально теплої зими. Із введенням адаптивної фази карантину, початком «високого сезону» справи в готельєрів покращились. Більш того, обмеження пересування (закриті кордони) сприяють розвитку внутрішнього туризму, адже зростає попит на відпочинок в Україні [1].

Останні результати досліджень надають всі підстави вважати, що економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні стримується багатьма причинами, серед яких слід назвати такі: економічна криза, військовий конфлікт на сході країни, недосконала нормативно-правова система, невідповідність сучасним міжнародним стандартам. Недоліком також є відсутність чітких стратегій управління готельно-ресторанним господарством як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищах. Крім цього, можна зазначити, що відсутні необхідна інфраструктура, належна якість товарів і послуг, що відображається на рівні якості обслуговування споживачів, відсутності чіткого контролю, недостатній популяризації вітчизняного українського туристичного продукту [2].

Використовуючи потенціал готельно-ресторанного господарства та здійснюючи ефективне керування ним, можемо оптимізувати політику управління й стабілізацію платіжного балансу в країні. Розвиток готельно-ресторанного господарства суттєво впливає на зайнятість населення, його мобільність. Кількість робочих місць у туристичній індустрії зростає в 1,5 рази швидше, ніж у будь-якому іншому секторі економіки [6].

Важливою є роль готельно-ресторанного господарства щодо виконання соціальної функції, яка акцентує увагу на двох аспектах. По-перше, розвиток готельно-ресторанного господарства вирішує проблему безробіття, підвищуючи рівень життя працівників цієї галузі, по-друге, він сприяє задоволенню індивідуальних і колективних потреб (нові враження, зміна місця перебування, надання економічних благ і послуг відповідно до вимог і бажань споживачів). Велике значення має відтворення потенціалу людських ресурсів, тому загалом соціальний ефект від готельно-ресторанного господарства дуже масштабний [8].

Варто відзначити економічну функцію, завдяки якій туризм виділився в окрему сферу господарства, що приносить високі прибутки, активно сприяє економічному та соціальному розвитку суспільства, підвищенню якості життя його членів.

Незважаючи на те, що галузь готельно-ресторанного господарства все ж таки починає поступово відновлюватися, все ще існують ризики занепаду, тому що друга хвиля захворювання вірусу майже в усіх країнах, а нові обмежувальні заходи все частіше впроваджуються.

У готельно-ресторанному господарстві України можна відзначити такі позитивні тенденції:

- 1) поглиблення спеціалізації підприємств готельно-ресторанного господарства;
- 2) утворення міжнародних ланцюгів та кластерів у галузі готельно-ресторанного господарства;
- 3) розвиток мережі малих та середніх підприємств готельно-ресторанного господарства;
- 4) впровадження сучасних комп'ютерних технологій та інноваційних процесів [2].

Взірцем для переймання позитивного досвіду управління розвитком готельно-ресторанного господарства, безумовно, є західні готелі та ресторани зі злагодженою структурою внутрішньої та зовнішньої організації роботи [3].

Для покращення показників розвитку готельно-ресторанного господарства та його позитивного впливу на соціально-економічний розвиток країни необхідні створення відповідної нормативно-правової бази, створення ефективної стратегії розвитку, пошук кращих управлінських рішень, удосконалення управління якістю товарів та послуг тощо [4].

Висновки. Належний рівень розвитку готельно-ресторанного господарства сприяє поживанню всіх соціально-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал країни, піднімає рівень соціального розвитку суспільства. Дослідження дає можливість стверджувати, що існує достатня кількість перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства України та їх позитивного впливу на соціально-економічний розвиток країни, незважаючи на умови нестабільної ситуації, в якій опинилась національна економіка країни. Також цілком очевидним є те, що існує необхідність вжиття радикальних і дієвих заходів та нормативно-правових актів у контексті управління готельно-ресторанним господарством. Необхідно вжити першочергових заходів задля відновлення функціонування та розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства, які зазнали економічного удару від Covid-19, яких потребує галузь. Підприємства готельно-ресторанного господарства нині очікують вжиття таких цільових заходів від держави:

- заборона нарахування штрафів та пені або інших фінансових санкцій на період карантину та 12 місяців після;
- заборона на нарахування відсотків та інших платежів за користування кредитними коштами;
- відтермінування сплати коштів банкам/фінансовим установам;
- зниження ПДВ для підприємств готельно-ресторанного господарства до 10%;
- впровадження «податкових канікул»;
- зниження податку на землю;
- доступні кредитні лінії;
- створення безвідсоткових лояльних програм.

Такі заходи суттєво допоможуть прискорити процес відновлення бізнесу після негативного впливу кризи, не втратити й зберегти бізнес, який уже найближчим часом знову запрацює та буде наповнювати бюджет країни. Спалах Covid-19 став приголомшливим ударом для світового та українського туризму, але якщо звернути увагу на можливі шляхи вирішення цієї ситуації, то можна побачити, що невдовзі готельно-ресторанне господарство зможе відновити свою діяльність.

Список використаних джерел:

1. Travel & Tourism Economic Impact 2019 / World Travel & Tourism Council. URL: www.wttc.org/research/economicimpactanalysis/countryreports (дата звернення: 20.10.2020).
2. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств у сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 2. С. 51–54.
3. Дanyкo Н.І. Управління якістю готельних підприємств в Україні. *Проблеми економіки*. 2011. № 1. С. 67–72.
4. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 483 с.
5. Максимюк С.О. Організаційний механізм економічної безпеки на прикладі підприємств індустрії гостинності. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції* : матеріали наукової конференції. Львів : ЛТЕУ, 2017. С. 428–430.
6. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. С. 517–520.
7. Валінкевич Н.В., Орлова К.Є. Удосконалення економічного механізму оцінки стану розвитку туризму в регіоні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 1. С. 63–68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_4 (дата звернення: 20.10.2020).
8. Федорченко В.К. Уніфіковані технології готельних послуг. Київ : Вища школа, 2001. 237 с.

References:

1. Travel & Tourism Economic Impact 2019 / World Travel & Tourism Council. Available at: www.wttc.org (accessed 20 October 2020).
2. Voinarenko S.M. (2011) Komunikatyvna polityka pidprijemstv u suchasnykh umovakh [Communicative enterprise policy in modern conditions]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 6, vol. 2, pp. 51–54.
3. Danko N.I. (2011) Upravlinnia yakistiu hotelnykh pidprijemstv v Ukraini [Quality Management of Hotel Enterprises in Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 1, pp. 67–72.
4. Kovalenko L.O., Remnova L.M. (2008) *Finansovyi menedzhment* [Financial management]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
5. Maksimyuk S.O. (2017) *Organizacijnij mekhanizm ekonomichnoi bezpeki na prikladi pidprijemstv industrii gostinnosti* [Organizational mechanism of economic security on the example of enterprises of the hospitality industry]. Lviv: LTEU, pp. 428–430.
6. Mironova M.I., Mironov Y.B. (2020) *Pokazniki efektyvnosti diyal'nosti pidprijemstv industrii gostinnosti* [Indicators of efficiency of enterprises of the hospitality industry]. Cherkasy: Eastern European University of Economics and Management, pp. 517–520.
7. Valinkevych N.V., Orlova K.E. (2010) Udoskonalennia ekonomichnoho mekhanizmu otsinky stanu rozvytku turyzmu v rehioni [Improving the economic mechanism for assessing the state of tourism development in the region]. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovacziyi* [Economy. Management. Innovation] (electronic journal), no. 1, pp. 63–68. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_4 (accessed 20 October 2020).
8. Fedorchenko V.K. (2001) *Unifikovani tekhnolohii hotelnykh posluh* [Unified technologies for hotel services] (Ukraine, Kiev, 2001). Kyiv: Vyshcha shkola. (in Ukrainian)

УДК 336.662

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.7>**Нетудухата К.Л.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,Чорноморський національний університет імені Петра Могили
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5322-4986>**Netudyhata Kostiantyn**

Petro Mohyla Black Sea National University

**СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЗНАННЄВОЇ ЕКОНОМІКИ****STRATEGIC ASPECTS OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEM
TRANSFORMATION IN THE CONDITIONS
OF KNOWLEDGE ECONOMY FORMATION**

У статті розкрито зміст концепції національної інноваційної системи (НІС). Визначено місце НІС як опорного елемента знаннєвої економіки. Емпірично виявлено тісний позитивний зв'язок між рівнем розвитку знаннєвої економіки та якістю трансформації НІС. Встановлено, що Україна суттєво відстає у темпах формування знаннєвої економіки та має значні проблеми у трансформації власної НІС. Виявлено фактори, що впливають на якість трансформації НІС. Ними є інституційний режим, рівень освіти населення, професійні навички, кваліфікація кадрів та масштаби інфраструктури ІКТ. Розкрито зміст відомих моделей трансформації НІС. Запропоновано концептуальну основу стратегії трансформації НІС для України. Окреслено основні етапи реалізації стратегії трансформації НІС в умовах формування знаннєвої економіки.

Ключові слова: стратегія, національна інноваційна система, інноваційна діяльність, знаннєва економіка, моделі трансформації.

В статье раскрыто содержание концепции национальной инновационной системы (НИС). Определено место НИС как опорного элемента экономики, основанной на знаниях. Эмпирически выявлена тесная положительная связь между уровнем развития экономики, основанной на знаниях, и качеством трансформации НИС. Установлено, что Украина существенно отстает в темпах формирования экономики, основанной на знаниях, и имеет значительные проблемы в трансформации собственной НИС. Выявлены факторы, влияющие на качество трансформации НИС. Ими являются институциональный режим, уровень образования населения, профессиональные навыки, квалификация кадров, масштабы инфраструктуры ИКТ. Раскрыто содержание известных моделей трансформации НИС. Предложена концептуальная основа стратегии трансформации НИС для Украины. Определены основные этапы реализации стратегии трансформации НИС в условиях формирования экономики знаний.

Ключевые слова: стратегия, национальная инновационная система, инновационная деятельность, экономика знаний, модели трансформации.

The formation of a new knowledge economy, when knowledge becomes an important resource and a factor in its growth and development, involves the transformation of the national innovation system (NIS). This determines the need to study the strategic aspects, national guidelines for the transformation of NIS. The purpose of the article is to study the strategic aspects of the transformation of NIS in the formation of the knowledge economy. The article reveals the content of the concept of NIS. It is considered as a network of interconnected institutions and organizations that individually and in interaction with each other ensure the creation of new technologies and innovative products reproduce the continuity of the science-production-market chain within the national economy. The place of NIS as a supporting element of the knowledge economy is

determined. Empirically, a significant positive relationship between the level of development of the knowledge economy and the quality of NIS transformation has been revealed. It is established that Ukraine lags significantly behind in the pace of formation of the knowledge economy and has significant problems in the transformation of its own NIS. Factors influencing the quality of NIS transformation are revealed. These are: the institutional regime, the level of education of the population, professional skills, staff qualifications and the scale of ICT infrastructure. The content of known models of NIS transformation (European-American, East Asian and alternative) is revealed. The conceptual basis of the NIS transformation strategy for Ukraine is proposed. The role of the state as a source of formation of adequate institutional and business environment, the main investor of basic research, the regulator of relations between the subjects of NIS is determined. The main stages of realization of the strategy of NIS transformation in the conditions of formation of knowledge economy are outlined. In the long run, Ukraine's innovation system must be integrated into international processes, ensure the country's competitive position in world markets for science-intensive products.

Key words: *strategy, national innovation system, innovation activity, knowledge economy, transformation models.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізації, зростання світової конкуренції, формування знаннєвої економіки кожна держава зацікавлена у зростанні інноваційної складової частини товарів та послуг, вироблених у межах її кордонів, причому стає важливим здійснення не окремих інновацій, а системного інноваційного розвитку. Виникає необхідність формування ефективної НІС для кожної країни, яка прагне бути заможною та конкурентоспроможною.

Водночас формування знаннєвої економіки, коли знання стають важливим ресурсом та чинником її зростання та розвитку, створює нові виклики до НІС. Відбувається становлення нової економічної системи на базі створення, поширення та використання знань. Рівень добробуту та темпи економічного зростання країни визначаються високотехнологічними галузями, наукоємними продуктами, науковими знаннями та інноваціями, рівнем інтелектуального розвитку людського капіталу. Становлення нової економічної системи передбачає трансформацію НІС, її глибокі якісні перетворення. Це визначає необхідність вивчення стратегічних аспектів, національних орієнтирів трансформації НІС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія та практика розвитку й трансформації НІС розглядаються в роботах Б. Джонсона, М. Догсона, К. Еджвіста, Б.-А. Лундвалла, С. Меткалфа, Р. Нельсона, К. Фрімена та інших науковців. Знаннєва економіка та проблеми її формування досліджуються в працях Ю. Бажала, Д. Белла, Л. Макарова, Ф. Махлупа, І. Майлза. Незважаючи на значну кількість робіт, недостатньо розглянутими залишаються питання щодо того, як саме необхідно якісно трансформувати НІС в умовах формування знаннєвої економіки, викликів, що вона несе, які стратегії доцільно використовувати.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у дослідженні стратегічних аспектів трансформації НІС в умовах становлення знаннєвої економіки. Досягнення мети передбачає розкриття змісту концепції НІС; визначення ролі та місця НІС у формуванні знаннєвої економіки; виявлення факторів, що впливають на якість трансформації НІС; окреслення моделей трансформації НІС та етапів реалізації її стратегії.

Виклад основного матеріалу. Поняття НІС як феномена з'явилося у 80-і рр. ХХ ст., а її систематичний опис вперше було здійснено економістами Б.-А. Лундваллом та К. Фріменом. Згідно з Б.-А. Лундваллом, НІС – це сукупність суб'єктів та інститутів, діяльність яких спрямована на здійснення та підтримку інноваційної діяльності [1, с. 115–116]. У своїх дослідженнях він спирався на концепцію «національних виробничих систем» Ф. Ліста. Б.-А. Лундвалл та інші економісти, які стояли біля витоків поняття національних інноваційних систем (К. Фрімен, Р. Нельсон, Ф. Хайек), були єдині в розумінні НІС. На їхню думку, НІС являє собою процес та результат

інтеграції різнорідних за цілями, завданнями структур, що зайняті виробництвом, комерційною реалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів. Ці структури забезпечені комплексом правових, фінансових та соціальних інститутів, що мають міцні національні корені, традиції, політичні, а також культурні особливості. До вищезазначених структур належать дрібні та великі компанії, університети, наукові інститути та інші організації.

З моменту становлення глобальної економічної системи та формування економіки знань питання створення власної НІС стало актуальним для більшості розвинених країн. В останні п'ятнадцять років це питання почало активно обговорюватися в Україні, причому не тільки серед учених-економістів, але й серед державних діячів.

Слід зазначити, що в економічній теорії та теорії інновацій не розроблено єдиного визначення та загальної методології НІС. Багато дослідників галузі інноваційного підприємництва та економіки давали свої визначення національної інноваційної системи:

1) мережа інститутів публічного та приватного секторів, чия діяльність і взаємодія ініціює, привносить, змінює, поширює нові технології [2];

2) набір інститутів, взаємодія яких зумовлює інноваційну продуктивність національних компаній [3];

3) набір певних інститутів, які здійснюють внесок у розвиток та поширення нових технологій, які створюють структуру, в рамках якої уряди формують та здійснюють політику щодо впливу на інноваційний процес [4].

В концепції розвитку НІС (схваленої КМУ у 2009 р.) розкрито її зміст як «сукупність законодавчих, структурних та функціональних компонентів (інституцій), які задіяні у процесі створення та застосування наукових знань та технологій і визначають правові, економічні, організаційні, соціальні умови для забезпечення інноваційного процесу» [5]. З урахуванням окреслених думок науковців та визначень НІС доцільно розглядати як мережу взаємопов'язаних інституцій та організацій, які індивідуально та у взаємодії забезпечують створення нових технологій та інноваційної продукції, відтворюють нерозривність ланцюга «наука – виробництво – ринок» у межах національної економіки.

На сучасному етапі економічного розвитку формування фундаменту економіки знань визначається такими тенденціями: перетворення знань на найважливіший фактор виробництва разом з природними ресурсами, працею, капіталом та підприємництвом; збільшення частки сфери послуг та випереджаюче зростання знанневих послуг для бізнесу; зростання значення людського капіталу та інвестицій в освіту, підготовку кадрів; розвиток та широкомасштабне використання нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ); перетворення інновацій на основне джерело економічного зростання та конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що до чотирьох опорних елементів знаннєвої економіки входить НІС, що адаптивна до нових вимог економіки. До інших трьох входять інституційний режим, що забезпечує все більш ефективне використання традиційних ресурсів та прискорене створення нової продукції; рівень освіти населення, професійні навички, кваліфікація кадрів; зростаючі масштаби інфраструктури обробки та передачі інформації, які прискорюються на фоні цифрової трансформації.

На основі даних Європейського банку реконструкції та розвитку [6] щодо 45 країн та власних розрахунків виявлено суттєвий позитивний зв'язок між рівнем розвитку знаннєвої економіки та якістю трансформації НІС (рис. 1) Зв'язок описується таким рівнянням: $y = 3,6754 \ln(x) + 0,4737$, де y – індекс знаннєвої економіки, x – індекс НІС. Коефіцієнт кореляції становив 0,899 (табл. 1).

Високі значення індексів знаннєвої економіки та НІС мають Великобританія (7,715, 6,454), США (7,776, 7,728), Японія (7,136, 7,216), Німеччина (7,425, 6,780). Україна (4,292 та 2,842). Значний перепад у досить невисоких значеннях індексів для

нашої країни свідчить про те, що ситуація «катастрофічна». Коли весь світ переходить від індустріальної економіки до постіндустріальної, ми суттєво відстаємо у темпах формування знаннєвої економіки та маємо значні проблеми у трансформації власної НІС. Ситуація ускладнюється тим, що НІС виступає інституціональною основою економіки знань.

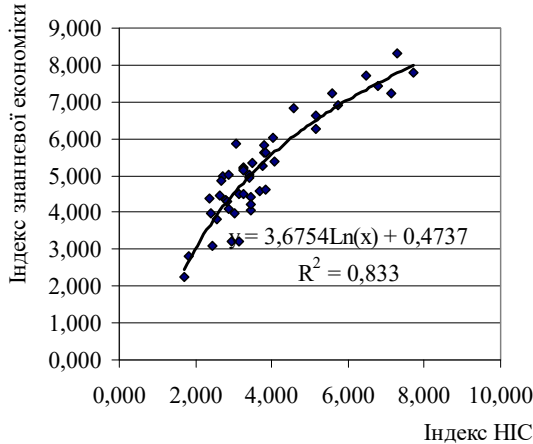


Рис. 1. Зв'язок між індексами знаннєвої економіки та НІС

Таблиця 1

Матриця парних коефіцієнтів кореляції індексу економіки знань та індексів опорних елементів

Показники	Індекс економіки знань	Опорний елемент 1	Опорний елемент 2	Опорний елемент 3	Опорний елемент 4
Індекс економіки знань	1,000				
Опорний елемент 1: Інституційний режим	0,945	1,000			
Опорний елемент 2: Навички для інновацій	0,928	0,841	1,000		
Опорний елемент 3: НІС	0,899	0,799	0,766	1,000	
Опорний елемент 4: Інфраструктура ІКТ	0,954	0,879	0,868	0,792	1,000

Джерело: розраховано за даними Європейського банку реконструкції та розвитку [6]

Результати аналізу парних коефіцієнтів кореляції індексів опорних елементів свідчать про те, що також існує тісний зв'язок між якістю трансформації НІС та інституційним режимом (0,799), рівнем освіти населення, професійними навичками, кваліфікацією кадрів (0,766) та масштабами інфраструктури ІКТ (0,792). Отримані коефіцієнти є статистично значущими ($p < 0,05$). Цей зв'язок є позитивним: забезпечуючи розвиток цих опорних елементів знаннєвої економіки, країна поліпшує умови для трансформації НІС.

Таким чином, стратегія трансформації НІС має бути комплексною й забезпечувати не тільки зміни інститутів та організацій, що формують систему, але й зміни в зовнішньому середовищі для системи.

Останнім часом в економічних та політичних колах обговорюються різні стратегічні напрями розвитку ефективної моделі трансформації НІС України. Розглянемо деякі з таких варіантів.

Розглядається варіант використання зарубіжного досвіду. В цьому разі питання ставиться щодо копіювання найбільш вдалих моделей трансформації НІС розвинених та нових індустріальних країн. Однак передумови та обмеження розвитку вітчизняної інноваційної системи визначають її особливості, які зумовлюють обмеженість використання в «чистому» вигляді закордонного досвіду в галузі інноваційної діяльності, принаймні в середньостроковій перспективі. Так, європейсько-американська модель НІС вимагає значних фінансових вкладень на всіх стадіях інноваційного процесу, зацікавленості з боку національних підприємств у здійсненні інновацій. Основу цієї моделі складають досвідні бази підприємств та ВНЗ, розвинене партнерство між державою, бізнесом, академічними колами. В Україні складається прямо протилежна ситуація, переломити яку навряд чи вдасться навіть у середньостроковій перспективі. Не підходить Україні східно-азійська модель, що заснована на використанні та впровадженні зарубіжного науково-технічного потенціалу, з подальшим його нарощуванням всередині країни. Країни, які вибрали цю модель, мають експортний характер економіки високотехнологічної продукції, тому для інноваційного розвитку запозичують ідеї у країн, які дотримуються європейсько-американської моделі. Фінансування інноваційної діяльності здійснюється переважно державою. Простежується обмежена доступність інших видів фінансування, зокрема венчурного. Наукові кадри, аналогічно інноваційним ідеям, залучаються з усього світу. Конкурентна стратегія реалізується через політику власних транснаціональних компаній. Це не підходить Україні, оскільки в умовах відкритої економіки український інноваційний бізнес не здатний конкурувати з великими іноземними компаніями, що мають не тільки значний досвід у цій сфері, але й ресурси. Деяку альтернативну модель НІС використовують сільсько-господарські країни, що не володіють потенціалом у фундаментальних та прикладних дослідженнях. Такі країни розвивають окремі галузі переважно з низькою доданою вартістю, створюючи на їх основі більш-менш якісні інноваційні галузеві системи. При цьому їх власні НІС залишаються нерозвинутими та архаїчними.

З огляду на це пропонується вибрати таку стратегію трансформації НІС для України. Слід не заважати розвитку на звичайних ринкових засадах виробництву товарів та послуг у наявних нішах за порівняно відсталих технологій (якщо є попит, а витрати порівняно низькі), що забезпечить робочі місця та доходи для працівників середньої, а також низької кваліфікації, сконцентрувати обмежені ресурси та кращі кадри на великомасштабному освоєнні технологій V укладу, якщо є можливість, освоювати нові ринкові ніші, тиснути імпортні товари, використовувати сучасні імпортні технології, одночасно готувати передумови для прориву у VI технологічний уклад в тих напрямках, де для цього є можливості.

Таким чином, для України в чистому вигляді не підходить жодна з відомих стратегій та моделей. Альтернативним рішенням у цьому разі є їх органічне поєднання. Концептуальна основа, на якій могла би трансформуватися НІС відповідно до умов знаннєвої економіки, полягатиме у використанні власного науково-технічного потенціалу в поєднанні із закордонними технологіями та інвестиціями. З огляду на брак фінансових коштів комерціалізація вітчизняних наукових винаходів могла б здійснюватися в країнах, що володіють необхідними для цього передумовами. Визначальною є роль держави як джерела формування адекватного інституційного та ділового середовища, основного інвестора фундаментальних досліджень, регулятора відносин між суб'єктами НІС.

Слід зазначити, що розроблення державної інноваційної політики має виходити з такого комплексу методологічних положень трансформації інноваційної системи,

згідно з якими НІС виступає інструментом, що дає змогу країні реалізовувати внутрішні (стійке економічне зростання, підвищення добробуту населення тощо) та зовнішні (конкурентні позиції країни у світовій економіці) цілі розвитку; її трансформація передбачає перехід економіки з експортно-орієнтованого, низько технологічного напрямку розвитку на інноваційний, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, розроблення ними власних стратегій інноваційного розвитку; вимагає підготовки фахівців високого рівня в галузі управління виробництвом та маркетингу, інноваційно-орієнтованої робочої сили з відповідними навичками; потребує врахування останніх тенденцій постіндустріального розвитку, а саме зростання впливу діджиталізації на інноваційні процеси; активну роль у процесі її розвитку разом з державою мають відігравати наукові та промислові кола.

З урахуванням вищевказаного матеріалу наведемо основні етапи реалізації стратегії трансформації НІС в умовах формування знаннєвої економіки.

У короткостроковому періоді (до 2022 р.) проводиться ретельний та об'єктивний аналіз соціально-економічних умов перетворення НІС, передумов та обмежень її якісної трансформації, відбуваються виявлення та коригування положення законодавства, що перешкоджають становленню інноваційної економіки. На цьому етапі також розробляється та приймається на державному рівні стратегія трансформації НІС, реалізуються інноваційна, науково-технічна та промислова політики держави відповідно до встановлених цілей розвитку постіндустріальної економічної системи, формується нормативно-правова база, яка стимулює інноваційні процеси, коригується структура вітчизняної інноваційної системи.

У середньостроковому періоді (до 2027 р.) створюються ефективні (нові або значно видозмінюються наявні) елементи української НІС, починається їх об'єднання, зокрема завершення модернізації освіти та її адаптація до умов інноваційної економіки, створення досліdnих університетів, відпрацювання механізмів функціонування корпоративних науково-промислових структур, формування конкурентоспроможних у світовому просторі регіональних інноваційних систем, розвиток інфраструктури інноваційної діяльності (інформаційної, фінансової, юридичної).

У довгостроковому періоді (до 2030 р.) інноваційна система України інтегрується у міжнародні процеси, забезпечується конкурентне положення країни на світових ринках наукоємної продукції.

Незважаючи на те, що роль держави у трансформації НІС є значною та охоплює майже всі стадії інноваційного процесу, слід враховувати, що спроби надлишкової регламентації інноваційної діяльності з боку уряду зазвичай призводять до неефективності програм, що організовані спільно з бізнесом, загалом знижується зацікавленість промислового сектору у здійсненні інноваційної діяльності. У багатьох країнах уряди одночасно використовують різні канали підтримки інноваційної активності. Такий підхід зменшує ризики «провалів держави» через неефективну діяльність конкретних інститутів та надалі дає змогу розширювати підтримку більш ефективних з них в разі згорання невдалих програм. Сьогодні не є доцільним усунення наявних інноваційних інститутів, оскільки за всієї можливої неефективності їх діяльності вони виконують певні функції, а їх радикальне руйнування може негативно відобразитися на інноваційному процесі. Оптимальним варіантом є імплантація (або поступове заміщення) старих інститутів у нову систему підтримки інноваційної активності.

Висновки. Найважливішою основою національної економіки стає інтенсивний розвиток сфер, які виробляють наукове знання та інноваційні продукти. Сьогодні знання як фактор інтелектуального та економічного розвитку перетворюються на один із самостійних чинників виробництва. Формується економіка нового типу, у якій знання виступають у ролі джерела вартості, виникають нові види виробництв, галузі, технології, в результаті чого підвищуються конкурентоспроможність, добробут

та якість життя. Прискорення виробництва нового знання перетворює економіку на систему, що функціонує на основі обміну знаннями та їх взаємної оцінки. Це створює передумови та необхідність трансформації національних інноваційних систем, які мають відповідати особливостям та вимогам нової економіки. Проведені дослідження показали, що формування знаннєвої економіки в Україні відбувається повільно, якість трансформації її НІС залишається низькою. Практично країна залишається в стороні від основних тенденцій цього століття, має перспективи залишитися слабкою, нерозвинутою, переважно аграрною країною. Окреслені проблеми вимагають розроблення та реалізації комплексної стратегії трансформації вітчизняної НІС.

Список використаних джерел:

1. Lundvall B.-A. The Danish Model and the Globalizing Learning Economy Development. Success: Historical accounts from more advanced countries / ed. Augustin Fosu. UK : Oxford University Press, 2013. P. 115–139.
2. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. Frances Printer Publishers, London, New York, 1987. 155 p.
3. Nelson R.R. (ed.). National Innovation Systems: A Comparative Study. Oxford University Press, Oxford, 1993. 552 p.
4. Metcalfe S. The Economic Foundations of Technology Policy: Equilibrium and Evolutionary Perspectives. Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change. Oxford (UK) ; Cambridge (US), 1995. P. 409–512.
5. Концепція розвитку національної інноваційної системи. Схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р.
6. Foiadelli F., Anton P., Dvorak P. Introducing the EBRD Knowledge Economy Index. European Bank for Reconstruction and Development. London, 2019. 35 p.

References:

1. Lundvall B.-A. (2013) The Danish Model and the Globalizing Learning Economy. In Augustin Fosu (Ed.). *Development Success: Historical accounts from more advanced countries*. UK: Oxford University Press, pp. 115–139.
2. Freeman C. (1987) *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. Frances Printer Publishers, London, New York.
3. Nelson R.R. (ed.) (1993) *National Innovation Systems: A Comparative Study*. Oxford University Press, Oxford.
4. Metcalfe S. (1995) The Economic Foundations of Technology Policy: Equilibrium and Evolutionary Perspectives. *Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change*. Oxford, Cambridge, pp. 409–512.
5. Kontseptsiya rozvytku natsionalnoyi innovatsiynoyi systemy [Concept for the development of the national innovation system] (2009). Skhvaleno rozporядzhenniam Kabinetu Ministriv Ukrayiny. (in Ukrainian)
6. Foiadelli F., Anton P., Dvorak P. (2019) *Introducing the EBRD Knowledge Economy Index*. European Bank for Reconstruction and Development. London.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339:138

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.8>

Буга Н.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7378-9036>

Янчук Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3901-7670>

Філіпішин І.В.

доктор економічних наук, професор,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2914-2259>

Buga Nataliia, Yanchuk Tanya, Filipishyn Ihor
Vasyl Stus Donetsk National University

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ХОСТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

MARKETING SUPPORT FOR THE ACTIVITIES OF THE HOSTING COMPANY

У статті розглянуто маркетингове забезпечення діяльності хостингової компанії. Формування маркетингового забезпечення – це складний процес, що починається з маркетингового дослідження ринку, підприємства та завершується розробленням планів щодо розвитку підприємства на основі виробництва конкурентоспроможних товарів та послуг. Під час формування маркетингового забезпечення необхідно оптимізувати використання маркетингових ресурсів. Проведене маркетингове дослідження діяльності хостингової компанії дало змогу визначити пріоритетні напрями, що забезпечать збільшення обсягів продажів з огляду на її конкурентну позицію. Головним інструментом впливу на споживачів вважається маркетингова комунікаційна політика, для якої центральним рингом боротьби стало інтернет-середовище. Надано рекомендації щодо застосування цифрових інструментів на кожному етапі воронки продажів.

Ключові слова: маркетингове забезпечення, хостингова компанія, Інтернет, маркетингові комунікації, воронка продажів.

В статье рассмотрено маркетинговое обеспечение деятельности хостинговой компании. Формирование маркетингового обеспечения – это сложный процесс, начинающийся с маркетингового исследования рынка, предприятия и заканчивающийся разработкой планов по развитию предприятия на основе производства конкурентоспособных товаров и услуг. При формировании маркетингового обеспечения необходимо оптимизировать использование маркетинговых ресурсов. Проведенное маркетинговое исследование деятельности хостинговой компании позволило определить приоритетные направления, которые обеспечат увеличение объемов продаж с учетом ее конкурентной позиции. Главным инструментом воздействия на потребителей считается маркетинговая коммуникационная политика, для которой центральным рингом борьбы стала интернет-среда. Предоставлены рекомендации по применению цифровых инструментов на каждом этапе воронки продаж.

Ключевые слова: маркетинговое обеспечение, хостинговая компания, Интернет, маркетинговые коммуникации, воронка продаж.

The article deals with the current problem, which is connected with the formation of marketing support for the activities of the hosting company. The aim of the research is to define the essence and specifics of the marketing support of the hosting company. Because in today's environment, companies that work on the Internet. The environment should be competitive through the use of modern marketing technologies, and recommendations should be developed to improve the efficiency of Internet marketing communications. The method of theoretical and empirical research is used in the work; it consists of elements such as analysis and synthesis of marketing processes in the enterprise, logical argumentation of consequences and effects of introduction of certain tools of promotion, comparing and generalizing the main differences online and offline promotion. The formation of marketing support is a complex process that begins with the marketing research of the market, enterprise and ends with the development of plans for enterprise development based on the production of competitive goods and services. During the development of marketing support, it is necessary to optimize the use of marketing resources. A marketing study of the hosting company's activities has been carried out and has led to the identification of priority areas that will ensure increased sales, taking into account its competitive position. After analyzing the key factors of competitors that influence the consumer's choice of hosting services, determined that hosting is the company's main competitor. The main tool for influencing consumers is marketing communication policy, for which the Internet environment has become a central part of the struggle. In order to improve the planning of the promotion of services, the communication plan in the Internet environment has been improved by adapting the communication tools to the sales vortex. Advice provided on the use of digital tools at each stage of the crater sale. The practical significance of the study is to adjust the process of promotion of services by adapting the normal communication policy to the digital requirements of promotion on the Internet.

Key words: marketing software, hosting company, Internet, marketing communications, sales funnel.

Постановка проблеми. Формування ефективного маркетингового забезпечення є невід'ємною складовою частиною діяльності кожного підприємства, що бажає залишатись конкурентоспроможним на ринку, на якому воно здійснює свою діяльність. Ця проблематика є надзвичайно актуальною, оскільки постійно зростає конкуренція на ринку, споживачі стають більш вимогливими та скептичними, вони ще більше аналізують інформацію та перевіряють її достовірність, тому так важливо постійно слідкувати за новими прийомами та інструментами, що використовуються для вирішення завдань щодо максимального задоволення потреб споживачів та максимізації прибутку від збуту продукції.

Сучасний маркетинг неможливо уявити без інтернет-технологій, які надають широкі можливості для просування будь-якого виду товарів і послуг. Компанії, що працюють у цій сфері, зокрема хостингові компанії, також потребують ефективного маркетингового забезпечення, тому для формування рекомендацій щодо підвищення ефективності їх маркетингової діяльності доцільно проаналізувати весь шлях потенційних клієнтів від знання про компанію до здійснення покупки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетингове забезпечення діяльності підприємства розглядається в працях Н.К. Моїсєвої, М.В. Корж, Т.С. Чуніхіної. Р.М. Скриньковський, О.Ю. Бочко досліджують маркетингове забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств. Проте роль та специфіку маркетингового забезпечення хостингових компаній як засобу підвищення конкурентоспроможності українськими вченими на достатньому рівні не опрацьовано, що стало метою дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення сутності та специфіки маркетингового забезпечення хостингової компанії, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових комунікацій в мережі Інтернет.

Виклад основного матеріалу. Для ефективного функціонування процесу розроблення та прийняття рішень на підприємстві, які залучені в процес обміну цінностями у вигляді товарів та послуг, потрібне маркетингове забезпечення. Маркетингове забез-

печення трактують як сукупність усіх видів ресурсів (як матеріальних, так і нематеріальних), які комплексно забезпечують підтримку адекватності системи та процесу маркетингу. Маркетингові ресурси об'єднують у такі три групи [1]: технологічні маркетингові ресурси (асортиментний, логістичний, фінансовий, науково-технологічний ресурси); організаційні маркетингові ресурси (партнерський, внутрішньо організаційний ресурси); інформаційні маркетингові ресурси (аналітичний, комунікаційний ресурси, маркетингові відносини зі споживачами).

Можна розглядати маркетингове забезпечення як процес систематичного й цілеспрямованого формування програми розвитку підприємства, пов'язаного з випуском і попитом конкурентоспроможної продукції [2].

Погоджуючись із попередніми трактуваннями, вважаємо найбільш вдалим розгляд маркетингового забезпечення як певного процесу планування, що визначає організаційні основи, перспективу, напрям розвитку, а також шляхи й засоби їх досягнення з певним набором маркетингових інструментів [3, с. 13].

Формування маркетингового забезпечення спрямовано на навчання, пов'язане з можливістю застосування інструментів маркетингу під час проведення дослідження ринку; розроблення на основі знань і ринкової практики принципів та програм маркетингової діяльності; конструктивне впровадження філософії та інструментарію маркетингу в економічні відносини; підтримку й розвиток інноваційних видів діяльності [2].

Під час формування маркетингового забезпечення компанії потрібно визначити її специфіку. Об'єктом дослідження вибрано українську хостингову компанію "HostPro", яка працює на ринку IT-послуг. Послугами, які надає компанія "HostPro", є оренда Linux- і Windows-хостингу, виділення серверів, реєстрація доменних імен, оформлення та встановлення SSL-сертифікатів, оренда ліцензій Microsoft. "HostPro" – це перша українська компанія, яка запустила хмарний хостинг і перейшла на роботу по протоколу HTTP/2. Розміщення сайтів відбувається на різних ресурсах відповідно до потреб споживачів та власне сайтів, які мають розміщуватись. Є три основних категорії, а саме shared-хостинг, VPS та виділений сервер. Фактично все це є віртуальним простором, основна їх відмінність полягає в кількості ресурсів, які можуть споживатись, та набору функціональних можливостей для управління певним продуктом [4].

Найбільше доходу компанії приносить розміщення сайтів. Оскільки хостинг є основною послугою компанії, на її просування виділяється найбільше коштів, а саме на shared-хостинг та VPS. Продукти з цієї сфери є більш складними, такі як сервери, і для їх просування застосовуються більш складні інструменти, орієнтовані на особистий підхід до кожного клієнта. Інші продукти підприємство перепродає, вони є супутніми товарами до основного, тобто окремо займатись їх просуванням недоречно.

Цільова аудиторія представлена такими сегментами:

- 1) розробник, програміст, який безпосередньо розробляє сайти для власної компанії (штатні співробітники);
- 2) розробник, програміст, який безпосередньо розробляє сайти для інших компаній (веб студії, фрілансери);
- 3) стартапер, власник інтернет-бізнесу (інтернет-магазин), власник бізнесів і невеликих сайтів, за допомогою яких просуваються послуги або продукти.

Для продажу своїх послуг компанія, звичайно, використовує мережу Інтернет. Середній час, який людина проводить на сайті, складає 13,28 хвилин, за цей час вона проглядає в середньому 12 сторінок сайту, тобто досліджує приблизно 4 послуги за сеанс. Найбільше трафіку по країнах приходить з України (77%), Канади, Чорногорії, Білорусі тощо. Це обумовлено географічним розташуванням компанії та власне серверів. Локація серверів впливає на швидкість доставки інформації до користувачів сайту, тому клієнти орендують хостингові продукти з розташуванням сервера ближче до його клієнта.

Розглянемо початкові точки, з яких люди потрапляють на сайт. Найбільшу частку (53,7%) має точка входу Direct, тобто це прямі входження на сайт, коли людина в пошуковій стрічці пише чітку назву hostpro.ua та, минаючи пошук, одразу потрапляє на сайт або ресурс, що знаходиться в закладках. Це означає, що половина трафіку, або близько 39 076 осіб, знає компанію, тому для того, щоби підвищити відсоток, необхідно працювати над самим брендом та іміджем компанії “HostPro”. Точка входу Search складає 36,9% серед загального трафіку. Це означає, що стільки відсотків людей потрапили на hostpro.ua через пошук, наприклад, в Гуглі. Загальний пошук можна поділити на органічний та оплачений.

Органічний пошук складає 82,4%. Топ-органічних ключових слів: “hostpro”, “ukraine hosting”, «хостпро», «хостинг», «недорогий хмарний хостинг». За управління та підвищення продуктивності органічного пошуку відповідає SEO-спеціаліст. Також він здійснює розроблення стратегії просування сайту компанії в пошукових мережах. Здійснюється складання семантичного ядра, яке використовується для написання текстів. Вони розміщуються на різних сторінках сайту залежно від специфіки послуги та власне контенту. SEO-тексти вміщують у собі ключові слова із семантичного ядра, вони впливають на індексацію сторінок та видачу їх у пошукових системах. Також здійснюється збільшення кількості посилань на різних ресурсах (платних та безкоштовних) шляхом публікування корисних, тематичних статей, які містять посилання на “HostPro”.

Оплачений пошук складає 17,56%. Топ-оплачених ключових слів, за якими заходять на сайт: “hostpro”, «хост про», «хостпро», «хостинг для opencart Україна», «купити домен». Сюди входить контекстна реклама, яку запускає менеджер з контекстної реклами та ретаргетингу (PPC-спеціаліст).

Точка входу Social складає 1,6%. Трафік розподілений таким чином: Facebook має 47,18%, Youtube – 40,61%, VKontakte – 8,72%, Pinterest – 1,9%, Telegram Webapp – 1,59%.

Точка входу Mail складає 2,93%. Це люди, які перейшли на сайт з email-розсилок за наявною базою активних/неактивних клієнтів. Сюди входять як рекламні листи, так і інформаційні (виставлені рахунки, сповіщення-нагадування про оплату). Email-маркетолог відповідає за збирання ідей, інформації, їх оброблення, розроблення та стилістичне оформлення текстових повідомлень рекламного характеру. Верстка листа, оскільки він має не просто текстовий вигляд, а можливі певні інтерактивні креативи, обов’язково має містити кнопку із заклик до дії. Можливий обмін з партнерами інформацією про акції, знижки шляхом додавання один одного в заплановані розсилки.

Точка входу Display Ads складає 1,63%. Як правило, це медійна реклама, що охоплює аналізований домен від медійних оголошень через рекламну мережу, виключаючи прямий трафік, який купує медіа. Трафік надходить з таких ресурсів, як Youtube, gamesbs, android-club.

Далі за дохідністю йдуть домени та сертифікати, що в середньому за три роки складають по 13% із загального доходу. Коштів на їх просування виділяється менше, оскільки вони є супутніми послугами до хостинг-продуктів, але окремо також можуть реалізовуватись.

Аналізуючи частку ринку хостингових послуг України за даними ru.hostings.info [4], можемо стверджувати, що “HostPro” посідає 3 місце на ринку з часткою у 12,7% на ринку. Також можна визначити основних конкурентів на ринку хостингових послуг України. Отже, ними є Mirohost.net, Imena.ua, UH.ua, HOSTiQ.ua, Freehost.com.ua та VPS.ua. Однак не можна стовідсотково довіряти цим даним, оскільки ці дані про кількість клієнтів надають самі компанії. Дослідження конкурентних позицій показує, що перші позиції в рекламній видачі займає hostpro.ua.

На здійснення покупки впливає багато факторів, які людина оцінює, можливо, навіть не усвідомлюючи цього. Наприклад, зовнішній вигляд сайту, зручність викори-

стання, ясність інформації, яку подають, те, чи взагалі задовольняє ця компанія наявну потребу (табл. 1).

Таблиця 1

Ключові фактори, що впливають на вибір потенційних споживачів хостингових послуг

Показник	Hostpro	Ukraine	Vps.Ua	Hostiq	Freehost	Cityhost
Адміністрування базове	+	+	+	+	+	+
Адміністрування повне	+	-	+	(за дод. оплату)	-	-
Тестовий період	7 днів	30 днів	-	30 днів	7 днів	10 днів
Гарантія повернення коштів	30 днів	-	30 днів	30 днів	30 днів	30 днів
Додаткові переваги під час трансферу	Безкоштовний домен та місяць тарифу	-	-	Безкоштовний SSL	-	Безкоштовний домен та місяць тарифу
Безкоштовна панель керування	+	-	+	+	-	+

Джерело: розроблено авторами на основі джерел [5–10]

Всі конкуренти мають безкоштовне базове адміністрування, більшість має тестовий період від 7 до 30 днів та гарантію повернення коштів у 30 днів. Безкоштовне повне адміністрування мають лише дві компанії, такі як “Hostpro” та “Vps.ua”. Це надає компанії важливу конкурентну перевагу, за допомогою якої можна зміцнювати своє позиціонування на ринку та акцентувати на цьому увагу під час просування послуг компанії. Також важливим фактором, яким виділяється “hostpro”, є додаткові переваги для тих, хто мігрує від іншого хостеру. Під час трансферу “Hostpro” дарує реєстрацію домена на рік та місяць тарифного плану хостингу, на який переходить клієнт.

Беззаперечно, ціновий фактор під час вибору хостингової компанії має досить великий вплив, оскільки використання хостингу необхідне для загального відображення бізнесу клієнта в мережі Інтернет, тому поки бізнес клієнта «живе» в онлайн-просторі, будуть купувати послуги хостингу. Цінова політика учасників ринку хостингу показана в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз цінової політики конкурентів

Продукт/ціна в міс.	Hostpro	Ukraine	Vps.Ua	Hostiq	Freehost	Cityhost	
Shared-hosting	Мін.	2,95	3,5	-	4,87	2,5	2,5
	Макс.	6,95	10,92	-	6,67	8,9	8,1
WordPress hosting	Мін.	3,95	-	-	3,12	2,9	-
	Макс.	6,95	-	-	5,22	7,85	-
VPS	Мін.	10	7,21	7,91	6,67	7	5,5
	Макс.	120	33,65	671	25,89	25	20

Джерело: розроблено авторами на основі [5–10]

Якщо розглядати цінову політику за продуктом Shared-hosting, можна стверджувати, що ціни серед конкурентів майже однакові. За WordPress hosting тарифи також приблизно однакові, але не у всіх конкурентів є ця послуга. Більшість зазначає, що є можливість оптимізувати роботу звичайних Shared-hosting-планів, але готового рішення немає. Це змушує потенційного споживача здійснювати додаткові дії та звертатись до технічної підтримки для вирішення питання. Оцінюючи цінову політику за продуктами VPS, можемо спостерігати досить різний ціновий діапазон. Однак майже в усіх ціни стартують від 5,5 доларів на місяць. Далі ціни різняться. Найбільш схожа цінова стратегія до “Hostpro” спостерігається в “Vps.ua”, оскільки в них багато тарифів під різні потреби клієнта, що не обмежує його у виборі.

Під час вибору оптимального варіанта маркетингового забезпечення розробляються основні напрями розвитку. В цьому разі компанії “HostPro” слід зосередити увагу на вдосконаленні плану маркетингових комунікацій хостингових послуг на цільовий. Для цього можна скористатися воронкою продажів. Метою побудови воронки продажів є перетворення потенційного клієнта на реального покупця за рахунок контролю процесу продажів, аналізу ефективності роботи кожного менеджера, підрахунку результатів на кожному етапі, прогнозу й побудови планів продажів на основі середніх значень. Для переходу цільової аудиторії компанії “HostPro” з одного етапу на інший необхідно здійснювати певні дії з додаванням цифрових складових частин з боку компанії, які будуть відповідати очікуванням потенційних клієнтів та задовольняти їх потребу в цей момент на кожному етапі чи то інформаційно (певною статтею, мануалом), чи то консультацією.

Маркетингові інтернет-інструменти, що використовуються хостинговою компанією на кожному етапі воронки продажів, показано в табл. 3.

Таблиця 3

Використання маркетингових інструментів для продажу хостингових послуг

Інструмент	Тактичні дії
<i>Покази-кліки</i>	
SEO	Змінити ключові слова
Контекстна реклама	Збільшити
Таргетингова реклама	Знайти цільову аудиторію
<i>Кліки-ліди</i>	
Акції	Обмеженість пропозиції в часі
Знижки	Знижки на певну послугу
Відгуки	Програма лояльності для тих, хто залишає відгуки
Лід-магніт	Безкоштовний тестовий період послуги
<i>Ліди-продажі</i>	
Скрипти продаж	Прописаний сценарій продажів
Оптимізація роботи сайту	Швидкість завантаження сайту тощо
<i>Повторні продажі</i>	
Ремаркетинг, ретаргетинг	Спеціальні пропозиції для тих, хто відвідав сайт, пропозиція супутнього товару

На першому етапі потреба ще не сформована, але прогнозується (із застосуванням поняття «купівельне свербіння»), що вона скоро з’явиться. Завдання компанії полягає

в тому, щоби підвищити пізнаваність та сформувати потребу. Можна застосовувати, наприклад, медійну рекламу, SMM, роботу з лідерами думок. На другому етапі, коли сформована потреба у цільовій аудиторії, задачею маркетингу є приведення аудиторії на сайт. Для цього можна використовувати SEO, контекстну, таргетингову рекламу. Якщо у компанії є контакти аудиторії, то використовується email-маркетинг. На третьому етапі цільова аудиторія вже знайома з компанією, але вона вагається та досліджує альтернативи. Задачею маркетингу є утримання аудиторії, а інструментами, що використовуються, є покращення юзабіліті сайту, надання корисної інформації для цільової аудиторії, підтвердження авторитетності та надання гарантій. На четвертому етапі зацікавленій аудиторії треба надавати консультації, показувати гарантії якості послуги, робити акцент на технічній підтримці. Важливо розуміти потребу кожного потенційного споживача, навіть якщо він сам не до кінця її розуміє. На п'ятому етапі, коли цільова аудиторія вже здійснила покупку, необхідно працювати над лояльністю клієнтів, забезпеченням повернення за іншими послугами, продовженням тарифів, наданням рекомендацій друзям та знайомим. Стимулювати цю аудиторію можна таким чином: залишати відгуки про враження від користування послугами, оскільки це впливає на аудиторію, яка має потребу та тільки збирає інформацію про ринок хостингових послуг.

Висновки. Таким чином, формування маркетингового забезпечення залежить від специфіки діяльності підприємства. Залежно від конкурентних позицій підприємство вибирає маркетингові напрями, які необхідно підсилити. Дослідження показали, що під час розроблення плану комунікацій хостингової компанії варто зосереджувати маркетингові зусилля на послугі VPS. Це обумовлено проведеним аналізом популярності ключових запитів через Google Trends. Для налагодження процесу просування послуг у соціальних мережах необхідно оптимізувати процес налаштування таргетингової реклами шляхом адаптації рекламних кампаній під сегментовану цільову аудиторію, що стане наступним напрямом дослідження авторського колективу.

Список використаних джерел:

1. Моисеева Н.К. Трансформация бизнеса в условиях рыночной нестабильности : монография. Москва : КУРС ; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 416 с.
2. Корж М.В., Чуніхіна Т.С. Теоретико-методичні засади маркетингового забезпечення господарюючого аспекту. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 24. С. 119–124. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/24.pdf (дата звернення: 17.10.2020).
3. Скриньковський Р.М. Маркетингове забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств (на прикладі Львівської області). *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 8/1. С. 12–26.
4. Official site of Hostings info. URL: <https://ru.hostings.info> (дата звернення: 05.10.2020).
5. Official site of Hostpro. URL: <https://hostpro.ua> (дата звернення: 12.10.2020).
6. Official site of Ukraine.com URL: <https://www.ukraine.com.ua> (дата звернення: 12.10.2020).
7. Official site of VPS.UA. URL: <https://vps.ua> (дата звернення: 12.10.2020).
8. Official site of Hostiq.ua. URL: <https://hostiq.ua> (дата звернення: 12.10.2020).
9. Official site of Freehost.com. URL: <https://freehost.com.ua> (дата звернення: 12.10.2020).
10. Official site of Cityhost.ua. URL: <https://cityhost.ua> (дата звернення: 12.10.2020).

References:

1. Moiseeva N.K. (2015) Transformaciya biznesa v usloviyah rynochnoj nestabil'nosti [Business transformation in the context of market instability]. Moscow: KURS; NIC INFRA-M. (in Russian)
2. Korzh M.V., Chunikhina T.S. (2019) Teoretyko-metodychni zasady marketynghovogho zabezpechennja ghospodarjujuchogho aspektu [Theoretical and methodological ambush of marketing zabezpechennya of the state-sponsored aspect]. *Naukovyj visnyk Uzhgorodskogho nacional'nogho universytetu* [Naukoviy visnyk of Uzhgorod National University] (electronic journal), vol. 24, pp. 119–124. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/24.pdf (accessed 17 October 2020).

3. Skrynjkovs'kyj R.M. (2013) Marketinghove zabezpechennja dijal'nosti sil's'koghospodars'kykh pidpryjemstv (na prykladi L'vivivs'koji oblasti) [Marketing security for the activity of the Silk and Gospodar enterprises (in the Lviv region)]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 8/1, pp. 12–26.
4. Official site of Hostings info. Available at: <https://ru.hostings.info> (accessed 05 October 2020).
5. Official site of Hostpro. Available at: <https://hostpro.ua> (accessed 12 October 2020).
6. Official site of Ukraine.com Available at: <https://www.ukraine.com.ua> (accessed 12 October 2020).
7. Official site of VPS.UA. Available at: <https://vps.ua> (accessed 12 October 2020).
8. Official site of Hostiq.ua. Available at: <https://hostiq.ua> (accessed 12 October 2020).
9. Official site of Freehost.com. Available at: <https://freehost.com.ua> (accessed 12 October 2020).
10. Official site of Cityhost.ua. Available at: <https://cityhost.ua> (accessed 12 October 2020).

УДК 658.7

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.9>

Каламан О.Б.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і логістики,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5586-7654>

Kalaman Olga

Odessa National Academy of Food Technologies

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ЛОГІСТИЦІ

DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN LOGISTICS

У статті представлено аналіз взаємозв'язків, що існують між різними бар'єрами та драйверами у всіх трьох вимірах, таких як бізнес-моделі, логістичні практики, технології. Запропоновано механізм, що підтримуватиме впровадження інновацій у транспортній логістиці, застосовуючи цілісний підхід, що враховує кілька взаємодоповнюючих аспектів інновацій. Доведено, що інновації є ключовим фактором конкурентоспроможності європейської промисловості та історично відігравали життєво важливу роль у підвищенні ефективності. Проведене дослідження показує, що впровадження логістичних інновацій є можливим і реальним шляхом виявлення зв'язків між наявними бар'єрами та драйверами, які можуть допомогти їх подолати. Виявлено, як засоби підтримують, спрямовують інновації та сприяють ним, даючи змогу подолати наявні бар'єри. Представлене дослідження надає інформацію про найбільш корисні та перспективні рішення й можливості.

Ключові слова: логістика, логістичні інновації, бар'єри для інновацій, бізнес-моделі, бар'єри інноваційних рішень.

В статті представлено аналіз взаємозв'язків, що існують між різними бар'єрами та драйверами у всіх трьох вимірах, таких як бізнес-моделі, логістичні практики, технології. Запропоновано механізм, що підтримуватиме впровадження інновацій у транспортній логістиці, застосовуючи цілісний підхід, що враховує кілька взаємодоповнюючих аспектів інновацій. Доведено, що інновації є ключовим фактором конкурентоспроможності європейської промисловості та історично відігравали життєво важливу роль у підвищенні ефективності. Проведене дослідження показує, що впровадження логістичних інновацій є можливим і реальним шляхом виявлення зв'язків між наявними бар'єрами та драйверами, які можуть допомогти їх подолати. Виявлено, як засоби підтримують, спрямовують інновації та сприяють ним, даючи змогу подолати наявні бар'єри. Представлене дослідження надає інформацію про найбільш корисні та перспективні рішення й можливості.

Ключевые слова: логистика, логистические инновации, барьеры для инноваций, бизнес-модели, барьеры инновационных решений.

The article presents an analysis of the relationships that exist between different barriers and drivers in all three dimensions: business models; logistics practices; technology. A mechanism has been proposed to support the implementation of innovations in transport logistics, using a holistic approach that takes into account several complementary aspects of innovation. It has been proven that innovation is a key factor in the competitiveness of European industry and has historically played a vital role in improving efficiency. It is recommended to set goals, clear forms that are easy to use by stakeholders, secure storage and confidentiality registers, and clear ways to distribute information across the project hierarchy to address potential reliability issues. The study shows that the implementation of logistics innovations is possible and real by identifying the links between existing barriers and drivers that can help overcome them. Information can be the key to innovation in logistics flows and should be given due consideration. There are certain barriers that are met for almost all innovative technologies, such as lack of standardization, security issues, associated costs and compensation for implementation. Bringing logistics innovation experts together in the community is one of the key prerequisites for building an environment conducive to innovation. Contact details and experiences of community members will be available to potential innovators, ensuring awareness of the availability of innovative services. It is revealed how the tools support, guide and promote innovation, allowing overcoming existing barriers. The key to long-term logistics innovations is research and organization of future research areas. It will be critical for the logistics industry to fully accompany its future research directions with clear objectives, ensuring that the research results are actually taken into account and fully utilized. The introduction of logistics innovations prevents or limits the lack of research or proper management. After all, finance plays a key role in logistics.

Key words: *logistics, logistics innovations, barriers to innovation, business models, barriers to innovative solutions.*

Постановка проблеми. Транспортна логістична мережа Європи являє собою аорту європейської економіки. Тільки завдяки забезпеченню швидкої та надійної логістичної структури загальноєвропейське та міжнародне співробітництво між підприємствами може бути реалізоване та підтримує європейську конкурентоспроможність. Однак через останні тенденції постали нові виклики, наприклад високі ціни на паливо, потреба у зелених комодальних (поєднаних) та інтермодальних (роз'єднаних) логістичних концепціях, менші розміри партій. Вони часто мають комплексний характер, такий як очікуване збільшення обсягів вантажних перевезень та відповідний вплив на довкілля й життя громадян, особливо з огляду на те, що викиди парникових газів, шум та пил, спричинені вантажним транспортом, уже є проблемою сьогодення, що становить третину всіх транспортних викидів в ЄС. Інновації є ключовим фактором вирішення цих проблем, тому надзвичайно важливо, щоб до інноваційного потенціалу можна було отримати повний доступ для виховання інтермодальності та комодальності, а також для підвищення продуктивності, оскільки ефективність цього сектору покращується менше, ніж середній рівень. Одним з головних факторів є відсутність інтересу до інновацій у вантажних перевезеннях порівняно з іншими секторами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика плеяда вітчизняних та закордонних вчених знаходила відповідь на сучасні актуальні питання логістичної сфери. Серед них слід назвати таких, як І.І. Савенко, І.О. Седікова, О.В. Ніколюк, В.А. Дроздова, Н.К. Васильєва, Я.А. Дробота, А.В. Євдокимов, Т.В. Косарева, Ю.В. Чортюк, А.О. Родимченко, О.С. Шкодіна. Проте питання інноваційного внеску у розвиток логістики залишається недостатньо розробленим.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження вдосконалення впровадження інновацій у логістиці шляхом розгляду логістичних інновацій та політики, а також пропозицій регуляторних заходів на транснаціональному рівні. Для цього пропонується проведення аналізу взаємозв'язків, що існують між різними бар'єрами та драйверами у всіх трьох вимірах.

На наш погляд, доцільно запропонувати механізм, що підтримуватиме впровадження інновацій у транспортній логістиці, застосовуючи цілісний підхід, що враховує кілька таких взаємодоповнюючих аспектів інновацій:

- бізнес-моделі – це відображення способу використання учасниками ланцюжка поставок своїх навичок та ресурсів для збільшення вартості споживачів та акціонерів;
- логістичні практики, що дають змогу транспортній галузі ефективно розвиватися протягом останніх років;
- технології, що можуть підтримати транспортну галузь незалежно від того, стосуються вони інфраструктури, обладнання, програмного забезпечення чи цілих екосистем.

Виклад основного матеріалу. Завдяки взаємозв'язку між трьома опорами цілісний підхід є важливим для розроблення плану дій, спрямованого на впровадження інновацій. Крім того, цей підхід сприятиме пристосуванню результатів науково-дослідної роботи до рішень промислового попиту, підтримки розроблення стійких бізнес-планів для європейських проєктів науково-технічного розвитку, використання синергії між європейськими проєктами науково-дослідної та дослідницької діяльності, щоб забезпечити безперервний обмін між проєктами науково-технічного розвитку та зацікавленими сторонами в галузі логістики, нарешті, забезпечити та підтримати доступ до інвесторів.

Вивчивши декілька проєктів та ініціатив, ми виявили низку бар'єрів, що заважають ринковому впровадженню інноваційних бізнес-моделей. По-перше, фінансові проблеми, як і очікувалось, є одними з найбільш часто цитованих бар'єрів. Особливо це стосується випадків, коли початкові інвестиційні витрати (жорстка або м'яка інфраструктура) або занадто високі, щоб одна компанія змогла їх покрити, або такі, що фактичне використання конкретного активу має розподілятися різними організаціями (наприклад, використання державної інфраструктури у комерційних цілях). Більшість проєктів у реальному житті посилається на впровадження чітко визначених технологічних рішень або навіть практики. Бізнес-моделі, що стоять за ними, залишаються зоною «чорної скриньки», їх вплив зазвичай трактується як «інші якісні наслідки» з обмеженими даними для оцінювання.

Бізнес-моделі, хоча й зосереджені на центральній організації, проте мають набагато ширші межі, ніж у конкретній організації. Таким чином, фактично обов'язковою умовою є співпраця між фірмами (фірма-замовник). Одним з найважливіших бар'єрів, що заважає цьому, є відсутність узгодженості між показниками ефективності залучених суб'єктів ланцюга поставок, що приводить до неоптимальних або суперечливих результатів. Виведення інноваційної бізнес-моделі на ринок вимагає значних інвестицій (з точки зору часу на підготовку та зміцнення довіри) між учасниками ланцюга поставок. Короткий термін дії контракту та довгі ділові відносини між постачальниками та користувачами логістичних послуг є бар'єрами для виходу на ринок.

Інноваційні бізнес-моделі зазвичай тиснуть на наявні правові/інституційні рамки, розширюючи їх межі та кидаючи виклик їх змісту. Це стало очевидним особливо у таких бізнес-моделях, які передбачають горизонтальну співпрацю учасників ланцюга поставок (таким чином, викликаючи здорові занепокоєння конкуренції) або залучення споживачів (наприклад, краудсорсинг) до надання логістичних послуг (таким чином, піднімаючи питання компенсації та страхування вантажів). Окрім безпеки даних, бар'єром можуть служити питання безпеки клієнтів. Це особливо стосується бізнес-моделей, які включають споживача або мешканця міста за останню милью. Сприйняття одержувачем товару того, чи безпечно приймати поставки «незнайомцем» чи «сусідом», може слугувати значним бар'єром.

Більшість інноваційних бізнес-моделей базується на уявленні про те, що власна співпраця приводить до кращих результатів для всіх залучених. Однак для їх впровадження чіткі моделі розподілу цих результатів доведеться запровадити із найбільш раннього етапу. Такі моделі мають приводити до кількісних результатів та бути дуже чіткими у їх використанні, давати змогу розраховувати та перерозподіляти приріст синергії.

Основною вимогою для реалізації повного ефекту від інноваційних інновацій у бізнесі є створення довіри між залученими організаціями. Ця довіра може бути досягнута лише шляхом довгострокових відносин між суб'єктами та контрактами, що зменшує обмеження між компаніями. Відсутність загально визнаних методологій може стати значним бар'єром, особливо у відносно невивчених областях. Прикладом є методології розподілу вартості міських систем розподілу, оцінювання впливу логістичних операцій на навколишнє середовище, оцінювання рівня ризику в мережах ланцюгів поставок, а також загально визнані механізми отримання необхідних даних.

Бізнес-моделі, що передбачають співпрацю різних суб'єктів під час фізичного процесу доставки, вимагають загальної або сумісної операційної практики серед задіяних суб'єктів. Це типовий бар'єр, виявлений у більшості випадків горизонтального або вертикального співробітництва в ланцюгу поставок. Спільне використання інфраструктури між різними партнерами вимагає чітко визначеної практики. Така вимога стає очевидною, особливо під час горизонтальної співпраці між постачальниками логістичних послуг у межах міської логістичної установи.

Інноваційні бізнес-моделі, що включають соціальні медіа, вимагають мінімальної критичної маси «zareєстрованих» приватних користувачів в Інтернеті. Це особливо важливо, коли соціальні медіа використовуються не лише як маркетинговий канал, але й як необхідний оперативний інструмент взаємодії суб'єктів ланцюга поставок. Багато різних документів необхідно для функціонального ланцюжка поставок, і їх синхронізація має вирішальне значення для цієї функціональності. Якість даних, що використовуються зацікавленими сторонами, визначатиме якість прийнятих рішень, тому якість даних має розглядатися як вирішальна вимога до функціональності ланцюга поставок.

Людський вимір будь-якого проекту чи процесу має фактор ризику, пов'язаний з тим, що люди роблять помилки, а помилка, спричинена неправильним використанням інформації, може мати руйнівний вплив на розвиток проекту, тому рекомендується встановити цілі, чіткі форми, які прості у використанні зацікавленими сторонами, безпечні реєстри зберігання та конфіденційності, а також чіткі шляхи розподілу інформації по ієрархії проекту, щоб усунути можливі проблеми надійності.

Сумісність – це здатність компанії співпрацювати з іншими або між внутрішніми організаційними підрозділами, використовуючи інформаційні технології. Зрозуміло, що стійкий ланцюг поставок має бути взаємодіючим як ззовні, так і зсередини, щоб оптимізувати використання ресурсів або набути необхідних зв'язків з усім ланцюгом поставок з плавними показниками на основі сучасних ІТ-рішень, доступних на ринку. Співпраця має вирішальне значення для вирішення широкого кола загально визначених проблем, з якими стикаються логістичні компанії, успіх яких сильно залежить від співпраці між відповідними суб'єктами, проте учасників може бути багато (урядові та інші державні органи, приватні зацікавлені сторони будь-якого розміру та клієнти, суспільство, розробники технологій тощо).

Починаючи з початкових інвестицій і закінчуючи терміном окупності, різні економічні аспекти фінансування проекту можуть виступати бар'єрами на шляху впровадження або розширення. Бюджетні обмеження лімітують загальні витрати на стратегію і часто можуть зазнати змін, враховуючи минулі показники прибутку або очікуване скорочення ринку внаслідок економічних змін, як наслідок, проекти можуть затримуватися, а витрати можуть перевищувати попередньо сплановані. Будинки, термінали, дороги, мережі зв'язку та об'єкти енергопостачання – це деякі приклади інфраструктури, що вимагає довгострокових інвестицій з розширеним життєвим циклом, який вимагає значних витрат часу на розроблення, планування й реалізацію, не говорячи вже про інвестиції в технічне обслуговування для її експлуатації у часі.

Інформація може бути ключем до впровадження інновацій у логістичні потоки, на неї слід звертати належну увагу. Настільки ж важливим, як ефективне використання

інформації, є ефективне застосування її змісту до соціально-економічних аспектів проекту. У цьому сенсі для майбутньої вигоди від проектів інновацій у логістичні потоки необхідні більш ефективні та точні інформаційні системи та оцінки, щоби справлятися із соціально-екологічними системами та їх подальшим розвитком.

Адміністративна складність, як правило, є наслідком або нереальних рішень, або перевантаження інформацією. Є ще багато паперів, наприклад для митного оформлення, що вимагає заповнення різних форм, які часто несумісні між собою, відключають комунікаційні потоки на шкоду логістичній діяльності. Зусилля, спрямовані на розроблення інновацій у логістичні потоки, не будуть результативними, якщо адміністративні кроки, яких слід дотримуватися, не спрощуються, не роз'яснюються та не мають простого доступу.

Бар'єри інноваційних рішень можна розділити на такі три категорії:

- технологічні бар'єри, такі як незрілість інноваційних технологій, відсутність надійності та точності, проблеми безпеки та відсутність стандартизації;
- бар'єри, пов'язані з бізнес-моделлю рішень, такі як вартість, проблеми конфіденційності, обмежена цільова група, організаційні проблеми, відсутність можливості передачі та недостатня обізнаність;
- бар'єри, пов'язані з бізнес-процесами, такі як розгортання, трудові ресурси й підвищені викиди палива.

На особливу увагу заслуговують такі виявлені бар'єри:

- незрілість інноваційних рішень (хоча такі технології, як мобільний зв'язок і соціальні мережі, вважаються зрілими, існують технології, які все ще є предметом досліджень і проектів, що фінансуються, або інші, які використовуються на комерційному рівні, але їх використання не є сильно поширеним, вони, як і раніше, стикаються з внутрішніми проблемами);
- відсутність надійності та точності (часто інформаційні канали, за допомогою яких збирається інформація, не належать організації, що використовує інформацію; у більшості рішень існує безліч зацікавлених сторін, різних сторін для збирання, передачі, зберігання та управління даними; цей факт викликає питання щодо невідповідності, цілісності та відповідальності даних; потрібно встановити конкретні механізми для аналізу даних та оцінювання їх джерела);
- відсутність стандартизації (одним з основних обмежень для більшості технологічних рішень є невирішене питання стандартизації комунікаційних технологій та протоколів; перш ніж галузеві рішення будуть широко прийняті, необхідно вирішити питання несумісності технологій та відсутності стандартизації);
- витрати (існує багато основних аспектів щодо прийняття інноваційного рішення; витрати на програмне забезпечення, які зазвичай є ліцензійними, апаратними, що стосуються придбання, встановлення та обслуговування обладнання, витрат на навчання та експлуатаційних витрат);
- проблеми конфіденційності (проблеми конфіденційності порушуються у більшості рішень, де дані передаються, зберігаються та використовуються багатьма різними зацікавленими сторонами);
- обмежена цільова група (деякі з аналізованих рішень стосуються лише окремих частин логістичної галузі; є рішення, що стосуються лише однієї частини логістичних операцій (наприклад, рішення, які використовуються лише для котирувань та контрактів); інші посилаються лише на частину логістичного сектору (наприклад, рішення, що стосуються лише малих та середніх підприємств), а третя група обмежена партнерами конкретної компанії, яка розробила рішення);
- організаційні питання (є рішення, які залучають гравців з багатьох різних секторів, зокрема автомобільної промисловості, дорожніх операторів та операторів телекомунікацій, а також постачальників послуг та обладнання, що базуються на дорогах;

у деяких з них участь місцевих або центральних органів влади є надзвичайно важливою; крім того, ще не визначено механізми оплати та виставлення рахунків за послуги, що пропонуються різними постачальниками, тому існує необхідність у достатній кількості нормативних актів та рішень щодо управління такими системами);

- відсутність можливості передачі (цей бар'єр з'являється у рішеннях, які спочатку були побудовані для індивідуальних потреб конкретної організації або певної частини логістичного сектору);

- відсутність обізнаності (компанії, які впроваджують інноваційні рішення, та уряди, які хочуть встановити ці рішення як стандарти, мають проводити інформаційні кампанії, щоби подолати ринковий та людський скептицизм щодо цих рішень або їх незнання);

- компенсація щодо розгортання (у багатьох інноваційних рішеннях перехід від попередніх застарілих систем до нових технологій та систем не є гладкою процедурою; потрібен висококваліфікований персонал, слід створювати нові бізнес-процеси, відмовлятися від інших та переглядати відповідні практики);

- трудові компенсації (впровадження інноваційних технологій передбачає зміни в робочій силі організації; потрібні нові знання, тоді як навички, набуті за роки, можуть застаріти; у нових технологіях мало людей, які володіють необхідними компетенціями; крім того, впровадження інноваційних технологій може спричинити розчарування у співробітників, які мають змінити спосіб звичного виконання своєї роботи);

- збільшення викидів палива (застосування транспортних засобів із дотриманням строго попереджувальних сигналів та попереджень про безпеку, може привести до більш нестабільної швидкості руху, що призводить до збільшення витрат палива та зростання його викидів).

Існують певні бар'єри, які виконуються майже для всіх інноваційних технологій, такі як відсутність стандартизації, проблеми безпеки, пов'язані з цим витрати та компенсації щодо впровадження. Як наслідок, логістичний сектор неохоче їх приймає. Однак не можна передбачити, що прийняття інноваційних рішень забезпечує стратегічні та операційні переваги компаніям, які розуміють їх потреби та мають чітке уявлення про те, як використовувати нові інструменти для їх реалізації. За ступенем розвитку технологій логістичним компаніям слід слідкувати за їх розвитком і знаходити правильний час, щоб використовувати їх на свою користь.

Виявлення унікальних бар'єрів може здатися зайвим. Однак, окрім природної потреби усунути дубльовані бар'єри, також задовольняється інша потреба, а саме розгляд бар'єрів проти повного логістичного інноваційного простору. Отже, що також надзвичайно важливо в цьому процесі, так це визначення точного «рівня» бар'єру, визначення занадто загального або занадто конкретного бар'єру завадить точній ідентифікації факторів і дій.

Освіта була би безглуздою, якщо б не підтримувалася адекватними подальшими заходами на місцях, через це коучинг є четвертим визначеним фактором, який допоможе логістичним компаніям наважитися на нові альтернативні технології. Він має надати конкретні та прості у використанні приклади для логістичних компаній, яких слід триматися у своєму бізнесі, через набір пріоритетних науково-дослідних заходів, які б могли підтримати впровадження інновацій, приклади та результати попередніх науково-дослідних проєктів. Основним результатом буде можливість пов'язати успіх інноваційної діяльності окремої компанії з цілями спільноти щодо стійкості. Хоча коучинг у галузі освіти та передача технологій дають змогу передавати знання логістичним компаніям та операторам, посередник інноваційних служб діятиме задля підвищення розуміння впливу інформаційно-комунікаційних технологій на спільні логістичні процеси для підтримки, розвитку та визначення екосистеми інноваційних послуг для логістики.

Оскільки цей механізм усунування названих бар'єрів передбачає обмін досвідом щодо логістичних інноваційних ініціатив та досягнення консенсусу щодо можливих рішень чи майбутніх сфер діяльності, він, як очікується, матиме позитивний вплив. Зокрема, механізм для досягнення консенсусу, де різні зацікавлені сторони можуть обговорити свої конкретні потреби та перспективи, а також надати необхідну інформацію, дасть змогу аналізувати бар'єри з різних точок зору та спільно шукати спільні рішення. Переглядаючи виявлені бар'єри, розуміємо, що складність цих бар'єрів вимагає багатоперспективного та консенсусного підходу. Крім того, ця платформа також забезпечить доступ до відповідної інформації про основи, юридичні права та обов'язки, нові рішення тощо, що допоможе у процесі досягнення консенсусу.

Об'єднання експертів з логістичних інновацій у спільноту є однією з головних передумов побудови середовища, що сприяє інноваціям. Контактні дані та досвід членів громади будуть доступні потенційним новаторам, забезпечуючи обізнаність щодо доступності інноваційних послуг. Більш того, створення інноваційної екосистеми завдяки покращеній взаємодії між постачальниками та користувачами інновацій збільшить довіру та покращить перспективи співпраці. Доступ до експертних знань також забезпечить швидшу інформацію про останні події у трьох галузях. Це сприятиме процесу вибору та заохочуватиме людей до інновацій, оскільки це також зменшує ризики розроблення вже наявних рішень. Ефект доступу до найкращих практик, представлений у надійному середовищі, також приведе до швидшого використання. Одночасно з розвитком екосистеми очікується збільшення розмірів інноваційного ринку. Розвиток синергії може більш ефективно усунути загальні бар'єри, що стосуються питань взаємодії, відсутні інституційні компоненти, незрілість технологій, якість/надійність даних.

Ключем до довгострокових логістичних інновацій є дослідження та організація майбутніх напрямів досліджень. Для галузі логістики буде критично повною мірою супроводжувати свої майбутні напрями досліджень чіткими цілями, гарантуючи, що результати досліджень дійсно враховані та повністю використані. Впровадження логістичних інновацій запобігає відсутності досліджень або належного управління чи обмежує їх. Зрештою, фінанси відіграють ключову роль у логістиці. Отже, сама природа перевезення вантажів полягає не тільки в недоступному товарі, але й у тому, щоб отримати його за найнижчою ціною, навіть якщо він уже доступний у бажаному місці. Наприклад, деякі країни експортують фрукти високої якості, одночасно імпортуючи фрукти низької якості, що вимагає дуже конкурентоспроможних витрат на доставку. У цій перспективі пропозиція та поява більш адаптованих фінансових механізмів стане водночас рушієм для досягнення інновацій та ключовим елементом сприяння новим інноваціям. Навіть якщо інновації потрібно розвивати та захищати, це неможливо зробити за будь-яку ціну. Як проілюстровано в дослідженні, деякі бар'єри, з якими стикається подальше впровадження інновацій у галузі логістики, пов'язані з відсутністю належних регуляторних заходів, які могли би спрямувати їх застосування. У цій перспективі логістичні інновації та політика повинні розглядатися разом із пропозиціями регулятивних заходів на транснаціональному рівні.

Висновки. Інновації є ключовим фактором конкурентоспроможності європейської промисловості та історично відігравали життєво важливу роль у підвищенні ефективності. Індустрія транспортної логістики порівняно незначно покращилася з точки зору інновацій, маючи лише 1,1% обігу транспортної галузі. Проведене дослідження показує, що впровадження логістичних інновацій є можливим і реальним шляхом виявлення зв'язків між наявними бар'єрами, з якими стикається галузь, та драйверами, які можуть допомогти їх подолати. Виявлено, як засоби підтримують, спрямовують інновації, а також сприяють ним, надалі даючи змогу подолати наявні бар'єри. Представлене дослідження надає цінну інформацію про найбільш корисні та перспективні

рішення та можливості. Забезпечується чітка ідентифікація унікальних бар'єрів, що вимагають уваги через необхідність конкретних рішень. Пропонуються дії, що ведуть до вдосконалення впровадження інновацій у логістиці шляхом розгляду логістичних інновацій та політики, а також пропозицій регуляторних заходів на транснаціональному рівні.

Список використаних джерел:

1. Савенко І.І. Логістичний підхід в управлінні потоками зернозберігаючих підприємств. Теоретико-правовий та методологічний аспекти : монографія. Одеса : Поліграф, 2008. 272 с.
2. Седікова І.О. Логістичні ланцюги підприємств з традиційною структурою управління. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2018. Вип. 8/73. Т. 23. С. 123–127.
3. Ніколюк О.В., Донець Л.Я. Інноваційні засади управління системою логістичних бізнес-процесів зернового господарства. *Економіка харчової промисловості*. 2020. Т. 12. Вип. 2. С. 68–75.
4. Bondarenko S., Lagodienko V., Sedikova I., Kalaman O. Application of Project Analysis Software in Project Management in the PreInvestment Phase. *Journal of Mechanical Engineering and Technology*. 2018. № 9 (13). P. 676–684.
5. Васильєва Н.К. Математичні моделі інноваційного розвитку в аграрній економіці : монографія. Дніпропетровськ : РВВ ДДАУ, 2007. 348 с.
6. Дроботія Я.А. Управління логістикою матеріальних запасів аграрних підприємств: дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; захист 30 вересня 2011 року / наук. кер. В.І. Перебийніс ; ПДАА. Полтава, 2011. 292 с.
7. Цимбаліста Н.А. Особливості інвестиційного забезпечення створення та діяльності зернових обслуговуючих кооперативів. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2010. Вип. 263. С. 293–297.
8. Седікова І.О. Аналіз сучасних системно-логістичних проблем зернового комплексу України. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2017. Вип. 12/65. Т. 22. С. 131–136.

References:

1. Savenko I.I. (2008) Lohistychnyi pidkhd v upravlinni potokamy zernozberihaiuchykh pidpriemstv. Teoretyko-pravovyi ta metodolohichni aspekty [Logistic approach in the management of flows of grain-saving enterprises. Theoretical, legal and methodological aspects]. Odessa: Polygraph. (in Ukrainian)
2. Sedikova I.O. (2018) Lohistychni lantsiuihy pidpriemstv z tradytsiinoiu strukturoiu upravlinnia [Logistics chains of enterprises with a traditional management structure]. *Visnyk Odessa National University. "Economics" Series*, vol. 8/73, no. 23, pp. 123–127.
3. Nikoluyuk O.V., Donets L.Ya. (2020) Innovatsiini zasady upravlinnia systemoiu lohistychnykh biznes-protsesiv zernovoho hospodarstva [Innovative principles of management of the system of logistic business processes of grain economy]. *Economics of the food industry*, vol. 12, no. 2, pp. 68–75.
4. Bondarenko S., Lagodienko V., Sedikova I., Kalaman O. (2018) Application of Project Analysis Software in Project Management in the PreInvestment Phase. *Journal of Mechanical Engineering and Technology*, no. 9 (13), pp. 676–684.
5. Vasilieva N.K. (2007) Matematychni modeli innovatsiinoho rozvytku v ahrarnii ekonomitsi [Mathematical models of innovative development in agrarian economy]. Dnipropetrovsk: RVV DDAU. (in Ukrainian)
6. Drobotia Ya.A. (2011) Upravlinnia lohistykoiu materialnykh zapasiv ahrarnykh pidpriemstv [Management of logistics of material stocks of the agrarian enterprises] (PhD Thesis), Poltava.
7. Cymbalist N.A. (2010) Osoblyvosti investytsiinoho zabezpechennia stvorennia ta diialnosti zernovykh obsluhovuiuchykh kooperatyviv [Features of investment support for the creation and operation of grain service cooperatives]. *Economics: problems of theory and practice*, vol. 263, pp. 293–297.
8. Sedikova I.O. (2017) Analiz suchasnykh systemno-lohistychnykh problem zernovoho kompleksu Ukrainy [Analysis of modern system and logistics problems of the grain complex of Ukraine]. *Visnyk Odessa National University. "Economics" Series*, vol. 22, no. 12/65, pp. 131–136.

УДК 339.138:659.118

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.10>**Капінус Л.В.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6135-7885>

Розумей С.Б.

кандидат економічних наук,
Національний університет харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0044-7043>

Наконечна Д.С.

магістрантка,
Національний університет харчових технологій

Kapinus Larysa, Rozumei Svitlana, Nakonechna Daria
National University of Food Technologies

МАРКЕТИНГОВА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ НА ОНЛАЙН-РИНКУ

MARKETING BEHAVIOR OF ENTERPRISES ON THE ONLINE-MARKET

У статті визначено основні тенденції розвитку онлайн-ринку електронної комерції, який почав стрімко зростати через економічну кризу, що викликана пандемією Covid-19. Здійснено порівняльну характеристику онлайн-ринку B2B- та B2C-секторів за визначеними критеріями, такими як розмір онлайн-ринку, вартість продукції та послуг, взаємовідносини з клієнтами, програма лояльності, служба підтримки та консультація, маркетингові цілі, контент-стратегія. Розроблено моделі маркетингової поведінки підприємств на онлайн-ринку B2B та B2C, у яких підприємство розглядається як відкрита система, що має маркетингові цілі та стратегічну місію. Запропоновано типи маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку, такі як пасивна та активна, уточнено зміст цих понять. Задля досягнення активної поведінки підприємства на онлайн-ринку варто використовувати ефективні інструменти інтернет-маркетингу для B2C- та B2B-секторів.

Ключові слова: онлайн-маркетинг, поведінка, онлайн-ринок, B2B, B2C, споживачі.

В статье определены основные тенденции развития онлайн-рынка электронной коммерции, который начал стремительно расти из-за экономического кризиса, который вызван пандемией Covid-19. Осуществлена сравнительная характеристика онлайн-рынков B2B- и B2C-секторов по определенным критериям, таким как размер онлайн-рынка, стоимость продукции и услуг, взаимоотношения с клиентами, программа лояльности, служба поддержки и консультация, маркетинговые цели, контент-стратегия. Разработаны модели маркетингового поведения предприятий на онлайн-рынке B2B и B2C, в которых предприятие рассматривается как открытая система, имеющая маркетинговые цели и стратегическую миссию. Предложены типы маркетингового поведения предприятия на онлайн-рынке, такие как пассивное и активное, уточнено содержание этих понятий. С целью достижения активной поведінки предприятия на онлайн-рынке стоит использовать эффективные инструменты интернет-маркетинга для B2C- и B2B-секторов.

Ключевые слова: онлайн-маркетинг, поведение, онлайн-рынок, B2B, B2C, потребители.

In the modern economy there are accelerated processes of transformation of business models that support the trends of economic globalization. With new challenges, new forms of marketing are emerging, new markets are opening up, new channels of communication with consumers are being used, and online marketing tools are being used to promote goods. Such changes necessitate the modeling of marketing behavior of enterprises that have entered the online market to improve the marketing activities of the enterprise and achieve its strategic goals. The study identified the

main trends in the development of the online e-commerce market, which began to grow rapidly due to the economic crisis caused by the Covid-19 pandemic. The comparative characteristics of the online market of B2B and B2C sectors are carried out according to certain criteria, such as the size of the online market, the cost of products and services, customer relations, loyalty program, support and consultation, marketing goals, content strategy. A model of marketing behavior of the enterprise in the B2B online market is developed, in which the enterprise is considered as an open system, it has marketing goals in the online market, includes the process of making decisions about online procurement and the company's reaction to online purchasing. A model of marketing behavior of the enterprise in the B2C online market is also proposed, in which the enterprise is also considered as an open system, has strategic marketing goals and mission in the online market, includes the online sales decision-making process and responds to the online marketing process. Marketing behavior of enterprises in the period of adaptation to new conditions should be based on the results of monitoring trends in the external environment of the enterprise, as well as take into account changes in the main marketing indicators of the enterprise itself. The types of marketing behavior of the enterprise in the online market, such as passive and active, are offered, the content of these concepts is specified. In order to achieve active business behavior in the online market, you should use effective Internet marketing tools for B2C and B2B markets, such as content marketing, search engine optimization, paid online advertising, email, social networks with the ability to advertise and target, marketing influence. A further perspective of the study may be the consideration and selection of criteria on the basis of which it is possible to develop a methodology for determining the marketing behavior of the enterprise in the online market.

Key words: *online marketing, behavior, online market, B2B, B2C, consumers.*

Постановка проблеми. В сучасній економіці відбуваються прискорені процеси трансформації бізнес-моделей, що підтримують тенденції економічного глобалізаційного розвитку. У зв'язку з новими викликами виникають нові форми ведення маркетингової діяльності, відкриваються нові ринки, використовуються нові канали зв'язку зі споживачами, застосовуються маркетингові онлайн-інструменти просування товару. Такі зміни обумовлюють необхідність моделювання маркетингової поведінки підприємств, які вийшли на онлайн-ринок, для покращення маркетингової діяльності підприємства та досягнення його стратегічних цілей.

З огляду на актуальність теми вичерпних досліджень усіх аспектів цього напрямку маркетингової науки немає, тому питання потребує додаткового вивчення, зокрема формування теоретичного базису для моделювання маркетингової поведінки підприємств на онлайн-ринку для досягнення цілей підприємства в сучасних нестабільних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішенню проблем формування та моделювання поведінки підприємств приділялась увага багатьох учених, таких як Г. Капленко [13], Н. Карачина [12], І. Козлова [13], В. Цапенко [16].

Вважається, що саме економічна поведінка є провідним поняттям для подальшого вивчення поведінкових моделей підприємства, зокрема маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку.

Формулювання цілей статті. Для розкриття теми дослідження необхідно вивчити стан розвитку електронної комерції та розробити маркетингові поведінкові моделі підприємств на онлайн-ринку в секторах B2B та B2C.

Виклад основного матеріалу. Сучасні підприємства задля успішного розвитку реагують на виклики сьогодення, зокрема на економічні проблеми, що викликані пандемією Covid-19. Нова економіка бурхливо супроводжується розвитком комунікаційних та інформаційних технологій, які активно впливають на зміну організаційних механізмів управління маркетинговою діяльністю підприємств. З появою Інтернету змінюються традиційні економічні моделі ведення бізнесу, а саме процеси трансформації та глобалізації невпинно продовжують входити у виробничо-господарську діяльність підприємств та змінювати їхні поведінкові моделі.

Тоді як деякі підприємства залишаються закритими або їхня діяльність матиме кризовий характер у зв'язку з викликами, пов'язаними з пандемією Covid-19, інші

зможуть побачити величезне зростання. Основними причинами розвитку є швидка адаптація підприємств до змін, переорієнтація на нові канали продажу та інструменти комунікації зі споживачами, використання електронної комерції.

З огляду на світові виклики ринок електронної комерції у світі значно зріс за останні роки (рис. 1). Кількість інтернет-користувачів постійно збільшується, покращується культура використання мережі, зростає кількість онлайн-майданчиків для продажу товарів. Спираючись на статистику досліджень компанії “EVO” (Prom.ua, Shafa.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Izi.ua), німецького онлайн-порталу статистики “Statista” і сервісу “OLX”, зазначаємо, що ринок електронної комерції в Україні у 2019 році склав близько 97,4 млрд. грн. Із січня по листопад 2019 року фізичних товарів і послуг було продано на 76 млрд. грн. Це на 17% більше, ніж за аналогічний період у 2018 році. Згідно з прогнозами, у 2020 році ринок фізичних товарів і послуг зросте ще більше, склавши 87,2 млрд. грн. Цікаво, що в минулому році суттєво збільшилися доходи від онлайн-реклами, інтернет-просування, оплати онлайн і доставки. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції, виручка від реклами в соціальних мережах, на онлайн-ресурсах і маркетплейсах склала близько 16 млрд. грн. Це на 37% більше, ніж у 2018 році. На доставці було зароблено не менше 3,5 млрд. грн., а на онлайн-оплаті – 1,9 млрд. грн. [8; 15].

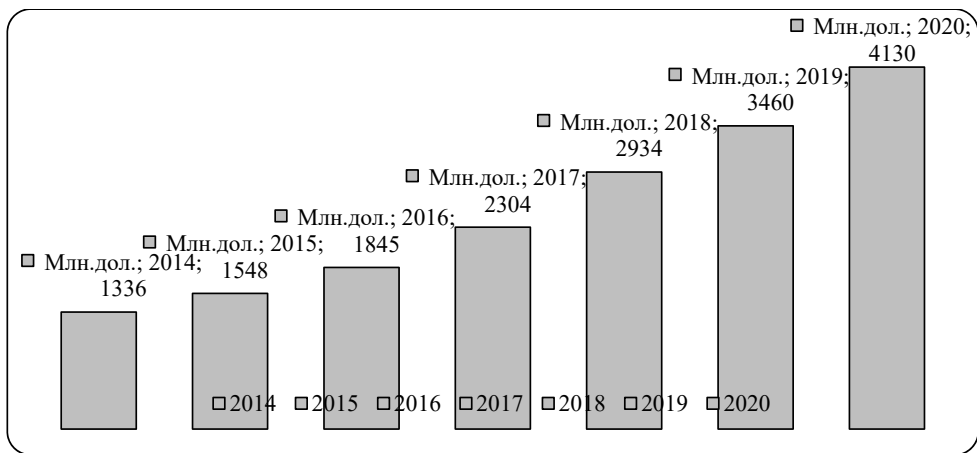


Рис. 1. Тенденції розвитку світового ринку електронної комерції, млн. дол.
Джерело: [8] з урахуванням впливу пандемії Covid-19

В навколишньому середовищі підприємств як у секторі B2B, так і в секторі B2C постійно відбуваються ті чи інші події, які вимагають швидких та чітких реакцій. Рівень успіху залежить від якості пристосування до ситуації в навколишньому середовищі. Кожне підприємство визначає свої цілі та місію, за допомогою своїх поведінкових реакцій на економічні виклики формує маркетингову поведінку на онлайн-ринку. Авторами зроблено порівняльну характеристику онлайн-ринку в секторах B2B та B2C за певними критеріями (табл. 1).

На думку авторів, маркетингова поведінка підприємств в період адаптації до нових умов має базуватись на результатах моніторингу тенденцій зовнішнього середовища підприємства, а також враховувати зміни основних маркетингових показників діяльності самого підприємства. Крім того, мають бути моделі маркетингової поведінки підприємств для кожного сектору підприємницької діяльності (рис. 2, рис. 3).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика онлайн-ринку на B2C та B2B

Критерій	Сектор підприємницької діяльності	
	B2C	B2B
Розмір ринку	Для B2C-моделі характерний великий розмір ринку та цільової аудиторії. Товари та послуги користуються широким попитом.	На відміну від B2C-моделі, B2B вирішує специфічні, індивідуальні завдання бізнесу.
Вартість продукції і послуг	У B2C-компанії може бути більше клієнтів, ніж B2B. При цьому через те, що вартість послуг або товару у B2B вище, один B2B-клієнт може окупити всі маркетингові вкладення, витрачені на його залучення.	Ціни в B2B-сегменті значно вище. Клієнт – це інший бізнес з рівнем доходу вище, ніж у окремо взятої людини. Однак і тут є обмеження: не кожна компанія готова витратити гроші на джерело непрямого доходу.
Взаємовідносини з клієнтом	Близько 80% прибутку бізнесу приносить 20% постійних клієнтів. Однак B2C-бізнес може жити з разових продажів.	Для B2B-моделі постійні клієнти – це must have.
Програма лояльності	Правильно складена й пророблена програма лояльності збільшує продажі і прибуток бізнесу як для B2C-, так і для B2B-моделей бізнесу.	
Служба підтримки та консультація	І в B2B-, і в B2C-моделі у клієнтів виникають питання вибору товару або послуги, використання продуктів, умов співпраці. Вся необхідна інформація має бути в розділі гарантій, доставки та оплати на спеціальних сторінках сайту. Наявність такої інформації – це один з чинників ранжування для пошукових систем.	
Цілі	Метою B2C є продаж товару або послуги швидко, поки споживач не пішов шукати її назад через пошукову систему або сайт конкурентів.	Метою B2B є детальне розкриття особливостей співпраці, товару або послуги, демонстрація потенційному бізнес-клієнту особливостей роботи, переваг і репутації бізнесу на ринку.
Контент-стратегія	Для B2C це стратегія залучення нових користувачів, підвищення впізнавання бренду.	Для B2B це стратегія підвищення експертності та видимості лідерства на ринку.

Джерело: узагальнено авторами на основі [4; 9; 11; 14; 15]

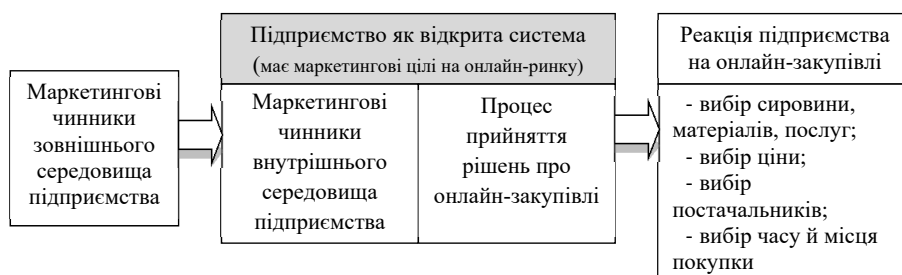


Рис. 2. Модель маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку B2B

Джерело: розроблено авторами

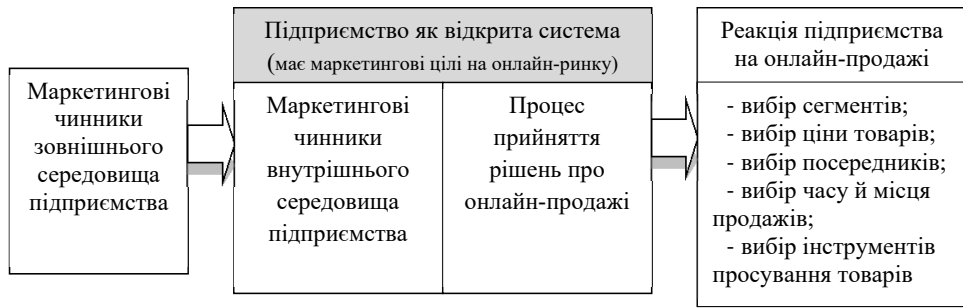


Рис. 3. Модель маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку B2C
Джерело: розроблено авторами

Як бачимо, моделі різняться між собою процесом прийняття рішення про онлайн-діяльність, різною є реакція підприємства на поведінкові дії на онлайн-ринку, крім того, аналіз поведінки онлайн-споживачів буде здійснюватися за різними підходами, критеріями та методиками. Моделі враховують умови формування чинників впливу на маркетингову поведінку підприємств на онлайн-ринку.

Сучасна маркетингова наука вважає, що всі економічні суб'єкти прагнуть до раціональної комбінації маркетингових чинників та узгодженості дій і економічних інтересів учасників онлайн-ринку. Важливо враховувати основні мотиви маркетингової діяльності, на основі чого формується маркетингова поведінка підприємства. Автори виділяють два поведінкових типи, а саме активна маркетингова поведінка підприємства на онлайн-ринку та пасивна маркетингова поведінка підприємства на онлайн-ринку. Авторське трактування понять зображено на рис. 4.

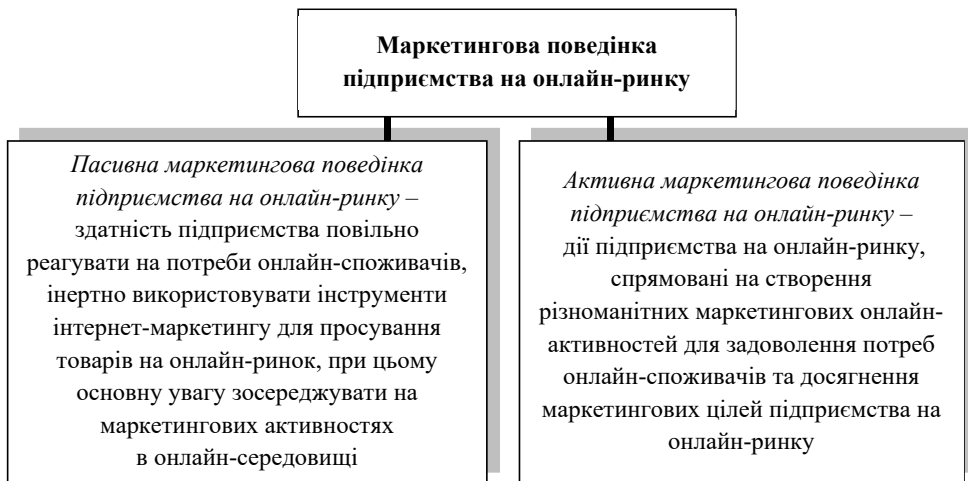


Рис. 4. Типи маркетингової поведінки підприємств на онлайн-ринку
Джерело: розроблено авторами

Задля досягнення активної поведінки підприємства на онлайн-ринку використовують ефективні інструменти інтернет-маркетингу для B2C- та B2B-ринків. Конент-маркетинг – це стратегія, що допомагає підприємствам генерувати ліди, збільшувати свою цільову аудиторію, підвищувати залучення, залучати потенційних клієнтів,

підвищувати впізнавання бренду, збільшувати продажі та підвищувати лояльність клієнтів. Різні формати контенту допомагають ефективно досягти цих цілей. Можна також вести блог як для залучення трафіку на свій сайт, так і в освітніх цілях [1; 3; 10].

Пошукова оптимізація означає, що потрібно оптимізувати сторінки сайту підприємства для досягнення високої позиції на сторінці результатів пошукової видачі. SEO – це набір методів, які дають змогу користувачам знаходити відповідний контент в Інтернеті. Це довгострокова стратегія, яка передбачає роботу з пошуковими запитами користувачів, швидкістю завантаження сторінок і побудовою посилальної маси на сайт [6; 7; 14; 15].

Платна реклама – це стратегія, схожа на SEO, але різниця полягає в тому, що вона є платною. Це контекстна реклама, реклама у Facebook та Instagram, таргетинг рекламної кампанії. Всі ці онлайн-активності допомагають залучити на сайт користувачів, які вже зацікавлені товаром [11; 14; 15].

Email-розсилка – це добре продумана стратегія email-маркетингу, що дає змогу підвищувати впізнавання бренду й збільшувати продажі. Можна зіставляти рекламні кампанії з транзакційними листами, щоби підвищити ефективність цієї стратегії. За допомогою Automation 360 можна автоматично відправляти листи у відповідь на дії користувачів [6; 7].

Соціальні мережі – це дуже потужні канали взаємодії з онлайн-споживачами. Люди все більше часу проводять в Інтернеті, а саме в соціальних мережах. Онлайн-користувачі займаються пошуками відгуків про підприємство чи товари у Facebook, шукають більш закулісну інформацію про бренди в Instagram. Крім того, вони, як правило, діляться вподобаним контентом зі своїми друзями. Використовуючи налаштування соціальних мереж, можемо збільшити продажі та залучення користувачів, підвищити комунікаційну взаємодію з цільовими сегментами [2; 5; 7].

Маркетинг впливу (інфлюенсер-маркетинг) – це передача інформації про товари онлайн-покупцям через відомих блогерів в онлайн-середовищі. Вони допомагають просувати бренд на онлайн-ринку серед своєї аудиторії на взаємовигідних умовах [1].

Якщо переглянути конкретні маркетингові інструменти B2B, не важко помітити, що вони різняться індивідуальним підходом до клієнта та орієнтовані на збільшення ділових контактів у довгостроковій перспективі. Однак такі інструменти, як зв'язки з громадськістю та просування в Інтернеті, спрямовані більше не на привернення уваги тільки потенційних клієнтів, а на покращення репутації компанії та підвищення поінформованості про бренд загалом. Зауважимо, що особисті продажі та міжнародні виставки є важливими інструментами для збільшення обсягу продажів підприємств, але за ефективної реалізації маркетингової онлайн-стратегії можна теж досягти значних результатів.

Висновки. Дослідження показують, що електронна комерція для секторів B2B та B2C продовжує активно зростати й прогресувати. В результаті цього сектори мають зробити процес покупки своїх товарів в Інтернеті максимально легким, зручним і зрозумілим. Це допоможе значно швидше досягнути мети та стати лідерами на ринку.

Внаслідок порівняльної характеристики підприємницької діяльності в секторах B2B та B2C визначено, що метою B2C є продаж товару або послуги швидко, поки споживач не пішов шукати її назад в пошуковик або на сайт конкурентів, а також підвищення лояльності кінцевого споживача. Метою B2B є демонстрація потенційному бізнес-клієнту особливостей роботи, переваг і репутації бізнесу на ринку.

Внаслідок розроблених моделей маркетингової поведінки підприємств на онлайн-ринку визначено особливості їх створення та запропоновано типи маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку, такі як пасивна та активна, уточнено зміст понять. Задля досягнення активної поведінки підприємства на онлайн-ринку варто

використовувати ефективні інструменти інтернет-маркетингу для B2C- та B2B-ринків, такі як контент-маркетинг, пошукова оптимізація, платна онлайн-реклама, email-розсилка, соціальні мережі з можливістю рекламування й таргетингу, маркетинг впливу.

Подальшою перспективою дослідження може бути розгляд та вибір критеріїв, на основі яких можна розробити методику визначення маркетингової поведінки підприємства на онлайн-ринку.

Список використаних джерел:

1. Ancillai C., Terho H., Cardinali S., Pascucci F. Advancing social media driven sales research: Establishing conceptual foundations for B-to-B social selling. *Industrial Marketing Management*. 2019. Vol. 82. P. 293–308. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.002>.
2. Appel G., Grewal L., Hadi R., Stephen A.T. The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2020. № 48 (1). P. 79–95. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>.
3. Park M., Lennon Sh. Brand name and promotion in online shopping contexts. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 2009. № 13 (2). P. 149–160.
4. Sam K.M., Chatwin C.R. The mapping between business e-marketing mix and internet consumers' decision-making styles in e-commerce. *Proceedings of the Fifth International Conference on Electronic Business*. 2005. P. 411–418.
5. Felix R., Rauschnabel P.A., Hinsch C. Elements of strategic social media marketing. *Journal of Business Research*. 2017. № 70 (1). P. 118–126.
6. Drive business growth with a winning digital marketing strategy. URL: <https://bit.ly/2VZLo73> (дата звернення: 10.11.2020).
7. Гвоздецька І., Ігнат'єва І. Маркетингові інструменти продвиження продукції на ринку b2b. URL: <https://bit.ly/2K6witL> (дата звернення: 01.12.2020).
8. Глобальное развитие e-Commerce. URL: <https://bit.ly/2W45iy1> (дата звернення: 10.12.2020).
9. Голубков Є. Маркетингові дослідження: теорія, практика і методологія. Москва : Фінпрес, 2005. 89 с.
10. Дік В., Лужецький М., Родіонов А. Електронна комерція. Москва : Московська фінансово-промислова академія, 2005. 122 с.
11. Заруднева А., Радченко Е. Особенности брендинга на B2B-рынке. 2010. 133 с.
12. Карачина Н. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: теорія, методологія, практика управління : монографія. Вінниця, 2010. 416 с.
13. Козлова І. Визначення сутності поняття «економічна поведінка суб'єктів господарювання». *Сучасні проблеми управління підприємством: теорія та практика* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 2016. 54 с.
14. Куц С., Смирнова М. Маркетинг на b2b рынках: отношенческий подход. Санкт-Петербург, 2010. 272 с.
15. Особливості інтернет-реклами на ринку b2b. URL: <https://bit.ly/3osTD7Y> (дата звернення: 15.11.2020).
16. Папенко В. Економічна поведінка підприємств як основа для прийняття управлінських рішень. *Бізнес-форум*. 2014. № 11. С. 313–317.

References:

1. Ancillai C., Terho H., Cardinali S., Pascucci F. (2019) Advancing social media driven sales research: Establishing conceptual foundations for B-to-B social selling. *Industrial Marketing Management*, vol. 82, pp. 293–308. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.002>.
2. Appel G., Grewal L., Hadi R., Stephen A.T. (2020) The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, no. 48 (1), pp. 79–95. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>.
3. Park M., Lennon Sh. (2009) Brand name and promotion in online shopping contexts. *Journal of Fashion Marketing and Management*, no. 13 (2), pp. 149–160.
4. Sam K.M., Chatwin C.R. (2005) The mapping between business e-marketing mix and internet consumers' decision-making styles in e-commerce. In *Proceedings of the Fifth International Conference on Electronic Business*, pp. 411–418.

5. Felix R., Rauschnabel P.A., Hinsch C. (2017) Elements of strategic social media marketing. *Journal of Business Research*, no. 70 (1), pp. 118–126.
 6. Drive business growth with a winning digital marketing strategy. Available at: <https://bit.ly/2V-ZLo73> (accessed 10 November 2020).
 7. Gvozdetskaya I., Ignatieva I. Marketinovyie instrumenty prodvizhenia produktsii na rynke b2b [Marketing tools for product promotion in the b2b market]. Available at: <https://bit.ly/2K6witL> (accessed 01 December 2020).
 8. Hlobalnoe razvitiie e-Commerce. [Global development of e-Commerce]. Available at: <https://bit.ly/2W45iy1> (accessed 10 December 2020).
 9. Golubkov E. (2005) Marketynhovi doslidzhennia: teoriia, praktyka i metodolohiia [Marketing research: theory, practice and methodology]. Moscow: Finpress. P. 89.
 10. Dick V., Luzhetsky M., Rodionov A. (2005) Elektronna komertsiiia [E-commerce]. Moscow: Moscow Financial and Industrial Academy. P. 122.
 11. Zarudneva A., Radchenko E. (2010) Osobennosti brendinha na B2B-rynke [Features of branding in the B2B market]. P. 133.
 12. Karachina N. (2010) Ekonomichna povedinka mashynobudivnykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka upravlinnia [Economic behavior of machine-building enterprises: theory, methodology, management practice]. Vinnytsia. P. 416.
 13. Kozlova I. (2016) Vyznachennia sutnosti poniattia “ekonomichna povedinka” subiektiv hospodariuvannia. *Suchasni problemy upravlinnia pidpriemstvom: teoriia ta praktyka*. Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia [Defining the essence of the concept of “economic behavior” of economic entities. Modern problems of enterprise management: theory and practice. International scientific-practical conference]. Kharkiv. P. 54.
 14. Kushch S., Smirnova M. (2010) Marketinh na b2b rynkakh: otnoshencheskii podkhod [Marketing in b2b markets: a relational approach]. SPb. P. 272.
 15. Osoblyvosti internet-reklamy na rynku b2b. Available at: <https://bit.ly/3osTD7Y> (accessed 15 November 2020).
 16. Tsapenko V. (2014) Ekonomichna povedinka pidpriemstv yak osnova dlia pryiniattia upravlinskykh rishen [Economic behavior of enterprises as a basis for management decisions]. *Biznes-forum* [Business-forum], vol. 11, pp. 313–317.
-

УДК 338.462

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.11>**Кацемір Я.В.**

кандидат економічних наук,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2919-4032>

Katsemir Yana

Kherson State Agrarian and Economic University

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОРИСНОСТІ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНОМУ ПРОДУКТІ

DIRECTIONS OF INCREASING THE USEFULNESS OF SERVICES IN A TOURIST PRODUCT

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розроблення та впровадження інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Нині ми можемо спостерігати сильну конкуренцію, виходять на ринок нові туристичні центри, блискавично розвиваються інтернет-технології та онлайн-продажі, споживачі все частіше бажають поєднати різні види відпочинку, а також спостерігається скорочення тривалості туристських поїздок. Все це змушує замислюватися й постійно перебувати в пошуку нових способів просування туристських продуктів, оскільки успішна робота туристичної фірми залежить не тільки від потрібного продукту високої якості, орієнтованого на ринок цінової політики, але й від систематичного та ефективного зв'язку з потенційним клієнтом і торговими посередниками. У статті представлено відомості щодо оцінювання й підвищення корисності послуг у комплексному туристичному продукті та їх грамотному застосуванні на підприємствах цієї галузі.

Ключові слова: туризм, туристичний продукт, корисність послуг, привабливість продукту, споживачі послуг.

Развитие современного туризма во многом зависит от разработки и внедрения инновационных технологий, направленных на совершенствование обслуживания клиентов и расширение сервисных туристических возможностей. Сейчас мы можем наблюдать сильную конкуренцию, выходят на рынок новые туристические центры, молниеносно развиваются интернет-технологии и онлайн-продажи, потребители все чаще желают совместить разные виды отдыха, а также наблюдается сокращение продолжительности туристских поездок. Все это заставляет задумываться и постоянно находиться в поиске новых способов продвижения туристских продуктов, поскольку успешная работа туристической фирмы зависит не только от нужного продукта высокого качества, ориентированного на рынок ценовой политики, но и от систематической и эффективной связи с потенциальным клиентом и торговыми посредниками. В статье представлены сведения по оцениванию и повышению полезности услуг в комплексном туристическом продукте и их грамотном применении на предприятиях этой отрасли.

Ключевые слова: туризм, туристический продукт, полезность услуг, привлекательность продукта, потребители услуг.

Modern challenges of the "consumer society" create many dilemmas for young people in determining their own directions and goals of life, aspirations and forecasting any personal and professional results, in understanding the true enduring values and socio-economic indicators for society as a whole and for an individual. The development of modern tourism largely depends on the development and implementation of innovative technologies aimed at improving customer service and expanding service tourism opportunities. Currently, we can observe strong competition, new tourist centers are entering the market, Internet technologies and online sales are developing at lightning speed, consumers increasingly prefer to combine different types of recreation, and there is also a decrease in the duration of tourist trips. All this makes us think and constantly look for new ways to promote tourism products, since the successful work of a travel

company depends not only on the desired high quality product, market-oriented pricing policy. Systematic and effective communication with potential clients and resellers is also required. Tourist activity can be viewed as the activity of tour operators and travel agents in the formation of a product, namely, a tourist product, on the one hand, and the actions of tourists consuming a tourist product, on the other. The tourist product is the basis of the tourist offer and tour. A tourist product as a commodity is characterized by consumer value, that is, by its utility or ability to satisfy certain needs of people for leisure and recreation. Utility a tourist product is determined by its value for the consumer. Because of this, tour operators strive to create such a tourism product, which would be valuable for the largest possible number of people, i.e., if possible, it should have a mass consumer. At the moment, there is a tendency in the tourism market to populate an individual approach and form more a narrowly targeted tourist product, which may include a tourist and excursion program, food, guide services, alcohol, creating a photo report from a trip, etc. The article presents information on the assessment and improvement of the usefulness of services in a complex tourist product and their competent application at the enterprises of this industry.

Key words: *tourism, tourist product, usefulness of services, product attractiveness, consumers of services.*

Постановка проблеми. Управління привабливістю туристичного продукту ґрунтується на системному підході до управління, дає змогу домогтися постійного вдосконалення надання туристичних послуг, забезпечувати високий рівень підготовки співробітників туристського підприємства, більш ефективно використовувати наявний у нього матеріально-технічний, кадровий, інформаційний та фінансовий потенціал. Туристський продукт як товар характеризується споживчою вартістю, тобто корисністю або здатністю задовольняти певні потреби людей у дозвіллі та відпочинку. Корисність туристичного продукту визначається його цінністю для споживача. Через це туроператори прагнуть до створення такого туристичного продукту, який був би цінним для максимального великої кількості людей, тобто за можливості він повинен мати масового споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значним внеском у дослідження теоретичних і практичних проблем корисності послуг у туристичній сфері стали праці таких науковців, як С.Д. Льєнкова, В.І. Карсекін, В.С. Качанов, В.О. Квартальнов, В.Ф. Кифяк, О.І. Кочерга, М.П. Мальська, П.Р. Пуцентейло, Х.Й. Роглева, Г.Г. Савіна, І.О. Сидоренко. Питанням оцінювання якості та ефективності управління системами різного рівня присвячено низку робіт таких учених, як В.А. Дресвянніков, Ю.Т. Шестопал, В.Д. Дорофєєв, Н.Ю. Щетиніна, А.М. Шмельова, Р.Р. Тіміргалєєва, І.Ю. Грішин, С.Ф. Поважний, Р.Р. Ларіна, А.В. Білоусов. Так, у роботі Р.Р. Тіміргалєєва викладено теоретичні аспекти інформаційно-логістичного забезпечення процесу управління складними організаційно-економічними системами, надано системне уявлення про об'єкти управління; у статті І.Ю. Грішина розкриваються проблеми формування оптимального асортименту туристично-рекреаційних послуг; М.А. Шостак включає науково-теоретичні основи управління соціально-економічними системами, питання концептуалізації розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери на основі внутрішнього маркетингу.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних проблем корисності послуг у туристичному продукті, факторів, що впливають на створення якісного туристичного продукту, визначення умов, за яких можливою є ефективна виробнича діяльність туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Туризм належить до сфери діяльності, яка є однією з найбільш швидко розвинених і перспективних сфер економіки. Ця діяльність простягається від готелів і транспорту до фінансування й посередництва. У методичному аспекті дуже важливо розмежовувати поняття туристичного продукту та туристичних послуг.

Туристський продукт – це товар у вигляді визначеного набору туристських послуг, що володіють корисністю. Туристичним продуктом у широкому розумінні цього слова може виступати будь-який вид туристичних послуг.

Туристичні послуги – це виробнича діяльність підприємств туристичної індустрії, яка задовольняє потреби клієнтів і не має, як правило, матеріально-речової форми [5, с. 59].

Важлива відмінність між туристичним продуктом і туристської послугою полягає в тому, що туристична послуга може бути використана тільки в місці її створення, а туристський продукт може бути придбаний і за місцем проживання, але використаний тільки в місці створення туристських послуг. Іншими словами, купуючи туристську путівку, споживач купує товар, а не туристичні послуги. Інакше кажучи, заплативши гроші, він набуває лише можливість отримання певних послуг. Ринок послуг не схожий на ринок товарів з таких причин:

1. Послуга не існує до моменту її надання. Це робить складним процесом оцінювання й порівняння послуг, поки вони не надані. Порівнювати між собою можна тільки очікувану й отриману користь;

2. Послугам властивий значний ступінь невизначеності виконання на момент укладення договору про надання послуг, що часто ставить клієнта в скрутне становище, а реалізаторам послуг заважає просувати послуги на ринку.

Всі ці моменти, що стосуються ринку послуг, а також специфічна для послуг нематеріальність, мінливість якості та збіг процесу виробництва й споживання послуг визначають особливості їх надання.

Як і будь-який товар, туристичний продукт має споживчі властивості. Зазвичай у теоретичних розробках, присвячених цьому питанню, виділяються такі основні споживчі якості послуг:

- обґрунтованість (надані послуги мають бути співвіднесені задля подорожі, відповідати потребам туриста і не бути надмірними);
- ефективність (досягнення найкращого результату за розумних витрат із боку туриста);
- надійність (відповідність очікуваного змісту туристичного продукту фактичному, достовірність рекламної інформації);
- цілісність (здатність продукту в повному обсязі задовольняти потреби туриста);
- зрозумілість (умови використання продукту мають бути зрозумілими як туристу, так і персоналу, зайнятому його обслуговуванням);
- простота (мається на увазі простота в експлуатації, що передбачає мінімізацію витрат під час підтримки місць перебування в гідному стані);
- гнучкість (легкість пристосування продукту в системі обслуговування до іншого типу споживача);
- корисність (здатність продукту бути використаним для досягнення як однієї певної, так і комбінованих цілей).

Однак у такому визначенні споживчих властивостей туристичного продукту має місце відсутність розмежування між корисністю продукту для туриста та його корисністю для виробника послуг. Наприклад, простота в експлуатації і гнучкість належать до властивостей туроператора, а не туриста. Отже, надаємо своє визначення споживчих властивостей туристичного продукту, наголошуючи на тому, що належить до виробника послуг, і тому, що належить до туриста, споживача туристичного продукту. Для туриста важливі такі властивості туристичного продукту: ступінь доступу до туристичних ресурсів, що визначається видом туру; рівень фізичного навантаження й «культурного шоку»; вартість і безпека. До властивостей туристичного продукту, що належать до функцій виробника, на нашу думку, належать такі: комфортність (необхідний набір послуг і діапазон рівня навантажень, допустимих для запропонованого туру), надійність (відповідність змісту туру рекламі), економічність (мінімізація витрат туриста), конкурентоспроможність (порівнянність за параметрами з аналогічним зарубіжним туром), гнучкість (легкість пристосування продукту в системі обслуговування до іншого типу споживача).

Залежно від виду туризму та групи туриста до кожного туру висуваються конкретні вимоги до послуг, які входять у туристичний продукт. З цього можна зробити висновок, що у кожній послугі з огляду на її корисність є свої пріоритетності та вагомості. Пріоритетна та вагома послуга для одного суб'єкта може бути абсолютно нецікавою для іншого. Це стосується як прямих, так і опосередкованих послуг.

Пріоритет – це переважне, головне значення чого-небудь, те, що вважається найбільш важливим, вимагає до себе першочергової уваги. Пріоритетність – це першість, важливість деякого параметра.

Пріоритетність послуг для споживача проявляється через визначення споживачем ступеня значущості тієї чи іншої послуги порівняно з іншими послугами.

Вагомість – це відчутність, значність, принципове значення, престижність, цінність, важливість того чи іншого параметра. В економічному сенсі вагомість послуги треба розглядати окремо з точки зору споживача та окремо з точки зору виробника послуг. З точки зору споживача вагомість послуги – це міра, яка відображає вимоги споживачів, їх задоволеність послугами. З точки зору виробника послуг вагомість – це міра реалізації економічних та соціальних інтересів підприємства. Принципова різниця між пріоритетністю та вагомістю послуг полягає в такому: розрив у послідовних пріоритетах завжди є постійною величиною і не може бути покладений в основу визначення реальних зусиль, необхідних для підвищення привабливості послуги або рівня реалізації послуги за допомогою соціальних та економічних інтересів підприємства.

Зростання таких показників, як корисність та вагомість послуг, які є важливими характеристиками туристичного продукту, приводить до підвищення задоволення потреб споживачів та забезпечення споживчої привабливості туристичного продукту.

Туристичні підприємства під час обслуговування туристів постійно розширюють набір прямих та опосередкованих послуг, що сприяє підвищенню привабливості туристичного продукту загалом.

Іншими словами, високий рівень привабливості туристичного продукту може забезпечити комплексна послуга, яка формується за рахунок послуг прямого та опосередкованого характеру.

Привабливість туристичного продукту формується за рахунок підвищення корисності комплексу прямих та опосередкованих послуг, тобто за рахунок задоволеності туриста від отримання кожної послуги.

Схематично процес оцінювання привабливості туристичного продукту представлено на рис. 1.

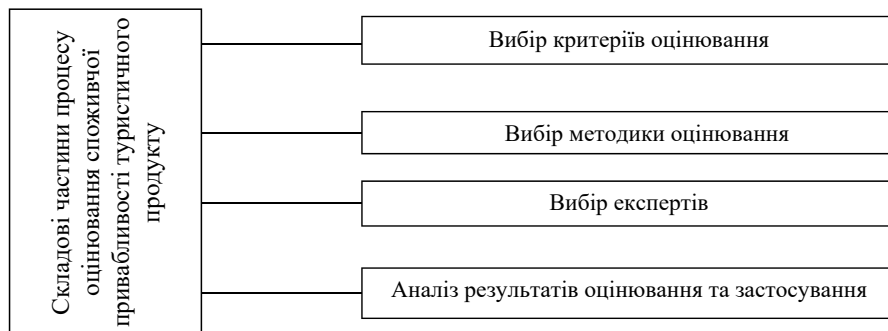


Рис. 1. Схема оцінювання привабливості туристичного продукту

З великої кількості наявних методів найбільш перспективним для вирішення завдання методичної інструменталізації процесу формування споживчої привабливості туристичних продуктів є метод розрахунку Європейського індексу задоволеності

сті споживача (ESCI), на основі якого проводяться системні дослідження рівня задоволеності споживачів у країнах ЄС [6].

Проаналізувавши за методикою розрахунку ESCI задоволеність споживача, пропонуємо удосконалений процес оцінювання привабливості туристичного продукту.

I етап: визначення переліку прямих та опосередкованих послуг, які впливають на привабливість туристичного продукту.

II етап: визначення вагомості складових частин туристичного продукту.

III етап: оцінювання корисності туристичного продукту за всіма складовими частинами.

IV етап: оцінювання привабливості туристичного продукту з урахуванням вагомості й корисності всіх складових частин.

Методика розрахунку ESCI задоволеності споживача здійснюється у форматі інтерв'ювання споживачів та дає змогу з'ясувати значення й співвідношення якості, ціни та інших перемінних, які можуть бути використані для формування груп постійних та лояльних споживачів.

Досі не розроблена загальноприйнята комплексна системна оцінка корисності послуг в туристичній індустрії, яка б включала всі аспекти: від оцінки реакції споживачів за допомогою анкетування до організації системи статистичного обліку й аналізу параметрів оцінки. Найвні методики оцінки корисності в туризмі зачіпають або якісні, або кількісні параметри.

Однак слід зазначити, що ефективність управління корисністю залежить від оцінки та вимірювання рівня якості.

Під рівнем якості продукту (послуги) розуміється відносна оцінка якості, заснована на порівнянні сукупності показників розглянутого продукту (послуги) з базовими, тобто продуктами (послугами) конкурентів, перспективними зразками, стандартами, випереджальними стандартами.

Розрахунок показників, що оцінюють рівень корисності продукту (послуги), проводиться з певною метою, найважливішою серед яких є зіставлення різних споживчих властивостей продукту (послуги) та їх економічних характеристик, тобто визначення оптимального рівня корисності продукту. Зі зростанням вимог, що висуваються споживачами до корисності продукту (послуги), обов'язково зростають його собівартість і ціна.

Оцінка корисності являє собою сукупність операцій, що включають систему показників якості, визначення їх чисельних значень, а також значень базових і відносних показників задля обґрунтування найкращих рішень, реалізованих під час управління корисністю продукту (послуги). Таким чином, алгоритм оцінювання корисності на туристичному підприємстві буде складатися з таких операцій:

- вибір системи показників якості;
- вимірювання, тобто зіставлення з відомими величинами деякої шкали та отримання чисельних значень;
- оцінювання отриманих результатів.

У туристичному бізнесі відбувається вжиття маркетингових заходів, орієнтованих на клієнта, що є безпосереднім споживачем послуг ринку туристичної індустрії, націлених на підвищення лояльності клієнта. Такі заходи доцільно розділити на ті, які збільшують корисність туристичної послуги для певних груп споживачів послуг туристичного бізнесу в результаті надання їм економічних переваг (лояльність, рухома вартість), і ті, які завдяки формальній та неформальній комунікації, а також взаємодії між постачальником і споживачем підсилюють інтенсивність контактів, підвищують довіру й стабілізують задоволеність послугами організації (лояльність, рухома контактами).

Реалізована клієнтом готелю корисність конкретної послуги на ринку туристичної індустрії визначається, з одного боку, очікуваною та отриманою якістю, а з іншого боку, затребуваною за цю послугу ціною. Відповідно, заходи щодо підвищення лояльності споживачів туристичних послуг в цьому разі можуть бути зорієнтовані на якість або ціну.

В рамках заходів, орієнтованих на якість послуги, йдеться про те, щоби запропонувати клієнту єдину у своєму роді вигоду, яка може бути заміщена послугою інших постачальників (наприклад, зміна готелю як місця проживання) тільки за більш високих витрат споживача (економічна лояльність). Такої унікальної пропозиції можна досягти шляхом забезпечення поставок послуг за індивідуальним замовленням, зі спеціальним дизайном, на замовлення для задоволення ключових потреб клієнта.

На підвищення економічних бар'єрів під час наміру споживача послуг змінити постачальника (наприклад, готель) націлені цінові заходи, які прямо або у прихованому вигляді пропонують споживачеві матеріальні вигоди в разі повторної покупки послуги. Варіанти заходів цінової мотивації лояльності споживача послуги включають такі елементи:

1) цінові системи, що надають клієнтові переваги в ціні в разі повторної закупівлі порівняно з одноразовою (на це спрямовані різноманітні заохочувальні програми для постійних клієнтів);

2) «пакет цін», який передбачає знижку для певних груп споживачів (наприклад, для ділових туристів, які приїжджають за програмою інсентив-турів);

3) цінові гарантії і договори, що регулюють ціни на певний час (наприклад, знижки вихідного дня на проживання в готелі; встановлення знижок на обід у певні («непікові») години в ресторані («хепі аур»)).

Висновки. Управління корисністю послуг у туристичному продукті являє собою погоджену робочу структуру, що функціонує на туристичному підприємстві, а також має включати ефективні технічні й управлінські методи, що забезпечують найкращі і найбільш практичні способи взаємодії персоналу туристичного підприємства, його агентів, контрагентів та споживачів туристичних послуг.

Таким чином, здатність туристичних підприємств досягати своїх цілей із забезпеченням конкурентоспроможності послуг визначається діючою системою організації та управління, а саме системою управління якістю.

Список використаних джерел:

1. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Москва, 2010. 304 с.
2. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма. Москва : Финансы и статистика, 2009. 247 с.
3. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання. *Формування ринкових відносин в Україні*. Вип. 3 (46). 2005. С. 78–80.
4. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ, 2012. 368 с.
5. Устюгова Е.В., Попова Т.О. Туристский продукт и туристские услуги. *ТДР*. 2009. № 10. С. 59–60.
6. Index of economic freedom. URL: <http://cf.heritage.org/index/pastScores.cfm> (дата звернення: 05.12.2020).

References:

1. Baumgarten L.V. (2010) *Upravlenie kachestvom v turizme* [Quality management in tourism]. Moscow. (in Russian)
2. Kvartal'nov V.A. (2009) *Menedzhment turizma* [Tourism management]. Moscow: Finansy i statistika. (in Russian)
3. Sydorenko I.O. (2005) *Napriamy shchodo udoskonalennia systemy upravlinnia yakistiu diialnosti turystychnykh pidpriemstv (orhanizatsii, firm) v suchasnykh umovakh hospodariuvannia* [Directions for improving the quality management system of tourism enterprises (organizations, firms) in modern business conditions]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 3 (46), pp. 78–80.
4. Malska M.P. (2012) *Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka* [Tourism business: theory and practice], Kyiv. (in Ukrainian)
5. Ustiuhova Ye.V. (2009) *Turystychnyi produkt i turystychni posluhy* [Tourist product and tourist services]. *TDR*, vol. 10, pp. 59–60.
6. Index of economic freedom. Available at: <http://cf.heritage.org/index/pastScores.cfm> (accessed 05 December 2020).

УДК 331.5.024.5

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.12>**Кирилов Ю.Є.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5061-2644>

Крикунова В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5710-8029>

Жосан Г.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3577-6701>

Kyrylov Yurii, Krykunova Viktoriia, Zhosan Hanna
Kherson State Agrarian and Economic University

БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

BRANDING TERRITORY AS A TOOL TO STIMULATE YOUTH ENTREPRENEURSHIP

У статті обґрунтовано напрями, за якими брендинг території сприяє розвитку молодіжного підприємництва і забезпечує реалізацію його соціально-економічних функцій. Уточнено та розширено поняття «брендинг території» з урахуванням аспекту взаємного впливу та взаємодії цього інструментарію з феноменом і процесами молодіжного підприємництва на основі відповідності економічних та соціальних інтересів зацікавлених сторін. Виділено основні напрями формування позитивного іміджу та репутації регіону, за кожним з яких проаналізовано досвід застосування інноваційних інструментів стосовно стимулювання молодіжного підприємництва. У ході дослідження встановлено, що стратегія брендингу дає змогу здійснювати завдання формування детермінантів підвищення рівня самоотожнення/самоідентифікації молоді з територією проживання та, як наслідок, конструювання стійкої позитивної регіональної ідентичності й мотивації до реалізації підприємницької активності та ін.

Ключові слова: брендинг території, молодіжне підприємництво.

В статье обоснованы направления, по которым брендинг территории способствует развитию молодежного предпринимательства и обеспечивает реализацию его социально-экономических функций. Уточнено и расширено понятие «брендинг территории» с учетом аспекта взаимного влияния и взаимодействия этого инструментария с феноменом и процессами молодежного предпринимательства на основе соответствия экономических и социальных интересов заинтересованных сторон. Выделены основные направления формирования положительного имиджа и репутации региона, проанализирован опыт применения инновационных инструментов по стимулированию молодежного предпринимательства. В ходе исследования установлено, что стратегия брендинга позволяет осуществлять задачи формирования детерминант повышения уровня самоотождествления/самоидентификации молодежи с территорией проживания и, как следствие, конструирования устойчивой положительной региональной идентичности и мотивации к реализации предпринимательской активности и т. д.

Ключевые слова: брендинг территории, молодежное предпринимательство.

The article substantiates the areas in which the territory branding promotes the development of youth entrepreneurship and its socio-economic functions implementation. The concept of "territory branding" has been clarified and expanded, taking into account the aspect of mutual influence and interaction of these tools with the phenomenon and processes of youth entrepreneurship according to the compliance of economic and social interests of stakeholders. The main directions of the region positive image and reputation forming are identified. Each of them is analyzed referring to the experience of the youth entrepreneurship stimulation innovative tools. It was figured out that the branding strategy allows to carry out the following tasks: forming young people self-identification with the territory of residence and as a result – constructing a stable positive regional identity and motivation to do regional-oriented business; orientation of residents to local problems solving and increase their participation in the social and political life of the community; attracting new investors to the region; promotion of the local products (produced on the territory of the agent); the tourist flows' increase; drawing the attention of the authorities and supranational structures to the opportunities and threats of the region in terms of strategic partnership in programs and projects calls; promotion of the region attractiveness to potential migrants, especially to highly qualified professionals of working age and youth. The importance of territorial branding for young entrepreneurs is difficult to overestimate, because even with the most favorable economic conditions and the availability of highly qualified management staff, young people as a business entity are more vulnerable than other age groups for a number of reasons. The implementation of the above tasks will result in: the development of an effective information infrastructure; ensuring a competitive market environment and strengthening the competitiveness of young entrepreneurs at the interregional and international levels; raising the level of technical and innovation-technological support of enterprises; creating attractive conditions for investing and intensifying the activities of credit institutions, in general – improving access to financial resources; creation of conditions for restructuring of economically weak business entities; improving the organizational structure, forms and content of marketing at the level of the region and companies; development and implementation of social programs in the region to improve the quality of life.

Key words: territory branding, youth entrepreneurship.

Постановка проблеми. Територіальний брендинг можна охарактеризувати як актуальну парадигму територіального управління соціально-економічним розвитком, що відповідає пріоритетам сучасної геополітики та геоekonomіки. Імідж і бренд, репутація і маркетинг території (країни, регіону) сьогодні стають ключовими ресурсами економіки, значущість яких особливо зростає в умовах невизначеності та нестабільності зовнішнього середовища. Актуальність брендингу території зумовлена також процесами діджиталізації та інформатизації сучасної економічної системи, що визначає нові підходи до забезпечення конкурентних переваг економічних агентів та політичних суб'єктів. Імідж і бренд території, її репутація у вітчизняних та зарубіжних суспільно-політичних і ділових колах стають основними чинниками просування загальнодержавних і регіональних економічних та політичних проєктів, привабливості умов реалізації підприємницької активності. Сучасний інструментарій територіального розвитку формує бізнес-клімат, визначає темпи та якість соціально-економічного розвитку, включаючи вектор бізнес-інтересів молодих підприємців, діяльність яких сприяє залученню інвестицій, розбудові соціальної сфери, забезпеченню ефективної зайнятості населення, розвитку історико-культурного потенціалу тощо.

Зазначене зумовлює актуальність вибраної теми дослідження, його мету та завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематиці брендингу присвячено публікації значної кількості зарубіжних учених і практиків: Ф. Котлера, К. Асплунда, Д. Хайдера, І. Рейна, Д. Візгалова, П. Берга, С. Девіса, М. Каварациса, Н. Котова, С. Зенкера, А. Лукареллі, Н. Мартіна, А. Моргана, Х. Різенбека, Б. Якобсена, І. Березіна. Найґрунтовнішими, на нашу думку, є праці С. Анхолта, що є основним творцем терміна placebranding і з 1998 р. постійно публікує наукові праці, присвячені різним аспектам брендингу територій. Поруч із працями Ф. Котлера, у яких уперше було обґрунтовано

визначення території та її ресурсів як товару, ці наукові засади стали поштовхом до розвитку великої кількості суміжних понять, відомих у вітчизняній науці як регіональний брендинг, брендинг місць, брендинг територій тощо.

Але в працях вітчизняних науковців системно брендинг почали розглядати нещодавно. Дослідження зарубіжних і вітчизняних науковців переважно стосуються вивчення ролі товарних знаків і послуг, недостатньо уваги приділено територіальному брендингу та брендингу малих міст зокрема.

Молодіжне підприємництво є актуальним об'єктом аналізу вітчизняних та зарубіжних учених Л. Бокова, О. Дьяченко, С. Карева, А. Кобзєва, Л. Копейкіної, С. Кортова, А. Куликова, Г. Лаптева, С. Лендера, О. Молчанової, А. Мокроносова, І. Мошкина, Н. Судакової, Г. Широкова, Д. Шульгіна та ін. При цьому феномен молодіжного підприємництва активно вивчають наукові спільноти, і майже всі сходяться на думці, що розглядати його варто з урахуванням вікових особливостей підприємців.

А.В. Іванова, вивчаючи молодіжне підприємництво в контексті динамічного процесу, спрямованого на формування нових цінностей у бізнесі, вказує, що віковим критерієм віднесення молодих людей до даного сектору господарювання є 35 років [1]. Н.В. Ахіярова, погоджуючись з попереднім дослідником, відзначає специфічні якості молодих людей, знижуючи віковий ценз до 30 років, підкреслюючи, що саме у цієї групи спостерігається більш виражена схильність до інноваційності, вільної самореалізації та соціальної адаптації [2]. Тому, на думку багатьох дослідників, розвиток молодіжного підприємництва та залучення молоді до підприємницької діяльності характеризується високим потенціалом економічних та соціальних вигод.

Разом із тим автори наголошують на тісному взаємозв'язку наведених термінів із погляду потенціалу та важливості брендування території з метою формування умов для реалізації підприємницької активності молоді. Проте взаємний вплив брендингу територій та процесів у сфері молодіжного підприємництва є недостатньо дослідженим.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в обґрунтуванні напрямів, за якими брендинг території сприяє розвитку молодіжного підприємництва для забезпечення реалізації його соціально-економічних функцій.

Виклад основного матеріалу. Для будь-якого регіону його імідж та репутація є основою відносин із цільовими групами стейкхолдерів. Брендинг території спрямований на створення позитивних образів, асоціацій та репутації в думках як жителів, так і гостей регіонів і, як наслідок, формування лояльності до нього.

Брендинг як масове явище та об'єкт бухгалтерського обліку вперше з'явився у ХІХ ст. із виходом на ринок перших фірмових товарів, що швидко продаються. З того часу практика і теорія брендингу суттєво розвинулися в аспекті об'єкту, а також сфери застосування (табл. 1).

Термін «брендинг території» (place branding) увів до наукового обігу Саймон Анхольт у 1998 р. Учений також першим запропонував методику рейтингування національних брендів (Anholt Nation Brands Index), міст (Anholt City Brands Index) і брендів різних штатів США (Anholt State Brands Index).

С. Зенкер і Е. Браун у праці «Сутність бренду території – концептуальний підхід до брендингу території і територіальному бренд-менеджменту» адаптують поняття корпоративного бренду стосовно бренду регіону. З їхньої точки зору, бренд території – це комплекс асоціацій у свідомості споживачів, які базуються на візуальних, вербальних і поведінкових проявах особливостей території, що виражаються у цілях, комунікаціях, цінностях і спільній культурі регіональних стейкхолдерів, а також у загальному дизайні даної території [1, с. 3]. Велике значення при цьому має імідж бренду території, під яким розуміють те враження, яке складається у свідомості представників цільових аудиторій про регіон як про єдине ціле.

Таблиця 1

Еволюція поняття «брендинг»

№	Автор/джерело (рік)	Визначення поняття «брендинг»
1	І. Рожков (1999)	Це діяльність зі створення довгострокових переваг для товару, заснована на спільних діях щодо посилення споживчої торгової марки, упаковки, рекламних повідомлень, управління матеріалами та стимулювання збуту та інших рекламних елементів, об'єднаних ідеєю певної характеристики та єдиного дизайну, виділяючи товар із конкуренції та створюючи його імідж.
2	Словник маркетингу (2000)	Сукупність заходів, які компанія повинна здійснити для оптимізації маркетингової суміші бренду.
3	Н. Добробаєнко (2000)	Це інвентаризація символічної політики та управління іміджем шляхом усебічного використання стратегій та технологій маркетингу та управління.
4	Е. Ромат (2001)	Це маркетингова діяльність із метою створення особливого споживчого досвіду, що включає імідж компанії та власника бренду, створює цільовий сегмент ринкового ставлення до бренду. Брендінг можна розглядати як одну із синтетичних систем інструментів маркетингових комунікацій, що включають деякі елементи системи основних засобів маркетингових комунікацій: рекламу, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг та стимулювання збуту.
5	Ф. Шарков (2003)	Це створення програми та управління брендом на ринку. Включає створення, вдосконалення, репозиціонування, оновлення та зміну стадії розвитку бренду, його розширення та поглиблення.
6	R. Olle & D. Rui (2004)	Технологія, яка забезпечує стабільні характеристики товару, що робить його улюбленою покупкою, таким чином, підвищуючи конкурентоспроможність товару.
7	А. Корол (2005)	Інформаційна квінтесенція всієї фірми з бізнес-стратегії, результатом якої є всі її зусилля в маркетингу та менеджменті, а також у сфері маркетингових комунікацій.
8	К. Архангельська (2006)	Діяльність, яка передбачає цілеспрямоване формування бренду – унікальний імідж бренду у свідомості людей, які можуть не лише диференціювати його від конкурентів, а й створити справжню лояльність клієнтів до бренду. Окрім того, цей образ не є продуктом випадкових уявлень про функціональні характеристики споживчих товарів, і результат означає наші потужні зусилля щодо розроблення та застосування складних репрезентацій бренду, тобто його концепції.
9	Міжнародне консалтингове агентство «Brandflight» (2009)	Система управління якістю та ефективністю торгової марки, що забезпечує споживачам можливість передавати інформацію про стратегічні ідеї компанії. Це, своєю чергою, збільшує цінність багатьох підприємств не лише для акціонерів, а й для його партнерів.
10	Л. Шульгіна та М. Лео (2011)	Ця система обґрунтована, збалансований процес, який включає планування та реалізацію маркетингових заходів для створення торгової марки, план розвитку трансформації торгової марки на торговій марці, особливо шляхом розроблення відповідної назви, корпоративного стилю та дизайну, рекламних кампаній, проведення стимулювання продажу акцій, цільовий PR, для формування бажаного асоціативного досвіду у споживачів.

Однією із цільових аудиторій, важливим стейкхолдером територіальної громади є функціонуючі або потенційні молоді підприємці – найдинамічніші суб'єкти підприємництва. Класичною дефініцією підприємництва є його визначення як ризикової економічної діяльності, спрямованої на систематичне отримання прибутку від виробництва і продажу товарів, надання послуг, виконання робіт. Разом із тим молоді люди креативно мислять, амбітні, готові змінювати світ і ризикувати не лише з метою отримання прибутку. Дана соціальна група – найактивніша частина суспільства, яка швидко реагує на зміни в соціально-економічному житті, ефективно трансформує їх у позитивні наслідки не лише у бізнесовому аспекті, а й для розвитку місцевої громади та бренду території у цілому.

Авторами дано визначення категорії «молодіжне підприємництво» як особливого самостійного сегменту підприємництва, представленого підприємцями у віці до 35 років, які здійснюють ініціативно-інноваційну економічну діяльність у різних організаційно-правових формах, ефективно акумулюють і використовують фактори виробництва відповідно до своїх специфічних особистісних якостей (гнучкість, мобільність, енергійність, інноваційна активність, схильність до ризику) для задоволення існуючих або нових суспільних потреб із метою отримання підприємницького доходу [13]. Мотивація до заняття бізнес-діяльністю при цьому значною мірою формується під впливом локальної економічної, політичної, соціальної ситуації, тобто наявного іміджу та репутації території.

Як зазначалося, завдання брендингу території – формування бажаного іміджу та репутації території у свідомості цільових аудиторій, при цьому можлива ситуація, коли для кожної з аудиторій буде розроблено власний таргетований інформаційний контент.

Завдання брендингу території відображено на рис. 1.



Рис. 1. Завдання брендингу території

Виходячи із цього, бренд регіону являє собою бренд-«парасоллю», який об'єднує/підпорядковує суббренди. І, як у випадку будь-яких брендів-«парасоль», під час прийняття рішення щодо кожного суббренда потрібно враховувати, який вплив матиме це рішення на материнський бренд та інші суббренди.

Яскравим прикладом такого комплексного підходу до бренду може служити компанія be Berlin, яка спочатку була орієнтована на жителів Берліна, потім як цільова

аудиторія стали розглядатися туристи, пізніше – інвестори. Безумовно, для кожної з перерахованих груп як ключові були висунуті різні конкурентні переваги міста. Компанії з вигодою для себе можуть взяти участь у процесі формування і просування іміджу і репутації країни або регіону.

Можливий й «протилежно спрямований» брендинговий вплив: від бізнесу – на територію. На півдні Швеції розташовано низку конкуруючих виробників художнього скла. Деякі є визнаними світовими брендами, наприклад Orrefors і Kosta Boda. Щоб ще більше підсилити їхню перевагу, у 1980 р. було розроблено концептуально нову філософію бізнесу – Скляне королівство, у реалізації якої беруть участь скляні заводи з виробництва художнього скла для збільшення чисельності відвідувачів. Тепер щорічно Скляне королівство відвідують понад 1 млн туристів і покупців, що, природно, позитивно впливає на підприємства і територію у цілому [4].

Брендинг територій, сприяючи їх розвитку, є водночас впливовим інноваційним тригером молодіжного підприємництва через формування потужної мотивації до цього виду економічної діяльності, створення умов для його реалізації. Авторами виділено чотири групи стейкхолдерів молодіжного підприємництва: держава, соціальне середовище, освітнє середовище та бізнес-середовище. Кожна з виділених груп включає у себе декілька учасників [2]. Соціальне середовище включає населення, громадські організації, студентство; група «держава» – органи державної влади та органи місцевого самоврядування; освітнє середовище – це заклади освіти та інституції неформальної освіти, та бізнес-середовище включає у себе бізнес-асоціації та бізнес-структури. Кожна із цих груп стейкхолдерів впливає на формування бренду території та, відповідно, детермінанти реалізації бізнес-активності молоді. На основі результатів попередніх досліджень автори пропонують виділити інструменти та напрями стимулюючого впливу брендингу території на суббренд – молодіжне підприємництво.

1. Завдання брендингу: регіон – інвестиційно привабливий об'єкт (відбувається формування фінансової бази молодіжного підприємництва). Основними інструментами є усунення адміністративних бар'єрів (у тому числі із застосуванням інформаційних технологій) та зниження податкового навантаження. Чистий притік прямих іноземних інвестицій в економіку країни є чутливим індикатором інвестиційної діяльності (рис. 2). Його динаміка щодо української економіки є різноспрямованою у 2017–2020 рр. Протягом майже трьох років аналізованого періоду спостерігаються додатні показники чистого притоку ПІІ. У першому кварталі 2020 р. запаси ПІІ в національній економіці скоротилися на суму 1451 млн дол. США.

2. Безпосередньо пов'язаною з вищенаведеним завданням є промоція території як місця для бізнесу: регіони слугують не лише об'єктом для інвестицій, а й є майданчиком для відкриття і комфортного ведення бізнесу. Одним із синтетичних індикаторів привабливості території з погляду інвестиційної та бізнес-діяльності є міжнародний рейтинг Doing Business Світового банку, в якому висвітлюється 12 складників підприємницької діяльності у 190 країнах світу, зокрема аналізують легкість відкриття бізнесу, роботу з дозволами на будівництво, отримання електроенергії, процедуру реєстрації власності, отримання кредиту, захист інтересів інвесторів, адміністрування податків, умови міжнародної торгівлі, забезпечення виконання контрактів, урегулювання неплатоспроможності, працевлаштування та укладання контрактів з урядом. Оцінка формується на підставі оцінювання 10 показників.

За даними дослідження, 10 найкращих місць у світі для ведення бізнесу у 2020 р. – Нова Зеландія (з оцінкою 86,8 зі 100), Сінгапур (86,2), Гонконгський ПАР, Китай (85,3), Данія (85,3), Республіка Корея (84), США (84), Грузія (83,7), Великобританія (83,5), Норвегія (82,6) та Швеція (82).

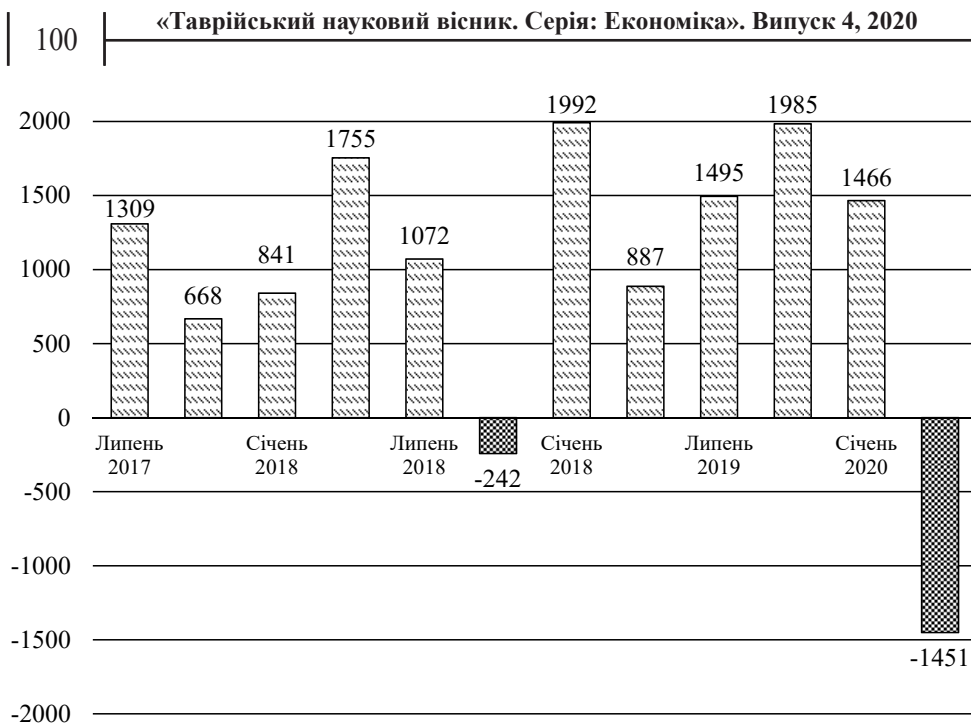


Рис. 2. Чистий притік ПП в Україну, 2017–2020 рр. (зміна запасу ПП), млн дол. США

Економіки (топ-20), які мають найвищий бал за зручність ведення бізнесу, мають кілька спільних рис: процеси реєстрації бізнесу в Інтернеті, електронні платформи подання податків та онлайн-процедури, пов'язані з передачею майна. Більше того, 11 економік мають електронні процедури отримання дозволів на будівництво. Загалом 20 найкращих виконавців мають належне регулювання бізнесу з високим ступенем прозорості. Середні показники цих економік становлять 12,2 (із 15) щодо індексу контролю якості будівлі, 7,2 (із 8) – щодо надійності постачання та індексу прозорості тарифів, 24,8 (із 30) – щодо якості індексу адміністрації земель та 13,2 (із 18) – щодо показника якості судових процесів. Чотирнадцять із 20 найкращих виконавців мають єдиний реєстр застави, а 14 дають змогу життєздатному бізнесу продовжувати працювати як діюча компанія під час провадження у справі про неплатоспроможність. Різниця в досвіді підприємця в економіках із найвищою та нижчою ефективністю виразна майже в усіх сферах ведення бізнесу. Наприклад, для того щоб розпочати бізнес в економіці, що входить до нижчої 50-ки, у середньому потрібно майже у шість разів довше, ніж у топ-20. Передача власності в 20-ти кращих економіках вимагає менше двох тижнів порівняно з приблизно трьома місяцями у нижній 50-ці. Отримання підключення до електроенергії в середній економіці нижньої 50-ки займає вдвічі більше часу, ніж у середній економіці топ-20; вартість такого зв'язку в 44 рази вища, якщо виражати його як частку доходу на душу населення. Окрім того, вирішення комерційних суперечок триває близько 2,1 року в економіках, що посідають 50-е місце порівнянні з 1,1 року у 20 країнах. Помітні відмінності між сильнішими та слабшими економіками також виявляються в якості регулювання та інформації. У топ-20 83% дорослого населення в середньому охоплено або кредитним бюро, або реєстром, тоді як у нижчих 50 середнє охоплення становить лише 10%.

Сінгапур є країною зі сприятливим інвестиційним кліматом не лише завдяки низьким податкам, яких усього п'ять. До мінімуму зведено бюрократичні процедури для

бізнесу, вся звітність – через Інтернет (при цьому її дуже мало). У країні повністю скасували «дозвільну» практику і «ліцензування». У Сінгапурі відсутні податки на дивіденди, капіталізований капітал, банківські відсотки та інвестиційний дохід [5].

У Гонконзі процес бізнес-функціонування максимально зручний. Підприємці незалежно від національної приналежності мають доступ до розвинутої фінансової та юридичної галузі, надійним і недорогим комунальним послугам, передовим комунікаціям та інформаційної інфраструктури. Більше того, владою Гонконгу передбачено цілу низку грантів та спонсорських програм, мета яких – фінансова й освітня допомога колективам, які працюють в інтелектуальній сфері [6].

У 2020 р. Україна піднялася на сім позицій і посіла 64-е місце порівняно з 71-м місцем зі 190 у 2019 р. (участь у рейтингу бере з 2006 р. і лише у 2015 р. потрапила до першої сотні). Найгіршу позицію Україна мала у 2012 р. – 152-е місце зі 183. Позитивні зміни стосуються спрощення процедур та здешевлення отримання дозволів на будівництво, підключення до електромереж, реєстрації власності, реєстрації бізнесу, посилення захисту прав міноритарних інвесторів, поліпшення умов міжнародної торгівлі, доступу до кредитної інформації, виконання контрактів.

3. Територія як місце для інновацій (напрямок сприяє задоволенню потреби молодих підприємців у креативному підході до підприємництва). Регіон може бути не лише об'єктом для прямих або непрямих інвестицій, а й місцем для реалізації найсміливіших інновацій. Яскравим прикладом слугує знаменита Силіконова долина. Реалізується концепція також в інших регіонах. Наприклад, прийшовши в 2007 р. до влади, Н. Саркозі став активно втілювати в життя політику, націлену на розвиток інновацій, що знайшло вираження у підтримці високотехнологічних виробництв, створенні науково-виробничих кластерів, розвитку регіональних інноваційних мереж, модернізації системи вищої освіти і наукових досліджень. Найбільш помітними перетвореннями у сфері інноваційної політики стали полюса конкурентоспроможності (ПК, 2004 р.) та полюса наукових досліджень і вищої освіти (ПНІВ, 2006 р.), а також заходи, спрямовані на розвиток університетської автономії (2007 р.) [7]. Полюси конкурентоспроможності – це об'єднання підприємств, дослідницьких організацій та освітніх центрів, які розташовані на одній території, включені в спільну діяльність і призначені для генерації синергії в інноваційних проєктах молодих підприємців [8]. Основою діяльності ПК ставали науково-технічні та інноваційні проєкти, спрямовані на розвиток національної і регіональної економіки.

Загально визнано, що інноваційно-освітні кластери є ефективним механізмом розвитку регіональної інноваційної підприємницької системи [9].

У Гонконзі особлива увага приділяється культивуванню навичок щодо трансмісії досягнень інноваційного процесу на ринки ресурсів та готової продукції [6]. До послуг компаній, що займаються науковими розробками, створено численні і доступні високотехнологічні спеціалізовані центри, метою функціонування яких є допомога у розвитку/комерціалізації перспективних ідей.

Співпраця між університетами, державними структурами, громадськими організаціями та бізнесом дає змогу налагоджувати та реалізовувати ефективні механізми підтримки молодіжного інноваційного підприємництва за рахунок синергетичних ефектів, що досягаються в ході такої взаємодії. Окрім того, лише на базі такого співробітництва можна створити умови для сталого розвитку міжуніверситетських стартап-центрів та популяризації молодіжного підприємництва.

Одним із головних індикаторів, узагальнюючим показником для вимірювання рівня та результатів реалізації інноваційного потенціалу країни є Глобальний інноваційний індекс, у якому знаходять своє відображення основні складники інноваційного потенціалу країн [5]. Результати дослідження позиції України за складниками Глобального інноваційного індексу наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка позиції України за складниками Глобального інноваційного індексу [11]

Складники Глобального інноваційного індексу	2014		2015		2017		2018		2018		2019	
	бал	місце (зі 143)	бал	місце (зі 141)	бал	місце (зі 128)	бал	місце (зі 128)	бал	місце (зі 126)	бал	місце (зі 129)
Глобальний інноваційний індекс	36,3	63	36,5	64	35,7	56	37,6	50	38,5	43	37,4	47
Інституції	52,9	103	52,8	98	48,7	101	47,9	101	49,1	107	53,9	96
Людський капітал і дослідження	36,6	45	40,4	36	40,8	40	39,6	41	37,9	43	35,6	51
Інфраструктура	27,1	107	26,3	112	32,3	99	39,3	90	38,1	89	36	97
Рівень розвитку ринку	45,1	90	43,9	89	42,1	75	43,2	81	42,7	89	43,3	90
Рівень розвитку бізнесу	29,1	87	32,4	78	30,6	73	35,3	51	34,5	46	34,8	47
Результати застосування знань та технологій	38,2	32	36,4	34	34,1	33	32,8	32	36,7	27	34,6	28
Результати творчої діяльності	30,6	77	31,3	75	31	58	35,6	49	36,5	45	33,3	42

Проаналізувавши стан розвитку інноваційної діяльності в Україні за допомогою Глобального інноваційного індексу, можна зазначити, що у період 2016–2018 рр. спостерігається підвищення значення індексу, що свідчить про поступове поліпшення ситуації у сфері інновацій в Україні. Також варто зазначити, що в 2018 р. порівняно з 2017 р. відбулося підвищення ефективності інновацій, що дало змогу Україні посісти 43-є місце серед 126 країн за показником індексу ефективності інновацій. Проте в 2019 р. відбулося зниження позицій, і Україна втратила чотири позиції та перейшла на 47-е місце серед 129 країн. У розрізі показників України має таку ситуацію: політична і операційна стабільність – 125-е місце зі 129-ти, ефективність уряду – 95-е, верховенство права – 107-е, легкість початку бізнесу – 48-е, легкість вирішення проблеми неплатоспроможності – 115-е, освіта – 43-е, вища освіта – 37-е, інформаційні та комунікаційні технології – 81-е, урядові онлайн-послуги – 92-е, загальна інфраструктура – 95-е, екологічна стійкість – 120-е, кредитування – 91-е, легкість отримання кредитів – 29-е, кредитування приватного сектору – 86-е, інвестиції – 115-е, кваліфіковані працівники – 45-е, створення знань (патенти, винаходи) – 17-е (у цьому розділі за показником корисні моделі за походженням – 1-е місце), вплив на знання – 47-е, поширення знань – 47-е, нематеріальні активи – 17-е, креативні товари і послуги – 91-е, креативність в онлайн – 43-є [11].

Зважаючи на такі тенденції, доцільно звернути увагу на забезпечення брендингу територій та стимулювання молодих людей розвивати бізнес. При цьому до брендування території як зручного місця для проживання переважно вдаються ті регіони, які відчувають проблеми з відтоком населення. Однак і регіонам, які такої проблеми не відчувають, не слід забувати про даний вид брендингу, оскільки важливі не просто жителі, а реальний бізнес як платник податків, які поповнюють місцеві бюджети.

Одним із напрямів розвитку брендингу території є її використання для проведення різного роду ділових заходів (виставок, конгресів, тренінгів). В останні роки все більше компаній намагаються організовувати ділові зустрічі, конференції, проводити семінари за кордоном. Більшою мірою це, звичайно, стосується компаній міжнародних, адже учасники заходу їдуть з усіх кінців світу і логічніше його проводити в зручному та доступному для всіх місці. Тому створення іміджу території, привабливого для бізнес-мандрівників, є дуже перспективним напрямом брендингу території. Окрім організації гостинного місця для ділових зустрічей, до такого роду заходів можна віднести проведення різного роду міжнародних виставок і ярмарків.

Традиційними лідерами в даній сфері виступають Австрія, Німеччина, Великобританія, Франція і Швейцарія.

4. Туризм розглядається як найперспективніший елемент формування брендингу країни [14]. Завдання брендингу: регіон – приваблива територія для бізнес-подій (сприяє нетворкінгу молодих підприємців, обміну досвідом, формуванню мотивації). Відносно недавно з'явився і став активно розвиватися такий напрям ділового туризму, як інсентив-туризм. Під ним розуміють подорожі, якими компанії нагороджують своїх співробітників і партнерів за високі результати роботи. До основних видів такого туризму відносять заохочувальні поїздки, поїздки, суміщені з діловими заходами, виїзди, що мають на меті тимблдинг.

Лідерами у цьому напрямі є європейські країни та США. Однак з'являються і такі нові гравці, як країни Південно-Східної Азії. Особливий інтерес становить досвід Італії, яка прагне використовувати як традиційні, так і нестандартні підходи в залученні ділових мандрівників. Як приклад можна привести інсентивтури за кермом Ferrari. Організатори таких турів стверджують, що «подорожі за кермом Ferrari – це унікальні у своєму роді подорожі, оскільки вони дарують емоції, які можна отримати виключно в Італії і тільки за кермом Ferrari, що несуть неповторну чарівність італійського стилю життя» [10].

Україна займала активну позицію у проведенні подібного роду заходів, особливо що стосується фестивалів, тренінгів тощо. За останній рік відбулося падіння їх кількості та переведення, якщо це можливо, у дистанційний режим у зв'язку з пандемією COVID-19.

У 2018 р. громадська організація Центр розвитку «Демократія через культуру» провела дослідження ролі мистецьких фестивалів у саморозвитку громад. У рамках дослідження було ініційовано опитування представників громад, організаторів фестивалів та туристичних організацій із метою з'ясування їхньої готовності до співпраці. Зі 183 місцевих громад, що взяли участь в опитуванні, 173 погодилися з твердженням, що саме культурно-мистецькі фестивалі можуть привернути до них увагу туристів. Натомість лише 2 з 65 опитаних фестивалів і 1 з 56 туристичних організацій, що брали участь у дослідженні, не ставлять перед собою такого завдання.

Отже, на рівні громад є бачення фестивалів як туристичного ресурсу. Проте, окрім розуміння і бажання громад проводити фестивалі, потрібно вимірювати вплив фестивалів на розвиток туризму в регіонах, демонструвати конкретні показники задля формування стратегії розвитку туризму в регіоні, зокрема йдеться і про івент-стратегію.

За останні два роки Україна піднялася на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму та зайняла там 78-е місце за рахунок найшвидшого темпу зростання в субрегіоні. Зокрема, у міру стабілізації та відновлення країни Україна різко поліпшила ділове середовище (зі 124-го на 103-є місце), безпеку (зі 127-го на 107-є місце), міжнародну відкритість (із 78-го на 55-є місце) і загальну інфраструктуру (із 79-го на 73-є місце).

5. Завдання брендингу: підвищення привабливості території та розвиток територіального бренду як місця для отримання освіти (сприяє підвищенню якості бізнес-

освіти та формує засади співпраці). Саме освітнє середовище є однією з ключових груп стейхолдерів, які сприяють розвитку молодіжного підприємництва, про що свідчить світовий досвід.

У Франції з метою реформування науково-дослідних і навчальних закладів проводилася політика розвитку кооперації між вищими навчальними закладами – університетами і дослідницькими структурами (Полноса наукових досліджень і вищої освіти – ПНІВ), розташованими в одній географічній зоні, з метою об'єднання зусиль на певних наукових напрямках і ефективного використання наявних в їх розпорядженні ресурсів. Так з'явилися ПНІВ «Сорбонна – Університети», «Париж – наука і література. Латинський квартал». Велика увага приділялася інтеграції університетів у життя території, де вони розташовані. Представники територіальних органів влади беруть участь в адміністративних радах університетів, впливають на вироблення університетської політики, займаються реконструкцією університетських будівель і гуртожитків, виділяють стипендії, фінансують наукові дослідження. Своєю чергою, університет прагне адаптувати надану освіту до потреб локального ринку праці [10].

Вища освіта в Україні – вибір не лише перспективної української молоді, а й безлічі студентів ближнього зарубіжжя й азійських країн. Найбільше молоді приїжджає вступати до українських вишів із Туркменістану, Азербайджану, Індії, Нігерії, КНР, Іраку та Росії. А найбільш затребуваними напрямами підготовки в Україні для іноземців є медицина, економіка, право, інженерія та авіація.

Розвиток кожного з описаних напрямів дасть змогу створити та популяризувати територіальний брендинг, допомогти молоді розвивати місто, де мешкає, залучити інвестиції. Територіальний брендинг – це шлях до розвитку молоді, що пишається рідним містом та може реалізувати себе й упровадити свої інноваційні ідеї не виїжджаючи за кордон.

Висновки. У статті проаналізовано феномен територіального брендингу в контексті розвитку привабливості регіону та стимулювання молоді до ведення бізнесу й популяризації території. У ході дослідження було встановлено, що реалізація концепції брендингу спрямована на вирішення таких завдань:

- формування детермінантів підвищення рівня самоотожнення/самоідентифікації молоді з територією проживання та, як наслідок, конструювання стійкої позитивної регіональної ідентичності й мотивації до реалізації підприємницької активності;
- орієнтування жителів на рішення місцевих проблем і активізація їхньої участі у суспільно-політичному житті громади;
- залучення в регіон нових інвесторів;
- популяризація продукції, виробленої на території суб'єкта, на локальному, регіональному, національному, світовому рівнях;
- збільшення туристичного потоку;
- привернення уваги влади та наднаціональних структур до можливостей і загроз регіону з погляду стратегічного партнерства у програмних і проектних пропозиціях;
- підвищення привабливості регіону для потенційних мігрантів, передусім для висококваліфікованих фахівців працездатного віку і молоді.

Важливість територіального брендингу для молодих підприємців важко переоцінити, тому що навіть за максимально сприятливої економічної кон'юнктури і наявності високо кваліфікованих управлінських кадрів молодь як суб'єкт бізнесу вразливіша за інші вікові групи через низку причин. Реалізація ж перерахованих вище завдань матиме результатом: розвиток ефективної інформаційної інфраструктури; забезпечення конкурентного ринкового середовища та посилення конкурентоспроможності молодих підприємців на міжрегіональному і міжнародному рівнях; підвищення рівня технічного й інноваційно-технологічного забезпечення підприємств; створення привабливих умов для інвестування та активізації діяльності кредитних установ,

у цілому – поліпшення доступу до фінансових ресурсів; створення умов для реструктуризації економічно слабких суб'єктів господарювання; удосконалення організаційної структури, форм та змісту маркетингування на рівні регіону та фірм; розроблення і реалізацію в регіоні соціальних програм щодо поліпшення якості життя.

Список використаних джерел:

1. Шарков Ф.И. Брендинг и культура организации. Москва, 2003. С. 95.
2. Рожков И.Я. Реклама: планка для «профи». Москва, 1999. С. 97.
3. Терминологический словарь маркетинга. URL: <http://www.marketing/spb.ru/read/doc/> (дата звернення: 10.10.2020).
4. Добробабенко Н.С. Mission & vision: ценности марки и основа корпоративной стратегии. Реклама. Advertising. 2000. № 1. С. 14.
5. Doing Business 2020. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf> (дата звернення: 10.10.2020).
6. Center on Global Brand Leadership. URL: <http://www.globalbrands.org> (дата звернення: 10.10.2020).
7. Король А.Н. Брендинг как синтетическая маркетинговая коммуникация фирмы. *Практический маркетинг*. 2005. № 12. С. 11.
8. Архангельская К.В. Бренд как объект исследования. *Известия Уральского государственного университета*. 2006. № 47. С. 52–58.
9. Міжнародна консалтингова агенція Brandflight. URL: <http://www.brandflight.com/ru/branding/> (дата звернення: 10.10.2020).
10. Шульгіна Л.М., Лео М.В. Брендинг: теорія та практика (на прикладі об'єктів комерційної нерухомості) : монографія. Київ : Астон, 2011. 272 с.
11. The Global Innovation Index 2019. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (дата звернення: 10.10.2020).
12. Кирилов Ю.Є., Крикунова В.М., Жосан Г.В. Корпоративна соціальна відповідальність у системі підприємницької діяльності: трансформація підходів і напрямів оцінювання. *Економічні інновації*. 2019. Т. 21. Вип. 1 (70). С. 52–63. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKewiY4f-imI7kAhUhmYsKНbIHD2IQFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.ei-journal.com%2Findex.php%2Fjournal%2Farticle%2Fdownload%2F577%2F232&usq=AOvVaw1-m8M2DTul3HZGQY9axPVT> (дата звернення: 10.10.2020).
13. Жосан Г.В. Особливості взаємодії груп стейкхолдерів молодіжного підприємництва. *Вчені записки ТНУ. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Т. 31 (70). № 3. С. 150–155. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1/26.pdf (дата звернення: 10.10.2020).
14. Кирилов Ю.Є. Бренд країни в глобалізованому світі. Херсон : Грінь Д.С., 2013. 156 с.

References:

1. Sharkov F.Y. (2003) Brending i kul'tura organizatsii [Organizational branding and culture]. Moscow. (in Russian)
2. Rozhkov Y.Ya. (1999) Reklama: planka dlya «profy» [Advertising: the bar for the "pros"]. Moscow. (in Russian)
3. Terminologicheskij slovar' marketinga. Available at: <http://www.marketing/spb.ru/read/doc/> (accessed 10 October 2020).
4. Dobrobabenko N.S. (2000) Mission & vision: tsennosti marki i osnova korporativnoy strategii [Mission & vision: brand values and corporate strategy]. *Reklama. Advertising*, no. 1, pp. 14.
5. Doing Business 2020 (2020). Available at: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf> (accessed 10 October 2020).
6. Center on Global Brand Leadership. Available at: <http://www.globalbrands.org> (accessed 10 October 2020).
7. Korol A.N. (2005) Brending kak sinteticheskaya marketingovaya kommunikatsiya firmy [Branding as a synthetic marketing communication of a company]. *Prakticheskij marketing*, no. 12, pp. 11.
8. Arkhangel'skaya K.V. (2006) Brend kak ob'ekt issledovaniya [Brand as an object of research]. *Y Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 47, pp. 52–58.

9. Mizhnarodna konsal'tyngova agenciya «Brandflight». [International Consulting Agency «Brandflight»]. Available at: <http://www.brandflight.com/ru/branding/> (accessed 10 October 2020).

10. Shul'gina L.M., Leo M.V. (2011) Brendynh: teoriia ta praktyka (na prykladi ob'ektiv komertsinoi nerukhomosti) [Branding: theory and practice (on the example of commercial real estate)]. Kyiv: Aston. (in Ukrainian)

11. The Global Innovation Index 2019. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (accessed 10 October 2020).

12. Kyrylov Yu.Ye., Krykunova V.M., Zhosan H.V. (2019) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist u systemi pidpriemnytskoi diialnosti: transformatsiia pidkhodiv i napriamiv otsiniuvannia [Corporate social responsibility in the system of entrepreneurial activity: transformation of approaches and directions of evaluation]. *Ekonomichni innovaciyi*, vol. 21, no. 1 (70), pp. 52–63. Available at: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiY4fimI7kAhUhmYsKHb1HD21QFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.ei-journal.com%2Findex.php%2Fjournal%2Farticle%2Fdownload%2F577%2F232&usg=AOvVaw1-m8M2DTul3HZGQY9axPVT> (accessed 10 October 2020).

13. Zhosan G.V. (2020) Osoblyvosti vzaiemodii hrup steikkholderiv molodizhnoho pidpriemnytstva [Features of interaction of groups of stakeholders of youth entrepreneurship]. *Vcheni zapysky TNU. Seriiia «Ekonomika i upravlinnia»*, vol. 31 (70), no. 3, pp. 150–155. Available at: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1/26.pdf (accessed 10 October 2020).

14. Kyrylov Yu.Ie. (2013) Brend krainy v hlobalizovanomu sviti [The country's brand in a globalized world]. Kherson: Hrin D.S. (in Ukrainian)

УДК 338.48-6:63:334.72-053.81

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.13>**Крикунова В.М.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5710-8029>

Алещенко Л.О.

асистент кафедри менеджменту
та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7119-2922>

Krykunova Viktoriia, Aleshchenko Liudmila
Kherson State Agrarian and Economic University

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

THE STRATEGIC PRIORITIES OF THE YOUTH ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM BUSINESS IN KHERSON REGION

Мета статті полягає у визначенні пріоритетів розвитку туристичного молодіжного підприємництва в Херсонській області та його ролі в реалізації туристичного потенціалу регіону. Використано абстрактно-логічний метод (обґрунтування теоретичних положень, систематизація чинників розвитку), статистичного аналізу (характеристика стану аналізованого сектору підприємництва). Потенціал молодіжного підприємництва – динамічна і креативна реакція на виклики зовнішнього середовища, реалізація бізнес-ідеї соціально відповідально, схильність до інноваційного інвестування. Його активація у туристичному бізнесі передбачає створення умов для промоції, диверсифікації та підвищення якості туристичних продуктів, стимулювання крафтових виробництв, таргетовану державну фінансову, правову та інформаційну підтримку.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, індустрія туризму, туристичне молодіжне підприємництво, туристична дестинація, туристично-рекреаційний потенціал.

Цель статьи заключается в определении приоритетов развития туристического молодежного предпринимательства в Херсонской области и его роли в реализации туристического потенциала региона. Использованы абстрактно-логический метод (обоснование теоретических положений, систематизация факторов развития), статистического анализа (характеристика состояния рассматриваемого сектора предпринимательства). Потенциал молодежного предпринимательства – динамичная и креативная реакция на вызовы внешней среды, реализация бизнес-идеи социально ответственно, склонность к инновационному инвестированию. Его активация в туристическом бизнесе предусматривает создание условий для продвижения, диверсификации и повышения качества туристических продуктов, стимулирование крафтовых производств, таргетированную государственную финансовую, правовую и информационную поддержку.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, индустрия туризма, туристическое молодежное предпринимательство, туристическая дестинация, туристско-рекреационный потенциал.

The purpose of the article is to identify the strategic priorities of tourism youth entrepreneurship development in Kherson region and its role in realizing the tourism potential of the region. On this basis, the following tasks are formed: to conduct an economic assessment of tourism businesses,

to determine the vectors of development of the youth entrepreneurship in tourism industry and to substantiate the prospects of effective social partnership in this field. Entrepreneurship is the ecosystem of modern thriving economy. It is the engine for economic development, effective employment, unemployment decrease, the quality of life improvement. Developed countries experience shows that in the business sector structure, small and medium-sized businesses play a key role for the employment and economic growth ensuring. Small and medium business is the very sector where the business activity of young people, the most dynamic, flexible, prone to risk, and at the same time – one of the most vulnerable group of the population, is mainly realized. Youth entrepreneurship performs important social and economic functions, including the creation of new jobs, unemployment decrease, the formation of practical knowledge and business skills, soft skills, foundation for self-actualization and self-development, etc. Expanding prospects and activating the youth entrepreneurship development creates prerequisites of its potential use in traditional and new areas, where it is necessary to upgrade dynamically, to respond to the external environment challenges creatively, to implement business ideas socially responsibly, to consider investment objects from an unexpected angle. One of such objects today is tourism and hospitality industry, the development of which is undergoing structural transformations due to the pandemic, but remains a trend in the modern economy and has the potential for broad prospects for entrepreneurial activity of young people. To achieve this goal, the problems and prospects of youth business in the tourism sector are studied and proposals for its further effective development are provided. The methods of abstract and logical reasoning of theoretical positions on a theme are applied, statistical research of this sector of business development, systematization of the factors defining the branch performance are used. The article examines the formation and practical use of competitive advantages of youth entrepreneurship in the tourism business. The necessity of development and popularization of this type of business among the population of Ukraine is substantiated. Qualitative components of competitive advantages that form the tourist image of the region are analyzed. The components and directions of providing competitive advantages in the tourism sector at the regional level, the need to increase its investment attractiveness, financial recovery, government support and legal regulation are considered. The measures proposed for the development and implementation of competitive advantages can be used to justify the regional programs of tourism youth entrepreneurship development.

Key words: youth entrepreneurship, tourism industry, tourism youth entrepreneurship, tourism destination, tourism and recreational potential.

Постановка проблеми. Підприємницька діяльність становить основу сучасної економіки, формує умови для ефективного економічного розвитку, спрямованого на задоволення різноманітних потреб суспільства та підвищення якості життя. Досвід розвинутих країн показує, що у структурі підприємництва суб'єкти малого і середнього бізнесу відіграють визначальну роль у забезпеченні зайнятості населення, формуванні середнього класу і ВВП, стимулюванні економічного зростання. Саме у сфері МСБ переважно розпочинається та реалізується підприємницька активність молоді. Концептуально філософія малого і середнього бізнесу: гнучкість, адаптивність, новаторські управлінські підходи відповідає запитам і характеристикам молодих людей, які здатні динамічно розвиватися, креативно реагувати на виклики зовнішнього середовища, реалізувати бізнес-ідеї соціально відповідально, розглядати традиційні й нові сфери інвестування під неочікуваним кутом зору тощо [1]. Однією з таких сфер сьогодні є індустрія туризму та гостинності, розвиток якої зазнає структурних трансформацій унаслідок впливу пандемії, проте залишається трендом сучасної економіки й має потенціал для реалізації підприємницької активності молоді.

Реалізація поставлених стратегічних завдань у туристичній галузі України можлива на основі визначення стратегічних пріоритетів розвитку та напрямів стимулювання молодіжного бізнесу у сферу туризму, ефективної співпраці суб'єктів туризму та органів влади з урахуванням регіональних конкурентних переваг і наявного потенціалу. Цим зумовлена актуальність вибраної теми публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні та прикладні питання молодіжного підприємництва проаналізовано у працях Ю. Кирилова, Г. Жосан [2], І. Жданова [3], О. Дідуха [4], О. Мельниченка [5], Н. Корпач [6]. Соціально-економічні

аспекти розвитку індустрії туризму розглядають В. Грановська, Ю. Кирилов [7; 8], С. Васильчак, С. Семак [9], С. Газуда [10], С. Грабовенська [11].

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення стратегічних пріоритетів розвитку молодіжного підприємництва в секторі туризму Херсонської області та розроблення пропозицій щодо реалізації туристичного потенціалу регіону. На цій основі поставлено завдання провести економічну оцінку діяльності суб'єктів туристичного бізнесу, визначити вектори молодіжного підприємництва в індустрії туризму та обґрунтувати перспективи ефективного соціального партнерства у цій сфері.

Виклад основного матеріалу. Досліджувана тематика має теоретичне та стратегічне прикладне значення на національному та регіональному рівнях, що відображено у відповідних програмних розробках. У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. зазначено, що для раціонального й ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт [12].

У Стратегії розвитку Херсонської області на період 2021–2027 рр. у реалізації стратегічної мети «Місцевий економічний розвиток з урахуванням діджиталізації та інноваційно-інвестиційних процесів» об'єктом операційної цілі виступає сфера туристичного бізнесу: «Туристично-рекреаційна індустрія для оздоровлення, відпочинку та інтелектуально-духовного збагачення людей». У зв'язку із цим передбачено пріоритет збалансованого розвитку рекреаційних можливостей Херсонської області – регіонів Азовського, а також Чорноморського узбережжя. Також через активізацію зеленого туризму відбуватиметься розширення надання послуг на території Нижньодніпровського національного парку. Функціонування туристичної сфери враховуватиме гранично допустимий рівень антропогенного навантаження на територію. Розвиток індустрії гостинності і туризму, управління туристичними дестинаціями ґрунтуватиметься на комплексному маркетинговому підході до культурно-історичного та рекреаційного потенціалу області та спрямовуватиметься на нарощування потенціалу туристичних ресурсів.

Мета може бути досягнута шляхом подовження туристичного сезону в рекреаційних зонах, поліпшення якості туристичних послуг через упровадження сертифікації послуг на основі міжнародних стандартів, діджиталізацію інформаційного забезпечення та обслуговування, розвиток нових туристичних дестинацій і продуктів, створення умов для промоції туристичного продукту.

Важливим складником буде забезпечення доступності туристичних об'єктів завдяки запровадженню мультимовної системи ознакування та навігації на Херсонщині, ознакуванню та маркуванню маршрутів активного туризму, впорядкуванню знакових пам'яток історії та культури Степового Причорномор'я, забезпеченню їх інфраструктурою для відвідування туристами.

Очікувані результати реалізації завдання:

- створення мережі інформаційної підтримки туристичної галузі;
- упровадження системи стандартизації закладів розміщення;
- проведення ознакування туристичних маршрутів;
- подовження туристичного сезону від травня до жовтня;
- удосконалення бази підготовки кадрів для розвитку туристичної галузі, а саме для активного залучення молоді, що забезпечить мультивекторний розвиток аналізованої індустрії [13].

Переваги Херсонської області як території для формування та розвитку туристично-територіального комплексу та молодіжного бізнесу в ньому зумовлені системою природних чинників (табл. 1).

Таблиця 1

**Можливості зовнішнього середовища
функціонування туристично-територіального комплексу Херсонської області
для розвитку молодіжного підприємництва**

Групи чинників	Наявні об'єкти
Природно-кліматичні	- унікальні кліматичні умови, привабливі для туристів із північних і західних регіонів;
	- значна тривалість безморозного періоду;
	- можливість розвитку гастрономічного туризму на основі автентичних, локальних та унікальних продуктів;
	- доступ до Дніпровської водної магістралі;
	- вихід одночасно до двох морів – Чорного і Азовського;
	- єдина в Європі природна пустеля Олешківські піски;
	- найбільший у Європі рукотворний ліс;
	- унікальні горні ландшафти «Станіславські кручі»
Курортно-рекреаційні	- 12 курортних населених пунктів;
	- понад 450 км морської берегової лінії, з них 200 км обладнаних піщаних пляжів;
	- найдовша піщана коса у світі Арабатська стрілка;
	- понад 70 родовищ цілющих бальнеологічних ресурсів (мінеральних і термальних вод, лікувальних грязей, ропи соляних озер, зокрема сертифіковані продукти Лемурійського озера);
	- місто Скадовськ – курорт державного значення, центр дитячого оздоровлення та відпочинку;
	- понад 1 000 об'єктів відпочинку, оздоровлення та розміщення, з них 49 дитячих, 60 садіб зеленого туризму, 51 готельний комплекс;
	- загальний ліжковий фонд понад 100 тис місць
Природно-заповідний фонд національного, міжнародного та місцевого значення	- біосферні заповідники – Чорноморський та Асканія-Нова, що охороняються ЮНЕСКО;
	- національні природні парки: «Азово-Сиваський», «Олешківські піски», «Джарилгацький», «Нижньодніпровський», «Кам'янська Січ»

Сьогодні для надання туристичних послуг розроблено понад 90 маршрутів на території Херсонщини різного спрямування та для різних вікових категорій, найпопулярнішими з яких є: науково-пізнавальні маршрути по біосферному заповіднику Асканія-Нова, пішохідні маршрути по одній із найбільших піщаних пустель Європи «Олешківські піски», відвідування пам'ятника історії українського козацтва національного значення – Кам'янської Січі, по об'єктах історико-культурної спадщини обласного центру та інших історичних місцях.

Також в області активно розвивається водний туризм, сільський зелений, винний, екологічний, історико-культурний, гастрономічний, подієвий. Туристичні пропозиції задовольняють попит на атмосферні тури на будь-який смак та для будь-якої вікової категорії і в будь-яку пору року: кайтінг, яхтинг, байдарки, прогулянки на квадроциклах, риболовля, полювання, театр під відкритим небом, відвідування Долини тюльпанів, подорожування козацькими шляхами та багато інших туристичних атракцій.

Активні види туризму є особливо перспективними для розвитку молодіжного підприємництва.

Туризм, відпочинок, лікування та оздоровлення набувають усе відчутнішого значення у соціально-економічному розвитку Херсонщини. Але значна частина природних територій, об'єктів культурної спадщини та туристичної інфраструктури непристосована відповідно до міжнародних вимог для туристичних відвідувань, а туристичні послуги в усіх секторах індустрії туризму здебільшого не відповідають вимогам до якості обслуговування [14].

Зазначені проблемні аспекти позначалися на динаміці та структурі туристичних потоків. Відповідно до офіційних даних, у період 2015–2019 рр. сукупний туристичний потік характеризується виразно позитивною динамікою (табл. 2). Разом із тим зростання зумовлено виключно стабільним збільшенням кількості виїзних туристів, що свідчить про зниження уваги до локальних туристичних продуктів, а також негативний вплив вищезначених чинників.

Таблиця 2

Динаміка кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, у Херсонській області [15]

Роки	Туристичні потоки								
	Кількість туристів,		В'їзні (іноземні) туристи		Виїзні туристи		Внутрішні туристи		
	всього, осіб	темп росту, %	осіб	темп росту, %	осіб	темп росту, %	осіб	темп росту, %	% до загальної кількості
2000	61275	-	5929	-	1116	-	54230	-	-
2001	64312	105,0	7858	132,5	2021	181,1	54433	100,4	84,6
2002	94607	147,1	5165	65,7	2728	135,0	86714	159,3	91,7
2003	107351	113,5	7149	138,4	4216	154,5	95986	110,7	89,4
2004	63361	59,0	5179	72,4	4098	97,2	54084	56,3	85,4
2005	70183	110,8	4979	96,1	5273	128,7	59931	110,8	85,4
2006	69203	98,6	7133	143,3	5084	96,4	56986	95,1	82,3
2007	71054	102,7	7785	109,1	5574	109,6	57695	101,2	81,2
2008	94200	132,6	6412	82,4	6694	120,1	81094	140,6	86,1
2009	128096	136,0	4356	67,9	6284	93,9	11745	14,5	9,2
2010	94156	73,5	3494	80,2	6046	96,2	84616	720,4	89,9
2011	37672	40,0	1623	46,5	3696	61,1	32353	38,2	85,9
2012	17494	46,4	35	2,2	6512	176,2	10947	33,8	62,6
2013	16122	92,2	5	14,3	7863	120,7	8254	75,4	51,2
2014	15818	98,1	1	20,0	8332	106,0	7485	90,7	47,3
2015	11720	74,1	-	-	7234	86,8	4486	59,9	38,3
2016	16584	141,5	-	-	10090	139,5	6494	144,8	39,2
2017	20278	122,3	-	-	14747	146,2	5531	85,2	27,3
2018	26130	128,9	-	-	19702	133,6	6428	116,2	24,6
2019	28113	107,6	7	-	23607	119,8	4499	70,0	16,0

Наведені офіційні дані також не враховують осіб, які самостійно організують свої поїздки, безпосередньо звертаючись до закладів розміщення та інших інфраструктурних об'єктів.

У 2020 р. на стан індустрії гостинності і туризму суттєво вплинула пандемія, зумовивши скорочення туристичних потоків, кількості туристичних агентів (станом на червень 2020 р. закрито понад 7 тис турагенцій по всій країні), зниження платоспроможного попиту, загального обсягу послуг, податкових надходжень, утрату кадрового потенціалу через вимушене закриття тощо. У глобальному вимірі через пандемію коронавірусу потік туристів скоротився на 65% (за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO)). Падіння попиту на міжнародні поїздки за період із січня по червень 2020 р. призвело до скасування 440 млн міжнародних поїздок та втрати близько 460 млрд дол. США, що приблизно вп'ятеро більше, ніж збитки, завдані туристичному бізнесу в 2009 р. через глобальну економічну кризу. За оцінками UNWTO, на повернення індустрії до рівня туристичного потоку 2019 р. потрібно від двох до чотирьох років [16].

Водночас економічні агенти досліджуваної сфери всередині країни активно започатковують нові туристичні продукти та послуги, урізноманітнюють та кастомізують їх, наприклад розробляють тури вихідного дня різного змісту, короткострокові подорожі, що позитивно впливатиме на стан внутрішнього туризму.

Надання туристичних послуг у Херсонській області забезпечують 14 туроператорів, понад 100 туристичних агентів та близько 60 екскурсіводів, які обслуговують відвідувачів музеїв, заповідників, культурно-історичних комплексів. Проведений аналіз продемонстрував, що цього недостатньо для активного розвитку туризму, тому цей напрям може стати пріоритетним для розвитку молодіжного підприємництва.

З одного боку, індустрія туризму і гостинності потребує пом'якшення соціально-економічних наслідків кризи на глобальному рівні, спрямованого на економічне виживання суб'єктів туристичного бізнесу, основними передумовами якого є підвищення стійкості ланцюга вартості у сфері туризму, максимальне використання сучасних технологій, зокрема «зеленого» зростання, а також зміцнення партнерських зв'язків для сталого розвитку. З іншого боку, у цілому експерти оцінюють позитивно перспективи внутрішнього туризму в Україні, зокрема туристи віддаватимуть перевагу індивідуальному, родинному відпочинку на природі, екотуризму, короткостроковим тематичним турам.

Для відновлення позитивної динаміки та розвитку туристичного молодіжного бізнесу на регіональному рівні необхідна одночасна скоординована реалізація заходів на рівні економічних агентів та владних структур:

1. Створення умов для промоції туристичного продукту:
 - поліпшення ринкової і транспортної інфраструктури;
 - створення мережі регіональних туристично-інформаційних центрів;
 - сприяння впровадженню державних, міжнародних стандартів у туристичній сфері;
 - промоція туристичного бренду Херсонської області.
 2. Поліпшення якості туристичних послуг:
 - підвищення якості підготовки фахівців у галузі гостинності;
 - упровадження сучасних технологій маркетингу і брендування туристичного продукту;
 - застосування системи менеджменту якості, міжнародних стандартів у туристичній сфері;
 - сприяння розробленню та запровадженню мультимовної системи ознакування та навігації на Херсонщині;
 - сприяння ознакуванню та маркуванню маршрутів активного туризму;
-

- впорядкування знакових пам'яток історії та культури Степового Причорномор'я, забезпечивши їх інфраструктурою для відвідування туристів;
- діджиталізація інформаційної підтримки та обслуговування;
- забезпечення організаційної, інформаційної та промоційної підтримки наявних фестивалів та івент-заходів, що проходять не в літній період.

3. Створення умов для розвитку внутрішнього рекреаційного туризму:

- інфраструктурне забезпечення рекреаційних територій області;
- формування та просування кейсів туристичних пропозицій (магніти), орієнтованих на внутрішнього туриста (кластери «Соляна дорога», «Таврійське екооздоровлення», проект Tavria SPA Resort), екологічні стежки Херсонщини.

4. Підтримка крафтових виробництв та розвитку еногастрономічного туризму:

- упровадження проєктів із виробництва крафтової автентичної локальної продукції (сири, бринза, в'ялене та сушене плодівництво, маринади, джеми, вино, снеки фруктові та овочеві, тютюн, спеції, устриці, равлики, цвіркуни тощо);
- оздоровче харчування на основі насіння олійних культур;
- створення агротуристичної карти області;
- реалізація стимулів до вирощування екологічно чистої продукції, впровадження органічного землеробства.

5. Таргетоване сприяння розвитку туристичного молодіжного підприємництва:

- фінансова підтримка суб'єктів молодіжного бізнесу шляхом компенсації відшкодування відсоткових ставок за кредитами, у кризових умовах – відтермінування відповідальності за зобов'язаннями, звільнення від податків на землю, нерухомість;

- навчання у сфері туристичного підприємництва (тренінги з місцевого туристичного потенціалу, аналізу профілю туристів, міжкультурного діалогу, нетворкінгу, маркетингу і брендингу для туристичного бізнесу, електронної торгівлі та цифрових платформ, стратегій ціноутворення, місць розміщення, фінансового забезпечення);

- популяризація соціально відповідального бізнесу (проведення заходів щодо підвищення рівня дисципліни сплати податків; введення ефективних інноваційних інструментів комунікації бізнесу та територіальних громад, що сприятиме зростанню рівня довіри та формування лояльності).

Висновки. Аналіз передумов та тенденцій розвитку молодіжного бізнесу у сфері туризму Херсонської області дає змогу стверджувати, що область має значні можливості, щоб увійти до найбільш розвинутих у туристичному відношенні регіонів: вигідне геополітичне розташування, комфортні кліматичні умови, різноманітний ландшафт, унікальну флору і фауну, історико-культурну, архітектурну спадщину, достатні людські, матеріальні, у тому числі природно-оздоровчі, ресурси. У розвитку індустрії туризму і гостинності особлива роль належить молодіжному підприємництву, що реалізує унікальні характеристики його економічних агентів: креативність, схильність до ризику, нестандартних рішень тощо. Бізнес-активність молоді має широкі перспективи реалізації на основі туристично-рекреаційного та історико-культурного потенціалу Херсонської області, особливо в тому, що стосується активних видів відпочинку, екотуризму, а також розвитку ринкової інфраструктури індустрії туризму та її діджиталізації.

Водночас туристичне молодіжне підприємництво потребує реалізації системи заходів із боку суб'єктів виконавчої влади та місцевого самоврядування, залучення значних інвестицій у розбудову туристично-рекреаційної інфраструктури області та приведення її у відповідність до міжнародних стандартів, фінансової підтримки через систему ринкових важелів (зниження відсоткової ставки або її відшкодування, податкові пільги), популяризації трендових видів туризму (еногастротуризму, екстремального, екотуризму тощо).

Список використаних джерел:

1. Жосан Г.В. Визначення стейкхолдерів молодіжного підприємництва. *Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial* : Colección de documentos científicos «ΛΟΓΟΣ» con actas de la Conferencia Internacional Científica y Práctica (Vol. 1), 24 de abril de 2020. Barcelona, España : Plataforma Europea de la Ciencia. P. 48–52. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/24.04.2020/280> (дата звернення: 02.11.2020).
2. Yurii Kyrylov, Natalia Kyrychenko, Tatyana Stukan and Hanna Zhosan, Formation of Enterprise. *Management Strategies and Entrepreneurship Training, International Journal of Management*. 2020. № 11(6). P. 793–800. URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/ijm/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_067.pdf (дата звернення: 02.11.2020).
3. Жданов І.О. Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації. Тернопіль : Тернограф, 2017. С. 100.
4. Дідух О.О. Соціологічний аналіз проблеми безробіття серед української молоді. *Грані*. 2016. № 5. С. 68–75.
5. Мельниченко О. Молодіжний ринок праці України: проблеми і перспективи. *Психологія і суспільство*. 2015. № 3. С. 99–104.
6. Корпач Н. Основні напрями реалізації державної молодіжної політики в Україні: соціально-педагогічний аспект. *Педагогічний часопис Волині*. 2016. № 2. С. 30–34.
7. Yurii Kyrylov, Viktoriia Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko, Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution. *Solid State Technology*. 2020. Vol. 63. Issue 6. P. 1430–1448. URL: <http://solidstatetechnology.us/index.php/JSS/article/view/2218> (дата звернення: 03.11.2020).
8. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Економічний механізм формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 45–55.
9. Васильчак С.В., Семак С.С. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 3 С. 61–64.
10. Газуда С.М. Конкурентні переваги регіонального розвитку сфери туризму. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2016. № 14. С. 106–110.
11. Грабовенська С.П. Конкурентоспроможність територіальних ринків туристичних послуг в Україні : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 ; Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2017. 222 с.
12. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету міністрів України № 168 від 16.03.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 03.10.2020).
13. Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021–2027 років. URL: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96ja-rozvitku-2021-2027> (дата звернення: 07.04.2020).
14. Відпочинок і туризм у Херсонській області у 2019 році : статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Херсонській області. Херсон, 2020. 54 с.
15. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму (2000–2019 рр.) / Головне управління статистики у Херсонській області. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/statistichna-informatsiya/728-turizm/2057-turistichni-potoki-2000-2011-rr.html> (дата звернення: 17.10.2020).
16. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 17.11.2020).

References:

1. Zhosan G.V. (2020) Vyznachennia steikholderiv molodizhnoho pidpriemnytstva [Identification of youth entrepreneurship stakeholders]. *Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial*: Colección de documentos científicos «ΛΟΓΟΣ» con actas de la Conferencia Internacional Científica y Práctica (Vol. 1), 24 de abril de 2020. Barcelona, España: Plataforma Europea de la Ciencia. P. 48–52. Available at: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/24.04.2020/280> (accessed 02 November 2020).
2. Yurii Kyrylov, Natalia Kyrychenko, Tatyana Stukan, Hanna Zhosan (2020) Formation of Enterprise. *Management Strategies and Entrepreneurship Training, International Journal of Management*, no. 11 (6), pp. 793–800. Available at: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/ijm/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_067.pdf (accessed 02 November 2020).

3. Zhdanov I.O. (2017) Formuvannya ta realizaciya derzhavnoyi molodizhnoyi polityky v Ukraini v umovah decentralizaciyi [Formation and implementation of state youth policy in Ukraine in the conditions of decentralization]. Ternopil: TOV «Ternograf». (in Ukrainian)
4. Didukh O.O. (2016) Sotsiolohichniy analiz problemy bezrobittia sered ukraïnskoi molodi [Sociological analysis of the problem of unemployment among Ukrainian youth]. *Grani*, no. 5, pp. 68–75.
5. Melnychenko O. (2015) Molodizhnyi rynek pratsi Ukrainy: problemy i perspektyvy [Youth labor market of Ukraine: problems and prospects]. *Psykhohohiia i suspilstvo*, no. 3, pp. 99–104.
6. Korpach N. (2016) Osnovni napriamy realizatsii derzhavnoi molodizhnoi polityky v Ukraini: sotsialno-pedahohichniy aspekt [The main directions of implementation of the state youth policy in Ukraine: social and pedagogical aspect]. *Pedahohichniy chasopys Volyni*, no. 2, pp. 30–34.
7. Yuriy Kyrylov, Viktoriia Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko (2020) Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution. *Solid State Technology*, vol. 63, Issue 6, pp. 1430–1448 (accessed 03 November 2020).
8. Kyrylov Yu.Ye., Hranovska V.H., Alieshchenko L.O. (2020) Ekonomichniy mekhanizm formuvannya konkurentnykh perevah subiektiv turystychnoi haluzi [Economic mechanism of formation of competitive advantages of subjects of tourist branch]. *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 45.
9. Vasylychak S.V., Semak S.S. (2014) Formuvannya konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpriemstv u konteksti zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky [Formation of competitiveness of tourist enterprises in the context of economic security]. *Ekonomichniy visnyk Donbasu*, no. 3, pp. 61–64.
10. Hazuda S.M. (2016) Konkurentni perevahy rehionalnogo rozvytku sfery turyzmu [Competitive advantages of regional development of tourism]. *Mykolaivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho*, no. 14, pp. 106–110.
11. Hrabovenska S.P. (2017) Konkurentospromozhnist terytorialnykh rynkiv turystychnykh posluh v Ukraini [Competitiveness of territorial markets of tourist services in Ukraine] (PhD Thesis), Lviv: Lvivskiy natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka.
12. Pro shvalennya Strategiyi rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026] Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrainy no. 168 vid 16.03.2017. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (accessed 03 October 2020).
13. Stratehiia rozvytku Khersonskoi oblasti na period 2021–2027 rokiv [Development strategy of Kherson region for the period 2021–2027]. Available at: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96ja-rozvytku-2021-2027> (accessed 07 April 2020).
14. Vidpochynok i turyzm u Khersonskii oblasti u 2019 rotsi: statystychniy biuleten [Recreation and tourism in the Kherson region in 2019: statistical bulletin]. Holovne upravlinnia statystyky u Khersonskii oblasti, 2020.
15. Kilkist turystiv, obsluhovanykh turoperatoramy ta turahentamy, za vydamy turyzmu (2000–2019) [Number of tourists served by tour operators and travel agents, by type of tourism (2000–2019)]. Holovne upravlinnia statystyky u Khersonskii oblasti. Available at: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/statistichna-informatsiya/728-turizm/2057-turistichni-potoki-2000-2011-rr.html> (accessed 17 October 2020).
16. Pandemiya COVID-19 ta yiyi naslidky` u sferi tury`zmu v Ukraini [The COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine]. Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (accessed 17 November 2020).

УДК 658.8 : 339.138

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.14>**Стручок Н.М.**

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності,
Львівський інститут економіки і туризму

Замрії О.М.

старший викладач кафедри міжнародної менеджменту
та комерційної діяльності
Львівський інститут економіки і туризму

Struchok Natalya, Zamrii Oksana
Lviv Institute of Economy and Tourism

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОМ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

STRATEGIC APPROACHES IN SALES MANAGEMENT OF GOODS AND SERVICES

У статті представлено аналіз поточного стану ринку роздрібної торгівлі в Україні. Здійснено огляд найпоширеніших роздрібних торговельних мереж в Україні, визначено ТОП-5 національних food-ритейлерів за загальним числом торгових точок. Окреслено стратегічні підходи в процесі управління збутом товарів, послуг та обслуговування споживачів. Визначено тенденції розвитку торгових точок food-ритейлерів в розрізі регіонів України. Виокремлено роль маркетингових складових, принципів мерчандайзингу та інноваційних технологій як основних інструментів в управлінні процесом збуту товарів, послуг споживачам сучасним торговельним підприємством. Визначено основні підходи в організації мерчандайзингу для торгового підприємства. Окреслено особливості інноваційної діяльності в роздрібній торгівлі України.

Ключові слова: торгівля, мережі, торговельне підприємство, стратегічне управління, мерчандайзинг, складові комплексу маркетингу, інноваційні технології.

В статье представлен анализ текущего состояния рынка розничной торговли в Украине. Осуществлен обзор самых распространенных розничных торговых сетей в Украине, определены ТОП-5 национальных food-ритейлеров по общему числу торговых точек. Определены стратегические подходы в процессе управления сбытом товаров, услуг и обслуживания потребителей. Определены тенденции развития торговых точек food-ритейлеров в разрезе регионов Украины. Выделены роль маркетинговых составляющих, принципов мерчандайзинга и инновационных технологий как основных инструментов в управлении процессом сбыта товаров, услуг потребителям современным торговым предприятием. Определены основные подходы в организации мерчандайзинга для торгового предприятия. Определены особенности инновационной деятельности в розничной торговле Украины.

Ключевые слова: торговля, сети, торговое предприятие, стратегическое управление, мерчандайзинг, составляющие комплекса маркетинга, инновационные технологии.

The article presents an analysis of the current state of the retail market in Ukraine. The main purpose of the article is to determine the main components in the strategic management of sales of goods, services and customer service of modern commercial enterprises. A review of the most common retail chains in Ukraine, identified the TOP-5 national food retailers by total number of outlets. Strategic approaches in the process of sales management of goods, services and customer service are outlined. Trends in the development of food retailers in the context of the regions of Ukraine are identified. The role of marketing components, principles of merchandising and innovative technologies as the main tools in management of process of sale of the goods, services to consumers by the modern trading enterprise is allocated. Argumentative innovative service technologies allow commercial enterprises not only to occupy leading positions in their market segments, but also to meet global approaches in the organization and conduct of trade.

It is determined by the results of the study that merchandising should be interpreted as a set of methods and techniques combined to enhance the role of the product in the sales process by optimizing its performance and environment and thus increase its profitability. The basic approaches in the organization of merchandising for the trading enterprise are defined. Peculiarities of innovative activity in retail trade of Ukraine are outlined. The components of innovation activity in retail trade are defined: innovations which are directed on introduction of changes in the course of realization of the goods, the innovations connected with management and the organization of all processes at the trading enterprise, improvement of working conditions by automation of many processes and creation of conveniences in household needs. Related to personnel management and aimed primarily at improving their motivation and skills. Merchandising rules, components of the marketing complex and innovative technologies should remain an integral part of the strategic management of the process of sales of goods, services and customer service of trade enterprises.

Key words: trade, networks, trade enterprise, strategic management, merchandising, components of marketing complex, innovative technologies.

Постановка проблеми. Комерційна діяльність торговельних підприємств в досить мінливих та складних умовах розвитку соціально-економічних процесів країни неможлива без побудови чіткої стратегічної концепції в організації всієї виробничої діяльності, в тому числі в організації збуту товарів та послуг споживачам, з метою якнайповнішого задоволення їх потреб і забезпечення високої якості обслуговування.

Якість торгового обслуговування залежить від широти наявного торгового асортименту, оптимально зручної та зрозумілої викладки товарів в торговому залі, ефективного подання товарів, дотримання правил їх продажу та заходів, спрямованих на створення загальної атмосфери підприємства.

Провідні торговельні підприємства в процесі стратегічного управління застосовують в процесі збуту товарів та послуг підходи, побудовані на правилах мерчандайзингу, ефективного використання складових комплексу маркетингу, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, нових інноваційні технології в процес продажу товарів та обслуговування, використовуючи передовий світовий досвід.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема стратегічного управління в управлінні збутом товарів та послуг присвячені праці вітчизняних та іноземних вчених - науковців як, І. Ансофф, К. Браун, П. Дракер, Д. Ланкастер, Д. Джоббер, В. Василенко, О.Вовчак, О.Скібіцький, І.Наливайко, З. Шершньова, Б. Мізюк, Ф.Котлер інші. Проте умови та потреби ринку сьогодні вимагають інноваційних підходів в управлінні збутом товарів та послуг.

Інноваційні технології обслуговування дають змогу торговельним підприємствам не тільки займати лідируючі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим підходам в організації і веденні торгівлі.

Формулювання цілей статті. Головною метою статті є визначення основних складових в стратегічному управлінні збутом товарів, послуг та обслуговування споживачів сучасних торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Однією з найважливіших галузей та сфер економіки України, від якої значно залежить якість життя населення, є торгівля.

Торгівля – це будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари [1].

Динамічний розвиток торгівлі підтверджується статистичними даними, з яких видно, що товарооборот внутрішньої торгівлі має тенденцію до зростання (табл.1). За досліджуваний період відслідковується зростання індексу роздрібного товарообороту підприємств роздрібно торгівлі у 2016 і 2017 роках на 15,5 % та зниження у 2018 році до рівня 12%. Стрімко зростає обсяг роздрібного товарообороту підприємств роздрібно торгівлі на одну особу з 11612,3 грн у 2013 році до 39220,0 грн. у 2018 році.

Таблиця 1

Товарооборот торгівлі в Україні у 2013–2018 рр.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі, млн. грн.	32886,0	35458,1	27627,1	26038,6	30958,4	45420,6
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі, млн. грн.	8810,3	11257,2	14580,9	18664,2	24231,9	29685,6
Індекси роздрібною товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, відсотків до попереднього року	...	105,3	93,3	115,6	115,5	112,0
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі на одну особу, грн.	11612,3	14837,5	19218,3	24609,9	31959,7	39220,0

Джерело: сформовано на основі [2]

Особливу роль в організації торгівлі відведено роздрібною торгівлі, яка здійснює доведення товарів зі сфери виробництва до сфери кінцевого споживача.

Розвиток роздрібною торгівлі значною мірою залежить від кількості об'єктів роздрібною торговою мережі, форм їх організації та спеціалізації, рівня забезпеченості ним населення [3, с. 248–253].

Вітчизняний роздрібною ринок демонструє сьогодні велику кількість як закордонних («Metro Cash&Carry» (Німеччина), «Billa» (Австрія), «Auchan» (Франція), «Novus» (Литва) та інші), так і вітчизняних мереж, які перебувають у постійній боротьбі за покупця і продовжують збільшувати кількість своїх торгових точок [4].

ТОП-5 національних food-ритейлерів за загальним числом торгових точок відображено у таблиці 2.

Таблиця 2

ТОП-5 національних food-ритейлерів

№	Компанія	Мережі	Центральний офіс	Кількість торгових точок, 2018 р.	Кількість торгових точок, 2017 р.	Приріст 2018 р. - 2017 рр., %
1	ТОВ «АТБ -маркет»	АТБ, АТБ експрес	Дніпро	990	910	8,8
2	FOZZY Group	Сільпо, Форз, FOZZY, Le Silpo, Thrashl, Favore	Київ	540	534	1,1
3	Volwest Group	Наш Край, SPAR Наш Край ЕКСІРЕС	Луцьк	248	245	1,2
4	ООО ТПК «Львівхолд»	Рукавичка, Під Боком, Рукавичка S	Львів	141	131	7,6
5	ТОВ «ЕКО»	ЕКО маркет, Симпатик	Київ	114	114	0,0

Джерело: сформовано на основі [4]

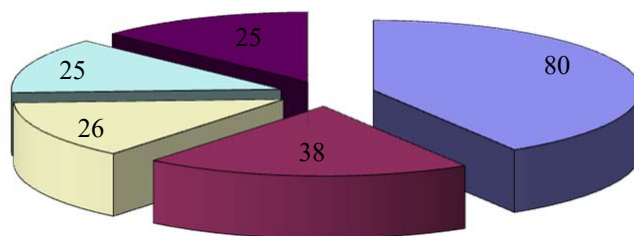
Серед Топ-5 продуктових мереж перше місце впевнено займає Дніпровська мережа дискаунтерів АТБ, потужність якої яка станом на 31 грудня 2018 року становила 990 торгових точок. За рік лідер продуктового ритейлу країни збільшив мережу на 80 магазинів. На другій позиції утримується Fozzy Group, що розвиває бренди Сільпо, Le Silpo, Favore, Thrash. За минулий рік компанія збільшила свій портфель на 5 магазинів.

Слід зазначити, що двійка лідерів географічно присутня у всіх регіонах України, а компанії, які зайняли третє і четверте місця, основну свою увагу зосередили на Західній Україні.

Volvest Group – один з небагатьох продуктових операторів, які обрали шлях розвитку мережі по франчайзингу, в тому числі такому екзотичному для нашої країни, як зворотний франчайзинг. За рік компанія збільшила кількість своїх торгових точок лише на три, але активно працює над впровадженням нових форматів і пропозицією покупцям нових сервісів.

Західноукраїнська група – Львівхолод, бренд Рукавичка – за рік зросла на десять об'єктів, до 141-го магазину, та продовжує залишатися провідним регіональним FMCG-ритейлером Львівської та деяких прилеглих областей.

Компанія ЕКО маркет, що замикає дану п'ятірку, у 2018 році формально не збільшила кількість своїх магазинів, але оновлювала торгові точки та впроваджувала нові технології (рис.1).



■ АТБ-маркет ■ Коло(Продукти коло дому) ■ Volvest Group ■ Fozzy Group ■ Делви

Рис. 1. ТОП-5 ритейлерів за кількістю відкриттів у 2018 році

Джерело: сформовано на основі [4]

Регіони України, де відкривалися FMCG магазини відображено на рис. 2. У західному регіоні, зокрема у великих містах, зосереджена велика кількість сучасних торгових форматів, в тому числі супермаркетів, гіпермаркетів, Cash&Carry та торгових центрів (у м. Львові здійснюють комерційну діяльність як багатофункціональні торгові центри: King Cross Leopoldis, Viktoria Gardens, Forum Lviv, Магнус, Опера Пасаж, Роксолана, Інтер Сіті, Скриня, так і спеціалізовані – Метро, Ашан, Епіцентр, Три Слони, Марк, Нова Лінія, Гора та інші.)

Жорстка конкуренція серед комерційних структур, можливість захоплення даної сфери з боку іноземних інвесторів, перевагою яких є володіння значними капіталами, вимагає від власників торговельного бізнесу побудови чіткої стратегічної концепції побудованої на засадах маркетингу в організації системи збуту, а саме створення переліку додаткових сервісних послуг, програм лояльності до постійних клієнтів, заходів, що сприяють залученню нових покупців.

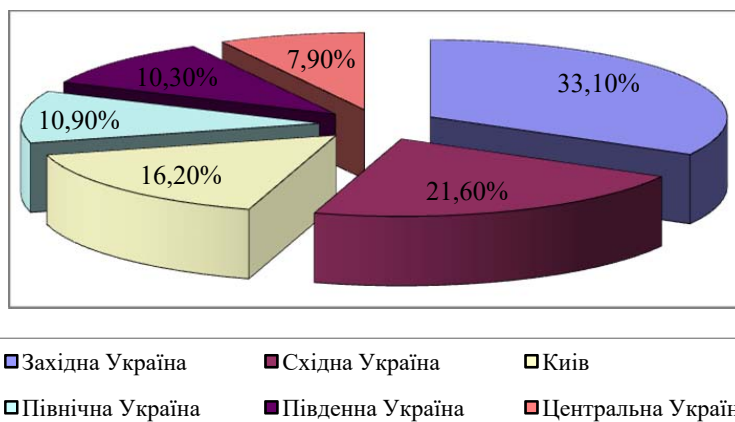


Рис. 2. Частка регіонів України у структурі системи збуту FMCG у 2018 році, %
Джерело: сформовано на основі [4]

У свою чергу, наявність великого вибору варіантів торговельних об'єктів робить сучасних українців більш вибагливими до здійснення покупок, підсилює бажання отримати додаткові сервісні послуги при мінімальних витратах часу та грошей.

На сьогоднішній день з боку комерційних структур спостерігається удосконалення та збільшення спектра послуг, сервісів, орієнтованих на попит споживачів.

Для успішної діяльності торговельного підприємства велике значення має організація мерчендайзингу, адже вибір покупців продиктований не лише рекламою і сформованими превагами, але й тим, як певний товар представлений у точці продажу.

Світовий досвід свідчить, що обсяги продажу товару можна збільшити майже на 400–600 %, якщо просто правильно викласти товар [6, с. 126–131]. Згідно з дослідженнями американського інституту POPAI 70% рішень щодо купівлі товару конкретної марки приймаються вже в магазині. Тому саме в торговельній мережі, аби покращити обізнаність споживачів про товар та підвищити його збут, потрібно займатись мерчендайзингом.

Мерчендайзинг – сукупність методів і технік, об'єднаних з метою активізувати роль товару в процесі продажу з допомогою оптимізації його представлення та оточення і тим самим підвищити його рентабельність.

Основними підходами в організації мерчендайзингу для торгового підприємства є:

- асортиментний підхід. Для кожного типу роздрібного торговельного підприємства характерні певні значення показників асортименту з урахуванням встановлених керівництвом підприємства-виробника або продавця широти і глибини торгового асортименту;

- кількісний підхід. У роздрібному торговельному підприємстві необхідно підтримувати оптимальний рівень товарного запасу, тобто такий, який забезпечує наявність достатньої кількості товарів необхідного асортименту в торговому залі. Крім того, товари, виставлені у вітрині, повинні бути в продажу;

- управлінський підхід. Організація розміщення товарів у торговельному залі магазину повинна ґрунтуватися на управлінні рухом купівельного потоку і починатися з планування торгового залу магазину;

- демонстраційний підхід. Вибір способів представлення товарів в торговому залі магазину, виду товару, упаковки, а також прибутку від товару, іміджу магазину, купівельної аудиторії;

- комунікаційний підхід. Рекламні матеріали на місці продажу є істотною частиною комунікаційної політики роздрібного торговельного підприємства і конструктивно-технічним елементом мерчендайзингу.

Мерчандайзинг – це маркетинг в стінах магазину. Використання базового поняття «комплекс маркетингу» дає чітке визначення у визначенні задач мерчандайзингу, що подано у таблиці 3.

Таблиця 3

Завдання мерчандайзингу

Складові комплексу маркетингу	Завдання мерчандайзингу
Товар	Прийняття рішень з формування асортименту (адаптація асортименту до вимог споживача), методи представлення, розміщення і викладки товарів в торговому залі.
Ціна	Удосконалення цінової стратегії, здійснення глибокої цінової політики в процесі закупки. Покращення логістичного сервісу для магазинів (виробники).
Місце	Створення неповторної атмосфери магазину, використання комбінації засобів архітектури, дизайну і сенсорної стимуляції. Планування магазину, відділів, секцій для найбільш повної привабливості споживачів.
Просування	Удосконалення видів і способів використання реклами та інформації в місцях продажу товарів. Консультації про основні властивості та переваги товарів і специфіка обслуговування. Переконавання споживачів про високу якість товарів, що є в реалізації. Робота по популяризації конкретних товарів в магазині.

Джерело: сформовано на основі [7]

Основними напрямками сучасного динамічного розвитку роздрібних торговельних підприємств є нововведення, інновації в управлінні процесом збуту та обслуговування споживачів, зокрема варто відзначити акцент на маркетингових інноваціях.

Маркетингові складові забезпечують максимальний збут продукції, досягнення значної активності комерційної діяльності та частки підприємства на ринку.

Інновація – це нововведення, нова, вдосконалена продукція або технологія, отримана в результаті інноваційного процесу, найважливішою її складовою на торговельних підприємствах є вдосконалення технології торгівлі, яка являє собою сукупність робіт, що забезпечують реалізацію торгового процесу найбільш раціональними способами відповідно до конкретних господарських умов.

Інноваційна діяльність в роздрібній торгівлі відбувається за такими напрямками як: інновації, які спрямовані на впровадження змін у процесі реалізації товарів (зміна технології продажу, штрих-кодування, впровадження самообслуговування, електронної торгівлі); інновації, пов'язані з управлінням та організацією всіх процесів на торговельному підприємстві (автоматизація системи обліку, прийом та облік товарів, аналіз товароруку, документообіг, цінова та маркетингова політика, система врахування ризику та прийняття управлінського рішення); поліпшення умов праці шляхом автоматизації багатьох процесів і створення зручностей у побутових потребах; інновації, пов'язані з управлінням персоналом і спрямовані переважно на підвищення його мотивації та кваліфікації.

Інноваційні процеси в торгівлі знаходяться на етапі динамічного розвитку, про що свідчить широкий спектр інноваційних технологій, які використовуються підприємствами торгівлі.

В галузі роздрібно торгівлі застосовується: програмне забезпечення Back-Office; RFID (RadioFrequencyIdentification) – радіочастотна ідентифікація, яка може одночасно зчитувати інформацію різних груп товарів різної комплектації; штрих-коду і комп'ютерів.

Особливості інноваційної діяльності в роздрібній торгівлі України відображені у таблиці 4.

Таблиця 4

Особливості інноваційної діяльності в роздрібній торгівлі України

Характерна ознака	Характер прояву	Особливості
Роздрібна торгівля як вид економічної діяльності	Основний продукт торгівлі торговельна послуга, що має нематеріальний характер. Роздрібна торгівля контактує з кінцевим споживачем, впливає на поведінку великої кількості людей. Інформація, що одержується під час контакту зі споживачем, слугує джерелом інновацій як для сфери торгівлі, так і для сектора промислового виробництва.	Основна частина інновацій в торгівлі є процесними, маркетинговими, асортиментно-продуктовими, організаційно-управлінськими. Значна частина таких інновацій у торгівлі з'являється не в результаті НДДКР (R&D), а на основі маркетингу, конкурентного аналізу, бенчмаркінгу, тощо. Інноваційна активність сектора роздрібною торгівлі не відображається офіційною статистикою, інноваційна діяльність у сфері торгівлі не потребує високої стимулюючої ролі держави. Торгівля впливає на інноваційну активність в інших галузях економіки, передусім у промисловості. У сфері роздрібною торгівлі створюються й впроваджуються власні інновації, ініціюються і поширюються інновації, започатковані в інших сферах економіки, насамперед, у промисловості.
Особливості організації торговельної діяльності	Більшу частину суб'єктів торгівлі становлять малі й середні торговельні підприємства, що часто першими починають продаж нових товарів, виробники яких ще не досягли необхідного масштабу для створення широкої дистрибуції й виходу в роздрібні мережі. Водночас швидкими темпами зростає вплив роздрібних торговельних мереж.	Інноваційний механізм управління у більшості суб'єктів торговельної діяльності упроваджується й діє безсистемно, переважно на основі особистої інтуїції власників та керівників підприємств. Системно керований інноваційний розвиток торговельної сфери визначається зростанням домінуючої ролі великих роздрібних торговельних мереж, як правило, представників ТТНК. Інноваційна діяльність значної кількості суб'єктів торговельної діяльності пов'язана з відновленням і зміною асортименту, удосконалюванням торговельної реклами, викладкою товарів у торговому залі, прийомом стимулювання продажів, відкриттям нових магазинів тощо.
Характер конкуренції у сфері роздрібною торгівлі	Рівень конкуренції постійно зростає, все більший вплив на неї здійснюють закордонні ритейли.	Конкурентний тиск, що посилюється, стимулює інноваційну активність роздрібних торговельних підприємств, при цьому велика кількість суб'єктів торгівлі (передусім дрібнороздрібних) має невисоку межу її підвищення. Значна частина процесних і маркетингових інновацій, що з'являються у сфері роздрібною торгівлі останніми роками, є запозиченням закордонного досвіду.
Інноваційна активність вітчизняних промислових підприємств	Рівень інноваційної активності української промисловості, що забезпечує товарне наповнення роздрібною торгівлі, залишається невисоким через відсутність державної промислової політики й методів стимулювання інноваційної діяльності.	Висока частка імпортованих товарів в інноваційній складовій товарних асортиментів торговельних підприємств.

Джерело: сформовано на основі [8]

В Україні нещодавно запровадили додаток «Дія». За допомогою цього цифрового документа українці мають можливість здійснювати подорожі країною залізничним та повітряним транспортом; отримувати медичне обслуговування; здійснювати банківські операції; отримувати адміністративні та інші державні послуги.

Запроваджена практика введення чіпів – крихітних пристроїв, що замінюють кредитні карти. Чіп управляє також принтером та іншими пристроями в процесі реалізації товарів.

Нові можливості у практиці торговельного обслуговування вітчизняних торгових підприємств в умовах поширення пандемії корона вірусу, повинні відкривати «розумні візки» (smartcart), які активно практикують закордонні підприємства, що представляють собою поєднання звичайних візків, сканерів, штрих-коду і комп'ютерів.

Магазинний візок X-Grip Wiper корейського дизайнера Кім Кван-Вонга довів, що питання безпеки користування засобами для відбору товарів в сучасних супермаркетах знято, адже дозволяє не ділитися ні з ким своїми ручними бактеріями, і не отримати аналогічних «подарунків» від оточуючих (на ручку магазинного візка прикріплено невеликий пристрій, усередині якого знаходяться ролики, просочені очищаючою рідиною).

На даний час в Україні є ще не багато суб'єктів, які готові активно запроваджувати інновації.

Компанія Fozzy Group направила свої зусилля на оновлення дизайну і планування торгових точок Сільпо, розширення торгового асортименту, застосування інноваційних концепцій в обслуговуванні споживачів (створення фуд-зони, розміщення в центрі торгової зали відкритої кухні «Страви світу», терміналів обслуговування. Крім цього, у мережі «Сільпо» розвивається напрям власного імпорту, в рамках якого в супермаркети поставляються вина, делікатеси, чай, кава, заморожені продукти, кондитерські вироби. Зважаючи на відсутність посередників, на такі продукти встановлюються ціни, що є привабливими для покупців, інше).

Інноваційна унікальність застосування в роботі супермаркетів Сільпо терміналу «Вектор» полягає в технології продажу – поєднання принципів cash&carry, можливості інтернет магазину і сенсорного інтерфейсу. Термінал «Вертер» дозволяє економити час, працювати з каталогом товарів, порівнювати товар, відбирати товар за параметрами, формувати замовлення, заповнювати форми, вести облік замовлень.

Така інновація є важливою, адже завдяки їй відбувається економія місця вітрин, оренди приміщення, економія в наймі працівників.

Основними перспективами діяльності компанії є досягнення та утримання позиції одного з регіональних лідерів галузі у Західному регіоні України; зростання частки ринку компанії на ринку роздрібною торгівлі порівняно із основними конкурентами.

Висновки. Впровадження передових технологій та практик, що існують та активно практикують на даний момент провідні світові торгові компанії – один із основоположних принципів подальшого розвитку торгівлі в Україні.

Невід'ємною частиною в стратегічному управлінні процесом збуту товарів, послуг та обслуговування споживачів торгових підприємств повинні залишатись правила мерчандайзингу, складові комплексу маркетингу та інноваційні технології.

Інноваційним напрямком в діяльності сучасних торгових підприємств повинні бути програми, спрямовані на запровадження екологічних рішень при модернізації процесу роздрібного продажу товарів та обслуговування споживачів, впровадження енергозберігаючих технологій, вирішення екологічних проблем, поліпшення екологічної ситуації в Україні.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про ліцензування». URL: <https://kodeksy.com.ua/dictionary/t/torgivlya.htm> (дата звернення: 15.12.2020).

2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.12.2020).
3. Добуш З.О. Стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі – детермінанта ефективності її регулювання. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. № 23.1. С. 248–253.
4. Top-5 продуктивних мереж України за кількістю магазинів і темпам відкриттів в 2018 році. URL: <https://rau.ua/novyni/top-5-produktivnyh-setej> (дата звернення: 15.12.2020).
5. Міжнародна дослідницька мережа GfK Group URL: <http://www.gfk.com/ua/> (дата звернення: 15.12.2020).
6. Тараненко О.О. Тенденції та чинники розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економічний простір*. 2012. № 64. С. 126–131.
7. Мерчандайзинг як засіб формування імпульсу покупки. URL: <dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11558/3/Merchandising.pdf> (дата звернення: 15.12.2020).
8. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: монографія. Київ : КНЕУ, 2005. 226 с.

References:

1. Zakon Ukrainy Pro litsenzuvannia [Law of Ukraine «On licensing»]. Available at: <https://kodeksy.com.ua/dictionary/t/torgivlya.htm> (accessed 15 December 2020).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 December 2020).
3. Dobush Z.O. (2013) Stan i tendentsii rozvytku rozdrubnoi torhivli – determinanta efektyvnosti yii rehuliuвання [The state and trends in the development of retail trade – a determinant of the effectiveness of its regulation]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 23.1, pp. 248–253.
4. Top-5 produktovykh merezh Ukrainy za kilkistiu mahazyniv i tempam vidkryttiv v 2018 rotsi. Available at: <https://rau.ua/novyni/top-5-produktivnyh-setej> (accessed 15 December 2020).
5. Mizhnarodna doslidnytska merezha GfK Group Available at: <http://www.gfk.com/ua/> (accessed 15 December 2020).
6. Taranenko O.O. (2012). Tendentsii ta chynnyky rozvytku rozdrubnoi torhivli v Ukraini [Trends and factors in the development of retail trade in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 64, pp. 126–131.
7. Merchandaizynh yak zasib formuvannia impulsu pokupky. Available at: <dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11558/3/Merchandising.pdf> (accessed 15 December 2020).
8. Karakai Yu.V. (2005) Marketynh innovatsiinykh tovariv [Marketing of innovative goods]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

УДК 35-053.81(477)

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.15>**Стукан Т.М.**

спіробітник,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8682-1832>**Stukan Tanya**

Kherson State Agrarian and Economic University

**МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА:
СУТЬ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ****YOUTH POLITICS: ESSENCE, BASIC PRINCIPLES
AND STATE OF REALIZATION IN UKRAINE**

У статті визначено та виділено основні твердження науковців щодо сутності поняття «молодіжна політика», приведено узагальнене трактування характеристики цього терміна. Здійснено аналіз нормативно-правових актів українського законодавства, що регулює цю сферу діяльності у країні. Розкрито сутність принципів, на які спрямовано здійснення молодіжної політики, та визначено, що це певні закономірності, які враховуються під час вжиття заходів, які безпосередньо спрямовані на виконання молодіжної політики на всіх етапах її реалізації. Визначено, що сьогодні в Україні діють три пріоритетні напрями в молодіжній політиці. З огляду на аналіз основних принципів молодіжної політики визначено низку кроків, які слід здійснювати на шляху створення на місцях та в новостворених об'єднаних територіальних громадах умов розвитку та самореалізації молоді.

Ключові слова: молодіжна політика, принципи, молодь, самореалізація, молодіжне підприємництво.

В статье определены и выделены основные утверждения ученых о сущности понятия «молодежная политика», приведены обобщенные трактовки характеристики этого термина. Осуществлен анализ нормативно-правовых актов украинского законодательства, регулирующего эту сферу деятельности в стране. Раскрыта сущность принципов, на которые направлено осуществление молодежной политики, и определено, что это определенные закономерности, которые учитываются при принятии мер, которые непосредственно направлены на выполнение молодежной политики на всех ее этапах реализации. Определено, что сегодня в Украине действуют три приоритетных направления в молодежной политике. С учетом анализа основных принципов молодежной политики определен ряд шагов, которые следует осуществлять на пути создания на местах и в созданных объединенных территориальных общинах условий развития и самореализации молодежи.

Ключевые слова: молодежная политика, принципы, молодежь, самореализация, молодежное предпринимательство.

Today, the paradigm and vector of development of regions and even the whole country is constantly changing, so it has been repeatedly confirmed that it all starts with the youth, as one of the main subjects of social and economic policy of the state. Youth is an important part of modern society, the bearer of the intellectual potential of the country and a determining factor of socio-economic progress. Therefore, today, local and national authorities are faced with the task of stopping the outflow of people aged 18 to 35 to other countries and creating appropriate conditions for young people to apply their acquired professional competencies in Ukraine. The implementation of this process should first of all begin through the implementation of an effective youth policy at the state level, which will be aimed at forming and stimulating the further development of youth entrepreneurship and take into account non-standard views of the world and preferences of young people. The article identifies and highlights the main statements of scientists on the essence of the concept of "youth policy", gives a generalized interpretation of the characteristics of this definition. The analysis of normative-legal acts of the

Ukrainian legislation regulating this sphere of activity in the country is carried out. The main essence of the principles on which the implementation of youth policy is aimed is revealed and it is determined that these are certain regularities that are taken into account when implementing measures that are directly aimed at implementing youth policy at all stages of its implementation. It is determined that today in Ukraine there are three priority areas in youth policy. Also, based on the analysis of the basic principles of youth policy, a number of steps have been identified that should be taken to create conditions for the development and self-realization of youth on the ground and in the newly created united territorial communities. The priority components of the policy for the country should be financial and staffing, development of youth infrastructure, creation of conditions for youth entrepreneurship, as well as systematic involvement of young people in the process of development and decision-making.

Key words: youth policy, principles, youth, self-realization, youth entrepreneurship.

Постановка проблеми. У ХХІ сторіччі для кожної країни молодіжна політика має неабияке значення. Сьогодні повсякчас змінюються парадигма та вектор розвитку регіонів і навіть цілої країни, тому вже неодноразово було підтверджено, що це все починається з молоді як одного з головних суб'єктів соціальної та економічної політики держави. Молодь – це важлива частина сучасного суспільства, носій інтелектуального потенціалу країни та визначальний фактор соціально-економічного прогресу, тому сьогодні перед місцевими та загальнодержавними органами влади стоїть завдання спинити відтік людей віком від 18 до 35 років до інших країн світу та створити належні умови молоді для застосування набутих ними професійних компетентностей на території України. Реалізацію цього процесу перш за все слід почати через впровадження на державному рівні ефективної молодіжної політики, яка буде спрямована на формування та стимулювання подальшого розвитку молодіжного підприємництва, а також враховувати нестандартні погляди на навколишній світ та вподобання молодих людей. Україна за час своєї незалежності почала рух в цьому напрямі, але на цьому шляху виникає низка бар'єрів, які стримують цей процес щодо систематичного прогресивного розвитку, що спонукає до постійного перегляду основних підпунктів молодіжної політики з урахуванням передумов, у яких її доводиться реалізовувати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням обставин щодо формування молодіжної політики країни займалися такі вітчизняні вчені, як Є. Бородіна, М. Головатий, М. Головенько, М. Перепелиця. Крім того, стан реалізації в Україні молодіжної політики досліджено в працях таких українських науковців, як В. Барабаш, М. Дідух, Л. Кривачук, О. Кулик, С. Луценко, А. Мінаєв, К. Плоский, Ю. Поліщук, Н. Черниш, В. Шульга. Водночас зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування молодіжного підприємництва перебуває в постійних змінах і трансформаціях, що спонукає до пошуку та застосування сучасних підходів у систематичному розвитку, удосконалення молодіжної політики як складової частини у формуванні та розвитку молодіжного підприємництва.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає в аналізі сутності поняття «молодіжна політика», розкритті його змісту та принципів як чинника розвитку молодіжного підприємництва, а також здійсненні всебічного оцінювання стану впровадження молодіжної політики в Україні.

Виклад основного матеріалу. Старт, від якого починається відлік становлення молодіжної політики в Україні, – це прийняття нормативно-правових документів, а саме Декларації про загальні засади державної молодіжної політики в Україні (1992 р.) та Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (1993 р.). Також до найбільш важливих законів, що регулюють молодіжну політику, належать Конституція України, Закони України «Про захист дитинства», «Про соціальну роботу з дітьми та молоддю», «Про забезпечення молоді, яка отримала вищу або професійно-технічну освіту, першим робочим місцем з наданням дотації роботодавцю», «Про забезпечення рівних прав між чоловіками та жінками»,

«Про молодіжні та дитячі громадські організації», «Про запобігання насильству у сім'ї», «Про державну підтримку сімей з дітьми» та Сімейний кодекс України. Саме в цих нормативних актах прописані молодіжна стратегія, її цілі, пріоритети, заходи, щодо досягнення цільових результатів та визначені джерела фінансового забезпечення.

Молодіжна політика – це структурно вибудована модель розвитку на всіх рівнях: від державного до врахування інтересів людей віком від 18 до 35 років. Вона включає набір правил, методів та принципів, які спонукають молодих людей проявляти ініціативу, самостійно визначати власні цілі та цінності, бути залученими й мати змогу визначати пріоритети і методи здійснення молодіжного підприємництва в країні. Важливо також те, щоби молодіжна політика на етапі, коли люди вирішили займатися молодіжним підприємництвом, була ще спрямована на підтримання рівня соціальної безпеки, попередження та подолання складнощів, з якими може зіштовхнутися молодь у цьому процесі.

Наукове трактування поняття «молодіжна політика» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «молодіжна політика»

Автор	Визначення поняття
В. Криворученко	Перелік ідей, теоретичних положень про роль і місце молоді, а також заходи практичної діяльності держави, громадських організацій та інших соціально-економічних інституцій щодо реалізації ідей, положень, принципів, завдань задля формування й розвитку молоді та молодіжного підприємництва.
М. Головатий	Специфічний і пріоритетний напрям діяльності державних органів влади, який спрямований на створення умов і соціальних гарантій для соціального становлення та розвитку молоді, їх самореалізації як в особистих, так і в суспільних інтересах.
Н. Корпач, І. Сидорук	Політика, що спрямована на вирішення питань виховання, освіти, праці, побуту, відпочинку, духовного та фізичного розвитку молоді з подальшою їх реалізацією у певному виді діяльності.

Джерело: сформовано за даними джерел [1; 4; 5]

Узагальнюючи наведений перелік визначень сутності поняття «молодіжна політика» кожним з авторів, можемо сказати, що це вид діяльності держави та інших її формальних та неформальних інституцій, які об'єднують та спрямовують зусилля на створення соціальних, економічних, фінансових, громадських умов та гарантій, у яких молодь може себе самореалізувати в соціумі, отримуючи бажаний ефект. Молодіжна політика має бути спрямована на створення можливостей для розвитку та отримання необхідних знань для того, щоби молода людина стала конкурентоздатною на ринку праці своєї країни.

Декларація про загальні засади державної молодіжної політики в Україні дає тлумачення державної молодіжної політики як системної діяльності усіх гілок влади у відносинах з особистістю, молоддю, молодіжним рухом, що ставить перед собою мету створення соціально-економічних, політичних, організаційних, правових умов та гарантій для самовизначення, інтелектуального, морального, фізичного розвитку молоді, реалізації її творчого потенціалу перш за все у власних інтересах, а також в інтересах цілої країни [2].

Зміст молодіжної політики як складової частини з реалізації молодіжного підприємництва розкривається через сукупність принципів. Це закономірності, які враховуються під час вжиття заходів, які безпосередньо спрямовані на виконання молодіжної

політики на всіх етапах її реалізації. Принципи молодіжної політики, на яких вона базується, схематично відображені на рис. 1, вони взаємопов'язані та доповнюють один одного.

Здійснення молодіжної політики передбачає перш за все рівноправність всіх її учасників, що регулюється принципом рівноправності молоді, який не допускає надання привілеїв чи встановлення обмежень за ознаками кольору шкіри, раси, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, мови, місця проживання тощо. Перш ніж починати будь яку діяльність, слід вивчити та проаналізувати зовнішні та внутрішні фактори, які можуть вплинути на процес, розглянути міжнародний досвід, якщо він позитивний, застосувати його, за що відповідає принцип обґрунтованості, який також передбачає врахування статистичної інформації, соціологічних досліджень та формування загальної стратегії, зокрема, щодо того, в якому напрямі буде відбуватися реалізація молодіжної політики.

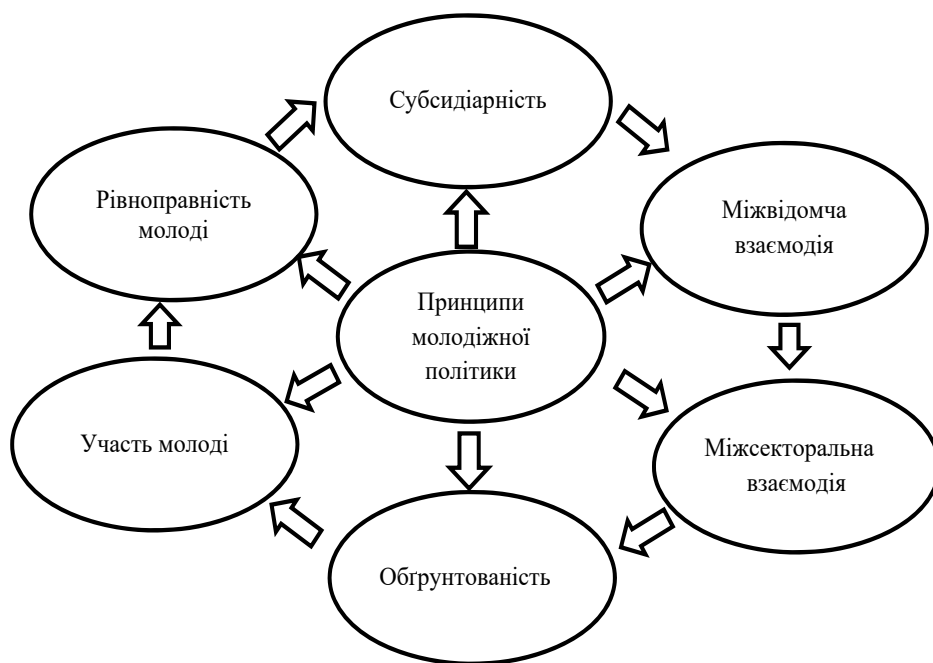


Рис. 1. Основні принципи молодіжної політики

Джерело: сформовано за даними [3]

Принцип міжвідомчої та міжсекторальної взаємодії – це залучення органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і міжнародних організацій, інших зацікавлених сторін до формування та реалізації молодіжної політики. Цей принцип обумовлює те, що отримання швидкого ефекту та досягнення поставлених цілей є можливими за умови спільної взаємодії всіх без винятку учасників, які долучені до реалізації молодіжної політики, кожен з яких розуміє свою частку відповідальності за майбутній результат. Вважаємо, що важливим принципом на рис. 1 є участь молоді, оскільки впроваджувати молодіжну політику без молоді як головного учасника неможливо, тому виникає потреба у встановленні механізмів із залучення молоді до формування та реалізації молодіжної політики через спонукання до самоор-

ганізації, її заохочення до волонтерської діяльності. Принцип субсидіарності передбачає надання в процесі реалізації молодіжної політики достатніх повноважень та ресурсів на той рівень, від якого буде отриманий бажаний результат та максимальний ефект для кожного із суб'єктів. Охарактеризувавши наведені принципи, ми визначили, що вони є основоположними базисами, які у ході реалізації молодіжної політики в країні можуть свідчити про наявність сильних чи слабких сторін щодо її впровадження.

Молодіжна політика в Україні сьогодні у своєму розвитку має три пріоритетні напрями, на які спрямовані всі її принципи, такі як зайнятість молоді, здоровий спосіб життя та патріотичне виховання (рис. 2).

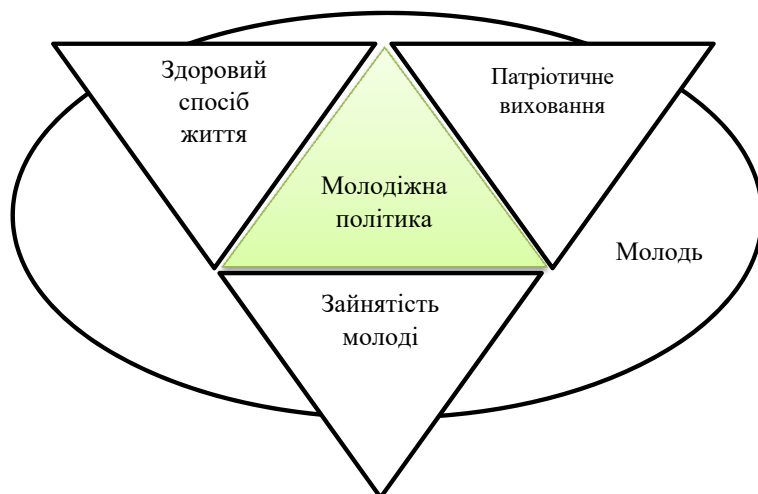


Рис. 2. Пріоритетні напрями розвитку молодіжної політики в Україні
Джерело: сформовано за даними [6]

На рис. 2 відображені базові сфери, щодо яких сьогодні здійснюється реалізація молодіжної політики в Україні. Така їх обмеженість обумовлена недосконалістю законодавчої бази, що регулює реалізацію молодіжної політики та недостатність або взагалі відсутність фінансового забезпечення. Водночас це не може стати перешкодою, а вимагає здійснення розгляду та застосування інших напрямів у цій політиці, які зможуть підсилити наявні та відкрити нові перспективні можливості щодо долучення молоді. Слід розробити та впровадити ефективні загальнодержавні довгострокові комплексні молодіжні програми, стратегію щодо розвитку різних напрямів молодіжної політики, отже, сформувати стандарти у здійсненні молодіжної роботи, які будуть включати набір конкретних практичних заходів та дій, що призведуть до отримання бажаного ефекту.

Висновки. Молодіжна політика є одним з пріоритетних напрямів ефективного розвитку економіки країни. Це формування комфортного середовища для життя, розвитку, зайнятості молоді, яке дасть їй змогу розвивати себе на місцях, там, де вона проживає чи має бажання жити. Пріоритетними складовими частинами цього мають стати фінансове та кадрове забезпечення, розвиток молодіжної інфраструктури, створення умов для молодіжного підприємництва, а також залучення людей віком від 18 до 35 років до процесу розроблення та ухвалення рішень.

Сьогодні молодь бажає бути дотичною до всіх процесів, які відбуваються в державі, а з огляду на карантинні умови, що склалися у 2020 році, люди від 18 до 35 років намагаються реалізувати себе в тій місцевості, де вони проживають. В цей процес слід

активно включитися з боку держави молодіжним центрам, які мають стати осередками практичної роботи з молоддю, які сприяють їх розвитку, громадянській освіті, популяризації здорового способу життя, волонтерства, молодіжного підприємництва, підвищенню рівня внутрішньої мобільності. Такі центри треба створювати в кожній громаді на базі закладів освіти, культури, спорту у вигляді молодіжних хабів, платформ та коворкінг-майданчиків, через них слід просувати та реалізовувати молодіжну політику, а також її принципи, розширювати напрями, в яких молодь може себе знайти в соціумі, отже, брати участь у розвитку в країні перспективних видів діяльності, в яких вона безпосередньо зможе себе реалізувати. Сьогодні до інвестиційно привабливих видів економічної діяльності, де молодь зможе знайти себе, віднесено виробництво одягу, харчових і фармацевтичних продуктів, комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, текстильне виробництво, виробництво електричного устаткування та меблів, вирощування однорічних та дворічних культур, наземний транспорт, комп'ютерне програмування.

З огляду на аналіз основних принципів молодіжної політики виникає потреба визначення та встановлення чітких кроків щодо її впровадження на місцях та в новостворених об'єднаних територіальних громадах. До цих кроків слід віднести такі:

- 1) розроблення програми розвитку молоді, формування її бюджету та календарного плану;
- 2) організація заходів з надання послуг для молоді та створення необхідної молодіжної інфраструктури;
- 3) впровадження молодіжної кадрової політики (стажування, підвищення кваліфікації, тренінги щодо першого робочого місця, профорієнтація серед шкільної молоді тощо);
- 4) встановлення фінансових стимулів у вигляді премій, соціального житла для тих, хто займається молодіжним підприємництвом, запровадження компенсації відсотків по кредитах, видача безвідсоткового кредиту, пільги на оренду приміщень, землі тощо;
- 5) проведення щорічного звітування за результатами роботи в напрямі молодіжної політики задля аналізу загального стану та виявлення сильних і слабких сторін для їх посилення та визначення перспективних напрямів роботи.

Водночас успішна реалізація засад молодіжної політики є можливою лише за умови об'єднання спільних зусиль державної влади усіх рівнів, громадськості, неформальних спільнот, підприємців, науковців та безпосередньо самої молоді, тільки за цієї умови можна подолати виклики, з якими доводиться стикатися молодій людині в процесі своєї професійної та соціальної реалізації.

Список використаних джерел:

1. Головатий М. Державна молодіжна політика як феномен суспільного розвитку і нова парадигма державотворення у країнах перехідного періоду. *Актуальні проблеми державного управління* : збірник наукових праць. Вип. 10. Одеса : ОРІДУ УАДУ, 2002. С. 291–304.
2. Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні : Декларація. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2859-12#Text> (дата звернення: 04.12.2020).
3. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 23 березня 2000 року № 1613-III (1613-14). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2998-12> (дата звернення: 04.12.2020).
4. Корпач Н., Сидорук І. Основні напрями реалізації державної молодіжної політики в Україні: соціально-педагогічний аспект. *Педагогічний часопис Волині*. 2016. № 2. С. 30–34.
5. Криворученко В. К вопросу о законодательстве субъектов в сфере молодежной политики. Киев : НИЦ ПМ, 1990. 125 с.
6. Становище молоді в Україні : аналітичний звіт. URL: <http://www.un.org.ua/images/documents/4790/THE%20STATE%20OF%20YOUTH%20IN%20UKRAINE%202019%20%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf> (дата звернення: 04.12.2020).

References:

1. Golovaty M. (2002) Derzhavna molodizhna politika yak fenomen suspil'nogo rozvitku i nova paradigma derzhavotvorennya u kraïnah perekhidnogo periodu [State youth policy as a phenomenon of social development and the new paradigm of state formation in transition countries]. *Aktual'ni problemi derzhavnogo upravlinnya. Odesa: ORIDU UADU*, no. 10, pp. 291–304.
2. Declaration “On the General Principles of State Youth Policy in Ukraine”. From 15.12.1992. № 2859-XII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2859-12#Text> (accessed 04 December 2020).
3. Law of Ukraine “On promoting the social formation and development of youth in Ukraine”. From 23.03.2000 № 1613-III (1613-14). Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2998-12> (accessed 04 December 2020).
4. Korpach N., Sidoruk I. (2016) Osnovni napryami realizacii derzhavnoi molodizhnoi politiki v Ukraïni: social'no-pedagogichnij aspekt [Basic directions of realization of state youth policy in Ukraine: socio-pedagogical aspect]. *Pedagogical magazine of Volyn*, no. 2, pp. 30–34.
5. Krivoruchenko V. (1990) K voprosu o zakonodatel'stve sub'ektov v sfere molodezhnoj politiki [On the issue of the legislation of the subjects of the in the field of youth policy]. Kiev: SIC PM. (in Russian)
6. Stanovyshhe molodi v Ukraïni : analitychnyj zvit [The situation of youth in Ukraine : an analytical report]. Available at: <http://www.un.org.ua/images/documents/4790/THE%20STATE%20OF%20YOUTH%20IN%20UKRAINE%2019%20%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf> (accessed 04 December 2020).

УДК 005.336.4:330.341.1

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.16>**Ціпуринда В.С.**кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет**Підкамірний І.М.**кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет**Tsipurinda Vladimir, Pidkaminni Igor**

Kyiv National University of Trade and Economics

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

INNOVATIVE APPROACH TO DEFINITION OF PRIORITIES AND INSTRUMENTS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

У статті досліджено інноваційний підхід до визначення пріоритетів та інструментів кадрового менеджменту в інноваційному розвитку підприємства та проаналізовано його сучасні завдання й роль для організування безперервного процесу нарощування конкурентних переваг у всіх напрямках ресурсного забезпечення, впровадження нововведень. Запропоновано інноваційний підхід до комплексного розуміння та вирішення проблем підготовки керівних кадрів у системі управління та самоуправління для розвитку підприємства як відкритої системи, що взаємоузгоджено розвивається в сучасних умовах, а також пов'язані з цим комплексні завдання як упорядкованої специфічної сфери, яка націлена на вирішення певних завдань впровадження інноваційних технологій у систему управління кожною соціально-економічною системою, зокрема виховання лідерів для розвитку суспільства.

Ключові слова: інноваційний підхід, інновації, кадри, система, управління, самоуправління, відкрита система, взаємоузгоджений розвиток, упорядкування, інноваційні технології, професіоналізм, закони природи.

В статье исследован инновационный подход к определению приоритетов и инструментов кадрового менеджмента в инновационном развитии предприятия и проанализированы его современные задания и роль для организации непрерывного процесса наращивания конкурентных преимуществ во всех направлениях ресурсного обеспечения, внедрения нововведений. Предложен инновационный подход к комплексному пониманию и решению проблем подготовки руководящих кадров в системе управления и самоуправления для развития предприятия как открытой системы, которая взаимосогласованно развивается в современных условиях, а также связанные с этим комплексные задания как упорядоченной специфической сферы, которая нацелена на решение определенных заданий внедрения инновационных технологий в систему управления каждой социально-экономической системой, в частности выращивание лидеров для развития общества.

Ключевые слова: инновационный подход, инновации, кадры, система, управление, самоуправление, открытая система, взаимосогласованное развитие, упорядочивание, инновационные технологии, профессионализм, законы природы.

In the article the innovative going is offered near the complex understanding of problems of training of leading personnel's in control system and self-government for development of enterprise as open system, that concertedly develops in modern terms, and also complex tasks are related to it, as a well-organized specific sphere that is aimed at the decision of set tasks of introduction of innovative technologies in control system by every socio-economic system, in thereby and by an enterprise and for development of society. The innovative going is investigational near determination of priorities and instruments of skilled management in

innovative development of enterprise and he is analyzed modern tasks and role for organization of continuous process of increase of competitive edges in all directions of the resource providing, introduction of innovations taking into account the concordance of development of all forms of vital functions, id est systems of different level, that must be built on the basis of the Natural laws, taking into account basic primary 3 parameters of their development: space, time and energy. According to it, in the dynamics of development of the systems evidently, that consistently corresponding styles (stages) of management: give birth authoritarian that related to dictatorship of legislator or employer (1th law), democratic (2th law), that related to delegation of part of the plenary powers by a leader. And as soon as there are the general concerted actions, the 3th stage of management comes – liberal (3th law). Thus, by major priorities and instruments of further development of the socio-economic systems, including enterprises, there is a concordance of internal and external processes, where a prominent role is occupied by creative development of man, as primary basis of all other systems. For this purpose must be ranged system, incremental and complex preparation of leader, that embraces management experience not only productive but also management the social and territorial systems and associations, must be adjusted for this purpose. And it can be basis of experience for successful guidance outside an enterprise, for example in the management of territorial communities or systems of social character. The system of triple repetition of management experience, both at the grassroots level and at the level of society, is solved by repetition of 4 basic functions of management: planning, organizing, motivating and controlling. Therefore, a gradual combination of triple-concerted experience of strategic, tactical and operational types of planning, organizing, motivating and controlling with regulation aims to achieve an ideal management cycle in 12 stages, determinants.

Key words: *innovative hike, innovations, shots, system, management, self-government, open system, concertedly development, arrangement, innovative technologists, professionalism, natural laws.*

Постановка проблеми. Сучасні умови економічного розвитку ставлять перед його ініціаторами завдання організування безперервного процесу нарощування конкурентних переваг у всіх напрямках ресурсного забезпечення, впровадження нововведень та відповідної гнучкої системи управління, яка стимулює розвиток, зокрема розвиток системи підготовки керівних кадрів. Постійне розширення матеріальних та духовних потреб людини на всіх рівнях потребує постійного розширення ресурсів, які обмежені у планетарному масштабі. Загальновідомо, що тут криється головна проблема світового розвитку, зокрема розвитку технології менеджменту, оскільки світові соціально-економічні кризи все більше зростають і за своєю глобальністю, і за частотою повторення.

Головним джерелом розвитку сьогодні, окрім технічних, технологічних та фінансових ресурсів, є система так званих нематеріальних активів, перш за все людські ресурси, професіоналізм і знання керівного складу підприємства й держави як упорядкована специфічна сфера, яка націлена на вирішення певних завдань впровадження інноваційних технологій у системі управління кожною соціально-економічною системою, зокрема підприємством. Однак, незважаючи на постійне зростання загального інтелектуального потенціалу як суспільства, так і керівного складу кожного підприємства, наявний стан менеджменту призводить до криз, зокрема соціально-економічних, екологічних.

Отже, у сучасному менеджменті особливо важливо побачити місце й роль кожної людини в управлінні як підприємством, так і розвитком суспільства як взаємоузгоджених систем. Для цього недостатньо тільки професійних знань сучасного менеджменту, потрібно поєднати з ними загальні знання про дію діалектичних законів природи, що дає змогу прогнозувати еволюцію суспільства, без чого практично неможливо прогнозувати стратегію розвитку підприємства. Ще родоначальники політичної економії, зокрема К. Маркс, стверджували, що управління соціально-економічним розвитком має базуватись на дії загальних законів природи [1, с. 37–90].

Нині дуже важливо підкреслити особливу роль кожної людини перш за все на підприємстві, де вона на своєму рівні включена в технологічний та управлінський процес, отже, впливає на загальний менеджмент підприємства, а опосередковано –

на загальний менеджмент розвитку суспільства. Звідси виникає гостра потреба поєднати розуміння дії законів природи та управління взаємоузгодженою діяльністю різних систем, а саме людини, підприємства, суспільства на всіх рівнях їх діяльності. Як відомо, незнання закону, у цьому випадку – закону метасистеми, не звільняє від відповідальності. Людський фактор на будь-якому рівні управління має стати особливим фактором впливу на розвиток підприємства та інші соціально-економічні процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню впливу нематеріальних факторів впливу на менеджмент систем присвячено достатньо наукових робіт зарубіжних та вітчизняних учених. Так, наприклад, вплив сучасних теорій менеджменту на розвиток персоналу вивчали Н.А. Пашкус, З.А. Савельєва [2, с. 17–20]. Теоретичні аспекти філософії управління та системного моделювання розкриття потенціалу персоналу знайшли своє висвітлення у роботах В.А. Полякова [3, с. 47–54; 4, с. 94–120]. Окремим питанням розвитку людини в метасистемі планети приділяв увагу А.І. Суббето [5, с. 27–56]. Вплив сучасного суспільства на розвиток виробничих сил вивчав А.Н. Гумільов [6, с. 41–54]. Проблема сучасних фінансово-економічних криз та шляхам і методам їх подолання присвятили свої дослідження А.А. Чухно [7, с. 72–84], В.С. Ціпуринда [8, с. 38–42].

Однак недосконало вивчено вплив закономірностей циклічного розвитку таких соціально-економічних систем, як суспільство, підприємство, вплив на розкриття творчого потенціалу персоналу, пріоритетів та цінностей кожної людини для розвитку внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства, що обумовлюють розвиток суспільства та глобальної природної метасистеми, отже, впливають на соціально-економічні процеси.

Формулювання цілей статті. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у застосуванні інноваційного підходу до визначення пріоритетів та інструментів кадрового менеджменту в інноваційному розвитку підприємства та суспільства.

Подальше вивчення причинно-наслідкових взаємозв'язків розвитку людського потенціалу підприємства та його впливу на системні основи інноваційних процесів узгодженого розвитку та трансформаційних процесів в економічному просторі суспільства обумовило вибір мети дослідження.

Виклад основного матеріалу. Кожна людина має досягти поєднання розуміння причинно-наслідкових зв'язків узгодженого розвитку усіх систем від Макро- до Мікросвіту, зокрема підприємства, суспільства, в яких вона так чи інакше бере безпосередньо чи опосередковано участь. Людина і ніхто більше створює процес трансформації усіх без винятку систем, створюючи можливості для їх виходу на якісно новий рівень, формує різні ступені інноваційного вдосконалення систем, що відбувається за дією законів природи.

Оскільки управління (як упорядкування явищ) – це узгодженість розвитку усіх форм життєдіяльності, тобто різнорівневих систем, воно має будуватися на основі законів природи з урахуванням основних первинних трьох параметрів їх розвитку, таких як простір, час та енергія. Тільки за дією законів природи можна найбільш ефективно організувати простір життєдіяльності системи, вибрати найбільш оптимальний час її узгодженого розвитку у більших системах, у які вона входить, із найменшими витратами енергії.

Кожній системі дано життя, щоб організувати його найбільш ефективно, тобто за законами природи, а також надається для цього певна енергія. Коли в управлінні життєдіяльністю системи є певний конфлікт, то це означає, що енергія на її життя витрачається всупереч дії законів природи, її простір формується неправильно і не відповідає вимогам часу. Кожна система (людина, організація, підприємство, які є складовими частинами більшої системи – суспільства) має найбільш ефективно та

узгоджено будувати свою життєдіяльність, враховуючи оптимальне співвідношення вищезгаданих трьох параметрів.

Якщо моделювати узгоджену діяльність підприємства у суспільстві на основі між-дисциплінарного синтезу наук, то слід мати на увазі, що, як і будь-яка інша система, воно починає своє існування з дії Закону Боротьби і Єдності Протилежностей, або Закону Полярності. В природі цей закон породжує електричне поле. Це означає, що одночасно в системі розвивається полярно її внутрішній світ і зовнішній (для підприємства це його внутрішнє і зовнішнє середовище). Це приводить до появи першого типу управління, коли вибудовується зовнішній світ згідно з уявою внутрішнього. Цей тип управління завжди є авторитарним, який задля самозбереження нав'язує своє бачення первообразу або прототипу зовнішнього світу іншим системам.

На наступному етапі побудови системи зв'язків у її зовнішньому середовищі вона вимушена будувати взаємоузгоджені зв'язки з іншою, у якій теж є свій внутрішній світ і яка також вибудовує свої зв'язки із зовнішнім світом на основі свого первообразу або прототипу. Таким чином, обумовлено, що всі системи навчаються узгоджувати свої інтереси, покликання, місію, цілі, тому вступає в силу дія другого закону, а саме Закону Подібності і Спадкоємності (Повторення). Це приводить до появи другого типу управління, а саме демократичного, коли враховуються інтереси кожної системи, яка вступає у взаємозв'язки. В природі цей закон породжує на основі електричного поля магнітне поле (поле взаємного притягіння, тяжіння). За певного узгодження покликань, цілей та інтересів дві системи обов'язково народжують третю, тобто спільне коло інтересів, бізнес, технологію спільної діяльності. Це вже дія третього закону, а саме Закону Збереження Енергії. Формується електромагнітне поле не тільки спільних цілей та інтересів, але й спільної взаємодії. При цьому зберігається дія попередніх Законів Полярності та Подібності. Це приводить до появи третього типу управління, а саме ліберального, коли ініціатива діяльності здебільшого (наприклад, на підприємстві) вже йде не від керівника, а від підлеглих. На рівні суспільства ініціатива повинна йти від народу, але від тих людей, які мають досвід і розуміння процесів управління та самоврядування.

Таким чином, у динаміці розвитку систем видно, що послідовно народжуються відповідні стилі (етапи) управління, а саме авторитарний, що пов'язаний з диктатурою законодавця чи роботодавця (1-й закон), демократичний (2-й закон), що пов'язаний з делегуванням частини своїх повноважень керівником. Як тільки виникають спільні узгоджені дії, настає 3-й етап управління, а саме ліберальний (3-й закон). За дією цього закону розширюється простір спільної діяльності систем, для підприємств це є розширенням сегменту ринку, а також розширенням та поглибленням процесу реалізації їх соціальної відповідальності у зовнішньому середовищі. Важливо відзначити, що ці етапи відображають індивідуальний розвиток, узгодженість взаємозв'язків та управління взаємодіями, що на четвертому етапі має досягти резонансу, трансформації систем за рахунок переходу з кількісних накопичень у якісні. Це вже дія 4-го Закону, а саме Закону Циклічності та партисипативного стиля управління (самоврядування). Перші 3 закони формують структуру системи, а 4-й закон формує динаміку її розвитку в часі, що потребує включення в систему управління представників усіх підсистем, тобто формування самоврядування вищого рівня на підприємстві, аналогічно у суспільстві, коли система досягає 4-го етапу та дії 4-го закону, коли формується повнота прояву системи у просторі та часі.

Існує 5-й етап, який відповідає 1-му етапу, але у новому циклі. Це вже дія п'ятого закону, а саме Закону Альтернативності (Свободи волі), який означає, що має відбуватися одночасне розширення внутрішнє, а не тільки зовні, що означає поглиблення внутрішніх взаємозв'язків у системі, що невідворотно приводить до вдосконалення управління розвитком підсистем, тобто управління розвитком кожної людини.

Нині в кожному суспільстві й на кожному підприємстві цей недолік щодо активного визволення творчих здібностей кожної людини ще має місце, тому світова соціально-економічна система все частіше потерпає від криз, при цьому загальновідомі цикли М. Кондратьєва все більш скорочуються.

Нині дуже важливо враховувати шостий закон, а саме Закон Ієрархічності, дія якого обумовлює взаємодію вертикалі узгодження цілей та інтересів усіх без винятку систем: від Макро- до Мікросвіту, де суспільство чи підприємство посідає своє важливе місце, тому якщо не узгоджуються покликання, цілі та інтереси усіх різнорівневих систем, то канал перетікання Енергії звужується і навіть блокується з усіма наслідками, що звідси випливають згідно із Законом Збереження Енергії, що призводить до криз.

Сьомий Закон – це Закон Цілеорієнтованості, дія якого для узгодженого розвитку суспільства, підприємства чи людини дуже важлива в розумінні ними того, в якому напрямі потрібно розвиватись: в екстенсивному чи інтенсивному; в напрямі аналізу, тобто інволюції чи еволюції; використання енергії роз'єднання чи синтезу, тобто об'єднання.

Отже, найважливішими пріоритетами та інструментами подальшого розвитку соціально-економічних систем, зокрема підприємств, є узгодження внутрішніх та зовнішніх процесів, де визначну роль відіграє творчий розвиток людини як першочастинки усіх інших систем. Якщо не буде досягнуто більш якісного внутрішнього управління розвитком людини, то поступово припиниться зовнішнє, оскільки вступає в дію знову Закон Полярності (новий етап), що призведе до напруги і криз. Для цього потрібна особлива рівновага поглиблення внутрішнього життя кожної системи та її зовнішньої взаємодії. Це стосується перш за все створення відповідних умов на підприємстві та суспільстві для прояву кожної людини відповідно до її покликання, що реалізується в узгодженому розвитку усіх соціально-економічних систем. Загальновідомо, що наскільки людина управляє своїм внутрішнім світом, настільки широко та гармонійно буде вибудовуватися простір її взаємовідносин зовні.

Це повною мірою стосується підприємства, у програмі розвитку якого мають проявлятися динамічно залежно від етапу розвитку й професійної та управлінської підготовки людей 4 стилі управління, що забезпечить йому ефективність, рівновагу та успішність. Таке підприємство здатне формувати новий простір свого прояву в більш стислий період часу та продукувати новизну й ефективність, входити в новий простір взаємовідносин не конфліктно, а з урахуванням інтересів кожного суб'єкта в ньому.

Звідки беруться талановиті керівники у суспільстві? Це ті керівники, які пройшли відповідні ступені управлінського досвіду на шляху керівництва різними системами на підприємстві, тому кожне підприємство, як і суспільство, має бути зацікавлене у вирощуванні досвідчених керівників, здатних вирішувати будь-які проблеми в управлінні. Однак для цього має бути налагоджена системна, покрокова й комплексна підготовка керівника, що охоплює досвід управління не тільки виробничий, але й управління соціальними та територіальними системами і об'єднаннями (рис. 1).

При цьому досвід виробничого самоврядування набувається у сфері виробництва на різних рівнях управління підприємством та побудові системи управління за участю в ній кожного працівника, а також співволодіння ресурсами підприємства на його рівні.

Досвід територіального самоврядування набувається у сфері управління розширенням ринку підприємства, досвіду побудови його філіалів та управління ними тощо. Досвід соціального самоврядування набувається у сфері роботи профспілок на підприємстві.

Отже, оскільки підприємство є первинною ланкою, що відображає устрій суспільства з його трьома основними гілками влади з набуттям відповідного досвіду управ-

лінійна, то кожний керівник так чи інакше для набуття повноти цього досвіду має бути знайомий з відповідним управлінням виробничого, соціального й територіального характеру на самому підприємстві. Так чи інакше кожний керівник на своєму рівні має включатись у вирішення питань соціального та територіального життя підприємства. Це може бути основою досвіду для успішного керівництва за межами підприємства, наприклад, в управлінні територіальними громадами чи системами соціального характеру.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУСПІЛЬСТВА І ГРОМАДЯНИНА

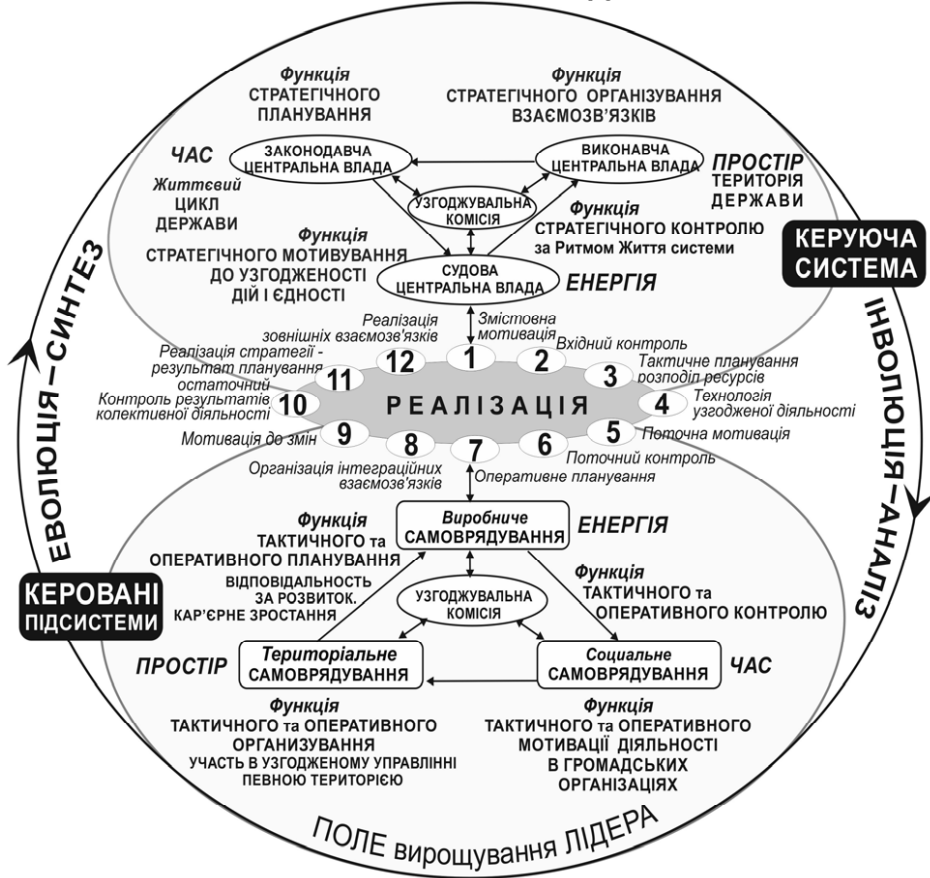


Рис. 1. Система причинно-наслідкового взаємозв'язку трьох гілок влади та комплексної підготовки керівника

Потрійність комплексу такого управління відображається в трьох гілках управління підприємством, де законодавчою владою є збори акціонерів, якщо підприємство є акціонерним товариством, виконавчою владою є дирекція, а узгоджувальною – профспілковий комітет. Така система повністю відповідає трьом гілкам влади в суспільстві, а саме законодавчій, що вирішується Верховною Радою; виконавчій, що вирішується урядом; узгоджувальній, що вирішується судовою системою.

Ця система потрійності повторення досвіду управління як на низових рівнях, так і на рівні суспільства вирішується повторенням чотирьох основних функцій управ-

ліній, а саме плануванням, організуванням, мотивуванням та контролюванням, тому поетапно поєднання потрійності узгодженого досвіду стратегічного, тактичного й оперативного видів планування, організування, мотивування та контролювання з регулюванням має на меті досягнення ідеального управлінського циклу у 12 етапів-детермінант.

Коли підприємство займається таким внутрішнім вдосконаленням, то воно не конкурує з іншими, а шукає нові можливості свого розвитку та реалізації на ринку. Дослідження, які проведені на підприємствах різних форм власності в Україні, Росії та Польщі з участю авторів, виявили ці особливості й проблеми в розвитку цієї тенденції. Наприклад, за участю авторів таким чином була перебудована система управління на підприємстві «Ласкомекс» (м. Лодзь, Польща), що привело не тільки до підвищення ефективності діяльності підприємства, але й до формування нової системи якості як такої, що визнана Європейськими нормами.

Підсумовуючи результати аналізу ефективності діяльності підприємств, зауважимо, що чим вище рівень узгодженості комплексу цих трьох складових елементів підприємства, тим більше у підприємства конкурентних переваг для здійснення ефективної діяльності й розвитку, тим більше переваг у підготовці керівного складу підприємства, з якого виходять кращі керівники на рівні управління суспільством.

Висновки. З наведеного вище можна зробити такі висновки:

1. Для підготовки ефективного керівника необхідна його участь у накопиченні досвіду управління підприємством у потрійності виробничого, соціального та територіального характеру на кожному рівні управлінського циклу підприємства та його підрозділів. Таким чином, управлінський цикл має 12 кроків-детермінант, що дає змогу досягти повноти досвіду планування, організування, мотивування та контролю в управлінні.

2. Така взаємоузгоджувальна система управлінського циклу дає змогу ефективно поєднувати керівнику будь-якого рівня свою роботу в трьох релятивних параметрах, а саме в часі, просторі та ефективному розпорядженні енергією (усіма видами ресурсів).

3. Ця система причинно-наслідкових взаємозв'язків дає змогу у такому полі вирощування лідера готувати керівний склад в ефективному управлінні системами будь-якого рівня та готувати для суспільства не тільки керівників, але й громадян високої свідомості.

Отже, кожне підприємство має бути відкритою системою, яка невинно саморозвивається і для досягнення ефективного розвитку покладається на:

- структурно-динамічну систему узгодженого розвитку усіх складових елементів і систем;
- універсальну систему управління, яка забезпечує його оптимальну діяльність на всіх етапах розвитку (структурування, розвиток горизонтальних зв'язків між підсистемами, управління ієрархічними зв'язками та трансформаційним виходом на більш високий якісний рівень розвитку);
- систему управління і самоврядування, які розкривають ініціативу та відповідальність не тільки керівника, але й кожної людини за розвиток підприємства; при цьому накопичується керівниками різних рівнів комплексний досвід управління на підприємстві (виробниче, територіальне й соціальне самоврядування).

Список використаних джерел:

1. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Москва : Политиздат, 1961. Т. 23. 712 с.
2. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю., Савельева З.А. Современные теории управления: теории менеджмента на пороге XXI века. Санкт-Петербург : Сентябрь, 2002. 268 с.
3. Поляков В.А. Универсальная экономическая теория. Организационный механизм управления. Москва : Новый центр, 2014. 192 с.

4. Поляков В.А. Философия управления. Москва : Новый центр, 2016. 188 с.
5. Субетто А.И. Ноосферизм. Введение в ноосферизм. Санкт-Петербург : Астерион, 2003. 538 с.
6. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. Москва : Кристалл, 2001. 638 с.
7. Чухно А.А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання. *Економіка України*. 2010. № 1. С. 4–16.

References:

1. Marks K., Engels F. (1961) Sochinenia [Compositions]. Moscow: Political Publishing House. (in Russian)
2. Pashkus N.A. (2002) Sovremennie teorii upravleniia: teorii menedjmenta na poroge XXI veka [The Modern theories rules: management theories on the threshold of the XXI century]. Saint-Petersburg: September. (in Russian)
3. Polakov V.A. (2014) Universalnaya ekonomicheskaya teoriia. Organizatsionnyi mekhanizm upravleniia [Universal economic theory. Organizatsional mechanism]. Moscow: New center. (in Russian)
4. Polakov V.A. (2016) Filosofiya upravleniia [Management philosophy]. Moscow: New center. (in Russian)
5. Subetto A.I. (2003) Noosferizm. Vvedenie v noosferizm [Noosferizm. Introduction is to noosferizm]. Saint-Petersburg: Asterion. (in Russian)
6. Gumilev L.N. (2001) Etnogenez I biosfera Zemli [Etnogenez and biosphere of Earth]. Moscow: Crystal. (in Russian)
7. Chuhno A.A. (2010) Suchasna finansovo-ecnomichna kriza: priroda, shlychi I metody podolannia [Modern financially is an economic crisis: nature, ways and methods of her overcoming]. *Ukrainian economic Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 4–16.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 332.2

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.17>

Качановський О.І.
заступник директора з виробничої роботи,
ВСП «Рівненський коледж
Національного університету біоресурсів
і природокористування України»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2322-8089>

Kachanovskyi Oleh
Rivne College of National University
of Bioresources and Nature Management of Ukraine

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕАБІЛІТАЦІЇ ПОРУШЕНИХ ЗЕМЕЛЬ

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF DISTURBED LANDS REVEGETATION

Інтенсивне видобування корисних копалин зумовило істотне виснаження природних ресурсів, зокрема у гірничодобувних регіонах протягом останніх десятиліть техногенно-екологічні проблеми набули масштабного характеру, серед яких необхідно виділити високий ступінь техногенних навантажень та забруднення довкілля, активізацію і розвиток небезпечних геологічних процесів, порушення гідрогеологічних умов. В Україні виникає потреба вирішення низки питань щодо формування та ефективного використання земельних ресурсів в умовах інтенсивного видобутку корисних копалин як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Ситуація у видобувній промисловості складна і вимагає комплексного підходу для забезпечення високого рівня економічної безпеки і збалансованого розвитку країни. У статті розглянуто питання класифікації порушених земель та особливостей рекультивациі як основного заходу відновлення ландшафтів. Також приділено увагу проблемі рекультивациі земель, яка недостатньо врегульована чинним законодавством.

Ключові слова: порушені землі, рекультивациа земель, реабілітациа земель, класифікациа порушених земель.

Интенсивная добыча полезных ископаемых обусловила существенное истощение природных ресурсов, в частности в горнодобывающих регионах в течение последних десятилетий техногенно-экологические проблемы приобрели масштабный характер, среди которых необходимо выделить высокую степень техногенных нагрузок и загрязнения окружающей среды, активизацию и развитие опасных геологических процессов, нарушение гидрогеологических условий. В Украине возникает потребность решения ряда вопросов касательно формирования и эффективного использования земельных ресурсов в условиях интенсивной добычи полезных ископаемых как на общегосударственном, так и на региональном уровнях. Ситуация в добывающей промышленности сложная и требует комплексного подхода для обеспечения высокого уровня экономической безопасности и сбалансированного развития страны. В статье рассмотрены вопросы классификации нарушенных земель и особенностей рекультивации как основной меры восстановления ландшафтов. Также уделено внимание проблеме рекультивации земель, которая недостаточно урегулирована действующим законодательством.

Ключевые слова: нарушенные земли, рекультивациа земель, реабилитациа земель, класифікациа нарушених земель.

Intensive mining has led to significant depletion of natural resources; in particular, man-made environmental problems have become widespread in mining regions over the past decades, including high levels of man-made loads and environmental pollution, intensification and development of hazardous geological processes, failure of hydrogeological conditions. In Ukraine, there is a need to address a number of issues regarding the formation and efficient use of land resources in the context of intensive mining at both the national and regional levels. The situation in the mining industry is complex and requires a comprehensive approach to ensure a high level of economic security and balanced development of the country. The situation in the mining industry is complex and requires a comprehensive approach. One of the main ways out of the crisis is to increase the investment attractiveness of mining companies. In the future, it is necessary to increase interest in the investment process of enterprises among national and foreign investors. However, it is impossible to be limited only to purely economic motivations, ignoring the environmental aspect, because environmental problems are not limited to low safety, but are also related to outdated equipment, use of environmentally hazardous technologies, non-compliance with technological requirements and standards, accumulation of industrial waste, non-revegetation of land, ignoring the requirements for the need to restore the disturbed lands. The article considers the issues of disturbed lands classification and revegetation features as the main measure of landscape restoration. The quantitative characteristics of mining accounting objects are being analyzed. The problem of land revegetation has also been addressed, which is insufficiently regulated by current legislation. The urgency of mining with the use of environmentally friendly technologies in order to minimize the use of land resources and preserve their natural functions has been emphasized. The main possible results of disturbed lands revegetation for the national economy have been described.

Key words: *disturbed lands, land revegetation, land rehabilitation, classification of disturbed lands.*

Постановка проблеми. У ході інтенсивного видобутку корисних копалин дедалі сильніше стали відчуватися негативні регіональні зміни стану довкілля. Водночас слід зазначити, що окремі аспекти проблеми відтворення порушених земель та повернення їх у господарський обіг із забезпеченням мінімального негативного впливу на довкілля залишаються недостатньо вивченими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічні та екологічні проблеми використання природних ресурсів, удосконалення технології розроблення покладів корисних копалин, можливості рекультиватії земель в умовах інтенсивного видобутку корисних копалин досліджували у своїх працях українські науковці, такі як Л.В. Дейнеко, А.Я. Сохнич, В.В. Горлачук, А.М. Третяк, В.М. Трегобчук, Р.М. Панас. В наукових працях Л.В. Моторіної, В.О. Овчиннікова, О.О. Кириченка, В.І. Фененка розкрито питання класифікації та технології відновлення порушених земель.

Проблеми раціонального використання земель, еколого-економічні аспекти рекультиватії та вибору технологічних схем відновлення земельних угідь висвітлені у наукових роботах Д.С. Добряка, А.Г. Мартина, В.О. Мандрика.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування сутності механізму реабілітації порушених земель в умовах інтенсивного видобутку корисних копалин, адже реабілітація стає невід'ємною частиною охорони та раціонального використання природних ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Нині в надрах країни виявлено понад 20 тис. родовищ і проявів із 117 видів мінеральної сировини, з яких 8 172 родовища (зокрема, 1 687 ділянок вод підземних питних та технічних, мінеральних) за 94 видами мінеральної сировини мають промислове значення і враховуються Державним балансом запасів корисних копалин [1].

В результаті видобутку корисних копалин відбуваються фізичні, хімічні та механічні порушення ґрунтового покриву. Фізичні порушення пов'язані з перетворенням ландшафту, деформацією поверхні, зміною структури, розвитком ерозійних процесів. Зміна структури та розвиток ерозійних процесів приводять до зміни структури ґрунту, вмісту гумусу, здатності утримувати воду, газообмінної здатності, щільності та здат-

ності утримувати навантаження. Хімічні порушення ґрунту пов'язані із забрудненням технологічними відходами й викидами, що впливають на значення рН (кислотність ґрунтів), здатність до катіонного обміну та вміст поживних елементів. Механічні порушення обумовлені процесами транспортування порід, ерозії відвалів, а також пиловими викидами під час виконання технологічних процесів [2].

З позицій екологічної економіки нинішня економічна система базується на експлуатації довкілля. Видобуток корисних копалин – це класичний приклад цього явища. Жоден з видобувних ресурсів не отримує реальної економічної оцінки, а оцінюється насамперед за виробничими витратами (тобто витратами безпосередньо на видобування, транспортування). На протигагу «добувній економіці», господарська діяльність, що побудована на засадах екологічної економіки, базується на понятті природного капіталу.

Одним з економічних питань, що впливає на прийняття рішення про інвестування, є створення резервних фондів для рекультивациі земель. Результат рекультивациі із захисту середовища прирівнюється до відшкодованого збитку, завданого довкіллю внаслідок порушення земель, та визначається природно-технічними умовами порушених земель, їх розміщенням у різних природних зонах, організацією та засвоєнням території, ускладненням конфігурації ділянок земельних угідь тощо.

Відповідно до статті 166 Земельного кодексу України від 25 жовтня 2001 року № 2768-III [3], рекультивациа порушених земель – це комплекс організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель.

Рекультивациа земель після закінчення використання родовища є обов'язком користувача надр, що впливає з правил користування.

Згідно зі статтею 34 Гірничого Закону України від 6 жовтня 1999 року № 1127-XIV [4], до основних екологічних вимог у сфері проведення гірничих робіт належить своєчасне проведення рекультивациі земель; відповідно до статті 50 Закону України «Про надра» від 27 липня 1994 року № 132/94-ВР [5], у проєктах будівництва гірничодобувних об'єктів мають передбачатися рекультивациа порушених земель, максимальне збереження ґрунтового покриву. Отже, рекультивациа має розглядатися як завершальна частина виробничого процесу, а витрати на створення резервних фондів для рекультивациі повинні зменшувати суму, що оподатковується, тобто має належати до собівартості.

Еколого-економічні проблеми видобувної галузі необхідно розглядати у контексті екологічної безпеки та євроінтеграційних інтересів України, тобто орієнтуватися на нові, перспективні еколого-економічні механізми, які нині формуються в ЄС у рамках його стратегії сталого розвитку та моделі екосоціальної ринкової економіки [1].

Сьогодні сформувалося кілька стійких термінів, пов'язаних з відновленням порушених земель. Основними з них є терміни «рекультивациа», «реабілітація» і «меліорація земель». Вони позначають різні відновлювальні процеси:

– реабілітація землі – це процес відновлення землі до її вихідного стану після руйнування або пошкодження її якостей;

– рекультивациа земель – це комплекс робіт, спрямованих на відновлення продуктивності й господарської цінності порушених земель, а також на поліпшення умов довкілля [6];

– меліорація земель – це комплекс гідротехнічних, культуртехнічних, хімічних, агротехнічних, агролісотехнічних та інших меліоративних заходів, вжиття яких відбувається задля регулювання водного, теплового, повітряного й поживного режиму ґрунтів, збереження та підвищення їх родючості й формування екологічно збалансованої раціональної структури угідь [7].

Меліорація тісно пов'язана з біологічною рекультивациєю земель з огляду на те, що їх окремі технологічні прийоми збігаються. Однак, на нашу думку, основна відмін-

ність полягає у тому, що біологічна рекультивация проводиться на порушених землях задля приведення якості відновлених гірничотехнічною рекультивацією порушених земель до певного стану. Меліорація ж застосовується для поліпшення властивостей ґрунтів в процесі їх сільськогосподарського використання.

Нагадаємо, що порушені землі – це землі, що втратили первісну господарську та екологічну цінність через порушення ґрунтового покриву внаслідок виробничої діяльності людини або дії природних явищ і є джерелом негативного впливу на довкілля [8].

Розрізняють такі групи чинників, які спричиняють утворення порушених земель:

- підземне добування корисних копалин або вилучення їх за допомогою буріння;
- наземне (відкрите) добування корисних копалин;
- збагачення корисних копалин;
- різні види промислової та транспортної діяльності;
- території складування міських і промислових відходів;
- насипи під час ліквідації транспортних шляхів;
- дамби під час ліквідації гідропоруд;
- кавальєри вздовж осушувальної і водопровідної мережі каналів та русла річок,

що виправляються;

- траншеї під час проведення різних будівельних робіт.

Головним чинником утворення порушених земель є розроблення корисних копалин. Схема класифікації порушених земель представлена на рис. 1. Роботи з рекультивации порушених земель поділяються на три такі основні етапи робіт: підготовчий, гірничотехнічний (інженерний, технічний) і біологічний. Напрями рекультивации визначають кінцеве використання порушених земель після вжиття відповідних гірничотехнічних, інженернобудівельних, гідротехнічних та інших заходів, їх вибирають на основі комплексного обліку таких факторів:

- природні умови району розроблення родовища (клімат, типи ґрунтів, геологічна будова, рослинність, тваринний світ тощо);
- стан порушених земель до моменту рекультивации (характер техногенного рельєфу, ступінь природного заростання тощо);
- мінералогічний склад, водно-фізичні та фізико-хімічні властивості гірських порід;
- агрохімічні властивості (вміст поживних речовин, кислотність, наявність токсичних речовин тощо) порід і їх класифікація за придатністю для біологічної рекультивации;
- інженерно-геологічні та гідрологічні умови;
- господарські, соціально-економічні, екологічні та санітарно-гігієнічні умови;
- термін служби рекультивованих земель (можливість повторних порушень та їх періодичність);
- технологія й механізація гірничих і будівельно-монтажних робіт.

У процесі вибору напрямку рекультивации земель необхідно мати на увазі, що рекультивовані землі і території, що їх оточують після закінчення робіт, являють собою оптимально сформовану та екологічно збалансовану ландшафтну ділянку. Класифікація порушених земель за напрямками рекультивации залежно від видів подальшого використання представлена в табл. 1.

Гірничодобувна промисловість має специфічні особливості, де отримання відносно невеликого кінцевого продукту вимагає величезних витрат і супроводжується значними відходами. По відношенню до загального обсягу відчуваної природної речовини зараз кінцевий продукт становить лише 2–4%, а інша частина йде у відходи. Ситуація ускладнюється тим, що вже в найближчому майбутньому мінерально-сировинна база країни буде характеризуватися подальшим значним збільшенням глибини видобувних робіт, зростанням тиску й температури порід, ускладненням

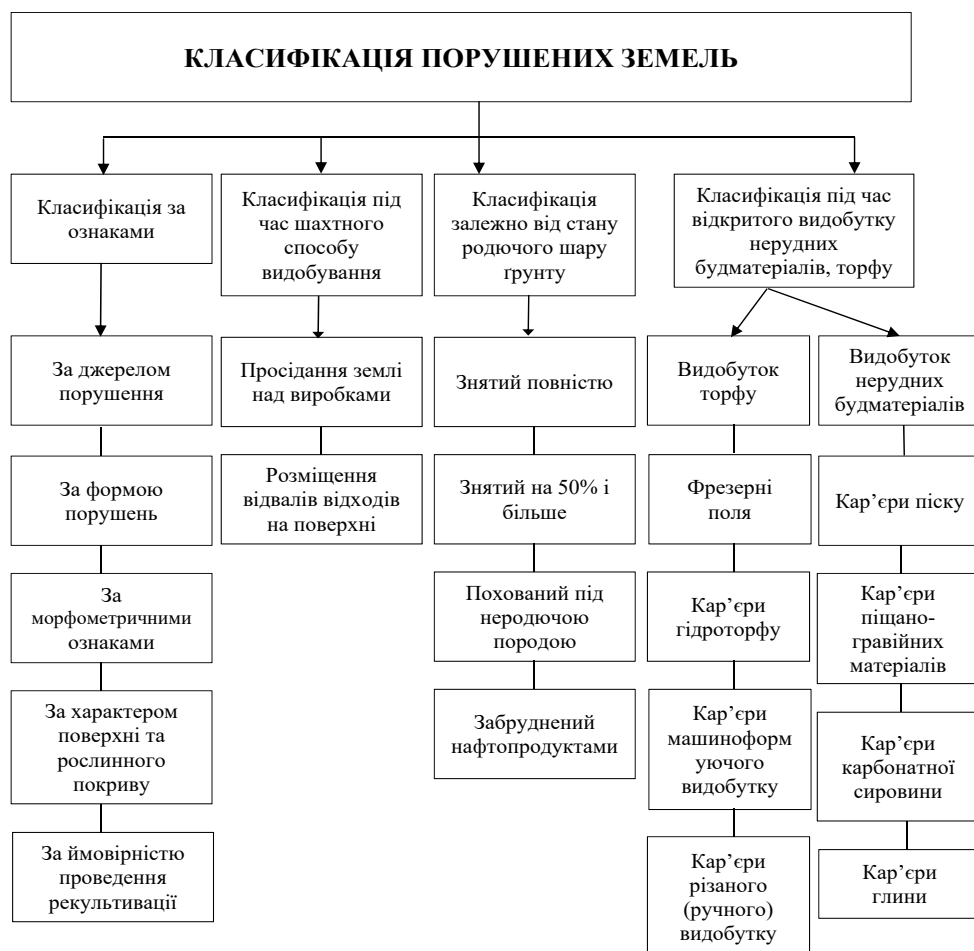


Рис. 1. Схема класифікації порушених земель

умов освоєння родовищ, зниженням вмісту корисних компонентів, підвищенням вмісту шкідливих домішок, збільшенням (майже в 3 рази) частки важко збагачувальних корисних копалин [8]. В умовах нестабільних цін на сировину підприємства прагнуть постійно збільшувати видобуток, що суттєво підвищує витрати експлуатації підприємства. Постійне зростання цін на електроенергію, обладнання, розширення території діяльності та освоєння нових родовищ не тільки призводить до витрат на обладнання, але й вимагає суттєвих довготермінових інвестицій в об'єкти інфраструктури.

Нині термін «реабілітація» використовується переважно для характеристики процесу відновлення потенціалу порушених земель. Такі землі практично не підлягають подальшому сільськогосподарському використанню.

Проаналізувавши наукові статті зарубіжних учених [11; 12], доходимо висновку, що термін «реабілітація» широко використовується щодо процесу відновлення земель, не тільки забруднених, але й деградованих. У зарубіжній літературі надано таку дефініцію терміна «реабілітація землі»: процес відновлення землі до її вихідного стану після руйнування або пошкодження її якостей [12].

Таблиця 1

**Класифікація порушених земель за напрямми рекультивациі
залежно від видів подальшого використання**

Характеристика порушених земель за формою рельєфу	Переважаючий елемент рельєфу	Можливе використання
Котловано-грядові кар'єрні виїмки	Котлованоподібні кар'єрні виїмки утворюються під час розроблення торф'яних залягань гідроспособом, що є чергуванням котлованів з перемичками глибиною 5–10 м, ухил укосів перевищує 30°.	За суцільного планування можуть використовуватися для сільськогосподарського освоєння, а за часткового планування – під водоймища багатопільового використання.
Траншейно-грядові кар'єрні виїмки	Траншейно-грядові кар'єрні виїмки утворюються під час розроблення торфовищ машиноформувальним способом глибиною 1–5 м, ухил укосів перевищує 45°.	За суцільного планування використовується під лісонасадження, за часткового – під водоймища.
Вирівняні кар'єрні виїмки	Вирівняні кар'єрні виїмки утворилися під час розроблення торфовищ фрезерним способом глибиною 1–5 м.	За суцільного планування можна використовувати під ріллю або сінокоси, під пасовища – за часткового планування.
Терасовані кар'єрні виїмки	Терасовані та котлованоподібні кар'єрні виїмки виникають під час розроблення корисних копалин глибинного типу.	За суцільного планування можна використовувати під водоймища, за часткового – під майданчики для будівництва відвалів відходів виробництва.
Котлованоподібні кар'єрні виїмки		За суцільного планування можна використовувати під водоймища, за часткового – під майданчики для будівництва відвалів відходів виробництва.
Западиноподібні кар'єрні виїмки	Западиноподібні кар'єрні виїмки утворилися під час розроблення пластів малої потужності (до 5 м).	За суцільного планування можна використовувати під ріллю, за часткового – під пасовища, лісонасадження, рибні ставки.
Природні виїмки	Природні виїмки утворюються в процесі розроблення підводних пластів корисних копалин.	Їх використовують під водоймища багатопільового призначення.
Відвали внутрішні	Відвали внутрішні утворилися під час відсіпки порід у межах контуру кар'єру.	Можна використовувати під ріллю, сінокоси, пасовища, а по бермах – під багаторічні плодові насадження.
Відвали зовнішні	Відвали зовнішні відсіпаються поза контури кар'єру.	Використовуються під сільськогосподарські угіддя.
Провалини, впадини, прогини	Землі, порушені під час розроблення корисних копалин, утворюють різні провалини, зокрема впадини, прогини, в процесі розроблення корисних копалин у результаті опускання земної поверхні.	Можна використовувати під сільськогосподарські угіддя, а також під водоймища, лісонасадження.

Джерело: сформовано на основі [10]

Під реабілітацією слід розуміти соціально орієнтований еколого й економічно обґрунтований комплекс програмних заходів з корегування наслідків техногенних порушень природного середовища. Поняття реабілітації порушених земель орієнтоване на формування нових механізмів відновлення земель відповідно до ринкових умов. Основна відмінність процедури реабілітації від рекультивативації полягає в обліку компонентів, що описують стан і можливу, зокрема після вжиття реабілітаційних заходів, динаміку параметрів соціально-демографічних процесів. Важливою відмінністю реабілітації від рекультивативації є також те, що розроблення програми конкретних реабілітаційних заходів визначається специфікою цільової функції, яка визначається конкретною інвестиційною програмою. Це передбачає врахування переваг інвесторів. У цьому полягає специфіка цієї проблеми в умовах ринкової економіки.

Висновки. Таким чином, використовувані нині терміни «реабілітація», «рекультивативація» і «меліорація земель» мають переважно технологічну й технічну спрямованість. Ще раз підкреслимо, що цей підхід не відображає всіх аспектів проблеми відновлення порушених земель. На цій основі можна забезпечити комплексний підхід до процесу відновлення порушених земель та відтворення родючості ґрунтів, що включає методи не тільки технологічного характеру (рекультивативація, меліорація), але й економічного характеру, а також враховує екологічні властивості земель.

З урахуванням сучасних умов під реабілітацією природного середовища ми пропонуємо розуміти систему еколого-економічних заходів щодо усунення наслідків антропогенного впливу.

Список використаних джерел:

1. Мандрик В.О. Еколого-економічні проблеми відтворення порушених земель у контексті вимог екологічної політики. *Науковий вісник: Екологізація економіки як інструмент сталого розвитку в умовах конкурентного середовища*. 2005. № 15.6. С. 482–488.
2. Бардась А.В. Вплив гірничих робіт на техногенне руйнування ґрунтового покриву та екологічне використання земельних ресурсів. *Економічний простір*. 2013. № 71. С. 277–286.
3. Земельний кодекс України : Закон України від 25 жовтня 2001 року № 2768-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 3–4. Ст. 27. Дата оновлення: 13 лютого 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (дата звернення: 03.11.2020).
4. Гірничий Закон України від 6 жовтня 1999 року № 1127-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 50. Ст. 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/1127-14> (дата звернення: 03.11.2020).
5. Про надра : Закон України від 27 липня 1994 року № 132/94. *Відомості Верховної Ради України*. 1994. № 36. Ст. 340. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/132/94-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.11.2020).
6. Генік Я.В. Екологічні основи лісової фітомеліорації та рекультивативації порушених земель. *Лісове господарство, лісова, паперова і деревообробна промисловість*. 2007. № 33. С. 33–37.
7. Про меліорацію земель : Закон України від 14 січня 2000 року № 1389-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 11. Ст. 90. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1389-14#Text> (дата звернення: 05.11.2020).
8. Про охорону земель : Закон України від 19 червня 2003 року № 962-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 39. Ст. 349. Дата оновлення: 18 грудня 2017 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15> (дата звернення: 05.11.2020).
9. Ковальчук В.А., Короткий В.Ю. Перспективи та ризики гірничорудної галузі України в контексті сталого розвитку. *Бізнес-Інформ*. 2013. № 8. С. 155–160.
10. Фурдичко О.І., Демидов О.А. Нормативно-правове забезпечення рекультивативації промислово порушених земель в умовах ринкової економіки. *Збалансоване природокористування*. 2014. № 1. С. 7–12.
11. Swapan Kumar Haldar. Chapter 14 – Environmental System Management of Mineral Resources and Sustainable Development. *Mineral Exploration (Second Edition)*. 2018. P. 291–311. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128140222000149> (дата звернення: 18.11.2020).

12. Iyyanki V. Muralikrishna, Valli Manickam. Chapter Two – Sustainable Development. *Environmental Management*. 2017. P. 5–21. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128119891000026> (дата звернення: 18.11.2020).

References:

1. Mandryk V.O. (2005) Ekolohe-ekonomichni problemy vidtvorennia porushenykh zemel u konteksti vymoh ekolohichnoi polityky [Ecological and economic issues of recovering of disturbed lands in the context of environmental policy requirements]. *Naukovyi visnyk: Ekolohizatsiia ekonomiky yak instrument staloho rozvytku v umovakh konkurentnoho seredovyshcha*, no. 15.6, pp. 482–488.
2. Bardas A.V. (2013) Vplyv girnychyx robot na texnogenne rujnuvannya gruntovogo pokryvu ta ekolohichne vykorystannya zemelnykh resursiv [Influence of mining works on technogenic destruction of soil cover and ecological use of land resources]. *Ekonomichnyj prostir*, no. 71, pp. 277–286.
3. Zemelnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy [Land code of Ukraine] no. 2768-III (25.10.2001). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (accessed 03 November 2020).
4. Girnychyj Zakon Ukrayiny: Zakon Ukrainy [Mining Law of Ukraine] no. 1127-XIV (06.10.1999). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/1127-14> (accessed 03 November 2020).
5. Pro nadra: Zakon Ukrayiny [Law of Ukraine. On Subsoil] no. 132/94-VR (27.07.1994). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/132/94-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 03 November 2020).
6. Henyk Ya.V. (2007) Ekologichni osnovy lisovoyi fitomelioraciyi ta rekultyvaciyi porushenykh zemel. [Ecological bases of forest phytomelioration and revegetation of disturbed lands]. *Lisove gospodarstvo, lisova, paperova i derevoobrobna promyslovist*, no. 33, pp. 33–37.
7. Pro melioraciyu zemel: Zakon Ukrayiny [On land reclamation. Law of Ukraine] no. 1389-XIV (14.01.2000). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1389-14#Text> (accessed 05 November 2020).
8. Pro okhoronu zemel: Zakon Ukrainy. [Law of Ukraine on land protection] no. 962-IV (19.06.2003). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15> (accessed 05 November 2020).
9. Kovalchuk V.A., Korotkyj V.Yu. (2013) Perspektyvy ta ryzyky girny chorudnoyi galuzi Ukrainy v konteksti stalogo rozvytku [Prospects and risks of the mining industry of Ukraine in the context of sustainable development]. *Biznes Inform*, no. 8, pp. 155–160.
10. Furdychko O.I., Demydov O.A. (2014) Normatyvno-pravove zabezpechennya rekultyvaciyi promyslovo porushenykh zemel v umovax rynkovoyi ekonomiky [Regulatory and legal support for the revegetation of industrially disturbed lands in a market economy]. *Zbalansovane pryrodokorystuvannya*, no. 1, pp. 7–12.
11. Swapan Kumar Haldar (2018) Chapter 14 – Environmental System Management of Mineral Resources and Sustainable Development. *Mineral Exploration (Second Edition)*, pp. 291–311. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128140222000149> (accessed 18 November 2020).
12. Iyyanki V. (2017) Muralikrishna, Valli Manickam. Chapter Two – Sustainable Development. *Environmental Management*, pp. 5–21. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128119891000026> (accessed 18 November 2020).

УДК 502.172(477.72)

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.18>**Присяжнюк П.В.**

аспірант,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8009-6185>**Prisyajnyuk Peter**

Kherson State Agrarian and Economic University

**РОЗШИРЕННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ХЕРСОНЩИНИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ****EXPANSION OF KERSON REGION NATURE RESERVE FUND:
PROBLEMS AND PROSPECTS**

Розширення переліку об'єктів природно-заповідного фонду (далі – ПЗФ) Херсонської області та збереження наявних заповідних територій мають позитивний ефект щодо розвитку рекреаційної, оздоровчої, туристичної діяльності. У статті досліджено основну нормативно-правову базу, що регулює всі етапи формування ПЗФ країни й регіону. Проаналізовано стан заповідання та переведення об'єктів Херсонщини до ПЗФ. Наведено кількісний склад об'єктів Херсонщини по районах, які входять до перспективного плану заповідання найближчим часом. Перелік об'єктів під заповідання, що знаходяться в регіоні, є широким, а також є ті об'єкти, які вже перебувають на межі винищення, тому слід вжити низку заходів, які сформують належні умови для збереження первозданності місцевої флори та фауни. У зв'язку з цим визначено групи основних факторів, які стримують реалізацію цього процесу для того, щоби сформувати низку стратегічних і тактичних завдань щодо мінімізації їх впливу.

Ключові слова: заповідання, природно-заповідний фонд, перспективний план, регіональний розвиток, розвиток територій.

Расширение перечня объектов природно-заповедного фонда (далее – ПЗФ) Херсонской области и сохранение существующих заповедных территорий имеют положительный эффект касательно развития рекреационной, оздоровительной, туристической деятельности. В статье исследована основная нормативно-правовая база, регулирующая все этапы формирования ПЗФ страны и региона. Проанализировано состояние заведания и перевода объектов Херсонской области в ПЗФ. Приведен количественный состав объектов Херсонской области по районам, которые входят в перспективный план заповедания в ближайшее время. Перечень объектов под заповедание, находящихся в регионе, является широким, а также есть те объекты, которые уже находятся на грани уничтожения, поэтому следует принять ряд мер, которые сформируют необходимые условия для сохранения первозданности местной флоры и фауны. В связи с этим определены группы основных факторов, сдерживающих реализацию этого процесса для того, чтобы сформировать ряд стратегических и тактических заданий по минимизации их воздействия.

Ключевые слова: заповедание, природно-заповедный фонд, перспективный план, региональное развитие, развитие территорий.

The territory of Kherson region is located in favorable natural and geographical conditions, has a strong natural resource potential and a rich nature reserve fund, which is an important basis of life and needs to expand. Preservation of wildlife is a priority for human development, because our own existence depends on maintaining life on Earth. This is extremely relevant for regions that have been greatly altered by human activities. If you look at the map of anthropogenic transformation in the Ecological Atlas of Ukraine, it is noticeable that Kherson region is the most synanthropized among all regions in our country. Steppe landscapes were particularly affected, mainly due to plowing. That is why in conditions of very strong anthropogenic pressure the importance of nature reserves increases. The formation of a network of nature reserves is an important measure of strategic planning for the development of the country and should be

consistent with the needs of economic and social development of the country. Expansion of the list of objects of the nature reserve fund (further PZF) of the Kherson area and preservation of the existing reserved territories has positive effect in the direction of development of recreational, improving, tourist activity. The article examines the main legal framework governing all stages of the formation of the NPF of the country and the region. The state of bequest and transfer of objects of Kherson region to PZF is analyzed. The quantitative composition of the objects of Kherson region by districts, which are included in the perspective plan for wills in the near future, is given. In total, in the Kherson region it is proposed to create 125 new objects of nature reserve fund, including 3 regional landscape parks, 71 reserves and 51 natural monuments. The list of objects under the will located in the region is wide and there are those objects that are already on the verge of extinction, so a number of measures should be taken that will create appropriate conditions to preserve the originality of the local flora and fauna. Therefore, groups of the main factors that hinder the implementation of this process in order to form a number of strategic and tactical tasks to minimize their impact have been identified.

Key words: wills, nature reserve fund, perspective plan, regional development, development of territories.

Постановка проблеми. Нині на державному рівні згідно з вимогами Стратегії регіонального розвитку, що затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385, на території України з 2014 р. до 2017 р. мали б уже бути створені об'єкти природно-заповідного фонду з площею 6 733 000 га, а у 2021 р. – 9 095 000 га. Частка заповідних територій має становити на 1 січня 2017 р. 11%, а на початок січня 2021 р. – 15% від площі держави; частка заповідання природоохоронних об'єктів від наявних для Херсонської області у 2013 р. була визначена на рівні 7,9% (224 800 га), у 2017 р. – 13,1% (372 800 га), а до 2021 р. цей показник має становити 17,9% (509 500 га). Фактичний стан віднесення об'єктів до природно-заповідного фонду на Херсонщині не відповідає перспективним планам у цьому напрямі та навіть не наближається сьогодні до показника 2017 р. [4]. У сучасних реаліях цей процес унеможлиблюється через низку чинників, які стримують процеси розширення природно-заповідного фонду регіону, тому перед науковцями, вченими, держаними службовцями та тими, хто безпосередньо зацікавлений у збереженні первозданної краси унікальної флори й фауни Херсонщини, постає завдання визначитися з основними чинниками та окреслити механізми щодо унеможливлення їх суттєвих проявів на шляху до створення ефективної екомережі регіону. Формування мережі природно-заповідного фонду відповідно до Стратегії регіонального розвитку є важливим фактором на шляху планування розвитку території регіонів, що має бути взаємоузгоджене з потребами економічного та соціального розвитку держави й приведе до створення ефективної, дієвої системи щодо заповідання територій як для конкретно взятого регіону, так і для всієї країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань щодо формування переліку перспективних об'єктів для заповідання в Херсонській області та визначенням чинників, що стримують цей процес, займаються досить тривалий час такі вітчизняні вчені, як М.Ф. Бойко, В.В. Дармостук, М.Я. Захарова, В.М. Клименко, Д.С. Мальчикова, І.І. Мойсієнко, І.О. Пилипенко, А.А. Пономарьова, О.Є. Ходосовцев [3; 4]. Ними на сьогодні виділено 125 нових, перспективних об'єктів природно-заповідного фонду, серед яких 3 регіональні ландшафтні парки, 71 заказник та 51 пам'ятка природи, які потребують заповідання задля збереження первозданної краси унікальної флори й фауни Херсонської області. Водночас науковцями наведено перелік чинників, які вже не один рік перешкоджають процесу переведення цих об'єктів до природно-заповідного фонду. Наявні фактори потребують подальшого вивчення та опрацювання задля пошуку дієвих механізмів, які б запобігали їх негативним проявам.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз стану розширення природно-заповідного фонду Херсонщини та визначення групи основних факторів, які стримують реалізацію цього процесу.

Виклад основного матеріалу. Збереження природних особливостей та їх множення сьогодні є одним із суттєвих пріоритетів у регіональному розвитку. Це створює додаткові передумови для економічного, екологічного, соціокультурного розвитку регіону та активізації в Херсонській області таких напрямів туризму, як культурно-пізнавальний, екскурсійний, рекреаційний, екологічний, зелений, а це приводить до отримання регіоном від цього додаткових фінансових коштів, які, зокрема, будуть спрямовані на охорону та збереження об'єктів природно-заповідного фонду (далі – ПЗФ).

Створення та розширення ПЗФ регіону розпочинаються перш за все з наявності заповідних об'єктів, площ залишків природних ділянок та вжиття заходів з активізації роботи над амбіційними проектами, що підлягають заповіданню. Всі ці процеси регулюються низкою законодавчих актів, в межах яких відбувається переведення територій до категорії об'єктів, які мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну та рекреаційну цінність.

До основної нормативно-правової бази, що регулює всі етапи формування ПЗФ країни й регіону, належить низка правових актів, перелік яких представлений у табл. 1.

Таблиця 1

**Перелік основних нормоутворюючих актів,
що регулюють процеси створення ПЗФ в Україні**

№	Основні нормативно-правові документи	Ключові положення, які регулюються нормативно-правовим актом
1.	Закон України «Про природно-заповідний фонд України» від 16 червня 1992 р. № 2456-ХІІ	Визначає правові основи організації, охорони, ефективного використання природно-заповідного фонду України, відтворення його природних комплексів та об'єктів.
2.	Указ Президента «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» № 722/2019	Визначено створення нових територій природно-заповідного фонду, передбачено потроєння площі заповідних територій до 2030 р.
3.	Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6 серпня 2014 р. № 385	Передбачає раціональне використання рекреаційних ресурсів територій та об'єктів природно-заповідного фонду для формування економічного середовища та розвитку сфери зайнятості населення в регіонах. Підвищує рівень обізнаності населення щодо цінностей територій та об'єктів природно-заповідного фонду й залучення населення до управління ними.
4.	Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення концепції Загальнодержавної програми збереження біорізноманіття на 2005–2025 роки» від 22 вересня 2004 р. № 675-р	Окреслено основні пріоритети державної політики у сфері природокористування, екологічної безпеки та охорони довкілля, що є невід'ємною умовою поліпшення стану довкілля та екологічно збалансованого соціально-економічного розвитку.

Джерело: сформовано на основі [4; 7]

Проаналізований перелік нормативних актів формує правову базу, яка регулює основні процеси щодо захисту флори та фауни в середовищі їх існування, збереження біологічного різноманіття та сталого використання й відтворення ПЗФ. У наведених законодавчих документах прописані «правила гри» щодо ведення діяльності у сфері охорони біологічного та ландшафтного різноманіття, що забезпечує збереження його первозданного виду та спонукає до переведення об'єктів під заповідання та розширення ПЗФ. Однак, незважаючи на це, у країні та регіонах створення нових територій ПЗФ

через заповідання територій не має тих темпів, які встановлені цими нормативно-правовими актами, а все це відбувається через наявність факторів, які гальмують та унеможливають ці процеси.

Аналізуючи стан заповідання та переведення об'єктів Херсонщини до природно-заповідного фонду, бачимо, що сьогодні ситуація така: регіон налічує у своєму складі 82 об'єкти (загальною площею 370 836,7 га), з яких 16 об'єктів загальнодержавного значення і 66 об'єктів місцевого значення. Показник заповідності області за період незалежності країни зріс із 6,4% (182 907 га) у 1991 р. до 10,9% (182 907 га) у 2019 р. Водночас, враховуючи законодавчо-правові акти та перспективні плани щодо цього, бачимо, що регіон відстає від запланованих показників, адже у 2017 р. показник заповідання мав бути 13,1%, а він порівняно з 2019 р. нижче на 2,1 в. п. і навряд чи у 2021 р. дійде до запланованих 17,9%. Повільний стан заповідання зумовлений також тим, що серед наявних площ, які віднесені до природно-заповідного фонду, близько 120 000 га (майже 4%) становлять акваторії морів, лиманів, заток, тому площа заповідних територій області вкрай недостатня [3].

Водночас регіон має достатню кількість територій, які з огляду на свою природну, історичну, культурну цінність мають бути переведені до ПЗФ загальнодержавного чи місцевого значення. Сьогодні вченими сформовано перспективний план заповідання території Херсонщини, на рис. 1 відображено кількісний склад об'єктів відповідно до новоутворених територіальних одиниць регіону, які в майбутньому мають поповнити наявний перелік об'єктів, що увійдуть до ПЗФ області.



Рис. 1. Кількісний склад об'єктів Херсонщини по районах, які входять до перспективного плану під заповідання

Джерело: розроблено за даними [1; 4]

Херсонщина з липня 2020 р. має 5 районів, відповідно до чого був здійснений розподіл територій, які в перспективі поповнять природно-заповідний фонд регіону.

З рис. 1 видно, що Бериславський район має найбільшу кількість об'єктів, які підлягають під заповідання, а саме 45, найменший показник має Генічеський район, а саме 10, інші три райони мають у кількісному складі середній показник територій під заповідання порівняно зі згаданими двома районами вище. Перелік планових об'єктів під заповідання становить 125 із загальною площею 161 264,8 га, що становить 5,67% території області, тобто кількість об'єктів природно-заповідного фонду Херсонщини може збільшитися до 207 з площею 490 092,5 га, що дасть змогу збільшити частку заповідання регіону до 16,57% та наблизитися до показника, який визначений загальнодержавною стратегією, а це 17,9%.

До об'єктів, які сьогодні підлягають заповіданню в Херсонській області найближчим часом, віднесено такі [4]:

- регіональні ландшафтні парки: «Гаврилівський», «Гілея», «Долина курганів»;
- ландшафтні заказники загальнодержавного значення: «Арабатський степ», «Бобровий Кут», «Бургунська балка», «Василівська балка», «В'яземський», «Дончиха», «Забарине», «Західний Сиваш», «Короводинський», «Озеро Соколовське», «Острови Коянли», «Рогачик», «Старошведський», «Тягинська балка», «Узбережжя Чонгарської протоки», «Чорна Долина»;
- ботанічні заказники загальнодержавного значення: «Барнашівський під», «Зелений під», «Кардашинське болото», «Малий Чапельський під», «Пригірський», «Степовий під Гарбузи», «Шилова балка»;
- ландшафтні заказники місцевого значення;
- ботанічні заказники місцевого значення;
- гідрологічні заказники: «Бехтерські озера»;
- загальнозоологічні заказники: «Ягорлицький степ»;
- орнітологічні заказники: «Каланчацькі острови імені Т.Б. Ардамацької»;
- геологічні пам'ятки природи місцевого значення: «Відслонення відкладів міоцену біля села Львове»;
- ландшафтні пам'ятки природи місцевого значення: «Острівець»;
- комплексні пам'ятки природи місцевого значення: «Байди-Бомбандери»;
- ботанічні пам'ятки природи місцевого значення;
- кургани.

Перелік об'єктів під заповідання, що знаходяться в регіоні, є широким, а також є ті об'єкти, які вже перебувають на межі винищення, тому слід вжити низку заходів, які сформулюють належні умови для збереження первозданності місцевої флори та фауни. Для формування першочергових кроків щодо розширення ПЗФ слід визначитися з наявним переліком факторів, що стримує розширення ПЗФ Херсонської області, до яких перш за все можна віднести такі:

- антропогенний тиск;
- бюрократичний підхід до формування ПЗФ регіону;
- нецільове використання територій (вилучення земель під інші господарські потреби);
- розораність земель.

Бюрократичний підхід до формування ПЗФ регіону – це низка перепон, бар'єрів на етапах переведення територій під заповідання, що відбувається з боку як державних органів влади, так і місцевих. Під нецільовим використанням території регіону розуміється переведення заповідних територій під сільське господарство, а також сюди віднесені засмічення вод, лісів та урочищ, вирубка дерев, самовільне захоплення заповідних земель, браконьєрство. Ще одним чинником, який має свій вплив, є розораність земель регіону. Сьогодні Херсонська область є найбільш синантропізованою серед усіх областей України. Суттєвих змін зазнали степові ландшафти через свої чорноземи та легкість їх освоєння. Однак, незважаючи на це, Херсонщина повинна рухатися

перспективним планом заповідання територій регіону та долати негативні фактори, з якими доводиться стикатися, щоби зберегти свою культурну, природну та рекреаційну спадщину.

Висновки. Планомірне здійснення систематичного заповідання територій Херсонщини сприятиме збереженню екосистеми в її первозданному вигляді. Отримання статусу охоронного об'єкта державного чи місцевого рівня гарантує цій території недоторканість та розвиток унікальних природних анклавів, а також стимулює розвиток рекреаційної діяльності. Також розширення переліку об'єктів природно-заповідного фонду Херсонської області та збереження наявних заповідних територій мають позитивний ефект щодо розвитку рекреаційної та оздоровчої діяльності, що дасть змогу здійснювати такі дії:

- оптимізувати рекреаційне використання територій та об'єктів ПЗФ, визначити допустимі рекреаційні навантаження на природні комплекси;
- сприяти розвитку спеціальних видів туризму, зокрема спостереження за тваринами, походи маршрутами історичних і літературних героїв;
- забезпечити реалізацію економічних проєктів установ ПЗФ у сфері рекреації та інших видів господарської діяльності в тих її формах, що не руйнують і не пошкоджують навколишнє природне середовище;
- сприяти залученню місцевого населення та громад до рекреаційної діяльності, зокрема до сільського та екотуризму.

Реалізація цих напрямів забезпечить створення сприятливих умов для відпочинку та оздоровлення населення в природних умовах, сталий розвиток громад та регіону, формування нових робочих місць.

Список використаних джерел:

1. Кирилов Ю.Є., Присяжнюк П.В. Стан та соціально-економічне обґрунтування створення мережі заповідних територій Херсонської області. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 2 (113). С. 197–201.
2. Кравченко О.В. Правовий режим природно-заповідного фонду України: історія формування, юридичні аспекти та закордонний досвід. Львів : Манускрипт, 2017. 92 с.
3. Мойсієнко І.І. Нові перспективні в туристичному відношенні об'єкти природно-заповідного фонду на Херсонщині. *Розвиток екологічного туризму в країнах Чорноморського басейну: ресурси та інновації* : збірник тез доповідей. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2012. С. 51–53.
4. Мойсієнко І.І., Ходосовцев О.Є., Пилипенко І.О., Бойко М.Ф., Мальникова Д.С., Клименко В.М., Пономарьова А.А., Захарова М.Я., Дармоустук В.В. Перспективні заповідні об'єкти Херсонської області. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2020. 166 с. DOI: 10.32782/978-966-992-049-2/1-166.
5. Природно-заповідний фонд України. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/pzf.menr.gov.ua> (дата звернення: 01.12.2020).
6. Природно-заповідний фонд Херсонської області. URL: <http://www.library.kherson.ua/young/eco/9.htm> (дата звернення: 01.12.2020).
7. Про природно-заповідний фонд України : Закон України від 16 червня 1992 р. № 2457-ХІІ / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12> (дата звернення: 01.12.2020).

References:

1. Kyrylov Yu.Ie., Prysiazhniuk P.V. (2020) Stan ta sotsialno-ekonomichne obgruntuвання stvorennia merezhi zapovidnykh terytorii Khersonskoi oblasti [Status and socio-economic justification for the creation of a network of protected areas in the Kherson region]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 2 (113), pp. 197–201.
2. Kravchenko O.V. (2017) Pravovyi rezhym pryrodno-zapovidnoho fondu Ukrainy: istoriia formuvannia, yurydychni aspekty ta zakordonnyi dosvid [Legal regime of the nature reserve fund of Ukraine: history of formation, legal aspects and foreign experience]. Lviv: Manuskrpt. (in Ukrainian)

3. Moisiienko I.I. (2012) Novi perspektyvni v turystychnomu vidnoshenni obiekty pryrodno-zapovidnoho fondu na Khersonshchyni. [New promising in terms of tourism objects of the nature reserve fund in the Kherson region]. *Rozvytok ekolohichnoho turyzmu v krainakh Chornomorskoho baseinu: resursy ta innovatsii: zbirnyk tez dopovidei*. Kherson: PP Vyshemyrskyi V.S., pp. 51–53.

4. Moysiyenko I.I., Khodosovtsev A.Ye., Pylypenko I.O., Boiko M.F., Malchykova D.S., Klymenko V.M., Ponomarova A.A., Darmostuk V.V., Zaharova M.Ya. (2020) Perspektyvni zapovidni obiekty Khersonskoi oblasti [Perspective nature protected objects of Kherson region]. Kherson: Helvetica. DOI: 10.32782/978-966-992-049-2/1-166.

5. Pryrodno-zapovidnyi fond Ukrainy [Nature Reserve Fund of Ukraine] Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/pzf.menr.gov.ua> (accessed 01 December 2020).

6. Pryrodno-zapovidnyi fond Khersonskoi oblasti [Nature Reserve Fund of Kherson region]. Available at: <http://www.library.kherson.ua/young/eco/9.htm> (accessed 01 December 2020).

7. Pro pryrodno-zapovidnyi fond Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 16.06.92 r. № 2457-XII [On the Nature Reserve Fund of Ukraine: Law of Ukraine of June 16, 92 No. 2457-XII] / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12> (accessed 01 December 2020).

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.64

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.19>

Адонін С.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Калашнікова Ю.М.

студент,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Adonin Sergei, Kalashnikova Yulia

Oles Honchar Dnipro National University

ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

ASSESSMENT OF FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

У статті розглянуто сутність, типи та проблеми фінансової стійкості підприємства, представлено результати оцінювання фінансової стійкості на прикладі ПАТ «Дніпрогаз» та запропоновано шляхи підвищення фінансової стійкості підприємства. Ця оцінка дає можливість підприємству функціонувати та розвиватися у мінливому зовнішньому середовищі та реагувати на його зміни. Оцінювання здійснено на основі абсолютних та відносних показників. У ході аналізу фінансової стійкості ПАТ «Дніпрогаз» використано дані фінансових звітів за 2017–2019 рр. Результати отримано за допомогою методів аналізу та синтезу, порівняння. За результатами оцінки виявлено послаблення фінансового стану підприємства, з'ясовано, що ПАТ «Дніпрогаз» є фінансово нестабільним, залежить від позикових коштів, має високий рівень фінансових ризиків. Визначено основні проблеми фінансової стійкості та запропоновано заходи покращення.

Ключові слова: фінансова стійкість, оцінка, фінансовий стан, платоспроможність, показники фінансової стійкості, фінансова рівновага.

В статье рассмотрены сущность, типы и проблемы финансовой устойчивости предприятия, представлены результаты оценивания финансовой устойчивости на примере ЧАО «Днепрогаз» и предложены пути повышения финансовой устойчивости предприятия. Эта оценка дает возможность предприятию функционировать и развиваться в меняющейся внешней среде и реагировать на ее изменения. Оценивание осуществлено на основе абсолютных и относительных показателей. В ходе анализа финансовой устойчивости ЧАО «Днепрогаз» использованы данные финансовых отчетов за 2017–2019 гг. Результаты получены с помощью методов анализа и синтеза, сравнения. По результатам оценивания обнаружено ослабление финансового состояния предприятия, выяснено, что ЧАО «Днепрогаз» является финансово нестабильным, зависит от заемных средств, имеет высокий уровень финансовых рисков. Определены основные проблемы финансовой устойчивости и предложены меры улучшения.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, оценка, финансовое состояние, платежеспособность, показатели финансовой устойчивости, финансовое равновесие.

The article considers the essence, types and problems of financial stability of the enterprise, the results of the assessment of financial stability on the example of Public Company “Dniprogaz” are presented and ways to increase the financial stability of the enterprise are suggested.

The purpose of the article is to reveal the essence of the financial stability of the enterprise, to assess the state of financial stability of the enterprise on the example of Public Company "Dniprogaz" and to identify ways to increase it. The relevance and importance of research on the system of ensuring and assessing the financial stability of the enterprise is due to the fact that in modern conditions the enterprise is affected by many different factors that threaten the stability of operation and competitiveness. The objectivity of the assessment depends on the conditions of activity, the methods of its provision and assessment methods. This assessment enables the company to operate and develop in a changing environment and respond accordingly to its changes. The financial condition of the enterprise is influenced by a number of factors, such as instability of tax and regulatory legislation, inflationary processes, increased competition, insufficient level of innovation activity and others. Overcoming these negative factors is the basis of enterprise development strategy. The assessment was conducted on the basis of absolute and relative indicators of financial stability, because it is through these indicators it is possible to conclude about the management of financial stability of the enterprise as a whole. During the analysis of financial stability of Public Company "Dniprogaz" the data of financial statements for 2017–2019 were used. The results were obtained using methods of analysis, synthesis and comparison. Based on the results of the assessment, the financial debilitating of the enterprise was observed, the fact that Public Company "Dniprogaz" is financially unstable, dependent on borrowed funds and has a high level of financial risks was found out. Types, the main problems of financial stability were identified and improvements were proposed.

Key words: financial stability, assessment, financial condition, solvency, indicators of financial stability, financial equilibrium.

Постановка проблеми. Актуальність та важливість досліджень системи забезпечення та оцінювання економічної стійкості підприємства зумовлені тим, що в сучасних умовах на підприємство впливає безліч різних факторів, які загрожують стабільності функціонування та конкурентоспроможності. Будь-яке підприємство як соціально-економічна система незалежно від форми власності та сфери діяльності може успішно функціонувати у зовнішньому середовищі, якщо воно має відповідний запас міцності, що дає йому змогу опанувати нові ринкові правила та забезпечувати міцну конкурентну позицію на ринку. Важливим є визначення фінансової стійкості підприємств, основних критеріїв та показників, місця оцінки в системі фінансового менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо сутності, проблем та напрямів зміцнення фінансової стійкості підприємств дуже складні та потребують досконалого вивчення. Дослідженням проблем та методів оцінювання фінансової стійкості підприємства присвячені праці таких учених, як В.О. Подольська, О.О. Оржинська, О.Є. Журавльова, О.І. Пацула, О.М. Мельник. Проте, незважаючи на значний внесок науковців, деякі питання цієї теми все ще залишаються маловивченими.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття сутності фінансової стійкості підприємства, оцінювання стану фінансової стійкості підприємства на прикладі ПАТ «Дніпрогаз» та визначення шляхів її підвищення. Основне завдання аналізу фінансової стійкості полягає у визначенні спроможності підприємства протистояти негативному впливу різноманітних факторів, що погіршують його фінансовий стан.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах економічної нестабільності перед підприємствами постає складне завдання, що полягає у мінімізації негативного впливу чинників на діяльність підприємства, забезпеченні ефективного управління фінансовими ресурсами та збереженні фінансової стійкості, що є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства.

Зазначимо, що під фінансовою стійкістю підприємства слід розуміти платоспроможність підприємства за умови дотримання фінансової рівноваги між власними та позиковими фінансовими ресурсами. Саме оцінювання фінансової стійкості дає змогу зовнішнім користувачам визначити фінансові можливості підприємства у майбутньому [1].

Фінансово стійким можна вважати підприємство, яке захищене від зовнішніх негативних впливів, незалежне від кредиторів, а ризик банкрутства є дуже низьким.

У такого підприємства доходи перевищують витрати, воно вільне у фінансових маневрах, ефективно використовує кошти.

Фінансова стійкість передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитися за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток має забезпечити незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел.

Зазвичай визначають такі чотири типи фінансової стійкості підприємства:

- абсолютна фінансова стійкість, тобто будь-які витрати, наприклад, пов'язані із закупівлями, підприємство покриває власними активами, не беручи кредити; у цьому випадку підприємство не накопичує борги, в системі роботи немає збоїв, все підпорядковано суворій фінансовій дисципліні;

- нормальна фінансова стійкість, тобто підприємство покриває запаси за допомогою оборотних і грамотно залучених засобів; вважається, що цей тип найбільш сприятливий для розвитку підприємства;

- нестійкий фінансовий стан, коли підприємство зазнає труднощів із платоспроможністю; у такому разі фінансова дисципліна неефективна, надходження грошей нерегулярні, підприємство не дотримується свого плану розвитку;

- кризовий фінансовий стан, тобто підприємство може у будь-який момент збанкрутувати, бо не має змоги відповісти за своїми зобов'язаннями.

Щоб визначити, до якого типу належить підприємство, необхідно обчислити певні показники фінансової стійкості.

Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є його інноваційна активність. Це поняття характеризує і визначає динаміку та інтенсивність змін на підприємстві, пов'язаних з ефективною інноваційною діяльністю. Також інноваційна активність показує віддачу ресурсів щодо результатів інноваційної діяльності та можливість її позитивної зміни [2].

Інноваційно-активні підприємства стоять на шляху забезпечення фінансової стійкості, більшість підприємств займається інноваційною діяльністю за власний рахунок, досягнути фінансової стабільності у майбутньому їм допоможуть постійний моніторинг діяльності та фінансове прогнозування.

Серед українських інноваційно-активних та найбільш фінансово стійких підприємств можна виокремити «Южмаш», «Нову Пошту», «Фармак», «Турбоатом», «Розетку», «Сільпо», «Дарницю». Ці підприємства є лідерами у своїх галузях, можуть без залучення зовнішніх джерел реалізовувати власні інноваційні проекти, що пояснює їх високу інноваційну активність.

Однією з важливих складових частин забезпечення фінансової стійкості є управління фінансами підприємства, сутність якого полягає в пошуку та розподілі фінансових ресурсів.

Процес довгострокового (стратегічного) управління фінансовими ресурсами на підприємстві неможливий без правильно розробленої фінансової політики, яка формується на вищому рівні управління і є свого роду нормативною базою щодо управління грошовим капіталом.

Метою фінансової політики є поетапна реалізація вибраної стратегії підприємства, для чого вирішуються такі завдання: вибір найбільш ефективних шляхів реалізації стратегії, забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, досягнення оптимального співвідношення власного й позикового капіталу [3].

Для управління фінансами підприємства застосовується фінансовий механізм, або фінансовий менеджмент.

Ефективний фінансовий менеджмент дає змогу забезпечувати постійне зростання власного капіталу, істотно підвищувати його конкурентну позицію на товарному й фінансовому ринках, забезпечувати стабільний економічний розвиток у стратегічній перспективі [4].

У сучасних умовах дуже важливим стає вдосконалення системи управління фінансовими ресурсами підприємства, яке буде забезпечувати його адаптацію до швидко мінливого бізнес-середовища та сприяти зміцненню фінансової стійкості. Досягти цього можна тільки за допомогою чіткої регламентації дій всіх структурних елементів системи управління на кожному етапі процесу прийняття управлінських рішень.

Сьогодні проблеми фінансової стійкості підприємств тісно пов'язані із загальними економічними проблемами. Значний вплив на рівень фінансової стійкості має фаза економічного циклу, оскільки у кризовий період темпи реалізації продукції значно відстають від темпів виробництва. Проблемою є скорочення збуту, що відбувається внаслідок зменшення інвестицій у товарні запаси. Це приводить до зменшення ліквідності та платоспроможності підприємств, як наслідок, до зниження фінансової стійкості. Також наявна проблема прострочення заборгованості постачальникам, банкам, персоналу, бюджету, позабюджетним фондам та іншим кредиторам. Високе зростання простроченої заборгованості означає швидке й значне скорочення фінансових джерел.

Оцінювання фінансової стійкості здійснюється на основі визначення ступеня фінансової стійкості (абсолютних показників) та на основі відносних показників.

Аналіз фінансової стійкості проведемо на прикладі ПАТ «Дніпрогаз». Розрахуємо показники для визначення ступеня фінансової стійкості підприємства (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Оцінка фінансової стійкості ПАТ «Дніпрогаз» на основі абсолютних показників

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019/2017 рр.
Джерела власних засобів	118 996	156 775	518 544	399 548
Необоротні активи	254 762	277 788	269 110	14 348
Наявність власних оборотних засобів	-135 766	-121 013	249 434	385 200
Довгострокові кредити та залучені кошти	82 021	141 780	79 921	-2 100
Наявність власних оборотних засобів і довгострокових джерел формування запасів і витрат	-53 745	20 767	329 355	383 100
Загальний обсяг основних джерел формування запасів і витрат	-53 745	20 767	329 355	383 100
Загальний розмір запасів	9 517	22 026	13 641	4 124
Надлишок або нестача власних оборотних засобів для формування запасів і витрат	-145 283	-143 039	235 793	381 076
Надлишок або нестача власних і довгострокових залучених джерел формування запасів і витрат	-63 262	-1 259	315 714	378 976
Надлишок або нестача загального обсягу основних джерел формування запасів і витрат	-63 262	-1 259	315 714	378 976
Тривимірний показник фінансової ситуації	(0;0;0)	(0;0;0)	(1;1;1)	

Отже, протягом 2017–2018 рр. спостерігаємо кризовий фінансовий стан підприємства, запаси й витрати не забезпечуються джерелами їх формування, підприємство перебуває на межі банкрутства. У 2019 р. склалася протилежна ситуація, а саме абсолютна фінансова стійкість, проте це не є оптимальним, оскільки в цьому разі підприємство не бажає або не має можливості використати зовнішні джерела коштів для фінансування основної діяльності.

Проведемо аналіз відносних показників фінансової стійкості ПАТ «Дніпрогаз» (табл. 2) [5].

Таблиця 2

Оцінка фінансової стійкості ПАТ «Дніпрогаз» на основі відносних показників

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019/2017 рр.
Індекс постійного активу	2,24	1,85	0,53	-1,71
Коефіцієнт реальної вартості майна	0,50	0,48	0,42	-0,09
Фондовіддача	1,86	1,67	1,51	-0,35
Коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів	0,68	0,89	1,25	0,57
Коефіцієнт покриття запасів	20,14	19,33	51,97	31,84
Коефіцієнт автономії	0,27	0,29	0,84	0,58
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	4,76	4,50	2,19	-2,57
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	1,27	1,29	1,84	0,58
Коефіцієнт фінансування	0,21	0,22	0,46	0,25
Коефіцієнт фінансової стійкості (довгострокового фінансування)	0,46	0,56	0,97	0,52
Коефіцієнт фінансового левериджу	0,72	0,94	0,16	-0,56

Отже, проаналізувавши наведені в таблиці показники, бачимо таке:

- зменшення виробничого потенціалу підприємства (зниження коефіцієнта реальної вартості майна);
- зниження ефективності управління основними засобами на підприємстві;
- коефіцієнт покриття запасів зріс у 2019 р., що є позитивним для підприємства й означає підвищення фінансової стійкості;
- підприємство фінансово нестабільне, на що вказує коефіцієнт фінансування (значення менше за одиницю);
- рівень банкрутства є низьким, оскільки на кінець періоду 97% активів фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань;
- рівень левериджу високий, оскільки сума позикового капіталу є вищою за власний; таке явище свідчить про високий рівень фінансових ризиків.

Загалом ПАТ «Дніпрогаз» є фінансово нестійким, що свідчить про неефективність прийнятих управлінських рішень, низьку ліквідність та платоспроможність підприємства.

До основних шляхів підвищення фінансової стійкості підприємства, на які варто звернути особливу увагу, можна віднести такі:

- для раціонального використання виробничих запасів слід запровадити чітку систему планування цих запасів;
- для зменшення ризику неповернення коштів за реалізовану продукцію слід здійснювати аналіз платоспроможності та фінансової стійкості покупців;
- слід розробити політику збору платежів за реалізовану продукцію щодо контрагентів;
- слід запровадити моніторинг щодо стану дебіторської заборгованості;
- для збільшення ліквідності, підвищення рентабельності та прибутків підприємства слід використовувати такий вид банківських послуг, як факторинг;

– слід запровадити ефективний механізм управління фінансами на підприємстві.

Висновки. Таким чином, під фінансовою стійкістю розуміють його платоспроможність з дотриманням умови фінансової рівноваги між власними та залученими коштами. Застосування абсолютних та відносних показників дає можливість оцінити фінансову стійкість підприємства та визначити фактори, які впливають на забезпечення та підтримку стійкого фінансового стану суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 392 с.
2. Токарев О.М., Гук О.В. Фінансова стійкість підприємств як передумова його інноваційного розвитку. *Сучасні підходи до управління підприємством* : збірник наукових праць. Київ, 2018. С. 284–291.
3. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
4. Кадуріна Л.О. Фінанси підприємств. Донецьк : Донбаський інститут техніки та менеджменту ім. Ю. Бугая, 2012.
5. Фінансова звітність 2017–2019 рр. Офіційний сайт ПАТ «Дніпрогаз». URL: <https://dpgor.104.ua/ua/informacija-pro-kompaniju/informacija-dlja-akcioneriv/accouting> (дата звернення: 20.10.2020).

References:

1. Kramarenko G.O., Chorna O.Ye. (2008) Finansovyj analiz [Financial analysis]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
2. Tokarev O.M., Guk O.V. (2018) Finansova stijkist pidpryyemstv yak peredumova jogo innovacijnogo rozvytku [Financial stability of enterprises as a prerequisite for its innovative development]. *Suchasni pidhody do upravlinnya pidpryyemstvom: zbirnyk naukovykh pracz*, pp. 284–291.
3. Bedryniec M.D., Doygan L.P. (2018) Finansy pidpryyemstv [Enterprise finance]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
4. Kadurina L.O. (2012) Finansy pidpryyemstv [Enterprise finance]. Donetsk: Donbaskyj instytut texniki ta menedzhmentu im. Yu. Bugaya. (in Ukrainian)
5. Oficijnyj sajt PAT “Dniprogaz” (2017–2019). Finansova zvitnist. Available at: <https://dpgor.104.ua/ua/informacija-pro-kompaniju/informacija-dlja-akcioneriv/accouting> (accessed 20 October 2020).

УДК 336.74-026.21-048.34(477)

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.20>**Пріхно І.М.**

доктор економічних наук, доцент,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2922-5548>

Частоколенко І.П.

кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля
Національного університету цивільного захисту України

Марченко А.П.

викладач,
Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля
Національного університету цивільного захисту України

Prikhno Iryna

Cherkasy State Technological University

Chastokolenko Ihor

Cherkasy Institute of Fire Safety named after the Heroes of Chernobyl
National University of Civil Defense of Ukraine

Marchenko Artem

Cherkasy Institute of Fire Safety named after the Heroes of Chernobyl
National University of Civil Defense of Ukraine

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБСЯГУ І СТРУКТУРИ ГРОШОВОЇ МАСИ В УКРАЇНІ

DIRECTIONS OF OPTIMIZATION OF THE SIZE AND STRUCTURE OF MONEY SUPPLY IN UKRAINE

У статті подано тлумачення терміна «грошова маса» і з'ясовано, що вимірювання грошової маси здійснюється за допомогою грошових агрегатів, яких в Україні налічується чотири (M_0 , M_1 , M_2 , M_3). Окреслено зміст та основні характеристики грошових агрегатів, здійснено їх порівняння. Проаналізовано динаміку зміни грошових агрегатів в Україні протягом останніх років в абсолютному вираженні, а також досліджено питому вагу грошових агрегатів у загальній грошовій масі. Проаналізовано рівень монетизації економіки України на основі розрахунку співвідношення грошового агрегату M_0 та ВВП і співвідношення грошового агрегату M_2 та ВВП. Отримано результати дослідження грошової маси, грошових агрегатів та показників, що свідчать про рівень монетизації економіки, зіставлено їх із нормативними значеннями, на основі чого зроблено висновки щодо тенденцій, притаманних сучасній грошово-кредитній системі України. Запропоновано основні напрями оптимізації обсягу й структури грошової маси в Україні.

Ключові слова: грошова маса, грошові агрегати, монетизація економіки, структура грошової маси, грошово-кредитна система.

В статье предоставлено толкование термина «денежная масса» и выяснено, что измерение денежной массы осуществляется с помощью денежных агрегатов, которых в Украине насчитывается четыре (M_0 , M_1 , M_2 , M_3). Обозначены содержание и основные характеристики денежных агрегатов, осуществлено их сравнение. Проанализирована динамика изменения денежных агрегатов в Украине в течение последних лет в абсолютном выражении, а также исследован удельный вес денежных агрегатов в общей денежной массе. Проанализирован уровень монетизации экономики Украины на основе расчета соотношения денежного агрегата M_0 и ВВП и соотношения денежного агрегата M_2 и ВВП. Получены результаты исследования денежной массы, денежных агрегатов и показателей, которые свидетельствуют об уровне монетизации экономики, сопоставлены

они с нормативными значениями, на основе чего сделаны выводы о тенденциях, присущих современной денежно-кредитной системе Украины. Предложены основные направления оптимизации объема и структуры денежной массы в Украине.

Ключевые слова: денежная масса, денежные агрегаты, монетизация экономики, структура денежной массы, денежно-кредитная система.

The article proves the relevance of the study of the composition and structure of the money supply and its optimization and rationalization, as the current state of the money supply in Ukraine is characterized by a number of problems, the solution of which is important to strengthen the money market in Ukraine and abroad. The purpose of the study is determined, which is a thorough analysis of the money supply in Ukraine in terms of changes in monetary aggregates and identify areas for optimizing the composition and structure of the money supply. To achieve this goal, the following research methods were used: the method of generalization and systematization – to clarify the essence of the money supply and monetary aggregates; methods of analysis and synthesis, economic-statistical and graphical methods – to study the dynamics of the composition and structure of the money supply, as well as the coefficients of monetization; expert-analytical – to substantiate the areas of optimization of the volume and structure of the money supply in Ukraine. An interpretation of the term “money supply” is given and it is found out that the measurement of money supply is carried out with the help of monetary aggregates, of which there are four in Ukraine (M0, M1, M2, M3). The content and main characteristics of monetary aggregates are outlined, compared, and it is found that each subsequent monetary aggregate has less liquidity than the previous one. The dynamics of changes in monetary aggregates in Ukraine in recent years in absolute terms is analyzed, and the share of monetary aggregates in the total money supply is studied. The level of monetization of the Ukrainian economy is analyzed on the basis of calculating the ratio of the monetary aggregate M0 to GDP and the ratio of the monetary aggregate M2 to GDP. The results of the study of money supply, monetary aggregates and indicators that indicate the level of monetization of the economy, compared with the normative values, based on which conclusions are drawn about the trends inherent in the modern monetary system of Ukraine. It is concluded that there are both positive and negative trends in the impact of money supply on the development of Ukraine’s economy. The main directions of optimization of the volume and structure of the money supply in Ukraine are proposed, the implementation of which will have a positive impact on the stabilization of the monetary system in the country and will increase the level of economic development of the state.

Key words: money supply, monetary aggregates, monetization of economy, structure of money supply, monetary system.

Постановка проблеми. Стабільність функціонування грошового ринку забезпечується здійсненням ефективної та обґрунтованої грошово-кредитної політики. Одним з об’єктів, який регулюється за допомогою інструментів грошово-кредитної політики, є грошова маса. Цей показник є чутливим до навіть незначних змін на грошовому ринку, в результаті чого змінюються обсяг, склад і структура грошової маси, що має суттєвий вплив на такі показники, як швидкість обігу грошей, формування платоспроможного попиту, формування ресурсної бази банків і небанківських фінансово-кредитних установ, ринкова кон’юнктура.

З огляду на нестабільність вітчизняного грошового ринку, що спричинена глибокою економічною кризою в Україні та проявляється у формі розбалансування грошової маси й дестабілізації національної грошової одиниці, необхідним є визначення напрямів грошово-кредитної політики, спрямованих на подолання дисбалансів на грошовому ринку та оптимізацію обсягу й структури грошової маси в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням регулювання грошової маси в Україні присвячена значна кількість публікацій у вітчизняних та зарубіжних виданнях, у яких йдеться про сутність грошової маси, її склад, аналіз грошової маси та основних показників грошового ринку, виявлення чинників впливу на грошову масу тощо. До найбільш значимих слід віднести праці таких науковців, як О. Божанова, В. Варцаба, А. Гальчинський, В. Геєць, О. Гудзовата, А. Гриценко, Т. Васильців, О. Дзюблук, М. Єрмошенко, Ю. Краснянська, В. Лагутін, О. Марченко, В. Міщенко, Н. Мос-

товенко, В. Огородник, О. Омельченко, О. Рац, М. Савлук, В. Стельмах, М. Швайко, О. Шишкіна, А. Чухно, С. Шумська, П. Юхименко.

Проте сучасний стан функціонування грошової маси в Україні характеризується наявністю низки проблем, вирішення яких є надзвичайно актуальним для зміцнення позицій грошового ринку як в Україні, так і за кордоном, що потребує продовження досліджень складу й структури грошової маси, а також її оптимізації і раціоналізації.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є ґрунтовний аналіз грошової маси в Україні у розрізі зміни грошових агрегатів протягом 2015–2019 рр. та виявлення напрямів оптимізації складу й структури грошової маси.

Виклад основного матеріалу. Будь-яке дослідження необхідно починати зі з'ясування сутності досліджуваного поняття. Тлумачення економічного терміна «грошова маса» не вимагає дискусій, оскільки є досить усталеним і трактується у наукових працях більшості вітчизняних науковців як «сукупність запасів грошей, випущених в обіг, у всіх їх формах, які перебувають у розпорядженні суб'єктів ринку в даний момент часу» [1, с. 172; 2, с. 33–34].

Проте є інше розуміння цього поняття. Так, О. Шишкіна погоджується з вищенаведеним визначенням, але доповнює його таким тлумаченням: грошова маса – це «сукупність споживчих, платіжних і нагромаджених коштів, що обслуговує економічні зв'язки і належить фізичним, юридичним особам та державі» [2, с. 33–34].

Зауважимо, що фактично вся наявна в обігу грошова маса є пропозицією грошей у державі.

Вимірювання грошової маси, яка перебуває в обігу, здійснюється за допомогою грошових агрегатів, під якими розуміються кількісні показники грошової маси, що характеризують певний набір її елементів залежно від видів грошей та ступеня їх ліквідності [1, с. 172].

В Україні Національним банком України визначено й використовується в практичній діяльності чотири грошових агрегати, які називаються М0, М1, М2, М3 (табл. 1).

Таблиця 1

Види та основні характеристики грошових агрегатів в Україні

Вид грошового агрегату	Зміст та основні характеристики грошового агрегату
Грошовий агрегат М0	Відображає масу готівки, яка перебуває в обігу поза банківською системою (банкноти та монети на руках у фізичних осіб і в касах юридичних осіб). Готівкові гроші в касах банків до складу цього агрегату не входять.
Грошовий агрегат М1	Включає агрегат М0 та переказні депозити в національній валюті (фінансові активи, що за першою вимогою власника можуть бути обміняні на готівкові кошти за номіналом та безпосередньо використані для здійснення платежу) – це гроші, які перебувають в обігу поза банками, та кошти, які знаходяться на поточних рахунках у національній валюті (депозити до запитання).
Грошовий агрегат М2	Включає агрегат М1, переказні кошти в іноземній валюті (кошти в іноземній валюті, що за першою вимогою можуть бути обмінені на готівкові – депозити в іноземній валюті) та інші кошти (непереказні кошти до запитання, строкові кошти та кошти за іменними ощадними (депозитними) сертифікатами, емітованими банками).
Грошовий агрегат М3	Включає агрегат М2 та цінні папери власного боргу банків (грошові активи у вигляді банківських векселів, депозитних сертифікатів, облігацій, казначейських зобов'язань тощо, крім акцій), а також кошти клієнтів, що перебувають у довірчому управлінні банків.

Джерело: складено авторами на основі [1; 2]

Порівнюючи грошові агрегати, вважаємо доцільним відзначити такі основні моменти: по-перше, кожний наступний грошовий агрегат містить попередній агрегат, тобто збільшується на величину попереднього грошового агрегату; по-друге, всі грошові агрегати мають різну ліквідність, тобто здатність до швидкого обертання, при цьому найвищу ліквідність має грошовий агрегат М0, грошовий агрегат М1 має дещо меншу ліквідність порівняно з агрегатом М0, але також є високоліквідним, оскільки грошовий обіг готівки здійснюється через банки; ліквідність грошового агрегату М2 значно нижча порівняно з агрегатом М1, оскільки до складу агрегату М2 входять елементи, пов'язані з нагромадженням; найнижчою є ліквідність грошового агрегату М3, оскільки цей агрегат для введення в обіг вимагає попереднього попередження банків, що, відповідно, потребує певного періоду часу.

Доцільно відзначити, що структуризація грошової маси за агрегатним принципом розпочалася в Україні у 1993 р. і триває досі. Розрахунок грошових агрегатів в Україні здійснюється за методологією Міжнародного Валютного Фонду і регулярно оприлюднюється на сайтах НБУ й Державної служби статистики України.

Як свідчить виконаний аналіз зміни обсягу грошової маси (за грошовим агрегатом М3) в Україні, спостерігається тенденція до зростання досліджуваного показника з 994,1 млрд. грн. у 2015 р. до 1 438,3 млрд. грн. у 2019 р., тобто на 444,2 млрд. грн. (або на 44,7%). Щорічний темп зростання грошової маси характеризується рівномірністю і становив в середньому приріст на 11,2% (рис. 1).

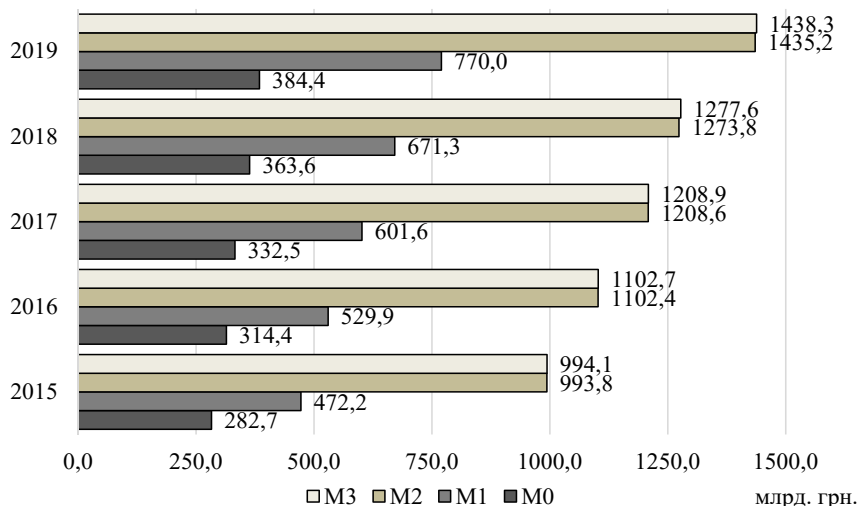


Рис. 1. Динаміка зміни грошових агрегатів в Україні у 2015–2019 рр.

Примітка: дані наведені на кінець року

Джерело: складено авторами на основі джерела [3, с. 215]

Тенденція зміни грошового агрегату М2 аналогічна до зміни грошового агрегату М3, що пов'язано з максимальною наближеністю грошового агрегату М2 до загальної грошової маси в країні. Так, грошовий агрегат М2 збільшився з 993,8 млрд. грн. у 2015 р. до 1 435,2 млрд. грн. у 2019 р., тобто на 441,4 млрд. грн. (на 44,4%) (рис. 1). Грошовому агрегату М2 належить понад 99% у загальній грошовій масі (рис. 2), а це означає, що цінні папери власного боргу банків та кошти клієнтів, що перебувають у довірчому управлінні банків, в Україні практично не використовуються і становлять лише 0,03–0,3% від усієї грошової маси.

Окремої уваги заслуговує аналіз грошового агрегату М0, оскільки цей агрегат дає уявлення про стан готівкового обігу в країні. Так, грошова маса за грошовим агрегатом М0 (або готівка) протягом досліджуваного періоду збільшилася з 282,7 млрд. грн. у 2015 р. до 384,4 млрд. грн. у 2019 р., тобто на 101,7 млрд. грн. (на 36,0%), що відображено на рис. 1. Натомість питома вага грошового агрегату М0 зменшилась у загальній грошовій масі з 28,44% до 26,72% відповідно, тобто на 1,72 відсоткових пункти (рис. 2).

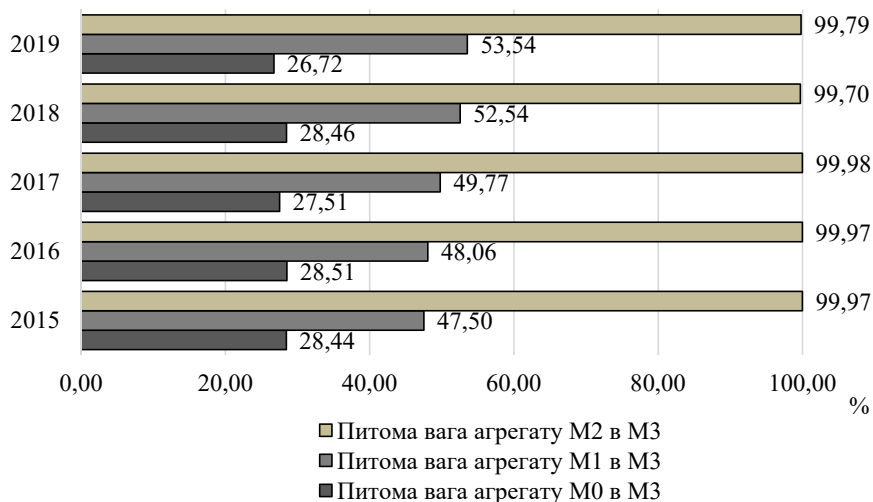


Рис. 2. Питома вага грошових агрегатів у загальній грошовій масі в Україні у 2015–2019 рр.

Примітка: дані наведені на кінець року

Джерело: складено авторами на основі джерела [3, с. 215]

Зауважимо, що оптимальною вважається питома вага готівки в загальній грошовій масі на рівні 7% [4, с. 21]. В Україні реальний обсяг готівки перевищує оптимальне значення майже в 4 рази. Таку ситуацію можна пояснити наданням переваги традиційним способам розрахунків та заощаджень, що є наслідком небажання частини населення переводити свої грошові кошти в безготівкову форму (це стосується і поточних розрахунків у магазинах, і заощаджень). Причинами такого «небажання» є недовіра до банківської системи; небажання використовувати нові, більш прогресивні форми розрахунків та заощаджень через невміння, незнання, відсутність стимулів до освоєння новітніх технологій, а також через брак часу, необхідний для освоєння нових платіжних засобів.

Аналіз грошового агрегату М1 дає можливість зробити висновок про наявність грошової маси, яка забезпечує розвиток економіки країни. Згідно з наведеною на рис. 1 динамікою можна констатувати загальне зростання грошового агрегату М1 з 472,2 млрд. грн. у 2015 р. до 770,0 млрд. грн. у 2019 р., тобто на 297,8 млрд. грн. (на 63,1%). Питома вага грошового агрегату М1 зростає із 47,50% у 2015 р. до 53,54% у 2019 р., тобто на 6,04 відсоткових пунктів (рис. 2). Така динаміка є позитивною, адже свідчить про збільшення частки грошових коштів, які знаходяться на поточних рахунках у банках у національній валюті, з 19,06% у 2015 р. до 26,82% у 2019 р., тобто на 7,76 відсоткових пункти. Зауважимо, що зростання коштів на поточних рахунках є позитивним сигналом для бізнесу, оскільки свідчить про зростання кредитного ресурсу.

Під час дослідження грошової маси також розраховують її питому вагу у ВВП (таке співвідношення відоме як коефіцієнт монетизації економіки). У табл. 2 наведено розрахунок співвідношення грошового агрегату М0 та ВВП і співвідношення грошового агрегату М2 та ВВП.

Показник співвідношення грошового агрегату М0 до ВВП свідчить про рівень безпеки функціонування грошового ринку. Згідно з нормативом, частка грошового агрегату М0 у ВВП має становити не більше 4% [4, с. 21].

Таблиця 2

Аналіз рівня монетизації економіки України у 2015–2019 рр.

Рік	Грошовий агрегат М0, млрд. грн.	Грошовий агрегат М2, млрд. грн.	ВВП, млрд. грн.	М0/ВВП, %	М2/ВВП, %
2015	282,7	993,8	1988,5	14,2	50,0
2016	314,4	1102,4	2385,4	13,2	46,2
2017	332,5	1208,6	2983,9	11,1	40,5
2018	363,6	1273,8	3560,6	10,2	35,8
2019	384,4	1435,2	3974,6	9,7	36,1

Джерело: розраховано й складено авторами на основі джерел [3, с. 215; 5]

Згідно з виконаними розрахунками, які наведені в табл. 2, в Україні питома вага готівки (грошовий агрегат М0) у ВВП значно перевищує нормативне значення. Проте слід відзначити наявність позитивної динаміки до зменшення цього показника: з 14,2% у 2015 р. до 9,7% у 2019 р., тобто на 4,5 відсоткових пункти.

Значення коефіцієнта монетизації свідчить про ступінь забезпеченості економіки грошовими коштами, що дає змогу здійснювати контроль за зростанням грошової маси та вчасно реагувати на її надмірне збільшення за недостатньої товарної пропозиції. Нормативним значенням коефіцієнта монетизації вважається 70–80% [4, с. 21]. В Україні питома вага грошового агрегату М2 у ВВП є значно нижчою, до того ж має тенденцію до суттєвого зниження, а саме з 50,0% у 2015 р. до 36,1% у 2019 р., тобто на 13,9 відсоткових пункти.

На основі виконаного аналізу грошової маси та висновків, опублікованих у наукових працях вітчизняних науковців [6; 7; 8], виявлено такі характерні тенденції в сучасній грошово-кредитній системі України:

- високий рівень готівки у структурі грошової маси, що сприяє відтоку коштів з депозитних рахунків банківських установ та ускладнює процес ефективного використання інструментів грошово-кредитної політики, проте спостерігається тенденція до зниження питомої ваги готівки у загальній грошовій масі, що, безперечно, є позитивним для грошової системи країни;
- відсутність суттєвої різниці в обсягах агрегатів М2 та М3, що свідчить про те, що функція грошей як засіб нагромадження виконується не повною мірою;
- низький рівень монетизації економіки України, що свідчить про низький ступінь довіри суб'єктів господарювання до національної грошової одиниці і, відповідно, низький попит на реальні гроші;
- порушення пропорцій в оптимальному розподілі грошової маси, що заважає здійсненню ефективного контролю над грошовими агрегатами та проведенню раціональної і дієвої грошово-кредитної політики.

Враховуючи отримані результати дослідження та дослідивши думки науковців щодо удосконалення грошово-кредитної системи [8; 9; 10], вважаємо, що основними напрямками оптимізації обсягу й структури грошової маси в Україні є такі:

1) здійснення політики інфляційного таргетування, що сприятиме підвищенню рівня економічного розвитку за низького рівня інфляції, зниження процентних ставок по кредитах і депозитам, зростання реальних доходів фізичних та юридичних осіб;

2) забезпечення Національним банком України цінової стабільності та зниження вартості кредитних ресурсів у середньостроковій перспективі, що матиме позитивний вплив на покращення інвестиційного клімату в країні та сприятиме покращенню розвитку суб'єктів господарювання й збільшенню їхньої прибутковості;

3) обмеження грошової маси до рівня, який відповідає реальному попиту на гроші, що сприятиме зниженню інфляції та створить передумови для підвищення монетизації економіки;

4) стимулювання населення до заощаджень на депозитних рахунках шляхом установлення привабливих процентних ставок, підтримки низького рівня інфляції та підвищення довіри населення до банківської системи;

5) вдосконалення та спрощення технологій безготівкових розрахунків для фізичних та юридичних осіб, зокрема здійснення максимальної кількості банківських операцій за допомогою мобільного телефону та шляхом використання платіжних карткових систем;

6) підвищення фінансової грамотності населення задля розширення кількості користувачів новітніми банківськими інструментами й технологіями.

Висновки. Дослідження складу та структури грошової маси в Україні й коефіцієнтний аналіз показників грошової маси щодо ВВП дали змогу зробити висновок про наявність як позитивних, так і негативних тенденцій щодо впливу грошової маси на розвиток економіки нашої країни, а також сприяли формуванню думки про доцільність оптимізації обсягу та структури грошової маси. Напрями оптимізації обсягу й структури грошової маси в Україні, запропоновані в цьому дослідженні, матимуть позитивний вплив на стабілізацію грошово-кредитної системи в країні та сприятимуть підвищенню рівня економічного розвитку держави.

Список використаних джерел:

1. Гроші та кредит : підручник / за ред. О. Дзюблюка. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 892 с.
2. Шишкіна О., Краснянська Ю. Діагностування стану і структури грошової маси у контексті монетизації економіки України. *Фінансові дослідження*. 2016. № 1 (1). С. 32–42.
3. Статистичний щорічний України. 2019 / за ред. І. Вернера. Київ : Державна служба статистики України, 2020. 465 с.
4. Божанова О. Аналіз стану грошової маси в Україні як складові монетарної політики. *Молодий вчений*. 2016. № 3 (30). С. 19–23.
5. Валовий внутрішній продукт (у фактичних цінах). Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 09.12.2020).
6. Варцаба В., Огородник В. Грошовий ринок України у контексті трансформаційних процесів. *Економіка та держава*. 2017. № 10. С. 9–12.
7. Мостовенко Н. Готівкова складова грошового обігу як важливий монетарний показник. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2012. Вип. 9 (33). Ч. 2. С. 250–257.
8. Омельченко О., Рац О. Аналіз та регулювання грошової маси України. *Ефективна економіка*. 2018. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/54.pdf (дата звернення: 09.12.2020).
9. Міщенко С. Проблеми вдосконалення структури сучасної грошової системи. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 167–169.
10. Швайко М. Особливості грошово-кредитної політики України в сучасних умовах. *Соціальна економіка*. 2016. Т. 51. № 1. С. 82–87.

References:

1. Dzyublyuk O. (2018) *Hroshi ta kredyt* [Money and credit]. Ternopil: TNEU. (in Ukrainian)
2. Shyshkina O., Krasnyans'ka Yu. (2016) *Diahnostuvannya stanu i struktury hroshovoyi masy u konteksti monetizatsiyi ekonomiky Ukrayiny* [Diagnosing the state and structure of the money supply in the context of monetization of Ukraine's economy]. *Financial Researches*, no. 1 (1), pp. 32–42.

3. Verner I. (2019) Statystychnyy shchorichnyy Ukrainy [Statistical annual of Ukraine]. Kyiv: State Statistics Service. (in Ukrainian)
 4. Bozhanova O. (2016) Analiz stanu hroshovoyi masy v Ukraini yak skladovi monetarnoyi polityky [Analysis of the state of the money supply in Ukraine as components of monetary policy]. *Young Scientist*, no. 3 (30), pp. 19–23.
 5. Valovyy vnutrishniy produkt (u faktychnykh tsinakh) [Gross domestic product (at actual prices)]. Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy: website. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 09 December 2020).
 6. Vartsaba V., Ohorodnyk V. (2017) Hroshovyy rynek Ukrainy u konteksti transformatsiynykh protsesiv [The money market of Ukraine in the context of transformation processes]. *Economy and State*, no. 10, pp. 9–12.
 7. Mostovenko N. (2012) Hotivkova skladova hroshovoho obihu yak vazhlyvyi monetarnyy pokaznyk [Cash component of money circulation as an important monetary indicator]. *Economic sciences. Accounting and Finance Series*, no. 9 (33), pp. 250–257.
 8. Omel'chenko O., Rats O. (2018) Analiz ta rehulyuvannya hroshovoyi masy Ukrainy [Analysis and regulation of the money supply of Ukraine]. *Effective Economy*, no. 3. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/54.pdf (accessed 09 December 2020).
 9. Mishchenko S. (2010) Problemy vdoskonalennya struktury suchasnoyi hroshovoyi systemy [Problems of improving the structure of the modern monetary system]. *Economy and State*, no. 12, pp. 167–169.
 10. Shvayko M. (2016) Osoblyvosti hroshovo-kredytnoyi polityky Ukrainy v suchasnykh umovakh [Features of monetary policy of Ukraine in modern conditions]. *Social Economy*, no. 1, vol. 51, pp. 167–169.
-

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.6

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.21>

Коваль С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5830-5750>

Koval Svitlana

Kherson State Agrarian and Economic University

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ТОВАРІВ ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL BASES FOR CONDUCTING AN AUDIT OF GOODS AND THEIR SALE AT AGRARIAN ENTERPRISES

У статті розглянуто організаційно-методичні засади здійснення аудиту товарів і товарних запасів на аграрних підприємствах. Обґрунтовано основні етапи, процедури і методи його проведення, первинні й звітні облікові документи щодо руху товарів і товарних запасів. Виявлено види ризиків на рівні зловживань та недостатньої фаховості аудиту. Установлено, що методика та організація аудиту товарів здійснюється за загальними методами проведення аудиторської перевірки будь-якого виду діяльності підприємства. Визначено, що програма аудиторської перевірки необхідна для найбільш ефективного розподілу роботи всередині аудиторської групи і для контролю над ходом аудиторської перевірки з боку керівництва аудиторської фірми. Обґрунтовано моменти стосовно дій аудитора з перевірки обліково-фінансової звітності, що несе інформацію про операції з товарами. Перспективи вдосконалення аудиту товарів пов'язані з дотриманням Національних нормативів, залученням експертів, використанням програмного забезпечення.

Ключові слова: аудит, облік, аграрні підприємства, товари, товарні запаси, організаційно-методичні засади, процедури, етапи, Національні стандарти, експерти, програмне забезпечення.

В статье рассмотрены организационно-методические основы осуществления аудита товаров и товарных запасов на аграрных предприятиях. Обоснованы основные этапы, процедуры и методы его проведения? первичные и отчетные учетные документы по движению товаров и товарных запасов. Обнаружены виды рисков на уровне злоупотреблений и недостаточной профессиональности аудита. Определено, что программа аудиторской проверки необходимо для наиболее эффективного распределения работы внутри аудиторской группы и для контроля над ходом аудиторской проверки со стороны руководства аудиторской фирмы. Обоснованы моменты относительно действий аудитора по проверке учетно-финансовой отчетности, что несет информацию об операциях с товарами. Указано, что для определения уровня рисков предлагается собрать и изучить информацию о бизнесе клиента и отрасли, последнюю информацию финансового характера, организацию бухгалтерского учета на предприятии. Перспективы совершенствования аудита товаров связаны с соблюдением национальных нормативов, привлечением экспертов, использованием программного обеспечения.

Ключевые слова: аудит, учет, аграрные предприятия, товары, товарные запасы, организационно-методические основы, процедуры, этапы, Национальные стандарты, эксперты, программное обеспечение.

The article considers the organizational and methodological foundations of conducting an audit of goods and inventory at agrarian enterprises. The main stages, procedures and methods of its implementation are justified; primary and reporting accounting documents on the movement of goods and inventory. It is determined that the systematic tasks and art of Auditors is to apply the most effective methodological techniques for the successful implementation of tasks during audit services. Types of risks at the level of abuse and lack of professionalism of the audit are identified. The possibilities of avoiding them are determined, including: at the level of software audit in the enterprise using the black box method, that is, through testing the most general or obvious patterns. It is established that the methodology and organization of the audit of goods is carried out according to the general methods of conducting an audit of any type of enterprise activity. It is determined that the audit program is necessary for the most effective distribution of work within the audit team and for monitoring the progress of the audit by the management of the audit firm. The points regarding the actions of the auditor to check the accounting and financial statements that carry information about transactions with goods are justified. It is indicated that to determine the level of risks, it is proposed to collect and study information about the client's business and industry, the latest financial information, and the organization of accounting at the enterprise. The necessary information on the business that the client is engaged in contains data on its production, sources and methods of supplying materials, marketing and sales methods, sources of financing and production methods. It is established that in modern conditions of increasing digital and information economy in agricultural enterprises in the accounting of goods and inventories and their movement using appropriate programs. Therefore, modern audit professionals must be well versed in us and software technology. Prospects for improving the audit of goods are related to compliance with national standards, attracting experts, and using software.

Key words: *audit, accounting, agrarian enterprises, goods, inventory, organizational and methodological foundations, procedures, stages, national standards, experts, software.*

Постановка проблеми. Учасники господарської діяльності у процесі аграрного відтворення постійно мають потреби у якісній та неупередженій інформації щодо своїх партнерів. Її основним джерелом є обліково-фінансова звітність, яка надається у публічний доступ або за запитом чи партнерськими угодами. Із метою забезпечення її достовірності велике значення має застосування не лише сучасних систем та програм обліку, а й контролю. Складником останнього або як самостійний вид діяльності виступає аудит.

На думку провідних вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, незалежному аудиту товарів і товарних запасів належить основоположна роль у формуванні позитивного іміджу учасників агробізнесу, адже з його допомогою у тому числі надаються й отримуються гарантії достовірності обліково-фінансових даних, які цікавлять тих або інших стейкхолдерів. Йдеться про господарські процеси, результати їх здійснення, висновки про фінансово-економічну стійкість і конкурентоспроможність підприємств агробізнесу, його ризики або невизначеність.

На нашу думку, обґрунтування змісту й процедур та етапів аудиту товарів і товарних запасів повинне спиратися на системно-структурний аналіз і синтез. Розроблення методологічних та методичних засад його здійснення повинно керуватися положеннями Національних нормативів аудиту (ННА). Підтвердження або спростування його висновків відносно обліково-фінансової звітності щодо товарів і товарних запасів мають використовувати загальноприйняті категорії та поняття. Це наявність, відсутність, факти; права, обов'язки, відповідність; якість, вимір, оцінка, зловживання; представлення, розкриття, висновки. Також потрібно враховувати фахові компетенції аудиторів, інтереси сторін, інструменти здійснення аудиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно зазначити, що розвиток теорії та практики обліку, фінансової звітності, контролю та аудиту товарів і товарних запасів здійснюється завдяки вітчизняним науковцям. Серед них – С. Бурлан, М. Виноградова, Л. Гончар, Н. Дорош, Л. Жидєєва, Н. Каткова, М. Коцупартий, Л. Мармуль, С. Скрипник, Г. Станкевич, О. Стахов, І. Шепель та ін. У роботах зарубіжних авторів

указана проблематика досліджується силами Б. Нідлза, Х. Андерсона, Д. Колдуелла, Г. Муса, Ф. Вуда, Р. Антоні. Позитивно оцінюючи їхні багатогранні здобутки, слід відзначити, що процедури здійснення незалежного аудиту товарів і товарних запасів аграрних підприємств, які функціонують в умовах невизначеності, ризиків та криз, потребують подальшого розроблення.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є обґрунтування організаційно-методичних засад проведення аудиту товарів і товарних запасів на рівні розроблення планів і програм, визначення етапів та процедур, використання результативних методів і первинних облікових та звітних документів щодо руху товарів, а також розроблення пропозицій щодо його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Необхідно зазначити, що готова продукція, товари й товарні запаси визначають напрям діяльності аграрних підприємств і організацій, з іншого боку – залежать від них. В обліковому та аудиторському відношенні товарна група формує підприємницькі активи, тому під час обґрунтування методичних засад та практичних процедур здійснення аудиту основоположне методологічне значення має врахування виробничої спеціалізації підприємств, внутрішнього та зовнішнього середовища їхньої діяльності, особливостей організації обліку, облікової політики, внутрішнього контролю.

Указаний методологічний підхід визначає, своєю чергою, алгоритм проведення аудиту, його етапи й відповідний їм набір аудиторських процедур. Так, у їх складі доцільно виокремити такі: 1) збір, узагальнення й аналіз загальних організаційно-економічних та обліково-фінансових даних про підприємство як середовище здійснення аудиту; 2) оцінка організації обліку загалом і товарів та товарних запасів зокрема, внутрішнього контролю та можливих ризиків їх невідповідності; 3) розроблення програми аудиту товарів і товарних запасів із зазначенням переліку послідовних узгоджених процедур і відповідальних осіб, у т. ч. із залученням сторонніх фахівців чи експертів (за потреби); 4) безпосереднє здійснення аудиту, аналіз отриманих матеріалів, написання та представлення загального аудиторського висновку.

У практиці господарської та фінансово-економічної діяльності аудит розуміється як складник або інструмент фінансово-економічного контролю. У такій інтерпретації він сприяє визначенню конкурентних переваг, потенціалу і ризиків функціонування та розвитку аграрних підприємств на перспективу. Аудит допомагає визначити їх результативність та відповідність діяльності чинному законодавству, у тому числі податковому.

Процедури аудиту спрямовані на всебічне поліпшення виробництва, зменшення собівартості продукції і, таким чином, підвищення конкурентоспроможності товарів через виявлення можливих порушень, недоліків та ризиків і зниження ймовірності їх прояву на перспективу або усунення взагалі. Аудит допомагає, таким чином, без порушень виконувати технологічні операції і процеси; сприяє раціональному використанню наявних ресурсів, особливо фінансових. Він є суттєвим гарантом або чинником забезпечення достовірності обліку й обліково-фінансової звітності, вчасної сплати податків, дотримання договірної й платіжної дисципліни [1, с. 176].

Із цією метою в аудиті використовуються новітні методичні підходи та інструменти. Найбільше значення мають програмні й хмарні технології; методи обліку й обліково-фінансової звітності; порівняння фактичних і обліково-фінансових даних; спостереження, вимірювання й обчислення, оцінка й діагностика; аналіз і синтез, індукція та дедукція, гіпотеза й аналогія, вимірювання та обчислення, опитування і порівняння, балансовий, подвійного запису, групувань, системно-структурного аналізу і синтезу тощо. Фаховість аудитора полягає у тому, щоб найбільш результативно і вдало їх застосовувати.

Так, системно-структурний аналіз і синтез дає змогу розглядати будь-яке соціально-економічне явище, об'єкт або процес як цілісну систему, в якій уявно або практично

аналізуються окремі частини з урахуванням їх взаємних впливів, за допомогою яких знову ж таки синтезується цілісна система. Таким чином, указаним методом формальної логіки здійснюється виведення конкретних висновків із загальних, і навпаки. Його доцільно застосовувати під час здійснення аудиту виробничо-економічної діяльності й обліково-фінансової звітності аграрних підприємств із метою оцінки їх оптимальності і виявлення порушень, руху товарів і товарних запасів, їх логістики та управління ними [2, с. 35].

Як зазначалося, згідно із системно-структурним аналізом і синтезом, предметом аудиторської перевірки вважаються окремі, але тісно взаємозв'язані структурні елементи діяльності аграрних підприємств або власне їхні структурні підрозділи: виробничо-економічні, логістичні, організаційно-управлінські, інформаційні, обліково-аналітичні та ін. Їх можна оцінювати за допомогою якісних та кількісних показників, критеріїв.

Отже, об'єкти аудиту аграрних підприємств, їхніх товарів і товарних запасів можуть бути різними за змістом, структурою, належністю до різних підрозділів або процесів аграрної діяльності [3, с. 206]. Нині вони конкретизуються на статутні або установчі, що регулюють виробництво, продукцію, товарообіг, фінанси, інвестиції та капітал. Це й положення та розрахунки щодо штатного розкладу, кадрів і їх плінності, з оплати праці, соціальні нараховування та виплати.

Це й господарські процеси: виробництва, впровадження інновацій, збереження довкілля, логістика, інфраструктура виробнича й соціальна, у тому числі цифрове й програмне забезпечення; оптова й роздрібна торгівля, реклама й PR-менеджмент. Також це може бути основна й допоміжна діяльність; фінансово-економічні, виробничі, соціальні та екологічні результати і наслідки; використовувані форми управління, стимулювання й мотивації; напрями керування якістю за допомогою міжнародних стандартів і сертифікатів якості. Це способи планування, моделювання й прогнозування, їх достовірність і відповідність.

У процесі здійснення аудиту важливо розуміти різницю між товарами й товарними запасами та їх обліком, які перевіряються в різних часових термінах. Минулий стан товарів і товарних запасів аналізується, якщо важливо знати про достовірність обліку й обліково-фінансової звітності. Також він указує на доцільність господарських операцій та раціональне використання ресурсів. Сучасне становище товарів і товарних запасів оцінюється у процесі встановлення їх наявності перевірки наявності; перевірки розрахунків по товарних операціях з установами обсягів і часток дебіторської й кредиторської заборгованості. Таким чином, це допомагає встановити надійність організації та здійснення обліку, систем управління розвитком підприємства загалом. Аудит майбутнього стану й руху товарів і товарних запасів передбачає його передбачення на основі застосування методів екстраполяції або прогнозування [4, с. 151].

Використання тих або інших часових рамок досліджень залежить від основних функціональних завдань аудиторської перевірки. Як правило, це оцінювання теперішнього стану товарів і товарних запасів та їх руху й правильності відображення в обліку з обґрунтуванням пропозицій (за потреби) щодо вдосконалення на перспективу. У процесі комплексної аудиторської перевірки можуть вирішуватися часткові завдання. Це можуть бути аудит поставок і надходжень товарів та їх обліку за видами, партіями, сортами, умовами зберігання; коригування товарних запасів та їх правильність; функції тактичного й стратегічного управління.

Так, коригування застосовується у разі виявлення помилок, порушень, ризиків, невизначеності, вузьких місць із метою їх усунення на майбутнє на прохання замовника аудиторської перевірки [5, с. 90]. Тоді аудиторська група або ж окремі фахівці може надати відповідні рекомендації, але безпосереднє їх усунення не належить до функцій аудиторів. Тактичне управління та контроль у його системі означає перма-

нентне або постійне здійснення внутрішніх аудиторських перевірок. Це попереджає окремі ризики та допомагає приймати й реалізовувати відразу оптимальні управлінські підходи й рішення. Робота аудиторів у цьому разі буде спрямована на їх розроблення з урахуванням альтернативних пропозицій. Однак приймати їх чи ні знову ж таки вирішує замовник.

Стратегічне управління також має ґрунтуватися на висновках аудиту щодо подальших перспектив розвитку аграрних підприємств, але стосується довготривалих стратегій з урахуванням зовнішніх чинників ринкового впливу. Йому сприяють стратегічне планування, прогнозування й моделювання на основі даних, одержаних у процесі аудиторських перевірок. При цьому треба враховувати, що аудит здійснюється за певними правилами або принципами. Вони стосуються методології, нормативів і законодавства, організації та здійснення аудиту, аудиторської етики й скептицизму [6, с. 175]. До останніх, які мають велике значення для успішності агробізнесу та є питаннями довіри до аудиторських фірм і окремих фахівців, належать фаховість і компетенції, неупередженість і незалежність, об'єктивність і порядність, системність і послідовність, конфіденційність і професійна таємниця, проблемно-цільовий підхід.

Методологічні принципи стосуються аудиторських фактів і доказів; системності й фаховості обліку й внутрішнього контролю; встановлення, аналізу й діагностики суттєвості аудиторських доказів. До методологічних принципів належить також установлення критеріїв змістовності й достовірності; послідовності використання методів та інструментів аудиту; оцінки ризиків та вибору даних; ознайомлення замовника про застосовувані методики з доказовістю того або іншого вибору; відповідності методологічних та методичних прийомів поставленим завданням. Нормативно-правові принципи означають дотримання законності; юридичної й адміністративної відповідальності; використання офіційних матеріалів для перевірки.

Принципи організації та здійснення аудиту представлені як планування та програмування; документування процесу аудиту, всіх його етапів та процедур; звітність за окремими перевітками та за загальними підсумками (аудиторські висновки); порядок взаємодії аудиторів, їхні функції та компетенції; порядок взаємодії із замовником. При цьому основоположне значення для формулювання й застосування всіх сукупностей принципів та надання аудиторських послуг мають положення Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017 № 2258-VIII та затверджених Аудиторською палатою України Національних нормативів аудиту й супутніх офіційних роз'яснень щодо окремих їх положень [7].

Аудит товарів і товарних запасів може відбуватися або за раніше названими, або за більш традиційними трьома етапами здійснення аудиторської перевірки господарських процесів, операцій чи явищ аграрних підприємств. Це установчий, власне аудиторський та завершальний із наданням висновку [8]. Початковий, або установчий, етап ґрунтується на організаційних аудиторських діях. Вони спрямовані на забезпечення практичних засад здійснення достовірної й фахової аудиторської перевірки у визначені терміни. На цьому ж етапі розробляється план або програма проведення аудиту.

Розроблення плану або програми аудиту можливе тільки в результаті всебічного знайомства з підприємством та підписання угоди про його здійснення, в даному разі товарів і товарних запасів. В угоді зазначається інформація про необхідні види й обсяги процедур, що має виконати аудитор або аудиторська група. На наступному етапі аудитором усебічно досліджуються фактичні обліково-інформаційні дані про підприємство-замовника й безпосередньо предмет аудиту. Потім узгоджуються із власником або керівними структурами підприємства-замовника всі аудиторські роботи, виконавці, терміни, завдання, необхідні фахівці, робота з документами та в умовах виробництва (за потреби) [9, с. 87].

У процесі аудиторської перевірки всебічно і ретельно аналізуються дані попередніх аудиторських перевірок та зроблених висновків щодо правильності обліку й ефективного використання товарів і товарних запасів мінімум за останні три роки. Також це можуть бути й інші дані, зокрема аудиторських фірм, якщо вони здійснювали аудит на цьому ж підприємстві-замовнику. У разі наявності протиріч, які можуть бути розв'язані у фактичних господарських умовах, за спільною згодою про перелік питань, котрі мають бути вирішені, аудитор працює з керівниками або спеціалістами безпосередньо на їхніх робочих місцях.

Під час виконання першого етапу аудиту аудитор має ознайомитися з даними про зовнішні й внутрішні чинники, які визначають особливості господарської діяльності та розвиток аграрного підприємства. Це його статус і розміщення, економічна ситуація на галузевому й аграрному ринку загалом, основні стейкхолдери. Серед внутрішніх чинників виділяються розміри земельного банку, структура й організація підприємства, технологічні процеси, персонал, менеджмент, маркетинг, обсяги капіталу й наявність акцій [10, с. 190]. Здійснення вказаного й наступного етапу забезпечує потреби аудитора у знаннях про власне товари й товарні запаси, їх номенклатуру терміни й умови зберігання, відвантаження й логістику загалом.

При цьому велике значення має обґрунтування інформаційної бази здійснення аудиту. Її структуру мають становити статут аграрного підприємства та документи, що підтверджують його реєстрацію. Також це внутрішні інструкції, накази, насамперед про облікову політику й порядок складання обліково-фінансової звітності, протоколи засідань загальних зборів, наглядової ради, зборів акціонерів або інших учасників. Це обліково-фінансова й статистична звітність, попередні звіти внутрішніх аудиторів; судові, арбітражні, консалтингові матеріали; інформація, отримана з опитування, ділових розмов із керівництвом та працівниками.

Аудитор або аудиторська група має отримати й урахувати у своїй роботі знання про технологічні умови й особливості виробництва продукції, її властивості та якість. Обов'язково мають бути враховані дані про оплату праці, нарахування й дивіденди; рівень рентабельності; про партнерів – покупців і постачальників; про розмір і структуру та обсяги використання чистого прибутку. Аудитори перевіряють дочірні й залежні організації за запитом клієнта.

Зібрана у такому обсязі інформація про функціонування господарюючого суб'єкта агросфери дає змогу виявити сукупність питань, аудит яких має здійснюватися з використанням компетенцій фахівців з інших установ. Їх запрошення обґрунтовується багатьма чинниками. Проте здебільшого це зміст та складність проблем, що мають бути у полі зору основних аудиторів. Це їх змістовність для загальної оцінки стану обліково-фінансової роботи й звітності аграрного підприємства.

Нарешті, це наявність або відсутність інших інструментів для отримання інформації. Якщо працює сторонній фахівець або експерт, то результати його діяльності мають бути зафіксовані у письмовому вигляді у формі висновку. У ньому вказуються об'єкт дослідження та його зміст, обсяг і межі компетенцій та відповідальності експерта. Указуються нормативно-методичні й довідкові матеріали, методи дослідження, надані пропозиції та можливі сумніви щодо них [11, с. 54].

Висновок підписується виконавцем, а його підпис завіряється печаткою установи, яку він представляє. Отриманий таким чином документ включається у перелік робочої документації аудитора [12, с. 295]. Як правило, він також використовується як складник аудиторських аналізу та підтверджень. У такій якості вказаний документ має бути фаховим, неупередженим, повним і обґрунтованим. Тільки в такому разі аудитор, ознайомившись із ним, може зрозуміти й використати отриманий залученим експертом висновок.

У значній кількості випадків господарської практики в період проведення аудиторських процедур використовуються послуги окремих аудиторських фірм [13, с. 121].

Із цією метою вони мають надати лист або інше повідомлення у письмовому вигляді про відсутність залежності від замовника або інших інтересів чи зобов'язань. Вони мають підтвердити неупередженість таких організацій. Їхні послуги можуть носити комплексний характер аж до складання аудиторського висновку включно або зосереджуватися на виконанні окремих із них. Як правило, це перевірка наявності та руху товарів і товарних запасів, розрахунків, дебіторської й кредиторської заборгованості [14, с. 793]. Як і в будь-якому випадку аудиторської перевірки, сторонні фахівці або фахівець документально засвідчує всі свої дії. Також попередньо складається й письмово засвідчується перелік усіх фахівців-аудиторів та процедур, де вони будуть задіяні у процесі аудиту.

Висновки. У сучасних умовах все більшого поширення цифрової та інформаційної економіки в аграрних підприємствах в обліку товарів і товарних запасів та їх руху використовуються відповідні програми, тому сучасні фахівці з аудиту повинні добре володіти ними й програмними технологіями. Особливо це важливо для товарів і товарних запасів, які через велику номенклатуру є надзвичайно складними і для обліку, і для будь-яких перевірок. При цьому об'єктом аудиту може бути й сама облікова чи аудиторська програма, адже вона також може мати помилки, неправильне використання та інше, тим самим спотворювати дійсність.

Тому запрошення як експертів фахівців з аудиту, які володіють інноваційними віртуальними технологіями з обліку та контролю, може бути більше ніж виправданим. Також це можуть бути й фахівці з програмного забезпечення, які підтверджують надійність наявних програм і технологій. З іншого боку, програмні інструменти є надійною основою здійснення сучасних аудиторських перевірок, які забезпечують економію часу, неупередженість, точність, відповідність.

Список використаних джерел:

1. Дорош Н.І. Аудит: теорія і практика. Київ : Знання, 2006. 495 с.
2. Станкевич Г. Особливості системи внутрішнього контролю підприємства та роботи внутрішнього аудитора. *Аудитор України*. 2014. № 9 (226). С. 32–37.
3. Бухгалтерський облік у виробничих та агросервісних кооперативах : підручник / В.Я. Плаксієнко та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 515 с.
4. Стахов О.І. Аудит руху товарів на підприємствах роздрібної торгівлі. *Молодий вчений*. 2018. № 4(56). С. 147–152.
5. Сахно Л.А. Екологічний облік і аудит у реформуванні традиційної системи обліку на підприємстві. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 1. С. 89–92.
6. Виноградова М.О., Жидсєва Л.І. Аудит : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 654 с.
7. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2018. № 9. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>.
8. Ігнатенко М.М., Мармуль Л.О. Облік, оцінка й діагностика фінансово-економічних результатів діяльності у стратегічному менеджменті підприємств і організацій. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 6(11). URL: <http://http://www.easterneurope-ebm.in.ua/11-2017-ukr>.
9. Ігнатенко М.М. Формування інформаційної безпеки підприємств і організацій в умовах автоматизації обліку та фінансової звітності. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 4. С. 84–88.
10. Бурлан С.А., Каткова Н.В. Аудит ефективності діяльності підприємства: методичний аспект. *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 187–193.
11. Гончар Л.А. Аудит фінансових результатів діяльності підприємства: проблеми та шляхи вирішення. *Молодий вчений*. 2016. № 3(30). С. 52–55.
12. Transformation of approaches to determine influence factors in the economic development models / L.O. Marmul et al. *International Journal of Economics & Business Administration*. 2019. Vol. VII. Iss. 2. P. 290–301.

13. Іванова Н.А., Ролінський О.В. Організація та методика аудиту : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 216 с.

14. Use of international accounting and financial reporting standards in enterprise management / M. Kotsupatriy et al. *International Journal of Management*. 2020. № 11(5). P. 788–796.

References:

1. Dorosh N.I. (2006) *Audyt: teoriya i praktyka* [Audit: theory and practice]. Kyiv: Znannya. (in Ukrainian)
2. Stankevych H. (2014) Osoblyvosti systemy vnutrishn'oho kontrolyu pidpryyemstva ta roboty vnutrishn'oho audytora [Features of the internal control system of the enterprise and the work of the internal auditor]. *Audytory Ukrayiny*, no. 9 (226), pp. 32–37.
3. Plaksiyenko V.Ya. (2014) *Bukhhalters'kyi oblik u vyrobnychkykh ta ahroservisnykh kooperatyvakh* [Accounting in production and agricultural service cooperatives]. Kyiv: Tsentru uchbovoyi literatury. (in Ukrainian)
4. Stakhov O.I. (2018) Audyt rukhu tovariv na pidpryyemstvakh rozdrubnoyi torhivli [Audit of the movement of goods at retail enterprises]. *Molodyy vchenyy*, no. 4 (56), pp. 147–152.
5. Sakhno L.A. (2009) Ekolohichnyy oblik i audyt v reformuvanni tradytsiynoyi systemy obliku na pidpryyemstvi [Environmental accounting and audit in reforming the traditional accounting system at the enterprise]. *Oblik i finansy APK*, no. 1, pp. 89–92.
6. Vynohradova M.O., Zhydyeyeva L.I. (2014) *Audyt* [Audit]. Kyiv: «Tsentru uchbovoyi literatury». (in Ukrainian)
7. Vidomosti Verkhovnoyi Rady (2018). Zakon Ukrayiny “Pro audyt finansovoyi zvitnosti ta audytors'ku diyal'nist” [Law of Ukraine “On Audit of Financial Statements and Audit Activities”], no. 9. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (accessed 25 November 2020).
8. Ihnatenko M.M., Marmul' L.O. (2017) Oblik, otsinka y diahnostyka finansovo-ekonomichnykh rezul'tativ diyal'nosti u stratezhichnomu menedzhmenti pidpryyemstv i orhanizatsiy [Accounting, evaluation and diagnosis of financial and economic results of activities in the strategic management of enterprises and organizations]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, no. 6 (11). Available at: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/11-2017-ukr> (accessed 25 November 2020).
9. Ihnatenko M.M. (2017) Formuvannya informatsiynoyi bezpeky pidpryyemstv i orhanizatsiy v umovakh avtomatyzatsiyi obliku ta finansovoyi zvitnosti [Formation of information security of enterprises and organizations in terms of automation of accounting and financial reporting]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, no. 4, pp. 84–88.
10. Burlan S.A., Katkova N.V. (2015) Audyt efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva: metodychyny aspekt [Audit of efficiency of activity of the enterprise: methodical aspect]. *Problemy ekonomiky*, no. 1, pp. 187–193.
11. Honchar L.A. (2016) Audyt finansovykh rezul'tativ diyal'nosti pidpryyemstva: problemy ta shlyakhy vyrishennya [Audit of financial results of the enterprise: problems and solutions]. *Molodyy vchenyy*, no. 3 (30), pp. 52–55.
12. Marmul L.O., Ignatenko M.M., Ushakov D.S., Kuchyn S.P. (2019) Transformation of approaches to determine influence factors in the economic development models. *International Journal of Economics & Business Administration*, vol. VII, iss. 2, pp. 290–301.
13. Ivanova N.A., Rolins'kyi O.V. (2008) *Orhanizatsiya ta metodyka audytu* [Organization and methods of audit]. Kyiv: Tsentru uchbovoyi literatury. (in Ukrainian)
14. Kotsupatriy M., Ksonzhyk I., Skrypnyk S., Shepel I., Koval S. (2020) Use of international accounting and financial reporting standards in enterprise management. *International Journal of Management*, no. 11 (5), pp. 788–796.

УДК 657.1

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.22>**Скрипник М.І.**

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку і аудиту,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6205-0754>

Григоревська О.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8279-3523>

Skrypnyk Margarita, Hryhorevska Olena
Kyiv National University of Technology and Design

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE PRODUCTION OF ORGANIC PRODUCTS

Мета статті полягає в оцінюванні наявних підходів до обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції та спробі їх уніфікації для формування ефективного облікового-аналітичного забезпечення. Проведені дослідження дали змогу актуалізувати важливість наукового пошуку у сфері розроблення обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції. На основі проаналізованих матеріалів запропоновано власний підхід до обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції, що формується під впливом організаційних особливостей суб'єкта господарювання (розмір підприємства, вплив організаційної структури, структура управління виробничим процесом, технологія виробництва, внутрішні стандарти діяльності, кваліфікація персоналу) та особливостей галузі функціонування (соціальна значимість виготовленої продукції, недовготривалий виробничий цикл, відсутність незавершеного виробництва, циклічність продажів, суворе дотримання технологій та норм витрат матеріалів, близькість до ринків збуту готової продукції). Обґрунтовано, що обліково-аналітичне забезпечення формується з контрольної підсистеми, облікової підсистеми та аналітичної підсистеми. Деталізовано складові частини обліково-аналітичного забезпечення щодо інформаційного забезпечення та управління витратами на виробництво органічної продукції.

Ключові слова: органічна продукція, органічне виробництво, обліково-аналітичне забезпечення, витрати, звітність.

Цель статьи заключается в оценивании существующих подходов к учетно-аналитическому обеспечению производства органической продукции и попытке их унификации для формирования эффективного учетно-аналитического обеспечения. Проведенные исследования позволили актуализировать важность научного поиска в сфере разработки учетно-аналитического обеспечения производства органической продукции. На основе проанализированных материалов предложен собственный подход к учетно-аналитическому обеспечению производства органической продукции, который формируется под влиянием организационных особенностей субъекта хозяйствования (размер предприятия, влияние организационной структуры, структура управления производственным процессом, технология производства, внутренние стандарты деятельности, квалификация персонала) и особенностей отрасли функционирования (социальная значимость изготовленной продукции, недлительный производственный цикл, отсутствие незавершенного производства, цикличность продаж, строгое соблюдение технологий и норм расходов материалов, близость к рынкам сбыта готовой продукции). Обосновано, что учетно-аналитическое обеспечение форми-

руется из контрольной подсистемы, учетной подсистемы и аналитической подсистемы. Детализированы составляющие учетно-аналитического обеспечения касательно информационного обеспечения и управления затратами на производство органической продукции.

Ключевые слова: органическая продукция, органическое производство, учетно-аналитическое обеспечение, расходы, отчетность.

The purpose of the article is to evaluate the existing approaches to accounting and analytical support of organic production and try to unify them to form an effective accounting and analytical support. In the process of research the methods of observation, comparison, analysis, synthesis, and generalization were used. The study is based on the hypothesis that high-quality accounting and analytical support will increase the validity, efficiency and analytical information about the production of organic products to determine the impact of such operations on business activities in accordance with modern management requirements, strengthen the responsibility of performers, and improve management accounting. The conducted researches allowed actualizing the importance of scientific research in the field of development of accounting and analytical support of organic production. Based on the analyzed materials, our own approach to accounting and analytical support of organic production, which is formed under the influence of organizational characteristics of the business entity (size of the enterprise; influence of organizational structure; production process management structure; production technology; internal standards; staff qualifications) and industry characteristics functioning (social significance of manufactured products; short production cycle; lack of work in progress; cyclical sales; strict compliance with technology and material consumption rates; proximity to markets for finished products). It is substantiated that the accounting and analytical support is formed from the control subsystem (control over the quality, reliability, timeliness of information; control over the organization and efficiency of the subsystem of accounting and economic analysis; control over the achievement of targets); accounting (observation, measurement, systematization, generalization of accounting data), analytical (formation of the program of analytical works, estimation in dynamics, carrying out the systematic analysis, carrying out the analysis proceeding from real indicators of the financial and nonfinancial information on the basis of the generated reporting on the made organic production). The components of accounting and analytical support in terms of information support and cost management for the production of organic products are detailed. A promising area of research is the development of internal management reporting, improvement of financial and non-financial reporting in terms of reflecting the costs of production of organic products; detailing the control component of accounting and analytical support and the formation of methods of analysis to assess the efficiency of organic production.

Key words: organic products, organic production, accounting and analytical support, costs, reporting.

Постановка проблеми. Сучасні світові тенденції розвитку суспільства свідчать про зміни у свідомості людей. Так, «гарним тоном» тепер є масове піклування про збереження власного здоров'я, подовження років активного життя, молодості, підтримку імунітету та забезпечення довголіття. Люди активно пропагують різноманітні системи правильного та корисного харчування, вживання вітамінів, мінералів та слідкують за об'ємами спожитої чистої води. Так, мейнстрімом стали здоровий спосіб життя, зниження екологічного навантаження, переробка та сортування відходів, пропагування ідей циркулярної економіки, вирощування органічної продукції тощо. Усе це є складовими частинами вектору сталого розвитку суспільства. Наведені тенденції сприяли формуванню пріоритетного напрямку, яким є розвиток органічного сільськогосподарського виробництва як в Україні, так і у світі.

За кордоном розвиток виробництва органічної продукції підтримується та популяризується понад останніх тридцять років. Так, у дослідженнях "The world of agriculture. Statistics and emerging trends 2019" («Світ сільського господарства. Статистика та нові тенденції 2019»), проведених Науково-дослідним інститутом органічного землеробства (нім. Forschungsinstitut für biologischen Landbau) та IFOAM, встановлено, що у 2019 р. органічному сільському господарству приділяли увагу 2,9 млн. виробників у 181 країні світу, де під органічне виробництво сертифіковано 50,9 млн. га [17].

Європейський Союз, який є другим за величиною органічним ринком, надав дані про свій органічний імпорт, вперше показуючи ключову імпортовану продукцію та клю-

чові країни-імпортери. Так, у 2018 р. ЄС імпортував 3,3 млн. т органічних агропродовольчих продуктів. Частка України в органічному імпорті становить 8% (501 виробник української органічної продукції є найважливішими постачальниками органічної продукції до ЄС з європейського континенту). Серед українського органічного імпорту 70% складають зернові культури, крім пшениці та рису (42,8%), а також пшениця (28,5%). Олійні культури становлять понад 15%, а саме олійні, крім сої, складають 10,8%, а соя – 5% [24].

З огляду на таку тенденцію «виробництво органічної продукції вимагає ефективного управління як на мікро-, так і на макrorівнях, що неможливо без повної та систематичної інформаційної підтримки. В основі такої інформації перебувають дані бухгалтерського обліку, фінансової та статистичної звітності», – зауважує Я.П. Іщенко [8].

Зокрема, нині недостатньо розробленими та уніфікованими залишаються методики бухгалтерського обліку, економічного аналізу, контролю виробництва органічної продукції. Потребують уточнення склад витрат на виробництво органічної продукції та розроблення методики управління ними; не досліджені питання оперативного оцінювання ефективності виробництва органічної продукції та ступеня її впливу на результати діяльності підприємства загалом. Таким чином, недостатність теоретичних досліджень і практичних рекомендацій щодо формування обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції актуалізувала вибраний напрям дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції присвячено публікації таких науковців, як Л.С. Гангал [2], М.М. Гузь [6], І.В. Іонаш, Т.А. Мельник [7], Я.П. Іщенко [8; 9], Г.М. Пасемко [18], Н.І. Поповенко, Л.П. Сухіна [20]. Зауважимо, що напрацювання дослідників є достатньо ґрунтовними. Проте відсутність єдиного підходу до вирішення поставленого питання дає змогу говорити про його дискусійність та окреслює площину подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в оцінюванні наявних підходів до обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції та спробі їх уніфікації для формування ефективного обліково-аналітичного забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши підходи до сутності обліково-аналітичного забезпечення, наведені у дослідженнях В.І. Бережного, Г.Є. Крохочова, В.В. Лесняка [1], З.В. Удалової [22], А.Ф. Марданової [12], Я.П. Мельничук [13], Л.С. Гангал [2], С.Ф. Голова [4], Г.М. Пасемко [18] та інших науковців, можемо зробити висновок, що обліково-аналітичне забезпечення – це система взаємопов'язаних підсистем (облікової, аналітичної та контрольної), основною метою якої є інформаційне забезпечення менеджменту суб'єкта господарювання на основі формування як поточної інформації, так і інформації у необхідних аналітичних розрізах, що базується як на фінансових (статистичних, податкових, облікових даних), так і на нефінансових показниках.

Для повного розкриття усіх заявлених складових частин обліково-аналітичного забезпечення органічного виробництва варто формувати окремі наукові праці, тому наше дослідження матиме оглядовий теоретичний характер.

Так, вивчення особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств дало змогу окреслити такі специфічні особливості, які впливатимуть на організацію обліково-аналітичного забезпечення органічного виробництва, які слід враховувати:

- чітке дотримання технології процесу виробництва та дотримання норм витрат виробництва органічної продукції;
- необхідність уточнення плану виробництва з огляду на попит на виготовлену органічну продукцію та обсяги замовлення;
- короткий термін зберігання органічної продукції;
- врахування традицій споживання тієї чи іншої продукції у країні;
- висока конкуренція в сегменті органічного виробництва;

- залежність сільськогосподарського підприємства від постачальників і якості сировини, що використовується для виробничих потреб;
- розвиток допоміжних та обслуговуючих виробництв (логістичні та маркетингові послуги, виробництво упаковки й тари);
- складність провадження логістичної діяльності на значні відстані через нерівномірне розміщення виробничих потужностей та короткий термін зберігання продукції;
- можливість використання органічних аграрних розписок під час операцій купівлі/постачання/розрахунків за виготовлену органічну продукцію/органічну сировину, що мінімізує ризики та зменшує потенційні витрати.

Наведені галузеві особливості та досвід досліджень низки науковців у сфері формування обліково-аналітичного забезпечення дали змогу схематично окреслити обліково-аналітичне забезпечення виробництва органічної продукції, що наведено на рис. 1.

Як зауважує Л.С. Галаган, «облікова система генерує інформацію, яка слугує підставою для прийняття поточних управлінських рішень, що дає можливість розраховувати прогностичні значення показників та визначати напрями управління об'єктами; забезпечує можливість проводити факторний аналіз зміни досліджуваних показників тощо» [2].

До такої інформації можна віднести облікові джерела інформації, а саме базові документи, що регулюють методику ведення обліку виробництва органічної продукції, первинні документи, органічну аграрну розписку, реєстри аналітичного та синтетичного обліку, бухгалтерську, податкову, статистичну та нефінансову звітність, положення про облікову політику, а також позаоблікові джерела інформації, такі як офіційні нормативно-правові документи, господарсько-правові документи, інформацію про контрагентів, дані Державної служби статистики, інформацію про конкурентів.

Зупинимось на окремих складових частинах обліково-аналітичного забезпечення органічного виробництва. Одними з перших джерел інформації є первинні документи. Як зауважують Н.О. Голуб [5], І.В. Юнаш, Т.А. Мельник [7] І.В. Зумула та Д.М. Людвенко [25], формування пакета первинних бухгалтерських документів під час виробництва екологічно чистої продукції є об'єктивною необхідністю. В основу розроблення такої інформаційної бази мають бути покладені стандарти екологічного виробництва й технологія виробництва продукції.

Наступною важливою складовою частиною обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції є інформація про витрати виробництва, особливо з урахуванням специфіки досліджуваного об'єкта.

Огляд наукових праць дав змогу зробити висновок, що єдиного підходу до складу витрат на виробництво органічної продукції немає. Кожен дослідник наводить власні напрацювання. Ми можемо погодитись із кожним із них, адже, дійсно, специфіка діяльності кожного окремого сільськогосподарського виробника є особливою, тому витрати можуть не бути ідентичними.

Так, І.В. Зумула та Д.М. Людвенко у своїх дослідженнях визначають витратами на органічне виробництво матеріальні витрати (сировина та матеріали, що використовуються в процесі органічного виробництва: обробіток ґрунту, захист рослин; внесення добрив; органічні кормові матеріали; посіви тощо; пакувальні матеріали, придатні для органічних продуктів), трудові та соціальні внески (виплати працівникам в органічному секторі; нарахування ЄСВ; витрати на підвищення кваліфікації робітників (у галузі органічного виробництва); премії для працівників органічного сектору; надання соціальних пакетів для працівників органічного виробництва), знос для необоротних активів, що використовуються в процесі органічного виробництва, інші витрати (витрати на сертифікацію; витрати на управління, такі як участь у семінарах, пов'язаних з органічним виробництвом; витрати на дотримання вимог органічного виробництва; витрати на зберігання; інші витрати) [25].

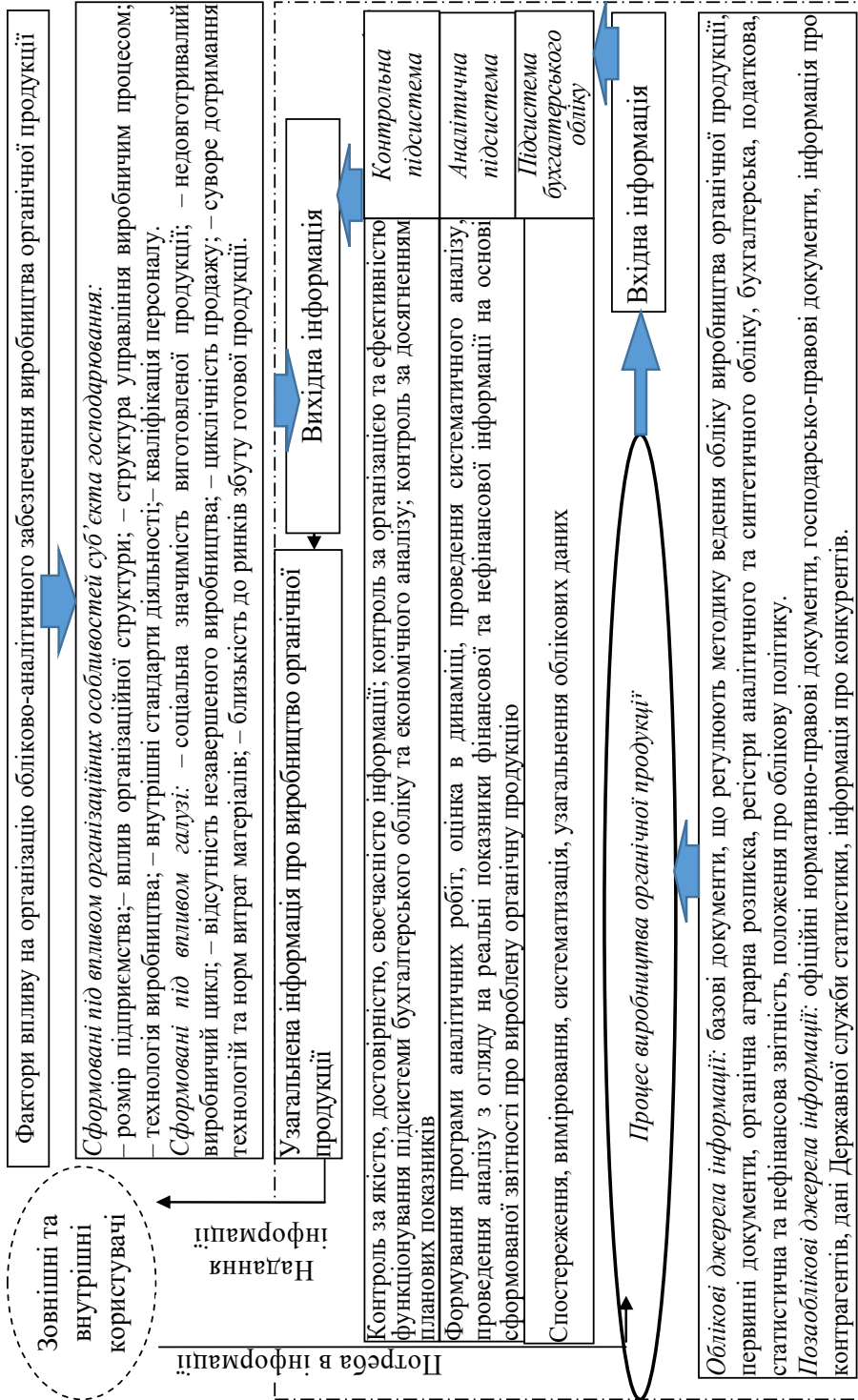


Рис. 1. Обліково-аналітичне забезпечення виробництва органічної продукції

Я.П. Іщенко до витрат на органічне виробництво включає витрати на оплату праці; насіння та посадковий матеріал; паливо та мастильні матеріали; добрива; засоби захисту рослин та тварин; корми; сировину та матеріали; роботи та послуги; ремонт необоротних активів; інші витрати на утримання основних засобів; загальновиробничі [9; 21].

Проте єдиною має бути система облікового відображення таких витрат. Так, за останні десятиліття з'явилися абсолютно нові методи обліку витрат і системи калькулювання собівартості, розроблення і впровадження яких активно ведеться в таких постіндустріальних країнах, як США, Японія, Німеччина, Франція, інші країни Західної Європи. Особливістю зарубіжної практики обліку є той факт, що системи калькулювання тісно взаємопов'язані з концепціями (моделями) управління підприємством, тобто під конкретний метод управління розробляється система обліку [16, с. 104].

Визнані у всьому світі системи управління та обліку витрат виробництва наведено в табл. 1.

Перша група методів орієнтована на виробництво, оскільки система бухгалтерського обліку формується на базі визначеної концепції виробництва та управління, тісно пов'язана з виробничими процесами [23, с. 29–30].

Друга група методів, орієнтованих на облік, розглядає підприємство як набір взаємозалежних видів діяльності (функцій, операцій), у процесі яких споживаються різні ресурси (матеріали, праця, устаткування). Відмінність полягає в тому, що в ABC під час розподілу витрат для кожного виду діяльності передбачений свій носій витрат, а у TD ABC використовується лише драйвер часу.

Третя група методів визначає чітко структуровану та детальну концепцію управління витратами за допомогою нормативного обліку витрат і гнучкого планування бюджетів. Ці методи об'єднують такі основні принципи:

- центри відповідальності (калькулювання) є головними суб'єктами планування, обліку витрат і собівартості продукції; така розстановка акцентів дає змогу керівництву підприємств здійснювати управління центрами відповідальності і контроль їх продуктивності [10, с. 47];

- чітке розмежування постійних і змінних витрат у кожному окремому центрі калькулювання.

Невід'ємною передумовою застосування прогресивних методів обліку витрат є комп'ютеризація, що дає змогу значно прискорити швидкість здійснення зворотного зв'язку (система звітності в режимі реального часу), розширює можливості оброблення зібраної в системі бухгалтерського обліку інформації для прогнозування, прийняття рішень, ефективного контролю за витратами, комплексного оцінювання та аналізу витрат. Без належного рівня технічного забезпечення важко отримати вагомі практичні результати від застосування новітніх методів обліку витрат. Хоча не можна не відзначити, що програмні продукти є лише інструментом для роботи з інформацією. Ефективність його використання визначається не лише якістю самого продукту, але й розумінням користувачами методології бухгалтерського обліку витрат загалом і закладеної в програмний продукт зокрема.

Таким чином, організація бухгалтерського обліку виробничих витрат на підприємстві має забезпечувати ефективність і дієвість всієї системи управління, зокрема давати можливість оперативно отримувати достовірну та повну облікову інформацію про витрати виробництва, своєчасно приймати необхідні управлінські рішення задля забезпечення раціонального використання виробничих ресурсів. Організація такої системи вимагає особливого підходу до вибору основних елементів і напрямів організації бухгалтерського обліку як у сфері методології, так і у сфері кадрового та технічного забезпечення. Це поліпшить інформаційне забезпечення контрольної функції управління щодо здійснення органічного виробництва та забезпечить можливість обґрунтованого калькулювання собівартості продукції.

Таблиця 1

Сучасні напрями розвитку методів обліку витрат

Група	Метод обліку затрат	Розробники	Географія методу	Основні риси
Методи, орієнтовані на виробничтво	Облік пропускну здатності за теорією обмежень (Throughput accounting under, TOC)	Еліяху Голдратт, Томас Корбетт	США, Сінгапур, Японія	Витрати – це всі грошові засоби, які система витрачає на перетворення інвестицій у дохід. Використовують облік за змінними затратами (прямі трудозатрати розглядаються як постійні). До змінних затрат не належать суми, безпосередньо не пов'язані з його виробництвом. Запаси сировини, готової продукції, незавершене виробництво розглядаються як пасиви, оскільки викликають появу зобов'язань, а не збільшення доходу від пропускну здатності.
	Бережливе виробництво (Lean accounting)	Шігео Шинго та команда розробників корпорації "Toyota"	Японія	Продукція випускається за замовленнями споживачів задля усунення будь-яких запасів готової продукції і зведення до мінімуму обсягу незавершеного виробництва. Використовує потік цінності для вимірювання вигід підприємства від впровадження lean manufacturing. Кожен потік цінностей є групою взаємопов'язаних продуктів чи послуг
Методи, орієнтовані на облік	Облік витрат за функціями (ABC)	Роберт Каллан, Стівен Андерсон	США, розвинуті європейські країни	Визначає різні види діяльності, які діють як центри витрат у виробництві, і визначає відповідний фактор витрат для кожного виду діяльності. Невиробничі затрати можуть бути віднесені до продуктів, як і виробничі затрати, але на основі аналізу причинно-наслідкових зв'язків. У складі собівартості продукції можуть не враховуватися деякі виробничі витрати.
	Облік витрат за функціями з урахуванням фактору часу (TD ABC)	Роберт Каллан, Стівен Андерсон	США	Модель припускає, що драйвер часу цілком достатній для побудови адекватної ABC-моделі процесу, що виконується, однак вимагає прямого визначення тривалості кожної операції і складання рівняння часу виконання процесу з урахуванням усіх його варіацій.
Методи, засновані на принциптах	Grenzplankostenrechnung (GPK)	Кілгер, Плаут	Німеччина, Швеція, Норвегія, Австрія, Франція, Нідерланди	Маржинальний облік замість обліку повних витрат, підтримка короткотермінових рішень замість довготермінових, центри витрат замість процесів і діяльності.
	Облік споживання ресурсів (RCA)	Антон Ван дер Мерв, Девід Е. Кіз	Німеччина, США	Витрати обліковуються не за функціями, а за ресурсами. Облік спрямований на вимірювання споживання цих ресурсів та розподілу цих витрат на споживачів, якими можуть бути інші ресурси, процеси, продукція, послуги чи центри витрат.

Джерело: складено за [11, с. 374–375; 3, с. 336, 337, 358; 20, с. 275–278]

Висновки. Таким чином, проведені дослідження дали змогу актуалізувати важливість наукового пошуку у сфері розроблення обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції. На основі проаналізованих наукових праць запропоновано власний підхід до обліково-аналітичного забезпечення виробництва органічної продукції, що формується під впливом організаційних особливостей суб'єкта господарювання та особливостей галузі функціонування. Деталізовано складові частини обліково-аналітичного забезпечення щодо інформаційного забезпечення та управління витратами на виробництво органічної продукції. Перспективними напрямками дослідження є розроблення внутрішньої управлінської звітності, удосконалення фінансової та нефінансової звітності щодо відображення витрат на виробництво органічної продукції, деталізація контрольної складової частини обліково-аналітичного забезпечення та формування методики аналізу оцінювання ефективності виробництва органічної продукції.

Список використаних джерел:

1. Бережной В.И., Крохочева Г.Е., Лесняк В.В. Бухгалтерский управленческий учет : учебное пособие. Москва : НИЦ ИНФРА, 2014. 176 с.
2. Гангал Л.С. Механізм обліково-аналітичного забезпечення управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. *Інноваційна економіка*. 2016. № 1–2. С. 124–130.
3. Гаррисон Р., Норин Э., Брюэр П. Управленческий учет / пер. с англ. под ред. М.А. Карлика. 12-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 592 с.
4. Голов С.Ф. Управлінський облік : підручник. Київ : Лібра, 2003. 704 с.
5. Голуб Н.О. Облік екологічно чистої продукції. URL: <http://ic.faa.org.ua/pdf/62-oblik-ekologichno-chistoi-produkcii.pdf> (дата звернення: 20.12.2020).
6. Гузь М.М. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління розвитком органічного сільського господарства. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2018. Вип. 290. С. 72–79.
7. Юнаш І.В., Мельник Т.А. Посилення обліково-інформаційного забезпечення управління – запорука ефективного розвитку органічного виробництва. *Молодий вчений*. 2014. № 6 (09). С. 133–135.
8. Іщенко Я.П. Облік витрат та виходу органічної сільськогосподарської продукції рослинництва. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Вип. 3–4. С. 26–36. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.03.026>.
9. Іщенко Я.П. Особливості організації обліку витрат органічного сільськогосподарського виробництва. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 7. С. 122–132.
10. Каплан Р., Купер Р. Функционально-стоимостной анализ: практическое применение. Москва : Williams, 2007. 352 с.
11. Карельская С.Н. Прогнозирование в бухгалтерском учете. Соколовские чтения «Взгляд из прошлого в будущее» : доклады международной научной конференции (10–11 февраля 2010 г.). Т. 1. Санкт-Петербург : Нестор-История, 2011. 472 с.
12. Марданова А.Ф. Развитие учетно-аналитического обеспечения производства продукции растениеводства : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.12 [Место защиты: Самарский государственный экономический университет]. Самара, 2013. 24 с.
13. Мельничук Я.П. Облікова політика щодо виробництва та реалізації органічної продукції. *Теорія і практика економіки та управління промисловими підприємствами*. 2016. № 3 (25). С. 86–92.
14. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт послуг) сільськогосподарських підприємств : Наказ Міністерства аграрної політики України від 18 травня 2001 р. № 132. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01> (дата звернення: 20.12.2020).
15. Мороз Ю.Ю., Цаль-Цалко Ю.С. Облікове забезпечення господарської діяльності товаровиробників органічної продукції. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/8415/1/Organik_2017_289-297.pdf (дата звернення: 20.12.2020).

16. Непогодина Н.И., Цурган М.С. Актуальные вопросы внедрения зарубежного опыта учета затрат при определении себестоимости продукции. *Вісник СевНТУ. Серія: Економіка і фінанси*. 2010. № 109. С. 103–107.

17. Орешникова О.В., Король А.Г. Органическое производство как фактор развития экологичного сельского хозяйства в Беларуси. *Модернизация экономики Беларуси: проблемы и пути их решения* : материалы международной научной конференции, посвященной 50-летию экономического факультета Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины (Гомель, 18 октября 2019 г.). Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2019. С. 223–224 URL: https://rep.polssu.by/bitstream/123456789/17016/1/Oreshnikova_OV_Korol%27_AG_Organicheskoe_proizvodstvo%20kak%20faktor%20razvitiia%20ekologichnogo%20sel%20skogo%20khoziaistva%20v%20Belarusi.pdf (дата звернення: 20.12.2020).

18. Пасемко Г.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління ведення органічного сільськогосподарського виробництва. *Вісник ЖНАЕУ*. 2016. № 1 (54). Т. 2. С. 190–197.

19. Подолянчук О.А. Сутність та основи обліку органічної продукції. *Агросвіт*. 2019. № 16. С. 51–57. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.16.51.

20. Поповенко Н.И., Сухина Л.П. Основные финансовые и учетные аспекты теории ограничения систем Э. Голдратта. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4 (т. 2). С. 275–278.

21. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 10 липня 2018 р. № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (дата звернення: 20.12.2020).

22. Удалова З.В. Методологические основы формирования учетно-аналитического обеспечения управления сельскохозяйственными организациями. *Аудит и финансовый анализ*. № 5. 2010. URL: https://auditfin.com/fin/2010/5/09_06.pdf (дата звернення: 20.12.2020).

23. Adkins T. Case studies in performance management: a guide from the experts. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2006. 238 p.

24. Willer H., Schlatter B., Trávníček J., Kemper L., Lernoud J. The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2020. URL: <https://orgprints.org/37222/9/willer-et-al-2020-full-document-2020-02-28-4th-corrigeanda.pdf> (дата звернення: 20.12.2020).

25. Zamula I., Liudvenko D. Information support and development of organic production *Green, Blue & Digital Economy Journal*. 2020. Vol. 1. No. 2. P. 1–7.

References:

1. Berezhnoj V.I., Krohocheva G.E., Lesnyak V.V. (2014) *Buhgalterskij upravlencheskij uchet [Management Accounting: A Textbook]*. Moscow: NIC INFRA. (in Russian)

2. Gangal L.S. (2016) *Mekhanizm oblikovo-analitichnogo zabezpechennya upravlinnya konkurentospromozhnistyu sil's'kogospodars'kih pidpriemstv [Mechanism of accounting and analytical support for managing the competitiveness of agricultural enterprises]*. *Innovacijna ekonomika*, no. 1–2, pp. 124–130.

3. Garrison R. (2010) *Upravlencheskij uchet [Management accounting]*. Saint-Petersburg: Piter. (in Russian)

4. Golov S.F. (2003) *Upravlins'kij oblik [Management accounting]*. Kyiv: Libra. (in Ukrainian)

5. Golub N.O. *Oblik ekologichno chistoi produkcii [Accounting for environmentally friendly products]*. URL: <http://ic.faaaf.org.ua/pdf/62-oblik-ekologichno-chistoi-produkcii.pdf> (accessed 20 December 2020).

6. Guz' M.M. (2018) *Informacijno-analitichne zabezpechennya upravlinnya rozvitkom organichnogo sil's'kogo gospodarstva [Information and analytical support for the management of organic agriculture]*. *Naukovij visnik Nacional'nogo universitetu bioresursiv i prirodokoristuvannya Ukraini. Seriya: Ekonomika, agrarnij menedzhment, biznes*. vol. 290, pp. 72–79.

7. Ionash I.V., Mel'nik T.A. (2014) *Posilennya oblikovo-informacijnogo zabezpechennya upravlinnya – zaporuka efektyvnogo rozvitku organichnogo virobnytva [Strengthening accounting and information management – the key to effective development of organic production]*. *Molodij vchenij*, no. 6 (09), pp. 133–135.

8. Ishchenko Ya.P. (2019) *Oblik vitrat ta virodu organichnoi sil's'kogospodars'koї produkcii roslinnictva [Accounting for costs and yield of organic agricultural products of crop production]*. *Institut buh-*

galters'kogo obliku, kontrol'ta analiz v umovah globalizacii. vol. 3–4, pp. 26–36. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.03.026>.

9. Ishchenko Ya.P. (2019) Osoblivosti organizacii obliku vitrat organichnogo sil's'kogospodars'kogo virobnictva [Features of the organization of the account of expenses of organic agricultural production]. *Ekonomika. Finansi. Menedzhment: aktual'ni pitannya nauki i praktiki*. no. 7, pp. 122–132.

10. Kaplan R., Kuper R. (2007) Funkcional'no-stoimostnoj analiz: prakticheskoe primenenie [Functional cost analysis: practical application]. Moscow: Williams. (in Russian)

11. Karel'skaya S.N. (2010) Prognozirovaniye v buhgalterskom uchete [Forecasting in accounting]. Proceedings of the *Sokolovskie chteniya "Vzglyad iz proshlogo v budushchee": doklady mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* (Russia, Saint-Petersburg, 10–11 February 2010). Saint-Petersburg: Nestor-Istoriya. (in Russian)

12. Mardanova A.F. (2013) Razvitiye uchetho-analiticheskogo obespecheniya proizvodstva produkcii rastenievodstva [Development of accounting and analytical support for crop production] (PhD Thesis), Samara.

13. Mel'nichuk Ya.P. (2016) Oblikova politika shchodo virobnictva ta realizacii organichnoi produkcii [Accounting policy for the production and sale of organic products]. *Teoriya i praktika ekonomiki ta upravlinnya promislivimi pidpriemstvami*, no. 3 (25), pp. 86–92.

14. Metodichni rekomendacii z planuvannya, obliku i kal'kulyuvannya sobivartosti produkcii (robit poslug) sil's'kogospodars'kih pidpriemstv [Methodical recommendations on planning, accounting and calculation of the cost of products (works of services) of agricultural enterprises]: Nakaz Ministerstva agrarnoi politiki Ukraini vid 18.05.2001 № 132. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01> (accessed 20 December 2020).

15. Moroz Yu.Yu (2017), Cal'-Calko Yu.S. Oblikove zabezpechennya gospodars'koj diyal'nosti tovarovirobnikiv organichnoj produkcii [Accounting support of economic activity of commodity producers of organic products]. Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/8415/1/Organik_2017_289-297.pdf (accessed 20 December 2020).

16. Nepogodina N.I., Curgan M.S. (2010) Aktual'nye voprosy vnedreniya zarubezhnogo opyta ucheta zatrat pri opredelenii sebestoimosti produkcii [Topical issues of introduction of foreign experience in cost accounting in determining the cost of production]. *Visnik SevNTU. Seriya: Ekonomika i finansi*, no. 109, pp. 103–107.

17. Oreshnikova O.V., Korol' A.G. (2019) Organicheskoe proizvodstvo kak faktor razvitiya ekologichnogo sel'skogo hozyajstva v Belarusi [Organic production as a factor in the development of organic agriculture in Belarus]. *Modernizaciya ekonomiki Belarusi: problemy i puti ih resheniya [Elektronnyj resurs]: mezhdunar. nauch. konf., posvyashch. 50-letiyu ekon. fak-ta Gomel'skogo gos. un-ta im. F. Skoriny (Gomel', 18 okt. 2019 g.)*. Gomel': GGU im. F. Skoriny. P. 223–224. Available at: https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/17016/1/Oreshnikova_OV_Korol%27_AG_Organicheskoe_proizvodstvo%20kak%20faktor%20razvitiia%20ekologichnogo%20sel%27skogo%20khoziaistva%20v%20Belarusi.pdf (accessed 20 December 2020).

18. Pasemko G.M. (2016) Oblikovo-analitichne zabezpechennya upravlinnya vedennya organichnogo sil's'kogospodars'kogo virobnictva [Accounting and analytical management of organic agricultural production]. *Visnik ZHNAEU*, no. 1 (54), t. 2, pp. 190–197.

19. Podolyanchuk O.A. (2019) Sutnist' ta osnovi obliku organichnoi produkcii [The essence and basics of accounting for organic products]. *Agrosvit*, no. 16, pp. 51–57. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.16.51.

20. Popovenko N.I., Suhina L.P. (2009) Osnovnye finansovye i uchethye aspekty teorii ogranicheniya sistem [The main financial and accounting aspects of the theory of constraints of E. Goldratt's systems]. *Visnik Hmel'nic'kogo nacional'nogo universitetu*, no. 4 (t. 2), pp. 275–278.

21. Pro osnovni principy ta vimogi do organichnogo virobnictva, obigu ta markuvannya organichnoi produkcij [On the basic principles and requirements for organic production, circulation and labeling of organic products]: Zakon Ukraini vid 10.07.2018 r. № 2496-VIII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (accessed 20 December 2020).

22. Udalova Z.V. (2010) Metodologicheskie osnovy formirovaniya uchetho-analiticheskogo obespecheniya upravleniya sel's'kohozyajstvennymi organizaciyami [Methodological bases of formation of accounting and analytical support of management of the agricultural organizations]. *Audit y finansovyy analiz*, no. 5. Available at: https://auditfin.com/fin/2010/5/09_06.pdf (accessed 20 December 2020).

23. Adkins T. (2006) Case studies in performance management: a guide from the experts. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 238 p.

24. Willer Helga, Schlatter Bernhard, Trávníček Jan, Kemper Laura, Lernoud Julia (2020) The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends. Available at: <https://orgprints.org/37222/9/willer-et-al-2020-full-document-2020-02-28-4th-corrigenda.pdf> (accessed 20 December 2020).

25. Zamula Iryna, Liudvenko Dmytro (2020) Information support and development of organic production Green. *Blue & Digital Economy Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 1–7.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 519.86:[334.72:63]

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.23>

Каеун Г.М.

*старший викладач кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

Лобода О.М.

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

Kavun Halyna, Loboda Olena

Kherson State Agrarian and Economic University, Ukraine

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ОПТИМАЛЬНИХ ПЛАНІВ РОЗВИТКУ ЗЕМЛЕРОБСТВА

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELS FOR CALCULATION OF THE OPTIMAL PLAN FOR AGRICULTURE DEVELOPMENT

Досліджено методи та алгоритми розв'язування задач упровадження економіко-математичного моделювання для розрахунку оптимальних планів розвитку землеробства з метою підвищення ефективності роботи аграрних підприємств в умовах розвитку ринкових відносин. Охарактеризовано загальні підходи до розміщення і структури посівів по зонах, областях, районах, аграрних підприємств та наведено критерії його оптимальності в сучасних умовах господарювання. Показано необхідність удосконалення методів оптимізації планів розвитку землеробства аграрними підприємствами, пов'язаних із побудовою моделі, кінцевим результатом якої буде можливість керівництву співставляти їх економічну ефективність та приймати оптимальні рішення. Розроблено економіко-математичні моделі для розрахунку оптимальних планів розвитку землеробства.

Ключові слова: модель, система управління, оптимізаційні моделі, ефективність, оптимальний план.

Исследованы методы и алгоритмы решения задач внедрения экономико-математического моделирования для расчета оптимальных планов развития земледелия с целью повышения эффективности работы аграрных предприятий в условиях развития рыночных отношений. Охарактеризованы общие подходы к распределению структуры посевов по зонам, областям, районам аграрных предприятий и приведены критерии его совершенствования методов оптимизации планов развития земледелия аграрными предприятиями, которые связаны с построением модели, конечным результатом которой будет возможность руководителю сопоставлять их экономическую эффективность и принимать оптимальные решения. Разработаны экономико-математические модели для расчета оптимальных планов развития земледелия.

Ключевые слова: модель, система управления, оптимизационные модели, эффективность, оптимальный план.

Various methods and algorithms for solving problems of introducing economic and mathematical modeling into the process of calculating optimal plans for the development of agriculture in order to increase the efficiency of agricultural enterprises have been investigated. General approaches to drawing up optimal plans for the development of agriculture in regions, districts, agricultural enterprises are characterized and main criteria for their optimality in modern economic conditions are given. The necessity of improving the methods of functioning of agricultural enterprises and methods of optimizing the development of agriculture by agricultural enterprises is shown, the end result of which will be the comparison of the resource capabilities of the production enterprise by the management of this enterprise, namely material and financial capabilities, with the needs of the enterprise, evaluate them from the point of view of business development and carry out the development recommendations for making decisions on the optimal development of agriculture. The retrospective of the development of modeling in agriculture in the context of the development of market relations is investigated. General approaches to optimizing the development of agriculture of high-value agricultural enterprises are characterized and criteria of optimality in modern economic conditions are given. It has been established that it is necessary to use modern mathematical methods for planning and forecasting processes in the agricultural sector; namely, the optimal development of agriculture in regions and districts, as well as growing requirements for product quality and an increase in gross income, require deepening research and the introduction of appropriate economic and mathematical models. A comprehensive combination of methods for optimizing the production program of production was carried out on the basis of an assessment of modern economic requirements, with the determination of optimal technological solutions for growing crops. Comparisons of various models for optimizing the development of agriculture are used.

Key words: model, control system, optimization models, economic efficiency, optimal plan.

Постановка проблеми. Поряд із загальною задачею оптимізації виробничої програми виробництва існує необхідність виконання часткових розрахунків, які визначають найбільш раціональні варіанти розвитку окремих або найкращі способи використання окремих видів виробничих ресурсів. Часткові внутрішньовиробничі економіко-математичні задачі повинні доповнювати загальну систему моделей господарства, виявити додаткові можливості і резерви його розвитку. Вирішення проблем агропромислового виробництва з використанням математичних методів суттєво підвищує ефективність існування аграрних підприємств, дає їм змогу прогнозувати результати виробництва та одержувати максимально можливу рентабельність продукції в умовах кризи, підвищених ризиків та загострення конкуренції та обґрунтовувати стратегічні плани власного розвитку. Дедалі очевиднішою стає необхідність ширшого застосування надійних методів моделювання економічних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективному застосуванню здобутків математичного програмування в сучасних економічних дослідженнях протягом останнього часу приділяється підвищена увага вітчизняних науковців. Проте питання впровадження методів економіко-математичного моделювання в процес розрахунку оптимальних планів розвитку землеробства з метою підвищення економічної ефективності завжди є актуальним. В умовах постійних змін ринкових відносин, кліматичних умов аналітика та створення нових методів економіко-математичного моделювання стають очевидними. Суттєвий внесок у такі дослідження був здійснений В. Леонтєвим, Т. Кумпансом, К. Ерроу та ін. Подальші дослідження, розроблення та впровадження моделей для оптимального розвитку землеробства для невеликих фермерських господарств є сучасними актуальними завданнями.

Формулювання цілей статті. Сучасне використання сільськогосподарських угідь не повною мірою відповідає вимогам раціонального природокористування: збереження та відтворення родючості ґрунтів, призупинення ерозійних процесів, поліпшення ландшафтів. Значно скоротилося застосування органічних і мінеральних добрив, практично припинено роботи із захисту земель від ерозії та впровадження екологозберігаючих

технологій. У цій сфері суспільно-виробничих відносин найбільш важливим є забезпечення єдності техніки, біології, економіки й екології.

Виклад основного матеріалу. Одними з найбільш розповсюджених методів планування діяльності аграрних підприємств є методи економіко-математичного моделювання. Удосконалення економіко-математичної моделі – по суті, нескінченний процес. Зміни в аграрній політиці, зовнішній економіці, конкурентному середовищі, впровадження інформаційних технологій, необхідність урахування соціальних та багатьох інших чинників – усе це постійно коригує побудову моделі та зумовлює сільськогосподарське виробництво як складну стохастичну систему [1].

За допомогою методів економіко-математичного моделювання можна розв'язати такі задачі, як: вибір найкращої структури посівних площ, вибір оптимальних розмірів господарств різних форм власності, раціональне розміщення капіталовкладень, визначення оптимального набору машин у господарстві, підбір найкращого складу добрив та ін.

Одним із різновидів математичних моделей є модель оптимізації розвитку землеробства, яку можна розглядати в таких постановках.

Оптимізація розміщення та структури посівів. Для кожного господарства дуже важливо з року в рік підвищувати продуктивність сільськогосподарських угідь, збільшувати виробництво у розрахунку на гектар землі. Вихід продукції залежить від багатьох чинників. Необхідно визначити не лише правильну структуру посівних площ, правильну систему сівозміну, а й найбільш правильно розміщувати посіви окремих культур по окремих ділянках землі залежно від низки особливостей полів і окремих культур на основі транспортної моделі. Позначимо через r кількість ділянок землі, l – число культур, s_k – площу k -ої ділянки, s_j – площу, відведену під j -у культуру, c_{jk} – вартість j -ї продукції (або прибуток) із гектара k -ої ділянки, x_{jk} – площу посівів j -ої культури на k -ій ділянці [2].

Потрібно знайти максимум функції $C = \sum_{j=1}^r \sum_{k=1}^l c_{jk} x_{jk}$ за даних обмежень:

$$1) \sum_{k=1}^l x_{jk} = s_j, j = 1, 2, \dots, l; \quad (1)$$

$$2) \sum_{j=1}^r x_{jk} = s_k, k = 1, 2, \dots, r; \quad (2)$$

$$3) \sum_{k=1}^l s_k = \sum_{j=1}^r s_j, j = 1, 2, \dots, r; \quad (3)$$

$$4) x_{jk} \geq 0. \quad (4)$$

Під час побудови моделі оптимізації системи сівозміни в господарстві враховують насамперед вимоги до сівозмін, їхню роль в агротехніці та економіці підприємства. Із погляду агротехніки сівозміни слугують для збереження та підвищення родючості ґрунту. Разом із тим сівозміни являють собою конкретну форму розміщення посівів сільськогосподарських культур на полях. У них закладена основа структури посівних площ в господарстві та його виробничих одиницях. Нарешті, сівозміни – це важлива форма та база організації й проведення польових робіт. За своїм призначенням розрізняють такі сівозміни: польові, овочеві, кормові, спеціальні. За довжиною ротації вони бувають із різною кількістю ділянок – від 3 до 12 [2].

У практиці землеробства використовуються багаточисельні варіанти різних сівозмін. Необхідно знайти найкращий із них для даних умов. Для цього введемо додаткові позначення:

n – кількість сівозмін різних видів, уведення яких можливо в даних умовах;

x_j – площа j -ої сівозміни в гектарах;

c_j – середня (за декілька років) вартість продукції (або прибуток) з гектара, отримана в j -ій сівозміні;

a_{ij} – частка посівів i -ої культури на j -ій сівозміні;
 s_i – загальна задана площа посіву i -ої культури;
 s – площа всієї пашні в господарстві.

Необхідно знайти максимум цільової функції $C = \sum_{j=1}^n c_j x_j$ за умов:

$$1) \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j = s_i, (i = 1, 2, \dots, l); \quad (5)$$

$$2) \sum_{j=1}^n x_j \leq s; \quad (6)$$

$$3) x_j \geq 0. \quad (7)$$

Дану задачу можна також поставити для кожного із видів ґрунтів окремо. Визначення найкращої сівозміни для даних умов можна включити в загальну задачу виробничої програми підприємства.

Розглянемо часткову задачу більш складного характеру, за допомогою якої можна визначити оптимальну структуру посівних площ із метою найкращого забезпечення тваринництва кормами. Вона актуальна, головним чином, для господарств тваринницького напрямку. Для них важливо розрахувати таку структуру посівних площ культур, які висіваються на корма, яка б дала змогу якнайкраще використовувати земельні угіддя, техніку, працю зайнятих у землеробстві й забезпечила б основу складання оптимальних раціонів годівлі скота [4].

Отже, треба знайти максимум функції $C = \sum_{j=1}^l c_j x_j$ за умов:

1) система обмежень, яка характеризує використання ресурсів усіх видів, крім кормів:

$$\sum_{j=1}^l a_{ij} x_j \leq b_j; (i = 1; 2; \dots; m); \quad (8)$$

2) система обмежень по виробництву кормів та їх використання:

$$\sum_{j=l+1}^l \overline{a}_{ihj} x_j + \sum_{j=l+1}^l x_{ihj} - \sum_{j=1}^l v_{ihj} x_j \leq b_{ij}, (i = m_1 + 1; m_1 + 2; \dots; m_2; h = 1; 2; \dots; H); \quad (9)$$

3) обмеження зверху на додаткові (зверх мінімуму) витрати кормових речовин i -го виду по h -ій групі корму на j -галузь тваринництва:

$$x'_{ihj} - a''_{ihj} \leq 0; \quad (10)$$

4) обмеження, які забезпечують доведення норми витрат кормових речовин до повної норми:

$$\sum_{h=1}^H x_{ihj} - (\overline{a}_{ij} - \sum_{h=1}^H a'_{ihj}) x_j = 0; \quad (11)$$

5) обмеження невід'ємності змінних:

$$x_j \geq 0; x_{ihj} \geq 0. \quad (12)$$

Приймемо такі позначення:

a_{ij} – норма затрат i -го ресурсу (крім кормів) на виробництво одиниці j -ої продукції;
 b_i – наявність ресурсів i -го виду (крім кормів);
 b_{ih} – наявність кормових речовини (елементів харчування) i -го виду по h -ій групі кормів;

\overline{a}_{ijh} – повна норма розходу i -го елемента харчування по h -ій групі на виробництво одиниці j -ої тваринницької продукції;

a'_{ihj} – мінімальна норма розходу i -го елемента харчування по h -ій групі кормів на виробництво одиниці j -ої тваринницької продукції;

a''_{ihj} – максимально допустима норма розходу i -го елемента харчування по h -ій групі кормів на j -ої тваринницької продукції;

v_{ijh} – вміст i -го елемента харчування по h -ій групі кормів;
 $x_j \geq 0$ – обсяг виробництва j -ої продукції;
 x_{ihj} – додаткова кількість i -го елемента харчування по h -ій групі кормів, яка використовується для виробництва j -ої продукції тваринництва;
 c_j – ціна одиниці j -ої продукції;
 l – всього галузей у господарстві;
 l' – кількість галузей землеробства;
 $l - l'$ – кількість галузей тваринництва.

Дана модель може бути модифікована залежно від економічних та інших умов господарства і від поставленої мети розрахунку. Так, у господарстві тваринницького напрямку, де основне завдання землеробства – виробництво кормів, матимуть перевагу, головним чином, культури, які вирощують на кормові. Розв'язок такої задачі дасть змогу визначити не лише оптимальний обсяг, структуру продукції тваринництва і раціони годівлі скоту, а й оптимальну структуру посівних площ кормових культур у запланованому періоді [5].

Задача з оптимізації виробництва кормів та їх використання може бути поставлена як у цілому по господарству, так як і в окремих галузях тваринництва або ферм.

Розглянемо наступну економіко-математичну модель для розрахунку оптимальних планів розвитку землеробства – модель оптимізації використання мінеральних добрив у господарстві за даної структури посівних площ. Сучасне функціонування підприємств аграрного сектору економіки дає право стверджувати, що оптимальний розподіл добрив є одним із ключових чинників досягнення максимального валового прибутку врожаю сільськогосподарських культур.

Розглянемо найбільш просту модель з оптимізації використання мінеральних добрив, якщо в господарстві деяка кількість видів добрив. Необхідно знайти оптимальний варіант їх використання. Уведемо такі позначення:

a_{ij} – норма внесення діючої речовини i -го виду для отримання одиниці прибутку урожаю j -ої культури;

b_s – кількість добрив s -го виду (в натурі), які є в господарстві, $s = 1, 2, 3, S$;

c_j – ціна одиниці j -ої продукції;

q_{is} – вміст i -ої діючої речовини в одиниці s -го добрива;

Q_j – максимально можливий обсяг прибутку j -ої продукції за рахунок внесення мінеральних добрив за даної площі посіву j -ої культури.

Користуючись цими позначеннями, сформулюємо задачу.

Знайти максимум цільової функції $C = \sum_{j=1}^l c_j x_j$, за умов:

$$1) \sum_{j=1}^{l'} a_{ij} x_j \leq \sum_{s=1}^S q_{is} b_s \quad (i = 1, 2, \dots, m); \quad (13)$$

$$2) 0 \leq x_j \leq Q_j. \quad (14)$$

По даній задачі необхідно зробити такі зауваження. Тут максимізується прибуток урожаю, отриманий за рахунок внесення мінеральних добрив. Допускається, що залежність підвищення врожайності від внесення добрив є прямою, хоча в дійсності вона нелінійна. Ця нелінійність врахована в другій умові у вигляді $0 \leq x_j \leq Q_j$, де Q_j – деяка границя підвищення врожайності j -ої культури за рахунок внесення добрив за даного рівня агротехніки [6].

Однією з основних переваг застосування даної моделі є можливість дослідити рівень впливу зміни окремих обмежень задачі на формування кінцевого результату, що дає змогу збільшити кількість альтернатив добрив без застосування повторного повного розв'язку задачі та пошуку тих видів добрив, які мають найбільший вплив на кінцевий результат.

Якщо під час розроблення математичного апарату даної моделі будемо виходити з припущення про нормальний закон розподілу добрив, врожайності, продуктивності,

витрат та інших показників сільськогосподарського виробництва, то за допомогою спеціальних перетворень, введення нових змінних отримано детерміновані аналоги ймовірнісних обмежень (з імовірністю не менше, ніж заздалегідь задана).

$$\sum a_{kir} x_{ir} + t \sqrt{\sum \sigma_{a_{ir}}^2 x_{ir}^2 + \sigma_{b_i}^2} \leq b_i, \quad (15)$$

$$\sum_{j \in J} v_{jk} x_{ir} - t \sqrt{\sum \sigma_{v_{jk}}^2 x_{ir}^2 + \sigma_{D_r}^2} \geq D_r, \quad (16)$$

де $t \sqrt{\sum \sigma_{a_{ij}}^2 x_{ir}^2 + \sigma_{b_i}^2}$ – додаткова кількість інших видів добрив з урахуванням заданої врожайності, (17)

$t \sqrt{\sum \sigma_{D_r}^2 x_{ir}^2 + \sigma_{D_r}^2}$ – недоотримання продукції з урахуванням визначеного рівня розподілу добрив (t – плановий період) [7].

Висновки. В умовах реальної конкуренції економіко-математичне моделювання є дієвим інструментом для вироблення практичних рекомендацій оптимізації розвитку землеробства. Використання поданих моделей дає змогу керівникам фермерських господарств вибрати модель (або моделі), щоб ефективніше використовувати виробничі ресурси, що досить важливо в умовах ринкової економіки. За сучасного розвитку інформаційних технологій та вищої освіти керівників фермерських господарств сукупність поданих моделей дає можливість самостійно обчислювати оптимальний розвиток господарства. Слід урахувати під час побудови економіко-математичних моделей: залежність виробництва від природно-кліматичних умов, наявність біологічних обмежень, рівень попиту на сільськогосподарську продукцію, тісний зв'язок економічних та соціальних аспектів сільськогосподарського виробництва, сезонність виробництва.

Список використаних джерел:

1. Оптимізаційні методи і моделі / О.Г. Савченко та ін. Херсон : Айлайт, 2014. 430 с.
2. Івашук О.Т. Економіко-математичне моделювання. Тернопіль : ТНЕУ, 2008. 704 с.
3. Лобода О.М. Актуальні проблеми ідентифікації та моделювання структури управління підприємством. *Наука й економіка*. 2015. № 3. С. 130–134.
4. Гатаулін А.М. Економіко-математичні методи в плануванні сільськогосподарського виробництва. Київ : Вища школа, 2000. 260 с.
5. Вітлінський В.В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком. Київ : КНЕУ, 2000. 292 с.
6. Лобода О.М., Димов В.С. Моделі та методи інформаційних технологій управління аграрного сектору економіки за допомогою достатніх умов оптимальності. *Проблеми інформаційних технологій*. 2018. Вип. 01(023). С. 104–110.
7. Influence of Mineral Nutrition and Combined Growth Regulating Chemical on Nutrient Status of Sunflower / E.O. Domaratskiy et al. *Indian Journal of Ecology*. 2018. Vol. 45. Issue 1. P. 126–129.

References:

1. Savchenko O.H., Kavun H.M., Valko N.V., Kuzmich L.V. (2014) *Optymizatsiyni metody i modeli* [Optimization Methods and Models]. Kherson: Ailight LLC. (in Ukrainian)
2. Ivashchuk O.T. (2008) *Ekonomiko-matematychne modelyuvannya* [Economic and Mathematical Modeling]. Ternopil: TNEU. (in Ukrainian)
3. Loboda O.M. (2015) Aktual'ni problemy identyfikatsiyi ta modelyuvannya struktury upravlinnya pidpryyemstvom [Actual Problems of Identification and Modeling of Enterprise Management Manufacturing]. *Science and Economics*, no. 3, pp. 130-134.
4. Hataulin A.M. (2000) *Ekonomiko-matematychni metody v planuvanni sil's'kohospodars'koho vyrobnytstva* [Economic and Mathematical Methods in Agricultural Production Planning]. Kyiv: Higher School. (in Ukrainian)
5. Vitlinsky V.V. (2000) *Analiz, modelyuvannya ta upravlinnya ekonomichnym ryzykom* [Analysis, modeling and management of economic risk]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

6. Loboda O.M., Dymov V.S. (2018) Modeli ta metody informatsiynykh tekhnolohiy upravlinnya ahrarnoho sektoru ekonomiky za dopomohoyu dostatnikh umov optimal'nosti [Models and methods of information technologies of management of economy's agrarian sector with the help of optimality's sufficient conditions]. *Problems of information technology*. Issue 01 (023), pp. 104–110.

7. Domaratskiy E.O., Bazaliy V.V., Domaratskiy O.O., Dobrovol'skiy A.V., Kyrychenko N.V., Kozlova O.P. (2018) Influence of Mineral Nutrition and Combined Growth Regulating Chemical on Nutrient Status of Sunflower. *Indian Journal of Ecology*, vol. 45, issue 1. pp. 126–129.

УДК 334.021

DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.24>

Ющенко Н.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5213-8341>

Yushchenko Nadiia

Khmelnytskyi National University

МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЦІ ТА ЗАХОДИ ДЛЯ ЛІКВІДАЦІЇ НАСЛІДКІВ ЇХ ВИНИКНЕННЯ

RISK ASSESSMENT METHODS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN HEAT POWER INDUSTRY AND MEASURES TO ELIMINATE THEIR CONSEQUENCES

Процес управління ризиками, що триває протягом здійснення державно-приватного партнерства, передбачає разом з виявленням ризиків, визначенням шляхів запобігання їх виникненню, ліквідацією негативних наслідків і передачею ризиків, включаючи страхування, прийняттям ризиків їх оцінку. Стаття присвячена дослідженню державного впливу на розвиток державно-приватного партнерства в енергетиці України та систематизації методів якісної оцінки (оцінка ймовірності настання події, дії або бездіяльності та ступеня її впливу, що визначається як висока, середня або низька) та етапам проведення аналізу чутливості, методу Монте-Карло, варіантам сценарного аналізу за кількісного оцінювання ризиків, що супроводжують співробітництво держави та бізнесу у сферах виробництва, транспортування та постачання теплової енергії і гарячого водопостачання, принципом і методам управління ризиками проєктів державно-приватного партнерства.

Ключові слова: *аналіз чутливості, державно-приватне партнерство, комунальне підприємство, метод Монте-Карло, ризик, сценарний аналіз, теплопостачання, якісна оцінка.*

Процесс управления рисками, продолжающийся в течение осуществления государственно-частного партнерства, предусматривает совместно с выявлением рисков, определением путей предупреждения их возникновения, ликвидацией негативных последствий и передачей рисков, включая страхование, принятием рисков их оценку. Статья посвящена исследованию государственного влияния на развитие государственно-частного партнерства в энергетике Украины и систематизации методов качественной оценки (оценка вероятности наступления события, действия либо бездействия и степени его влияния, определяемой как высокая, средняя или низкая) и этапам проведения анализа чувствительности, метода Монте-Карло, вариантам сценарного анализа при количественном оценивании рисков, сопровождающих сотрудничество государства и бизнеса в сферах производства, транспортировки и снабжения тепловой энергии и горячего водоснабже-

ня, принципам и методам управления рисками проектов государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: анализ чувствительности, государственно-частное партнерство, коммунальное предприятие, метод Монте-Карло, риск, сценарный анализ, теплоснабжение, качественная оценка.

In the field of utilities that provide services of general economic interest in Ukraine (ensure the viability of the city), the goal should be the use of public-private partnership instruments to attract strategic investors, with the prospect of privatizing enterprises that are not a natural monopoly. The process of risk management, continuing during the implementation of public-private partnership, provides, together with the identification of risks, determination of ways to prevent their occurrence, elimination of negative consequences and transfer of risks, including insurance, acceptance of risks, their assessment. We are talking about obtaining permits and licenses, operating risks, design and construction (reconstruction, improvement, and repair), financial and macroeconomic, social and political, other unforeseen circumstances that have a high level of impact. The article is devoted to the study of the state influence on the development of public-private partnerships in the energy sector of Ukraine and the systematization of qualitative methods (assessment of the probability of the occurrence of an event, action or inaction and the degree of its impact, defined as high, medium or low) and the stages of sensitivity analysis, the Monte Carlo method, scenarios analysis options for quantitative assessment of risks accompanying cooperation between the state and business in the production, transportation and supply of heat energy and hot water supply, principles and methods of risk management that have a significant impact on the decision to implement a public-private partnership or on its implementation. In particular, attention is paid to the statistical method, which consists in determining the level of threat of a risk, depending on the degree of probability of its occurrence; the expediency of costs, indicating the determination of the level of threat of the risk of exceeding the amount of funds that are planned to be spent during the fulfillment of the terms of the contract, in comparison with the previously established and agreed upon with the partners; expert assessment, which allows a group of experts to assess risks and, based on the results of such an assessment, determine the risk with the highest level of threat of its occurrence.

Key words: sensitivity analysis, public-private partnership, utility company, Monte Carlo method, risk, scenario analysis, heat supply, qualitative assessment.

Постановка проблеми. Вибравши демократичний напрям розвитку, Україна задекларувала побудову фінансово сильного й незалежного місцевого самоврядування. Одним з важливих завдань органу місцевого самоврядування для забезпечення комфортних умов проживання та перебування громадян на відповідній території є необхідність здійснення видатків на утримання та розвиток інфраструктури відповідних населених пунктів, що викликає необхідність за рахунок коштів місцевих бюджетів фінансувати роботи з надання життєво необхідних послуг населенню та з ремонту й утримання об'єктів інфраструктури, які мають бути спрямовані на забезпечення та збереження їх технічного та естетичного стану, підвищення експлуатаційних якостей та продовження їх строків служби. В умовах суспільно-політичних та економічних викликів виконати це завдання без достатньої підтримки з боку держави або неурядових організацій видається усе важче. Впродовж багатьох років на зазначені цілі через обмеженість фінансових ресурсів у органів місцевого самоврядування на житлово-комунальне господарство, зокрема на теплові мережі, в місцевих бюджетах планують мізерні кошти. Переважно за останні роки це видатки на заходи з упередження аварій та запобігання техногенним катастрофам на аварійних об'єктах. Перш за все задля економії коштів планують видатки на оплату праці з нарахуваннями та на оплату комунальних послуг та енергоносіїв. Решту видатків, зокрема для вжиття заходів з розвитку інфраструктури та підтримки економіки, органам місцевого самоврядування планують з урахуванням наявних коштів та необхідності їх забезпечення.

Ринок централізованого теплопостачання в Україні насамперед складається з комунальних підприємств (КП), що виробляють, транспортують та постачають теплову енергію, надаючи послуги з опалення житлових будинків та гарячого водопостачання,

а також належать до підприємств, що надають послуги загального економічного інтересу, забезпечення доступу до яких є функцією муніципалітету згідно із законодавством [1]. Інфраструктура зношена та малоефективна, що призводить до низької якості обслуговування, значних втрат енергії та витрат на утримання. Діючі тарифи на ці послуги не покривають фактичних витрат підприємств. Більш того, задля не підвищення тарифів у їх структурі відсутня інвестиційна складова частина. Як наслідок, фінансові показники комунальних теплопостачальних підприємств створюють потребу у фінансовій допомозі з місцевих бюджетів органів місцевого самоврядування та ведуть до накопичення боргу за постачання природного газу перед національною нафтогазовою компанією НАК «Нафтогаз України».

Хронічний дефіцит фінансових ресурсів, який унеможливує виконання повною мірою покладених на місцеве самоврядування в Україні функцій і завдань, є однією з його найбільш болючих проблем. Потенційними джерелами залучення ресурсів для територіальної громади разом з міжнародними програмами фінансування проєктів на засадах співфінансування з органами місцевого самоврядування; продажом земельних ділянок або прав на них на конкурентних засадах; самооподаткуванням; місцевими запозиченнями; тим, що орган місцевого самоврядування може одержати позику на покриття тимчасового касового розриву; участю органів місцевого самоврядування в реалізації інвестиційних проєктів на умовах співфінансування з іншими суб'єктами (державою, іншими органами місцевого самоврядування, територіальною громадою) є застосування державно-приватного партнерства (концесія, управління майном, спільна діяльність, змішане) на місцевому рівні [2, с. 305–328].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численним аспектам управління ризиками державно-приватного партнерства присвячені дослідження таких науковців, як Н. Бабяк [3], Ю. Соколов, В. Маслова [4], К. Фарнелл [5]. Водночас потребують подальшого дослідження принципи та методи управління ризиками проєктів державно-приватного партнерства, застосування яких дасть змогу виявляти, стримувати та знижувати ризики, а також вживати превентивних заходів в інтересах проєкту.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження державного впливу на розвиток державно-приватного партнерства в енергетиці України та систематизація методів якісної та кількісної оцінки ризиків, що супроводжують співробітництво держави та бізнесу у сферах виробництва, транспортування та постачання теплової енергії і гарячого водопостачання.

Виклад основного матеріалу. Енергоефективна модернізація та технічне переоснащення об'єктів теплозабезпечення в умовах реформи децентралізації в Україні мають базуватися на такій формі взаємодії бізнесу і влади, як державно-приватне партнерство [6], що є привабливим (табл. 1) для місцевого рівня у сфері виробництва, транспортування й постачання тепла, а також є потенційним джерелом залучення ресурсів для територіальної громади. Його здійснення має передбачати виконання органами місцевого самоврядування однієї або кількох таких функцій, як проектування, фінансування, будівництво, відновлення (реконструкція, модернізація), експлуатація, обслуговування.

Тракування сутності державно-приватного партнерства (ДПП) дає змогу його ідентифікувати як співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних державних органів влади й органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних і комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому Законом [7]. При цьому його основними ознаками є забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, довготривалість відносин (5–50 років), передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення ДПП, внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства з джерел, не заборонених законодавством.

Таблиця 1

**Переваги державно-приватного партнерства
для органів місцевого самоврядування й приватного бізнесу**

Переваги для органів місцевого самоврядування	Переваги для приватного бізнесу
<ul style="list-style-type: none"> – скорочення витрат на надання послуг; – активізація інвестиційної діяльності; – ефективне управління майном; – економія бюджетних коштів; – використання досвіду приватного бізнесу; – оптимізація розподілу ризиків; – підвищення ефективності інфраструктури; – розвиток форм проєктного фінансування; – рівний діалог між владою і бізнесом; – збереження та створення робочих місць. 	<ul style="list-style-type: none"> – залучення бюджетних коштів до проєкту; – доступ до раніше закритих сфер економіки (ЖКГ, інфраструктура тощо); – розширення можливостей отримання пільгових кредитів під державні гарантії від фінансових установ на довгий період; – підвищення статусу проєкту через участь державного партнера; – позитивний імідж у суспільстві; – оптимізація розподілу ризиків проєкту.

Джерело: сформовано на основі [2, с. 312–317]

У рамках ДПП можуть укладатися договори про концесію, спільну діяльність та інші договори. При цьому його об'єктами можуть бути наявні, зокрема відтворювані (шляхом реконструкції, модернізації, технічного переоснащення) об'єкти; створювані чи придбані об'єкти. Передача об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності, не зумовлює перехід права власності на ці об'єкти до приватного партнера. Такі об'єкти підлягають поверненню державному партнеру після припинення дії договору державно-приватного партнерства.

Пропозиції про здійснення ДПП щодо об'єктів комунальної власності готуються відповідними органами місцевого самоврядування або особами, які можуть бути приватними партнерами, а також подаються на розгляд сільських, селищних, міських, районних чи обласних рад або до уповноважених ними органів. При цьому важливо провести аналіз ефективності його здійснення шляхом обґрунтування соціально-економічних та екологічних наслідків, порівняння основних показників реалізації проєкту (рентабельності, рівня витрат, якості послуг тощо), виявлення ризиків, визначення форми реалізації.

Така форма взаємодії бізнесу й влади має низку джерел фінансування:

- 1) фінансові ресурси приватного партнера;
- 2) фінансові ресурси, запозичені в установленому порядку;
- 3) кошти державного та місцевих бюджетів;
- 4) інші джерела, не заборонені законодавством.

Рішення про здійснення ДПП щодо об'єктів комунальної власності, проведення конкурсу з визначення приватного партнера та затвердження результатів приймаються місцевими радами. Визначення приватного партнера для укладення договору в рамках державно-приватного партнерства здійснюється виключно на конкурсних засадах (рис. 1). Порядок проведення конкурсу з визначення приватного партнера для здійснення ДПП щодо комунальної власності встановлюється Кабінетом Міністрів України [8].

Укладення договору здійснюється органом, який прийняв рішення про здійснення державно-приватного партнерства з переможцем конкурсу.

Під час проведення аналізу ефективності здійснення ДПП, прийняття рішень про його здійснення, розподілу ризиків між державним і приватним партнерами на кожному етапі здійснення державно-приватного партнерства, укладення договору між ними застосовується методика виявлення ризиків здійснення ДПП, їх оцінювання та визначення форми управління ними [9]. Такими ризиками можуть бути політичні, фінансові, екологічні, пов'язані з впливом зовнішніх обставин, що не залежать від

волі партнерів, або невиконанням партнерами умов договору (табл. 2). Всі ризики підлягають якісному оцінюванню, під час якого визначаються причини й фактори, що впливають на ризики, а ті ризики, що впливають на зміну показників здійснення ДПП (чиста приведена вартість, внутрішня норма рентабельності, період окупності проекту тощо [10]), підлягають також кількісному оцінюванню.



Рис. 1. Загальна схема послідовності реалізації проектів державно-приватного партнерства в Україні

Ризик оцінюється на основі історичних даних, прийнятих технічних моделей або експертних висновків. Вибір належного методу проведення оцінювання (або поєднання методів) залежить від конкретного виду ризику. Будь-який метод проведення кількісного оцінювання ризику має використовуватися з урахуванням способу визначення конкретного грошового потоку в базовій фінансовій моделі. Для проведення кількісного оцінювання ризиків застосовуються такі методи, як аналіз чутливості, сценарний аналіз, метод Монте-Карло.

Під час проведення аналізу чутливості визначаються основні фактори ризиків, що можуть привести до зміни показників здійснення державно-приватного партнерства (чиста приведена вартість (NPR), внутрішня норма рентабельності (IRR), період окупності проекту (PBP) тощо)). Шляхом послідовної зміни основних факторів ризиків перевіряється їх вплив на базові показники здійснення державно-приватного партнерства в перспективі.

Аналіз чутливості проводиться за такими етапами:

- визначення основних змінних, які впливають на значення чистої приведеної вартості (NPV);
- встановлення залежності чистої приведеної вартості (NPV) від основних змінних;
- розрахунок базової ситуації, а саме встановлення очікуваного значення чистої приведеної вартості (NPV) за очікуваних значень основних змінних;

- зміна однієї з вхідних змінних на потрібну величину (відсотків); при цьому всі інші вхідні змінні мають фіксоване значення;
- розрахунок нового значення чистої приведеної вартості (NPV) та його зміни (відсотків);
- розрахунок критичних значень змінних та визначення найбільш чутливих із них;
- проведення аналізу одержаних результатів.

Таблиця 2

Ризики, які можуть виникнути в державно-приватному партнерстві

Види ризиків	Характеристика
Пов'язані з впливом зовнішніх обставин	Виникнення форс-мажорних обставин; випадкове знищення майна або його частини; істотна зміна економічної ситуації, що унеможлиблює виконання умов договору.
Соціальні та політичні ризики, заперечення або опір з боку основних зацікавлених сторін	Примусове відчуження майна; внесення змін до податкового законодавства; застосування стандартів, якими встановлюються підвищені вимоги до товарів (робіт, послуг); відмова у видачі дозвільних документів.
Пов'язані з невиконанням партнерами умов договору	Несвоєчасне або неповне здійснення платежів; виконання робіт в обсязі, меншому, ніж передбачено договором, або неналежної якості; недодержання строків і порядку виконання робіт.
Комерційні	Неотримання прибутку; залучення інвестицій в обсязі, недостатньому для виконання умов договору; здійснення непередбачуваних витрат; неефективне управління майном; зміна умов договору.
Фінансові та макроекономічні ризики	Наявність фінансування; фінансова здатність приватного партнера; інфляція; зміна курсу гривні до іноземної валюти, яка використовується для проведення розрахунків за договором; підвищення відсоткових ставок за кредитами, наданими в рамках партнерства.
Ризики впливу на навколишнє природне середовище	Заподіяння шкоди здоров'ю людей та довкіллю; техногенні аварії.

Джерело: сформовано на основі [9, додаток 1]

Критичне значення змінної – це значення, за якого чиста приведена вартість (NPV) дорівнює нулю.

Державно-приватне партнерство має зберігати фінансову стабільність навіть у разі негативного значення основної змінної. На основі отриманих даних визначаються найбільш прийнятні показники здійснення державно-приватного партнерства.

Під час аналізу чутливості, зокрема, має бути визначена ймовірність:

- перевитрат коштів у ході будівництва чи поліпшення об'єкта державно-приватного партнерства;
- перевитрат коштів у ході експлуатації об'єкта державно-приватного партнерства;
- недоотримання доходів (коли ризик попиту буде віднесений до сфери відповідальності приватного партнера).

Сценарний аналіз передбачає визначення кількох варіантів (сценаріїв) здійснення державно-приватного партнерства та проведення їх порівняльного оцінювання. Сценарний аналіз проводиться за такими варіантами (сценаріями):

- очікуваний (найбільш ймовірний), що передбачає успішність здійснення державно-приватного партнерства, коли умови його здійснення будуть такими, як заплановано;

– оптимістичний, що передбачає те, наскільки вдалим буде здійснення державно-приватного партнерства, коли умови його здійснення будуть більш сприятливими, ніж заплановано;

– песимістичний, що передбачає те, наскільки невдалим буде здійснення державно-приватного партнерства, коли умови його здійснення будуть гіршими, ніж заплановано.

Державно-приватне партнерство має зберігати фінансову стабільність також у разі песимістичного варіанта (сценарію).

Метод Монте-Карло [11, с. 228] передбачає використання у фінансовій моделі розподілу ймовірностей для низки ризикових змінних (факторів ДПП) і дослідження їх відповідного сукупного впливу на вихідні показники ДПП. Кількісна оцінка ризиків із застосуванням методу Монте-Карло проводиться лише за допомогою спеціального програмного забезпечення.

Метод Монте-Карло передбачає таке:

– визначення інтервалів можливої зміни основних ризикових змінних проекту, всередині яких ці змінні є випадковими величинами;

– проведення всередині визначених інтервалів оцінки видів розподілу ймовірностей (нормальний, дискретний, пірамідальний, трикутний);

– визначення коефіцієнта кореляції між залежними змінними; багаторазовий (більш як 500 сценаріїв) розрахунок результативного показника, що дає змогу розділити частоти для чистої приведенної вартості (NPV);

– визначення ймовірності потрапляння результативного показника в той чи інший інтервал та перевищення мінімально допустимого значення.

Кожен ризик має бути віднесений до сфери відповідальності того з партнерів, який більш ефективно контролюватиме виникнення такого ризику, управлятиме ним та/або запобігатиме йому. Ризики можуть бути розподілені між державним і приватним партнерами у відповідному співвідношенні.

Для забезпечення управління ризиками, які віднесені частково або повністю до сфери відповідальності державного партнера, складається перелік ризиків, управління якими здійснює державний партнер (рис. 2). До переліку ризиків, управління якими здійснює державний партнер, додаються такі:

– план управління ризиками, у якому зазначаються момент виникнення ризику, конкретні заходи щодо запобігання його виникненню, дії у разі виникнення ризику, перелік осіб, відповідальних за здійснення відповідних заходів, способи проведення на постійній основі моніторингу та аналізу кожного з ризиків;

– відомості про результати кількісної оцінки для тих ризиків, що мають істотний монетарний вплив на державний або місцевий бюджет (ризиків, які можуть привести до виникнення додаткових зобов'язань державного або місцевого бюджету у майбутньому).

Партнери можуть вживати таких заходів для ліквідації наслідків виникнення ризиків:

– надання державної підтримки;

– використання додаткових коштів, необхідних для виконання умов договору, в обсязі, який визначається та погоджується партнерами;

– припинення виконання партнерами певної умови договору;

– перегляд умов договору у зв'язку з виникненням ризику, зокрема продовження терміну його дії;

– розірвання договору одним з партнерів з одночасним урегулюванням питання щодо відшкодування пов'язаних з цим збитків;

– зміна передбаченої договором тарифної політики щодо товарів, які виготовляються, робіт, які виконуються, та послуг, що надаються партнерами;

– страхування від невиконання відповідним партнером умов договору внаслідок виникнення ризику.

ПЕРЕЛІК
ризиків здійснення державно-приватного партнерства,
управління якими здійснює державний партнер

<i>Категорія і підкатегорія ризику</i>	<i>Опис ризику</i>	<i>Вплив ризику</i>	<i>Рівень/ступінь впливу</i>	<i>Ймовірність настання ризику</i>	<i>Підхід до управління ризиком</i>
--	--------------------	---------------------	------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

- Примітки:
1. У графі «Категорія і підкатегорія ризику» зазначаються категорії і підкатегорії відповідно до додатка 1 до Методики виявлення ризиків здійснення державно-приватного партнерства, їх оцінки та визначення форми управління ними, а також категорії або підкатегорії, які не застосовуються до конкретного державно-приватного партнерства.
 2. У графі «Опис ризику» стисло описується сутність ризику, який повністю або частково віднесений до сфери відповідальності державного партнера.
 3. У графі «Вплив ризику» стисло описується результат впливу ризику, якщо ризик матеріалізується (тобто відповідна подія відбувається), а також зазначаються фізичні або юридичні особи, які ймовірно зазнають такого впливу.
 4. У графі «Рівень/ступінь впливу» зазначається ступінь впливу ризику (низький, середній, високий).
 5. У графі «Ймовірність настання ризику» зазначається імовірність настання ризику (низька, середня, висока).
 6. У графі «Підхід до управління ризиком» стисло описується підхід, який державний партнер планує застосувати до управління ризиком.

*Рис. 2. Додаток 2 до Методики виявлення ризиків
здійснення державно-приватного партнерства,
їх оцінки та визначення форми управління ними*

Джерело: сформовано на основі [9]

У сфері енергетики, громадському житловому секторі та системах життєзабезпечення міст застосовують механізм ДПП США, Канада, Австралія, Іспанія, Нідерланди [12]. За свідченням зарубіжного досвіду, ДПП є одним з найбільш дієвих інструментів реалізації політики економічного розвитку та вирішення соціальних проблем територій. Узгодження інтересів між муніципалітетами і приватними структурами на умовах об'єднання фінансових, технологічних, організаційно-управлінських, кадрових та інших ресурсів забезпечує мультиплікативний ефект та подальші тенденції розвитку.

Після схвалення Концепції [6] ДПП не без труднощів розвивається в Україні. Так, для модернізації житлово-комунального господарства Міністерство розвитку громад та територій України спільно з Європейським інвестиційним банком реалізовує Програму розвитку муніципальної інфраструктури України. Позики в рамках ДПП, крім централізованого теплопостачання, залучаються до таких сфер, як водопостачання та водовідведення, поводження з твердими побутовими відходами, енергоефективність будівель і зовнішнє освітлення населених пунктів [13]. Кінцевими бенефіціарами є центральні, регіональні або місцеві органи влади, державні та комунальні підприємства і місцеві органи самоврядування, включаючи організації, які мають більшу частку державного чи комунального капіталу. Десять проєктів у сферах централізованого теплопостачання, енергоефективності будівель та зовнішнього освітлення отримали підтвердження від Європейського інвестиційного банку щодо можливості виділення коштів позики на їх фінансування. Щодо шести проєктів із зазначених підписано

угоди про передачу коштів позики. За підтримки консультантів, відібраних Європейським інвестиційним банком, завершується підготовка тендерної документації щодо проєктів з високим ступенем готовності. До кінця 2020 р. планується оголосити тендери щонайменше за трьома проєктами у сферах водопостачання та водовідведення і централізованого теплопостачання [14].

Висновки. Як визначено Національною економічною стратегією 2030, енергетичний сектор України загалом потребує щонайменше \$25 млрд. до 2030 р. для забезпечення заміщення генеруючих потужностей, а також модернізації енергетичної інфраструктури. Тоді як у ЄС середній показник становить 32%, в Україні 44% енергії втрачаються під час перетворення та транспортування до кінцевого споживача. Зокрема, рівень зношеності інфраструктури в теплоенергетиці є критичним: 40% теплових пунктів і 15,8% загальної протяжності тепломереж перебувають в аварійному стані. Значна кількість ТЕС/ТЕЦ відпрацювала більше 50 років та буде виводитися з експлуатації з 2021 р. за невиконання природоохоронних заходів згідно з Національним планом скорочень викидів, що формує ризики балансування енергосистеми та виклики для міст, у яких теплова генерація була ключовим роботодавцем та формувала значні надходження до бюджету. Державно-приватне партнерство може бути основою модернізації об'єктів комунальної інфраструктури.

Відповідно до Національної економічної стратегії 2030, задля підвищення інституційної спроможності органів державної та місцевої влади передбачено розроблення структури централізованого управління державними і комунальними підприємствами, а саме Інституції централізованого управління та її формування. Органи місцевого самоврядування повинні створити центри координації (проєктні центри або відділи) при органах місцевого самоврядування, що відповідатимуть за координацію реформування комунальної власності та за комунікацію з відповідальними державними органами. Центри координації на базі партнерства держави, бізнесу, науки й громадськості мають самостійно формувати стимули і важелі для залучення в регіон інвестицій для кардинальної зміни функціонування теплової генерації та тепломереж, сприяти розвитку місцевих енергетичних ініціатив, зокрема малого та середнього підприємництва в енергетичній сфері та енергетичних кооперативів, генерації та постачання електричної і теплової енергії з урахуванням регіональних особливостей, розвитку розподіленої генерації.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження переліку послуг, що становлять загальний економічний інтерес. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/420-2018-%D0%BF#Tex> (дата звернення: 09.12.2020).
2. Кириленко О., Малиняк Б., Письменний В., Русін В. Планування та управління фінансовими ресурсами територіальної громади / Асоціація міст України. Київ : ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 396 с.
3. Бабяк Н. Контролінг ризиків проєктів державно-приватного партнерства. *Фінанси України*. 2014. № 6. С. 95–111.
4. Соколов М., Маслова С. Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент»*. 2013. Вып. 4. С. 100–124.
5. Furnell C. Risk identification and risk allocation in project finance transactions. The University of Melbourne, May 2000. P. 1.
6. Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013–2018 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 739-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2013-%D1%80#n8> (дата звернення: 09.12.2020).
7. Про державно-приватне партнерство : Закон України № 2404-VI зі змінами в редакції від 25 жовтня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (дата звернення: 09.12.2020).
8. Деякі питання організації здійснення державно-приватного партнерства : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 квітня 2011 р. № 384 (зі змінами в редакції від 16 жовтня

2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/384-2011-%D0%BF#Text> (дата звернення: 09.12.2020).

9. Методика виявлення ризиків здійснення державно-приватного партнерства, їх оцінки та визначення форми управління ними : Постанова Кабінету Міністрів України від 16 лютого 2011 р. № 232 в редакції від 16 вересня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232-2011-%D0%BF#Text> (дата звернення: 09.12.2020).

10. Ющенко Н. Економіко-математичний інструментарій прийняття рішень в умовах невизначеності та/або ризику. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 5. С. 99–107.

11. Ющенко Н. Економіко-математичні моделі в управлінні та економіці : навчальний посібник. Чернігів : Чернігівський національний технологічний університет, 2016. 285 с.

12. Щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності в Україні : аналітична записка. Сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/schodo-rozvitku-derzhavno-privatnogo-partnerstva-yak-mekhanizmu-aktivizacii> (дата звернення: 09.12.2020).

13. Фінансова угода між Україною та Європейським Інвестиційним Банком, проєкт «Програма розвитку муніципальної інфраструктури України». Документ № 971_020 в редакції від 31 березня 2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/971_020#Text (дата звернення: 09.12.2020).

14. Інформація щодо реалізації проєкту «Програма розвитку муніципальної інфраструктури України» від 1 жовтня 2020 р. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку громад та територій України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/international-cooperation/spilni-z-yevropeyskim-bankom-proekti/informaciya-shhodo-realizaciyi-proektu-programa-rozvytku-municypalnoyi-infrastruktury-ukrayiny> (дата звернення: 09.12.2020).

References:

1. Pro zatverdzhennya pereliku poslug, shho stanovlyat' zagal'ny'j ekonomichny'j interes [On approval of the list of services of general economic interest]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/420-2018-%D0%BF#Tex> (accessed 09 December 2020).

2. Ky'ry'lenko O., Maly'nyak B., Py's'menny'j V., Rusin V. (2015) *Planuvannya ta upravlinnya finansovy'my'resursamy'terytorial'noyi gromady'* [Planning and management of financial resources of the territorial community]. Kyiv: VNA ENTERPRISE LLC. (in Ukrainian)

3. Babyak N. (2014) Kontroling ry'zy'kiv proektiv derzhavno-pry'vatnogo partnerstva [Risk control of public-private partnership projects]. *Finance of Ukraine*, no. 6, pp. 95–111.

4. Sokolov M., Maslova S. (2013) Upravlenie riskami v proektakh gosudarstvenno-chastnogo partnerstva [Risk management in public-private partnership projects]. *Bulletin of St. Petersburg University. Series "Management"*, vol. 4, pp. 100–124.

5. Furnell C. (2000) Risk identification and risk allocation in project finance transactions. *The University of Melbourne*, p. 1.

6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2013) Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine “The concept of development of public-private partnership in Ukraine for 2013–2018”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2013-%D1%80#n8> (accessed 09 December 2020).

7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2017) The Law of Ukraine “On public-private partnership”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (accessed 09 December 2020).

8. Cabinet of Ministers of Ukraine (2011) Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “Some issues of the organization of public-private partnership”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/384-2011-%D0%BF#Text> (accessed 09 December 2020).

9. Cabinet of Ministers of Ukraine (2011) Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “Methods for identifying risks of public-private partnerships, their assessment and determining the form of their management”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232-2011-%D0%BF#Text> (accessed 09 December 2020).

10. Yushhenko N. (2017) *Ekonomiko-matematy'chny'j instrumentarij pry'jnyattya rishen' v umovax nevy'znachenosti ta/abo ry'zy'ku* [Economic and mathematical tools for decision making in conditions of uncertainty and/or risk]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences Series*, no. 5, pp. 99–107.

11. Yushhenko N. (2016) *Ekonomiko-matematy'chni modeli v upravlinni ta ekonomici* [Economic and mathematical models in management and economics: a textbook]. Chernihiv: Chernihiv National Technological University. (in Ukrainian)

12. Website of the National Institute for Strategic Studies. Regarding the development of public-private partnership as a mechanism for intensifying investment activities in Ukraine : analytical note. Available at: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/schodo-rozvitku-derzhavno-privatnogo-partnerstva-yak-mekhanizmu-aktivizacii> (accessed 09 December 2020).

13. Finansova uгода mizh Ukrainoyu ta Yevropejs'ky'm Investy'cijny'm Bankom proekt "Programa rozvy'tku municy'pal'noyi infrastruktury' Ukrainy". Dokument № 971_020 v redakciji vid 31.03.2020 [Financial agreement between Ukraine and the European Investment Bank project "Municipal Infrastructure Development Program of Ukraine"]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/971_020#Text (accessed 09 December 2020).

14. Official website of the Ministry of Community and Territories of Ukraine (2020) Information on the implementation of the project "Program for the development of municipal infrastructure of Ukraine". Available at: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/international-cooperation/spilni-z-yevropeyskim-bankom-proekti/informaciya-shhodo-realizaciyi-proektu-programa-rozvytku-municypalnoyi-infrastruktury-ukrayiny/> (accessed 09 December 2020).

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Адвокато́ва Н.О.	23	Мартиненко М.О.	16
Адо́нін С.В.	155	Марченко А.П.	161
Алещенко Л.О.	107	Наконечна Д.С.	80
Буга Н.Ю.	65	Незвещук-Когут Т.С.	51
Вольська О.М.	31	Нетудихата К.Л.	58
Гавриш О.М.	16	Підка́мінний І.М.	132
Григоревська О.О.	177	Повод Т.М.	23
Жосан Г.В.	94	Присяжнюк П.В.	148
Замрїй О.М.	116	Пріхно І.М.	161
Зварич І.Т.	37	Розумей С.Б.	80
Зварич О.І.	37	Скрипник М.І.	177
Кавун Г.М.	188	Стручок Н.М.	116
Каламан О.Б.	72	Стукан Т.М.	125
Калашнікова Ю.М.	155	Ульянова Л.П.	7
Капі́нус Л.В.	80	Філі́пшин І.В.	65
Каце́мір Я.В.	88	Ціпу́ринда В.С.	132
Качановський О.І.	140	Чайка Ю.М.	7
Кирилов Ю.Є.	94	Частоколенко І.П.	161
Коваль С.В.	169	Ющенко Н.Л.	194
Ковпанець Є.М.	31	Язі́на В.А.	51
Крикунова В.М.	107	Янчук Т.В.	65
Лобода О.М.	188		

Таврійський науковий вісник

Випуск 4

Серія: Економіка

Адреса редакції:
73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23
Телефон редакції: +38 (099) 707-54-52
Електронна пошта: editor@tnv-econom.ksauniv.ks.ua
Сторінка журналу: www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua

Підписано до друку 16.12.2020 р.
Формат 70x100/16. Папір офсетний.
Умовн. друк. арк. 23,95.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73021, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефони: +38 (0552) 39-95-80, +38 (095) 934-48-28, +38 (097) 723-06-08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.