

ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 150, 2019



Видавничий дім
«Гельветика»
2019

Головний редактор:

Орловська Ю.В. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Члени редакційної колегії:

Большаков В.І. – доктор технічних наук, заслужений діяч науки і техніки України, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Божанова В.Ю. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Вакульчик О.М. – доктор економічних наук, професор, Академія митної служби України

Верхоглядова Н.І. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Дубницький В.І. – доктор економічних наук, професор, Український державний хіміко-технологічний університет.

Задоя А.О. – доктор економічних наук, професор, Університет імені Альфреда Нобеля.

Залунін В.Ф. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Іванов С.В. – доктор економічних наук, професор, Дніпровський державний аграрно-економічний університет.

Коломицева О.В. – доктор економічних наук, професор, Черкаський державний технологічний університет.

Тараненко І.В. – доктор економічних наук, професор, Університет імені Альфреда Нобеля.

Поповиченко І.В. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Стукало Н.В. – доктор економічних наук, професор, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара.

Уманець Т.В. – доктор економічних наук, професор, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень.

Чимшит С.І. – доктор економічних наук, доцент, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Чужиков В.І. – доктор економічних наук, професор, ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана".

Maija Šenfelde – PhD in Economics, Professor of Macroeconomics, Director of the Institute of National and Regional Economy at Riga Technical University (Latvia).

Друкується відповідно рішення Вченої ради
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
(Протокол № 3 від 22.10.2019 р.)

Свідоцтво про Державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 12699-1583 Р,
видане Міністерством юстиції України 17.05.2007 р.

Науковий збірник «Економічний простір» включено до спеціалізованого
Переліку ВАК України з економіки (Наказ МОН України №1081 від 29.09.2014 р.)

Збірник включений до міжнародних наукометричних баз даних
Index Copernicus та Google Scholar

Е 45 Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 150. – Дніпро: ПДАБА, 2019. – 96 с.

У збірнику розглядаються сучасні проблеми просторових економічних систем, сталого екологічно-економічного розвитку економіки, інноваційних процесів макро і мікрорівня, кластерних форм організації бізнесу, ресурсозбереження, фінансових та інвестиційних аспектів економічного зростання, ефективності регуляційних дій органів державного управління та місцевого самоврядування. Особливої уваги в збірнику набувають питання підвищення якості освітніх функцій вищих навчальних закладів, ролі освіти в постіндустріальному суспільстві. Рекомендовано для студентів, аспірантів, науковців, викладачів, представників органів державного управління та місцевого самоврядування.

ЗМІСТ**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

Куvasва Т. В., Шинкаренко Н. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВІРТУАЛЬНИХ ВИСТАВОК У КОНТЕКСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	7
--	---

Рябокoнь М. В. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНЖИНІРИНГОВИХ ШКІЛ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ.....	14
--	----

**МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА
І ЗМІНИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ**

Андрусів У. Я., Юрченко Н. Б. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	20
---	----

Дугінець Г. В. ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	25
---	----

Череп А. В., Чеховська В. С. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ.....	30
--	----

**ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ТА РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Khurdey V., Doroginska V. LOGISTICS SYSTEM AS A DIRECTION FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE METALLURGICAL PLANTS OF UKRAINE.....	36
---	----

Ханін І. Г., Білозубенко В. С., Шаблій С. Є. ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	41
--	----

**ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА,
ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Ключник Л. В. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ.....	46
---	----

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА
ТА ПРОСТОРОВО-КЛАСТЕРНИЙ БІЗНЕС**

Андросова О. Ф., Семибаламут Я. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ ОБСЛУГОВУВАННІ КОРПОРАТИВНИХ КЛІЄНТІВ.....	51
---	----

Дробот Я. В., Туча В. О. ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО ЕФФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ.....	55
---	----

Лабурцева О. І. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ МІНІМІЗАЦІЇ РІВНЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ	61
Севрук І. М. ВЛАСНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ ЯК СТРАТЕГІЯ РОЗДРІБНОГО БРЕНДИНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	66
Череп О. Г., Павленко А. І. ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТА СТРУКТУРИ САНАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	71
Щербина В. В. ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	76
Юдіна О. І. ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ЙОГО ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	82

СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА

Джусов О. А., Красніков П. Д. РОЛЬ РИНКІВ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У ВИРІШЕННІ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ.....	89
--	-----------

CONTENTS**ECONOMIC THEORY AND HISTORY
OF ECONOMIC THOUGHT**

Kuvaieva T., Shynkarenko N. RESEARCH OF THE FEATURES OF VIRTUAL EXHIBITIONS WITHIN THE DIGITALIZATION.....	7
---	---

Riabokon M. STRATEGIC ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ENGINEERING SCHOOLS IN THE TRANSITION CONTEXT TO AN INNOVATIVE ECONOMIC MODEL.....	14
---	----

**INTERNATIONAL ECONOMY AND CHANGES
OF GEO-ECONOMIC SPACE**

Andrusiv U., Yurchenko N. FOREIGN EXPERIENCE OF HEALTH SYSTEM FINANCING.....	20
--	----

Duginets G. INFORMATION ASYMMETRY IN THE WORLD ECONOMY.....	25
---	----

Cherep A., Chekhovska V. FORMATION OF INVESTMENT POLICY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION CHALLENGES.....	30
---	----

PROBLEMS OF NATIONAL AND REGIONAL ECONOMY

Khurdey V., Doroginska V. LOGISTICS SYSTEM AS A DIRECTION FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE METALLURGICAL PLANTS OF UKRAINE.....	36
---	----

Khanin I., Bilozubenko V., Shablü S. THE MAIN DIRECTIONS OF STATE POLICY IMPROVING IN THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE.....	41
---	----

FINANCES, BANKING AND INVESTMENT ACTIVITY

Kluchnyk L. FINANCIAL PROVISION OF FUNCTIONING OF MANAGEMENT BODIES IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES OF THE CARPATHIAN REGION.....	46
---	----

**ECONOMY OF THE ENTERPRISE
AND SPATIAL AND CLUSTERED BUSINESS**

Androsova O., Semybalamut Y. THEORETICAL ASPECTS OF CORPORATE GOVERNANCE IN SERVICE OF CORPORATE CLIENTS.....	51
--	----

Drobot Y., Tucha V. OPTIMIZATION OF THE CAPITAL STRUCTURE OF INDUSTRIAL ENTERPRISE AS A FACTOR OF ITS EFFECTIVE FUNCTIONING.....	55
---	----

Laburtseva O. ENTERPRISE COST MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF MINIMIZATION OF TRANSACTION COSTS LEVEL.....	61
--	----

Sevruk I. PRIVATE LABELS AS A STRATEGY OF RETAIL BRANDING OF TRADE NETWORKS.....	66
Cherep O., Pavlenko A. RESEARCH OF THE ESSENCE AND STRUCTURE OF THE ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL OF THE ENTERPRISE.....	71
Shcherbina V. SUBSTANTIATION OF STRATEGIES FOR FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF TELECOMMUNICATIONS.....	76
Judina O. FORECASTING SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISE ON THE BASIS OF ASSESSMENT OF ITS PRODUCTION POTENTIAL.....	82
SUSTAINABILITY, ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ALTERNATIVE ENERGETICS	
Dzhusov O., Krasnikov P. THE ROLE OF RENEWABLE ENERGY MARKETS IN SOLVING GLOBAL CONTEMPORARY PROBLEMS.....	89

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 658.86: 659.152

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-1>

Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В.
НТУ «Дніпровська політехніка»

Kuvaieva T., Shynkarenko N.
National Technical University "Dnipro Polytechnic"

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВІРТУАЛЬНИХ ВИСТАВОК У КОНТЕКСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Дана стаття присвячена аналізу основних особливостей організації віртуальних виставок як інструменту комунікаційної політики у контексті діджиталізації. Виявлено, що сьогоденні активний розвиток цифрових технологій обумовлює необхідність переходу від класичних інструментів маркетингових комунікацій до більш інноваційних. У той же час все більша частина вітчизняних промислових підприємств не поспішає з впровадженням сучасних технологій для просування своєї продукції. Це спонукало до проведення дослідження основних бар'єрів на шляху використання віртуальних виставок менеджерами вітчизняних промислових підприємств. Виявлено, що основними передумовами такого стану є низька обізнаність менеджерів щодо переваг віртуальних виставок у порівнянні з традиційними інструментами просування продукції на B2B ринках. Проаналізовано основні переваги віртуальних виставок, що полягають у зниженні витрат, збільшенні кількості конверсійних пунктів, розширенні сфери впливу тощо. Запропоновано для обґрунтування вибору інструменту комунікацій використовувати показник СРМ. Такий підхід дозволяє оцінити віртуальні виставки з урахуванням вартості просування в розрахунку на тисячу контактів. Виявлено, що сьогоденні віртуальні цифрові виставки засновані на концептуальних та лінгвістичних інструментах, які надаються кількома новими технологіями популярних систем, таких як ViEx System, XMP-CMS та ARCO. Всі ці системи мають спільну особливість: вони сприяють розробці кількох версій однієї і тієї ж виставки в різних контекстах шляхом відокремлення вмісту і презентації, у тому числі забезпечуючи адаптування до мобільних пристроїв. Таке широке коло інструментів дозволяє забезпечити різні способи організації віртуальних виставок: фото-виставки; мультібанери; виставки з аудіо- та відеосупроводом; виставки-«презентації» за окремою продукцією; виставки-«демонстрації» з насиченим мультимедійним контентом, у тому числі аудіо- та відеорядом, текстом, розділами; тематичні інтерактивні виставки з певними квестами, презентаціями, подорожками, іграми тощо. Виявлені особливості створення віртуальних виставок довели необхідність врахування інтересів усіх зацікавлених сторін щодо даного різновиду інструменту комунікаційної політики.

Ключові слова: віртуальні виставки; цифровізація; діджиталізація; цифровий маркетинг; маркетингові дослідження; віртуальна реальність.

RESEARCH OF THE FEATURES OF VIRTUAL EXHIBITIONS WITHIN THE DIGITALIZATION

This article is devoted to the analysis of the main features of the virtual exhibitions as a tool of promotion within digitalization. It has been revealed that the active development of digital technologies causes the transition from classic marketing communication tools to more innovative ones. At the same time, an increasing number of domestic industrial enterprises are not in a hurry to introduce modern technologies to promote their products. This has led to the study of the main barriers of using the virtual exhibitions by managers of domestic industrial enterprises. It has been revealed that the main prerequisites of this situation are the low awareness of managers about the advantages of virtual exhibitions compared to traditional tools of products promotion in the B2B markets. The main advantages of virtual exhibitions that include reducing costs, increasing the number of conversion points, expanding the sphere of influence etc. have been analyzed. It has been proposed to use the CPM indicator to justify the choice of communication tool. This approach allows to estimate virtual exhibitions taking into account the cost of promotion per thousand contacts. Research has shown that Virtual Exhibition (VE) is considered by managers as an exhibit that has untapped potential that can be beneficial to both large and small companies. As a concept and in practice, a virtual exhibition is still new and, like most new technologies and ideas, takes time to gain mass support. It has been revealed that virtual digital exhibitions today are based on conceptual and linguistic tools provided by several new technologies of popular systems, such as ViEx System, XMP-CMS and ARCO. All these systems have a common feature: they facilitate the development of multiple versions of the same exhibition in different contexts by separating content and presentation, including adaptation to mobile devices. Such a wide range of tools allows to provide various ways of organizing virtual exhibitions: photo exhibitions; multi banner; exhibitions with audio, video, exhibitions-"presentations"; thematic exhibitions; exhibitions-quizzes etc. The peculiarities of creating virtual exhibitions proved the need to consider the interests of all stakeholders in this type of promotion tool.

Keywords: virtual exhibitions; digitization; digital marketing; marketing research; virtual reality; augmented reality.

JEL Classification: L86, O30

Актуальність. Індустрія 4.0 або четверта промислова революція характеризується трансформацією способу виробництва продукції завдяки стрімкому науково-технічному прогресу. Поєднання кіберфізичних систем, Інтернету речей та Інтернету систем робить Індустрію 4.0 можливою не тільки у сфері виробництва, проте й просування продукції, виключаючи поступово з цього процесу людину. Обмін інформацією між споживачем та компанією відбувається миттєво, у будь-який час через мережу взаємопов'язаних технічних засобів, при цьому мінімізуючи витрати ведення бізнесу. Отже, можливість розповсюдження інформації більш результативним чином та зв'язок усіх компонентів діяльності компанії є головними драйверами щодо застосування новітніх технологій у комунікаційній політиці підприємств.

Проте, більшість компаній не мають чітко визначеної стратегії щодо досягнення бізнес-цілей в умовах цифрової епохи, розуміючи процеси діджиталізації лише у площині інформаційних технологій. З метою повного розуміння переваг використання інформаційних технологій необхідно інтегрувати такі технології в інші аспекти забезпечення діяльності підприємства, в першу чергу маркетинг. Цифровий маркетинг дозволить полегшити взаємодію підприємства зі споживачами, повною мірою виявити їхні потреби, відслідковувати у реальному часі кожну взаємодію та забезпечити персоналізований досвід. Це дозволить компанії здійснювати миттєве реагування на запити споживачів, формуючи при цьому індивідуалізовану унікальну торгову пропозицію або надаючи релевантну персоналізовану інформацію.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Переважна більшість досліджень особливостей віртуальної виставкової діяльності була проведена такими закордонними вченими, як Марголіс Н., Гонг Л., Браун М., Готліб У. [1; 2; 3]. Так, у роботі [1] віртуальна виставка досліджується з позиції управління бізнес-процесами з одночасною інтеграцією до них віртуальних інноваційних компонентів. Дослідженню впливу Інтернет-технологій на розвиток виставок та формування їхньої інфраструктури присвячено дослідження Н. Марголіса [2]. Основні аспекти сприйняття віртуальних виставок споживачем на ринку B2C, а також мотивації використання віртуального маркетингу досліджено у роботі [3]. Так, мотиваціями використання віртуального маркетингу є збільшення доходів від продажу, зниження витрат, доступ до нових ринків збуту та довіра до бренду.

Більшість вітчизняних науковців досліджують аспекти, що пов'язані з особливостями використання Інтернет-технологій у виставковій діяльності й основними відмінностями звичайних виставок від віртуальних з урахуванням тенденцій їхнього розвитку у контексті закордонного досвіду [4; 5]. В цьому сенсі особливо важливим є питання розмежування таких інструментів маркетингових комунікацій, як Інтернет-сайт, Інтернет-каталог тощо від сучасної прогресивної віртуальної виставки.

У той же час стрімкий розвиток цифрових технологій передбачає активне використання віртуальних виставок, що дозволяє створити інструмент просування, який заснований не тільки на Інтернет-технологіях, проте й на технологіях доповненої та віртуальної

реальності (augmented reality, AR; virtual reality, VR). З цієї позиції залишаються не дослідженими питання мотивації використання компаніями даного інструменту просування, визначення потреб інших стейкхолдерів та особливостей організації віртуальних виставок з урахуванням основних трендів цифровізації сфери діяльності компаній.

Мета роботи. Метою статті є дослідження основних особливостей віртуальної виставки та перспективи їхнього використання вітчизняними підприємствами для просування своєї продукції.

Виклад основних результатів дослідження. Формування комунікацій на ринку B2B є набагато складнішим видом діяльності, а ніж комунікація на ринку B2C. Складність такого процесу вимагає більш тривалого планування, чіткого розуміння потреб цільової аудиторії та формування відповідної стратегії. Така ситуація обумовлює необхідність виділення великого бюджету з метою проведення аналітичних досліджень та організації маркетингової діяльності. Однак не кожна компанія може дозволити собі подібні інвестиції, особливо малі та середні підприємства.

Розуміючи такий стан речей, компанії прагнуть переходити від виключно класичних інструментів маркетингових комунікацій, таких як відвідування виставок та використання друкованих засобів масової інформації, на більш сучасні зі впровадженням цифрового маркетингу. Поєднання основної інфраструктури цифрового маркетингу та розуміння, як використовувати її для залучення потенційних клієнтів, виховання їх і перетворення у постійних клієнтів – це перший крок до оцифрування маркетингової діяльності підприємства. У той же час, сьогодні існує незначна кількість досліджень особливостей віртуальних виставок та об'єктивного доведення їхніх переваг для вітчизняних підприємств. Тому, наявна органічна необхідність дослідження особливостей, можливостей та перешкод організації віртуальних виставок у маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств.

З цією метою було проведено описативне маркетингове дослідження щодо основних засобів комунікації, що використовуються підприємствами на B2B ринку, місце віртуальних виставок у загальній стратегії комунікації та причини невикористання цього інструменту. Дослідження проводилося серед менеджерів промислових підприємств машинобудування, що виробляють бурове обладнання для гірничодобувної промисловості, підприємств приладобудування переважно для металургійної промисловості та підприємств, що займається конструюванням обладнання, приладів та їхніх складових частин.

Так, було встановлено, що основними засобами маркетингових комунікацій, що сьогодні використовуються даними типами підприємств для просування своєї продукції або взаємодії з ключовими партнерами є веб-сайти, брендинг, виставки, мейлінг та директ-маркетинг (див. рис. 1).

Більшість підприємств для просування своєї продукції використовує саме веб-сайти. Це може бути Інтернет-сайт, Інтернет-магазин, Інтернет-каталог тощо, які дозволяють ознайомити клієнтів та партнерів з послугою чи товаром, що виробляється підприємством. Юзабіліті сайту повинно бути на високому рівні. Це передбачає професійний та чітко брендова-

ний адаптований до різних пристроїв сайт, який містить інформацію щодо самої компанії, має просту навігацію, легкодоступну насичену та детальну інформацію про продукцію чи послугу для задоволення потреб всіх партнерів.

З позиції досліджень вітчизняних вчених [5] саме віртуальна виставка реалізується через Інтернет-ресурси, де віртуальними стендами виступають сторінки веб-сайту, на котрих розміщено інформацію про компанію, її продукти, послуги тощо.

Проте, розвиток цифрових технологій дозволяє використовувати додаткові функції у проведенні віртуальних виставок, котрі кардинально відрізняють їх від традиційних веб-сайтів та Інтернет-каталогів. Відповідно до проведених досліджень було встановлено, що вітчизняні промислові підприємства, які брали участь в опитуванні, не використовують у своїй діяльності віртуальні виставки. Більш того, опитування показало, що рівень обізнаності маркетологів даних підприємств щодо відмінних особливостей віртуальних виставок є низькою (рисунок 2).

Так, всього 7% менеджерів промислових підприємств зазначили свою обізнаність щодо віртуальних виставок, 58% – чули, але чітко пояснити відмінності віртуальних виставок від звичайних та від Інтернет-сайтів не можуть, а 35% менеджерів промислових підприємств взагалі не знають або не чули про такий інструмент як віртуальна виставка з метою просування продукції чи послуг компанії на B2B ринку.

У той же час було досліджено основні причини невикористання віртуальних виставок як засобу просування компаній та їхньої продукції на ринку (рис. 3).

Основною мотивацією підприємств щодо рішення про невикористання віртуальних виставок є орієнтація на культурні переконання. Це пов'язано з несприйняттям й нерозумінням даних технологій їхніми основними клієнтами, висока вартість організації та підтримання віртуальних виставок, а також відсутність інформації щодо очевидних переваг даного інструментарію маркетингових комунікацій.

Так, для 82,8% опитаних менеджерів підприємств технології віртуальної виставки є не цікавими для здійснюваної маркетингової діяльності, серед яких 37% – мають слабкі знання з даної теми та 8,2% – вважають себе підприємствами-виробниками, що застосовують традиційні інструменти просування, які є характерними для їхнього типу бізнесу, країни та менталітету менеджерів-партнерів (див. рис. 3). Причини пов'язані з нестачею фінансових ресурсів серед даних підприємств складають 25,2% та невизначеністю щодо рентабельності маркетингових інвестицій (ROMI) – 12,4%.

Як видно з результатів опитування, основною причиною невикористання є саме низька обізнаність.

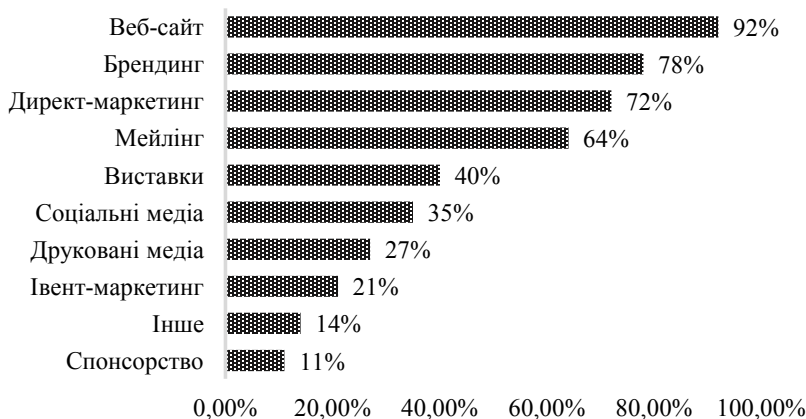
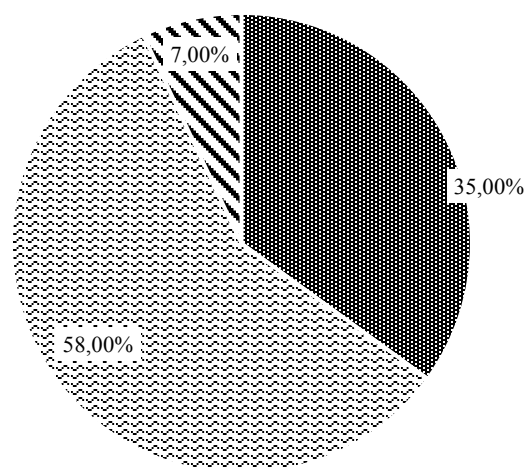


Рис. 1. Основні інструменти маркетингових комунікацій на B2B ринку

Джерело: складено авторами за даними опитування менеджерів підприємств



- Не знаю/важко відповісти
- ▨ Чув, але чітко не можу пояснити
- ▩ Знаю

Рис. 2. Рівень проінформованості про особливості віртуальних виставок

Джерело: складено авторами за даними опитування менеджерів підприємств

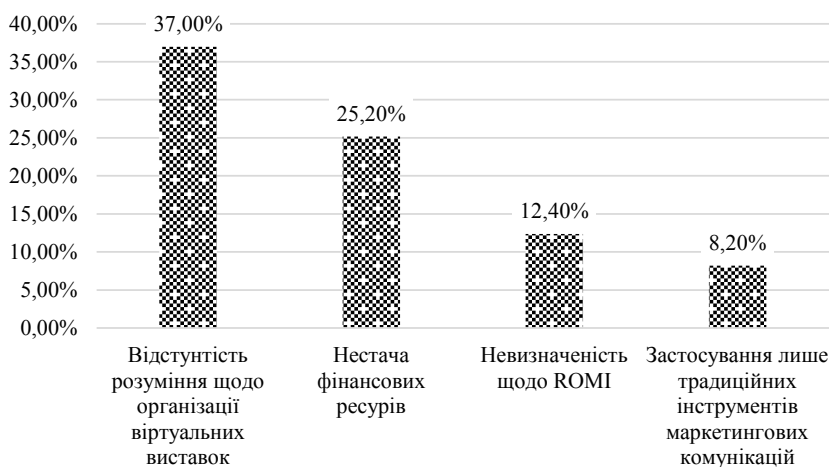


Рис. 3. Основні причини не зацікавленості у використанні віртуальних виставок підприємствами

Джерело: складено авторами за даними опитування менеджерів підприємств

Отже, існує органічна потреба у дослідженні основних типів віртуальних виставок та доведення їхніх переваг до менеджерів вітчизняних підприємств. У цьому зв'язку розглянемо основні особливості віртуальних виставок та перспективи їхнього розвитку для вітчизняних підприємств.

Віртуальні виставки сьогодні є однією з провідних тем в Україні, яка приваблює до себе все більше уваги. Розробляючи віртуальну виставку, необхідно пам'ятати про те, що відвідувачами цієї виставки буде лише та частина населення або підприємств України, що має стійкий доступ до мережі Інтернет. Тому, при створенні такої виставки необхідно враховувати тенденції розвитку мережі Інтернет в країні та індекс його проникнення.

На жаль, інструмент віртуальних виставок в Україні не є широко вживаним як Інтернет-магазин та електронний довідник-каталог. Концепція "віртуальної виставки" (VE) як засобу комунікаційної політики виникла через перевищення попиту над наявністю традиційних (фізичних) виставок. Вона була ініційована завдяки глобальній асоціації провідних світових організаторів виставок й основних національних та міжнародних виставкових асоціацій [6]. Активне розповсюдження даної концепції відбувається завдяки стрімкому розвитку мережі Інтернет. Проте, з огляду на достатньо молодий вік даної концепції, існує незначна кількість емпіричних досліджень проблематики цієї багатообіцяючої нової практики. Використання віртуальних виставок є перспективним не тільки з огляду на комунікаційну політику підприємства на внутрішньому ринку, проте дозволяє підтримувати та розвивати міжнародні відносини та використовувати як засіб виходу на зовнішні ринки, мінімізуючи витрати підприємства. Практиками Європи доведено, що потенціал віртуальних виставок є значним у сфері 4P [1, 7]. Слід зазначити, що найбільш слабка реакція віртуальних виставок проявляється у сфері «рlасе». Це виникає внаслідок того, що переваги використання віртуальних виставок проявляються для передачі інформації, а не фізичного поширення товарів. Така ситуація може бути також пов'язана з тим, що багато компаній в даний час не можуть автоматично інтегрувати Інтернет покупки через віртуальні виставки з їхнім виконанням.

Віртуальна виставка за своєю суттю є засобом маркетингових комунікацій, який дозволяє ознайомитися з діяльністю компанії за допомогою комп'ютерів та мобільних телефонів через Інтернет будь-де, у будь-якому місці і в будь-який час. Це один з найкращих способів поширення цифрової інформації на будь-якій території, включаючи виставку як засіб для просування компаній та її продукції. Такі віртуальні Інтернет-виставки надають практичне та економічно ефективне рішення щодо подолання обмежень фізичних виставок, а також дозволяють забезпечити високий рівень інтерактивності для їхніх користувачів.

Сьогодні в Україні застосування віртуальних виставок притаманно здебільшого музеям, науковим й навчальним організаціям та бібліотекам для навчальних цілей [8; 9]. Проте, слід зазначити, що є низка компаній, що використовують віртуальну виставку у маркетинговій діяльності переважно на ринку B2B. Так, сервіс віртуальних виставок Nestor Expo надає можливість самостійного створення функціонального вір-

туального стенду з необмеженою кількістю сторінок-експонатів, потужною аналітичною системою обліку відвідувань й споживчого запиту [10].

Віртуальна виставка є за своєю суттю колекцією цифрових реальних подій або об'єктів, розроблених за допомогою засобів мультимедіа та віртуальної реальності, які створюють симуляцію навколишнього середовища на комп'ютері та передаються до споживача за допомогою веб, щоб користувачі мали змогу задовольнити інформаційну потребу, як при фізичному контакті з об'єктом в реальному житті.

Слід також виокремити серед віртуальних виставок – онлайн або Інтернет-виставки. Різниця між онлайн і віртуальною виставкою є очевидною. Всі віртуальні виставки – це онлайн-виставки, але не навпаки. Сьогодні з розвитком Інтернет технологій та впровадженням в Україні 4G з 2018 р. спостерігається значне збільшення кількості саме онлайн виставок. Зазвичай всі віртуальні виставки забезпечують імітацію реального середовища, що є дещо складнішим, дорогим і тривалішим, ніж прості онлайн виставки. Перспективи подальшого розвитку віртуальних виставок полягають у багатьох аспектах, в першу чергу, пов'язаних зі стрімким розвитком технологій та відповідно змін споживчих вподобань.

Для активного розвитку та підтримки віртуальних виставок потрібно застосувати флеш-технології, які дають можливість використовувати аудіо- і відеоформати (тобто звукові файли і відеоролики), робити виставки мультимедійними та інтерактивними. Мультимедійність виставок дозволить більш ефективно вирішувати змістовні завдання, залучити споживача та вплинути на фінансово-економічні показники підприємства.

Основні переваги віртуальних виставок наведені на рисунку 4.

Для обґрунтування вибору саме віртуальних виставок на противагу звичайним доречно застосувати показник СРМ – вартість просування в розрахунку на тисячу контактів, тобто витрати на тисячу рекламних контактів. Показник СРМ використовується при порівнянні відносної ефективності різних рекламних можливостей або засобів комунікації.

В такому обґрунтуванні цільовою функцією моделювання вибору різновиду виставок є не максимізація загального охоплення, а мінімізація загального СРМ, так як в даному випадку є можливість обирати інструмент одразу з урахуванням їхньої економічної ефективності.

Цільова функція моделювання бути мати наступний вигляд

$$\sum_{i=1}^n \text{CPMi} \rightarrow \min, \quad (1)$$

де СРМ_i – вартість і-того інструменту маркетингових комунікацій за 1000 рекламних контактів.

При цьому необхідно пам'ятати про обмеження моделі

$$\sum_{i=1}^n \text{CiQi} \leq \text{Bmax}, \quad (2)$$

де С_i – вартість за одиницю і-того носія;
Q_i – кількість показів (використання) одиниці і-того носія;

Bmax – максимальне значення маркетингового бюджету.

Швидкість розвитку виставкової діяльності вимагає від українських фірм формування власної виставкової

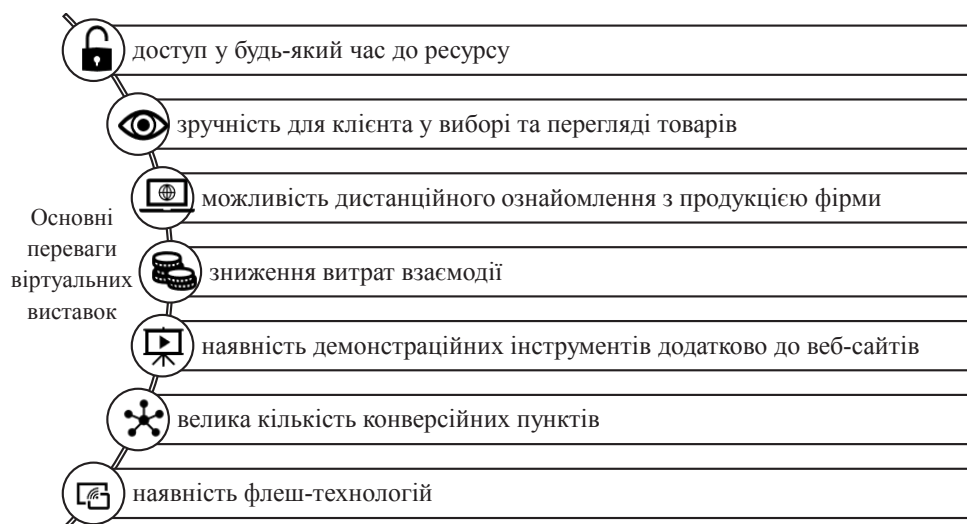


Рис. 4. Основні переваги віртуальних виставок

Джерело: складено авторами на основі [1-7]

політики, кваліфікованого виставкового менеджменту і маркетингу. З кожним роком ця проблема стає все більш актуальною: підприємства, що витрачають чималі кошти в представлення своєї продукції на виставках і не одержують адекватної ефективності, готові вкладати гроші в якісний новітній виставковий маркетинг.

З бурхливим розвитком глобальної електронної комерції, Інтернет-джерела стали звичайною практикою. Як видно з останніх тенденцій, покупці отримують все більше інформації через Інтернет канали і навіть проводять операції саме через смартфони.

Це обумовлює певні тенденції у розвитку онлайн/віртуальних виставок. В даний час найсучасніші віртуальні/цифрові виставки повністю використовують концептуальні та лінгвістичні інструменти, що надаються комбінованими новими технологіями. Деякі популярні системи, що використовуються для розробки онлайн-віртуальних виставок, є ViEx System, XMP-CMS та ARCO [11]. Всі ці системи мають спільну особливість: вони сприяють розробці кількох версій однієї і тієї ж виставки в різних контекстах шляхом відокремлення вмісту і презентації, у тому числі забезпечуючи адаптування до мобільних пристроїв.

Так, ViewShare використовується для створення інтерактивних матеріалів, карт, графіків, тегів тощо. Text Framework (XTF) – для надання доступу до цифрового вмісту. Blacklight надає різні інформаційні дисплеї для різних типів об'єктів. Open Kobalt призначений для побудови, доступу та обміну віртуальними світами як в локальній мережі, так і в Інтернеті. Такі технології створюють основу віртуальних виставок – віртуальну реальність. Віртуальна реальність (VR) – це цифрове віртуальне середовище, подібне до реального світу, але створене комп'ютером.

Технологія VR має реальне застосування в медицині, освіті, презентації об'єктів культурної спадщини та має велику перспективу щодо її застосування у маркетингу. Основною одиницею для віртуальної реальності є 3D-зображенням, а 3D-анімація – використовується для показу віртуальних об'єктів та середовища в інтерактивному режимі на ПК. VR можна розділити на два типи:

– моделювання реального середовища для навчання та освіти;

– розвиток уявного середовища для маркетингової діяльності підприємства.

Популярні продукти для створення VR-додатків на комп'ютерах – Bryce, Extreme 3D, Ray Dream Studio, trueSpace, 3D Studio MAX та VR. Використовуючи віртуальні виставки, слід особливу увагу приділити аспектам права інтелектуальної власності. Плануючи віртуальну виставку, необхідно дотримуватися авторських норм для кожного типу використовуваного цифрового ресурсу (текст, зображення, звуки, відео, графіка, 3D), потрібно перевірити, чи буде кожен цифровий елемент захищений авторським правом та не мати обмежень щодо його використання.

Щодо способів організації віртуальних виставок. На сьогодні вже існують різні моделі реалізації віртуальних виставок, серед яких: фотовиставки; мультібанери; виставки з аудіо- та відеосупроводом, виставки-«презентації» за окремою продукцією; виставки-«демонстрації» з насиченим мультимедійним контентом, у тому числі аудіо- та відеорядом, текстом, розділами; тематичні інтерактивні виставки з певними квестами, презентаціями, подорожами, іграми тощо.

В кожному з даних типів виділяється область контенту. Область контенту – це область, в якій розкривається тема виставки через декілька інформаційних одиниць. Окремі розділи виставки складаються з різних хронологічних або тематичних сегментів на одній або декількох сторінках, кожна з яких може бути ідентифікована за назвою.

Ця частина є основою віртуальної виставки і вона містить зміст, організований завдяки гіпертекстовим структурам і виражений через серію цифрових елементів (текст, зображення, відео, аудіо, 3D-програми) з однорідним стилем та структурою: короткі описові тексти щодо компанії, її продукції; більш глибокі дослідження окремих аспектів продукції компанії; галереї зображень продукції; інтерв'ю та розповідь власників, менеджерів, клієнтів тощо; відео кліпи, анімація; розмовні аудіокліпи, музика; документи, карти; 3D-вміст; підписи для цифрових об'єктів. Ці розділи можуть бути

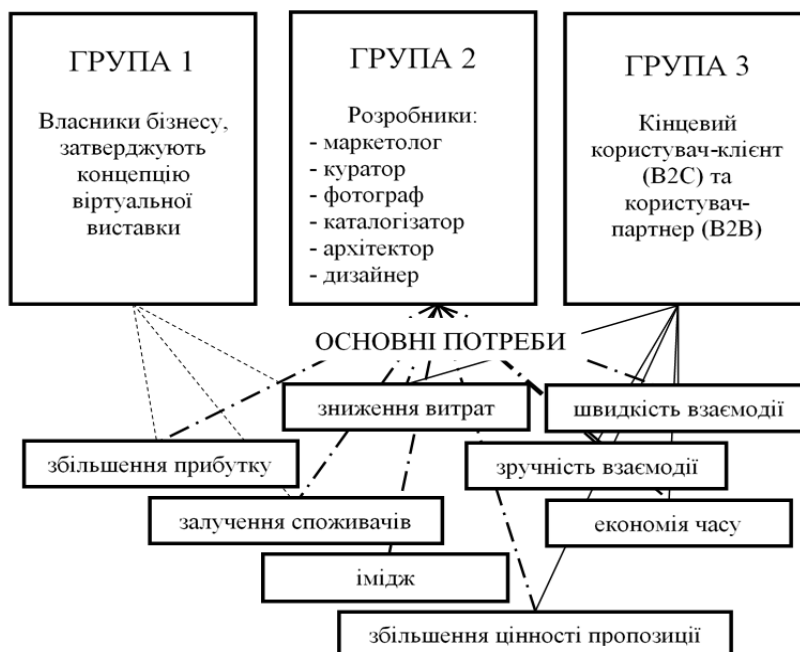


Рис. 5. Основні стейкхолдери віртуальних виставок

Джерело: складено авторами

пов'язані з вступною сторінкою, в якій деталізується цілі, характеристики та цільова аудиторія виставки.

Зацікавлені сторони (стейкхолдери) віртуальних виставок беруть активну участь на усіх етапах створення та функціонування віртуальних виставок. Отже, при розробці структури віртуальної виставки необхідно враховувати потреби кожної групи стейкхолдерів. Загалом існує три груп зацікавлених сторін, які беруть участь у процесі організації та використання віртуальних виставок (VE), причому кожна група відіграє різні ролі та має різні потреби (рис. 5).

Члени другої групи зацікавлених сторін, як правило, є частиною команди розробників віртуальних виставок (VE), кожен з яких має різноманітний набір знань, навичок, а також різні вимоги до метаданих. Так маркетолог формує загальну концепцію комунікаційної стратегії та вимоги до наповнення віртуальної виставки відповідно до потреб її відвідувачів. Куратор є добре обізнаним з інформацією, що повинна бути на платформі та насамперед відповідальний за вибір контенту. Фотограф відповідає за створення інформаційних фотооб'єктів, що розміщуються на платформі. Каталогізатор відповідає за управління даними для опису, каталогізації та групування об'єктів. Архітектор відповідає за поліпшення моделі й описує інтерпретацію та/або уточнення об'єктів. Дизайнер кураторської виставки є відповідальним за виставку.

Команди розробників віртуальних виставок (VE) можуть бути значними за розмірами і включають професійних маркетологів, письменників, художників, архівістів, графічних дизайнерів, мультимедійних техніків, технічних фахівців та кураторів. Зовнішні залучені експерти та редакційні комітети також можуть бути закріплені у проекті, щоб створити більш збалансовану та ефективну виставку.

Щодо третьої групи, то як кінцеві користувачі можуть бути окремими користувачами віртуальних

виставок (B2C ринок), так і промислові підприємства (B2B ринок).

Крім актуальної інформації, віртуальні виставки повинні враховувати специфічні ринкові тенденції, а саме адаптування виставкової платформи до мобільних пристроїв, що дозволяє покупцям переглядати та знаходити джерела в будь-який час і в будь-якому місці.

Висновки. Інтернет розвивався експоненціально протягом останнього десятиліття і став невід'ємною частиною повсякденного ділового життя. Багато компаній зараз розглядають Інтернет як шлях для розширення їхнього охоплення та можливості продавати глобально без фізичного виходу на нові ринки. Нова Інтернет-економіка з її можливостями для розвитку бізнесу створює для підприємств новий канал комунікацій у вигляді "віртуальних виставок".

Віртуальна виставка (VE) є виставкою, проведеною в кіберпросторі. Як правило, це продовження фізичної виставки. Проте, як показали дослідження, більшість вітчизняних компаній не поспішають використовувати даний інструмент у своїй комунікаційній стратегії. Основною причиною такої ситуації є низька обізнаність щодо переваг віртуальних виставок перед традиційними інструментами просування.

Проведені дослідження довели, що віртуальна виставка (VE) розглядається менеджерами як виставка, що має невикористаний потенціал, який може бути корисними як для великих, так і для малих компаній. Як концепція і на практиці віртуальна виставка є все ще новою і, як і більшість нових технологій та ідей, потребує часу для отримання масової підтримки. Віртуальна виставка (VE) має низку унікальних характеристик, як-то зручність проведення, наявність великої кількості конверсійних пунктів, інтерактивність тощо. Такі переваги дозволять підприємствам та іншим стейкхолдерам досягнути поставлених бізнес-цілей й задовольнити свої потреби у більш раціональний спосіб.

Список використаних джерел:

1. Gong L., Berglund J., Fast-Berglund A. Development of virtual reality support to factory layout planning / L. Gong, J. Berglund, A. Fast-Berglund // Springer: International Journal on Interactive Design and Manufacturing (IJIDeM), 2019. – V. 13. – Pp. 935–945. – URL: <https://rdcu.be/b0mMr> (дата звернення: 12.12.2019).
2. Margolis N. New Technology Briefing Digital exhibition spaces / N. Margolis // Henry Stewart publications: Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 2005. – V. 7. – N. 1. – Pp. 72-80.
3. Gottlieb U., Brown M., Ferrier L. Consumer perceptions of trade show effectiveness: scale development and validation within a B2C context / U. Gottlieb, M. Brown, L. Ferrier // Eur J. Mark, 2014. – N. 48. – Pp. 89-107.
4. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Інтернет-технології у виставковій діяльності / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк // Маркетинг в Україні, 2008. – № 3. – С. 23-28.
5. Середницька Л.П., Гега Р.В. Виставково-ярмаркова діяльність в системі маркетингових комунікацій / Л.П. Середницька, Р.В. Гега // Мукачевський державний університет: Економіка та суспільство, 2017. – Вип. 13. – С. 716-721.
6. The Global Association of the Exhibition Industry // Industry resources: website. – URL: <https://www.ufi.org/industry-resources/> (Дата звернення: 27.12.2019).
7. Gong L., Berglund J., Saluäär D., Johansson B. A novel VR tool for collaborative planning of manufacturing process change using point cloud data / L. Gong, J. Berglund, D. Saluäär, B. Johansson // Proc: CIRP, 2017. – Pp. 336-341.
8. Наукова бібліотека // Віртуальні виставки : веб-сайт. – URL: <http://lib.knukim.edu.ua/exhibitions/> (дата звернення: 03.01.2020).
9. Музеї України просто неба // Віртуальні тури: веб-сайт. – URL: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/> (дата звернення: 03.01.2020).
10. World Energy // Віртуальна виставка «Світова енергетика»: веб-сайт. – URL: <http://worldenergy.com.ua/> (дата звернення: 03.01.2020).
11. Breiteneder C., Platzer H. A reusable software framework for authoring and managing web exhibitions // Papers Museums and the Web: website. – URL: <http://www.archimuse.com/mw2001/papers/breiteneder/breiteneder2.html> (дата звернення: 09.01.2020).

References:

1. Gong, L., Berglund, J., & Fast-Berglund, A. (2019) Development of virtual reality support to factory layout planning. *Springer – International Journal on Interactive Design and Manufacturing (IJIDeM)*, 13, 935-945. Retrieved from: <https://rdcu.be/b0mMr>
2. Margolis, N. (2005) New Technology Briefing Digital exhibition spaces. *Henry Stewart publications – Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 7, 1, 72-80.
3. Gottlieb, U., Brown, M., & Ferrier, L. (2014) Consumer perceptions of trade show effectiveness: scale development and validation within a B2C context. *Eur J Mark*, 48, pp. 89-107.
4. Tkachenko, T., & Dupliak T. (2008) Internet-tekhnologii u vystavkovii diialnosti [Internet technologies in exhibition activities]. *Marketing v Ukraini*, 3, 23-28. [in Ukrainian].
5. Serednytska, L., & Heha R. (2017) Vystavkovo-yarmarkova diialnist v systemi marketynhovykh komunikatsii [Exhibition activities in the system of marketing communications]. *Mukachevskiy derzhavnyi universytet – Ekonomika ta suspilstvo*, 13, 716-721. [in Ukrainian].
6. The Global Association of the Exhibition Industry. Industry resources. *ufi.org*. Retrieved from: <https://www.ufi.org/industry-resources/>
7. Gong, L., Berglund, J., Saluäär, D., & Johansson, B. (2017) A novel VR tool for collaborative planning of manufacturing process change using point cloud data. *Proc: CIRP*, 336-341.
8. Naukova biblioteka. Virtualni vystavky. [Scientific Library. Virtual exhibitions]. *lib.knukim.edu.ua*. Retrieved from: <http://lib.knukim.edu.ua/exhibitions/>
9. Muzei Ukrainy prosto neba. Virtualni tury. [Open air museums of Ukraine. Virtual tours]. *museums.authenticukraine.com.ua*. Retrieved from: <https://museums.authenticukraine.com.ua>
10. World Energy. Virtualna vystavka «Svitova enerhetyka». [World Energy. Virtual Exhibition "World Energy"]. *worldenergy.com.ua*. Retrieved from: <http://worldenergy.com.ua/>
11. Breiteneder, C., & Platzer, H. A reusable software framework for authoring and managing web exhibitions. *Papers Museums and the Web*. *archimuse.com*. Retrieved from: <http://www.archimuse.com/mw2001/papers/breiteneder/breiteneder2.html>

УДК 344.7.021

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-2>

Рябоконт М. В.

Черкаський державний технологічний університет

Riabokon M.

Cherkasy State Technological University

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНЖИНІРИНГОВИХ ШКІЛ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ

Стаття присвячена обґрунтування основних напрямів та аспектів розвитку нового виду освітніх установ – інженірингових шкіл (ІШ), які мають стати новим активним елементом національної інноваційної системи, що формується в Україні. Визначено внутрішні, стосовно мережі ІШ, які створені у країні, та зовнішні передумови розвитку ІШ. Обґрунтовано, що кращою є стратегія активного розширення діяльності ІШ паралельно з досягненням високого рівня якості освіти. Стратегія розвитку ІШ спрямована на підвищення ефективності та розширення масштабів їх діяльності. У цьому контексті визначено сім ключових завдань стратегії розвитку ІШ: підвищення якості підготовки фахівців; включення до існуючої системи освіти; територіальне розширення мережі в Україні; розширення сфери діяльності ІШ за галузями; розширення сфери діяльності ІШ за технологічними напрямками; нарощування і реалізація потенціалу окремих ІШ і мережі; створення екосистеми інноваційного підприємництва на базі мережі ІШ. За кожним завданням визначено напрями дій, практичні заходи та цільові індикатори. Запропоновано використовувати ряд інструментів реалізації стратегії розвитку ІШ (навчальні програми; галузеві та технологічні стратегії; експертні, підприємницькі мережі, угоди; спеціальні механізми інвестування тощо). Для удосконалення організаційних форм освітньої та інноваційної діяльності запропоновано впровадження спеціальних інформаційних систем (база знань, платформа дослідних лабораторій, платформа управління проектами), які інтегровані на рівні мережі ІШ. Надано рекомендації щодо моніторингу інновацій, відбору інноваційних проектів, створення механізмів інвестування інноваційних проектів. Також запропоновано та надано відповідні практичні рекомендації щодо формування системи управління ризиками на рівні мережі ІШ. Визначено необхідність підвищення ефективності комунікацій у внутрішньому та зовнішньому середовищі мережі ІШ. Кожен з напрямів розвитку мережі ІШ набуває макроекономічного виміру, сприяє формуванню НІС та реалізації державної інноваційної політики.

Ключові слова: інженірингові школи; стратегія; освіта; інноваційні системи; ефективність; управління.

STRATEGIC ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ENGINEERING SCHOOLS IN THE TRANSITION CONTEXT TO AN INNOVATIVE ECONOMIC MODEL

The article is devoted to the substantiation of the main directions and aspects of the educational institutions new type development such as engineering schools (ES) that should become a new active element of the national innovation system that is formed in Ukraine. The internal prerequisites in relation to the ES network created in the country, and the external prerequisites for the ES development are determined. It is proved that the best strategy is to actively expand ES activities along with achieving a high level of quality education. The ES development strategy is aimed at increasing the efficiency and expanding the scope of their activities. In this context, seven key objectives of the ES development strategy are identified: improving the quality of specialist training; inclusion into the existing education system; territorial expansion of the network in Ukraine; expanding the scope of ES activity by industry; expanding the scope of ES activity in technological areas; building and realizing the potential of individual ES and its network; creation of an innovative entrepreneurship ecosystem based on the ES network. Action areas, practical measures and target indicators are identified for each task. It is proposed to use a number of tools for implementing the ES development strategy (training programs; industry and technological strategies; expert, entrepreneurial networks, agreements, special investment mechanisms, etc.). In order to improve the organizational forms of educational and innovative activities, the introduction of special information systems (knowledge base, research laboratory platform, project management platform) which are integrated at the ES network level is proposed. Recommendations on innovation monitoring, innovative projects selecting, and creating mechanisms for investing in innovative projects are given. The relevant practical recommendations on the formation of a risk management system at the ES network level are also proposed and provided. The necessity of efficiency increasing of communications in the internal and external environment of the ES network is determined. Each of the ES network development directions has a macroeconomic dimension, contributes to the NIS formation and the implementation of state innovation policy.

Keywords: engineering schools; strategy; education; innovative systems; efficiency; management.

JEL Classification: L80, O31

Актуальність проблеми. На сьогодні все більшої актуальності набувають питання необхідності дотримання сучасних трендів соціально-економічного прогресу ХХІ ст., в якому освіта і технології стоять в авангарді. Потреба розібратися в цих трендах тісно пов'язана з проблемою стратегічного управління розвитком інженірингових шкіл, враховуючи, що в новій реальності доводиться йти шляхом експериментів. Необхідний новий шлях пізнання, інноваційної творчості та підпри-

ємництва. В даному контексті інженірингові школи – це новий унікальний формат освіти, який охоплює багато галузей наук, технологічних напрямків та галузей економіки, що відповідає вимогам ринку праці, зокрема, вимогам інклюзивності, які роблять освіту і розвиток навичок головним пріоритетом. Окрім цього, інженірингові школи (надалі в тексті ІШ) – джерело великих, проривних інновацій та сполучна ланка професійних співтовариств та інноваційних мереж. Ці дві обставини

обумовлюють важливість ІІІ для формування національної інноваційної системи (надалі НІС) в цілому, а розвиток таких шкіл – це конкретні дії в цьому напрямку, що створюють реальні результати і цінність. Ситуація, що склалася в Україні, саме вимагає таких підходів, які дадуть реальний результат в найкоротші терміни, тим більше, що увага фокусується і на освіті, і на інноваціях в реальному секторі.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Теоретико-методичною базою цієї статті стали фундаментальні концепції НІС Б.А. Лундвалла, Р. Нельсона та К. Фрімена, а також напрацювання провідних дослідників, серед яких: А. Гассманн, Дж. Гроеневерген, Дж. Кук, М. Уаллін, Дж. Фагерберг, Д. Форай, Г. Чесбро, Ч. Едквіст, Е. Енкель, Г. Іцковіч та ін. Значний внесок в розвиток концепції НІС та розробку основ створення такої системи в Україні внесли такі вітчизняні економісти, як: О. Амоша, В. Геєць, Н. Іванова, Д. Лук'яненко, Б. Маліцький, А. Мазур, М. Петрина, О. Попович, Л. Федулова та ін.

Необхідність зосередження уваги на освіті (в західних трактуваннях «навчанні») і реалізації системного підходу в цій сфері на основі НІС підтверджується, наприклад, роботою Б.-А. Лундвалла і Д. Фора [1]. Зростаюча роль освіти в економіці знань показана в С. Маргінсон [2]. У цій статті використані основи теорії інновацій, організації інноваційних процесів і НІС, узагальнені в монографії В. Білозубенко [5]. Для розробки стратегічних аспектів розвитку ІІІ в контексті формування НІС на основі ноосферного підходу, моделі парадигмального інноваційного розвитку та методології вертикальної інтеграції знань використані результати монографії І.Г. Ханіна [9].

Сутність, особливості та структурна модель економіки знань, а також її детермінанти виділені в роботах одного з авторів цієї статті [3] і [7]. Ці дослідження, зокрема, фіксують зв'язок науки, освіти і бізнесу в НІС, а також доводять пріоритетну важливість освіти як ключового фактора розвитку економіки знань. Це підтверджується дослідженням архітектури сучасного інтелектуального лідерства країн (І. Каленюк і Л. Цимбал [6]), вивченням досвіду країн ЄС (Л. Пуховська [8]). Інноваційну, наукову і освітню інфраструктуру в рамках НІС доцільно розглядати в єдності (О. Чмир [10]), що дозволяє скоротити розриви і створити умови для інтеграції наукової, утвореної і інноваційної діяльності (М. Унгер [4]).

Проведений аналіз показав, що, незважаючи на велику увагу і до проблем інноваційної діяльності та до вдосконалення освіти, в комплексі ці проблеми розроблені слабо. Маловивченою залишається роль освіти

у формуванні НІС, а також вплив освіти на інтенсифікацію інноваційних процесів. Все це слабо пов'язане з розумінням джерел і характеру прогресу науки на основі зміни парадигм для пояснення інноваційного розвитку.

З точки зору формування НІС в Україні вкрай мало уваги приділяється питанням вдосконалення інноваційної інфраструктури. Чи не визначені контури і напрямки розвитку освітнього блоку такої інфраструктури, створення нових видів установ. Це не відповідає світовим тенденціям, так як ведеться активний пошук нових підходів в освіті, пов'язаних з наукою та інноваційним сектором. Тому пропозиція створювати ІІІ вважаємо корисним з точки зору підготовки фахівців і своєчасним з точки зору вдосконалення системи освіти і для побудови НІС.

Мета роботи. Метою статті є поглиблення теоретико-методологічних основ дослідження стратегічних аспектів розвитку ІІІ в умовах переходу до інноваційної моделі економіки.

Виклад основних результатів дослідження. ІІІ це – новий унікальний формат освіти, який охоплює багато галузей наук, технологічних напрямків та галузей економіки, що відповідає вимогам ринку праці, які роблять освіту і розвиток навичок головним пріоритетом. Окрім цього, ІІІ – джерело великих, проривних інновацій та сполучна ланка професійних співтовариств та інноваційних мереж. Ці дві обставини обумовлюють важливість ІІІ для формування НІС в цілому, а розвиток таких шкіл – це конкретні дії в цьому напрямку, що створюють реальні результати і цінність.

Розвиток ІІІ – це питання національного масштабу, яке повинно продемонструвати (1) можливості та шляхи відродження, нарощування і реалізації науково-технічного потенціалу в Україні, (2) новий інтегральний підхід до освіти. Потрібно виокремити внутрішні та зовнішні причини, які існують або необхідно створити (табл. 1).

Головною стратегічною метою розвитку ІІІ є досягнення високих стандартів якості життя людини, різноманітного розвитку та реалізації людського потенціалу на основі безперервного навчання.

Доцільно звернути увагу на необхідність такого типу стратегії, які передбачають активне розширення діяльності ІІІ, проникнення в нові сфери. Існує ряд пріоритетів, які формують стратегічне бачення розвитку ІІІ, в тому числі: 1) досягнення високого рівня якості освіти та професійної підготовки; 2) поширення ноосферного вчення як основи побудови економіки знань; 3) соціальна відповідальність, реагування і відповідь на складні ситуації; і т.п.

Таблиця 1

Внутрішні і зовнішні передумови розвитку ІІІ

Внутрішні передумови	Зовнішні передумови
<ul style="list-style-type: none"> • інтерес студентів і наукового колективу до нових наукових і технологічних напрямків, а також реальна активність; • зміна світогляду студентів, домінування цінностей розвитку, інтересу до навчання; • удосконалення матеріально-технічної бази; • підвищення кваліфікації задіяних фахівців та ін. 	<ul style="list-style-type: none"> • ефективні зв'язки з реальним сектором, • співпраця з великим, середнім і малим бізнесом, колективами вчених, інвестиційними інститутами; • позитивне сприйняття суспільства і влади; • раціональне партнерство з державою і громадськими організаціями; • створення сприятливої екосистеми навколо ІІІ в масштабах всієї мережі та ін.

Джерело: складено автором

Стратегія розвитку ІШ в цілому спрямована на підвищення ефективності та розширення масштабів їх діяльності. Для визначення напрямів і заходів розвитку ІШ представимо їх в рамках основних завдань стратегії (табл. 2) (дослідження і розробки – ДіР). Основні завдання стратегії розвитку ІШ:

1. Підвищення якості підготовки фахівців – є базовим для побудови стратегії. Враховуючи те, що проривні інновації знаходяться на стику різних галузей наук і вимагають зміни парадигм, ІШ створює основу для їх появи, починаючи зі стадії освіти.

2. Включення до існуючої системи освіти – маємо значення як для розвитку ІШ, так і для реформування системи освіти в зв'язку з втіленням нових підходів.

3. Територіальне розширення мережі ІШ в Україні – вирішується в контексті вищевикладеного.

4. Розширення сфери діяльності ІШ за галузями (необхідно розділити орієнтацію на традиційні та нові для країни.).

5. Розширення сфери діяльності ІШ за технологічними напрямками за технологічними напрямками – багато в чому пов'язане з попереднім завданням, тобто розробкою/використанням нових технологій в галузевій прив'язці.

6. Нарощування і реалізація потенціалу окремих ІШ і мережі в цілому.

7. Створення екосистеми інноваційного підприємства на базі ІШ (формування спеціальних умов, необхідних для розробки інновацій).

Виділені завдання дозволяють структурувати заходи по кожному напрямку і створюють програму стратегічного розвитку ІШ.

В рамках стратегічного процесу розвитку ІШ, виходячи з невизначеності умов і кінцевого результату, доцільно використовувати сценарний підхід. У ньому враховуються можливі альтернативи процесу, вплив різних факторів, якість змін, та ін.

Наступною основою реалізації стратегії розвитку ІШ є інструменти, а саме: 1) навчальні програми; 2) система коротко-, середньо- та довгострокових планів; 3) галузеві та технологічні стратегії; 4) стратегія розширення; 5) дослідні, експертні, підприємницькі мережі, угоди, кооперація; 6) спеціальні механізми інвестування; 7) організаційні форми співпраці між університетами та бізнесом, механізми координації; 8) інформаційні платформи; 9) цінності і культура. Окремими інструментами реалізації стратегії є: моніторинг, коригування, аудит.

Підвищення ефективності пов'язано з формуванням повноцінних систем управління і забезпечення освітньої та інноваційної діяльності. Ефективність, в цілому, розуміється з точки зору досягнення поставлених цілей і рішення задач.

В рамках завдання підвищення якості підготовки фахівців (завдання 1) виділені такі напрямки заходів: 1) вдосконалення навчальних програм; 2) вдосконалення організаційних форм; 3) створення та впровадження інформаційних інструментів в навчальний процес.

Удосконалення організаційних форм освітньої та інноваційної діяльності має охоплювати галузеві дослідні лабораторії та продуктово-проектні структури. Підвищення ефективності організації діяльності на початковому етапі передбачається досягти за рахунок впровадження спеціальних інформаційних систем, які інтегровані на рівні мережі ІШ (табл. 3).

Для ефективного функціонування ІШ необхідний постійний пошук нових знань і моніторинг інновацій. Моніторинг тісно пов'язаний з прогнозуванням, проведенням форсайтінгових досліджень, що утворює відповідну компоненту стратегічного управління. Відбір інноваційних проектів здійснюється в рамках тематики і за результатами ДіР передбачає глибоку оцінку перспективності (в залежності від цілей і пріоритетів) інновації. Розвиток інноваційно-проектної діяльності на рівні ІШ вимагає формування методик оцінки та механізму відбору інноваційних проектів. На цій основі повинна формуватися система експертизи проектів, до якої залучаються не тільки співробітники, але й зовнішні експерти.

В умовах динамічного функціонування індустрії стартапів особливе значення має забезпеченість інвестиційними ресурсами, їх концентрація та структура, що створює інвестиційні можливості ІШ і функціональність кожного сегмента. Щодо створення механізмів інвестування середньостроковими завданнями в рамках мережі ІШ є: 1) створення команди інвестиційних менеджерів; 2) формування системи довгострокового інвестиційного планування; 3) розробка ефективних, орієнтованих на результат фінансових механізмів інвестування великих інноваційних проектів.

У зв'язку з нарощуванням інвестицій виникає задача розробки системи управління ризиками як передумови реалізації потенціалу ІШ. У цьому плані необхідно звернути увагу на ряд обов'язкових моментів. По-перше, необхідно побудувати багаторівневу систему управління інноваційними ризиками, охоплюючи мережу ІШ і поєднуючи централізацію і децентралізацію в прийнятті стратегічних і тактичних рішень, виконанні заходів оцінки і мінімізації ризиків. Система управління ризиками повинна включати: 1) багатосторонню експертизу проектів і комплексне оцінювання ризиків в довгостроковому і короткостроковому плані; 2) механізми випереджаючого контролю, прогнозування, оцінки та класифікації ризиків; 3) оперативне управління ризиками; і т.п. По-друге, в системі управління ризиками, а також окремих підходах і методиках необхідно закласти динамічний підхід, який враховує фактори, що істотно впливають на інвестиції та ризики. По-третє, систему управління ризиками доцільно будувати на базі всієї мережі ІШ, охоплюючи: інформаційно-аналітичне забезпечення, процедури Due Diligence (всестороння оцінка об'єкта інвестування, включаючи оцінку ризиків, активів, положення на ринку і т.п.), прийняття стратегічних рішень, оцінку ризиків та ін. По-четверте, в рамках мережі ІШ необхідно виробити шляхи зниження витрат і мінімізації ризиків за рахунок спільного використання інфраструктури, кооперативних проектів, розподілу інвестицій, залучення всіх шкіл та всіх співробітників в інформаційне забезпечення, оцінки результатів за стадіями ДіР.

Підвищення ефективності комунікацій у внутрішньому середовищі мережі ІШ – найважливіша передумова реалізації описаних вище заходів і розвитку ІШ. В рамках цих систем передбачається забезпечити відповідну сферу комунікацій в науці, освіті та інноваційної діяльності на рівні мережі.

Раніше також говорилося про необхідність активної комунікації у зовнішньому середовищі, що стосується всіх сфер діяльності ІШ. Найбільш важливим і складним видом комунікації є наукова.

Таблиця 2

Основні завдання стратегії розвитку ІШ, напрями та цільові індикатори (критерії) розвитку

	Основні завдання	Напрями дій, новацій	Цільові індикатори/критерії розвитку
1.	Підвищення якості підготовки фахівців	– вдосконалення навчальних програм; – вдосконалення організаційних форм; – створення і впровадження інформаційних інструментів;	зміна параметрів якості освіти; показники реалізації проектів, ДіР; приплив студентів тощо.
2.	Включення до існуючої системи освіти	– досягнення правильного позиціонування ІШ і мережі; – поліпшення позицій мережі ІШ в системі освіти; – підвищення операційної ефективності діяльності ІШ;	кількість ІШ; створення ІШ на базі провідних університетів; частка ринку освіти; кількість випускників та ін.
3.	Територіальне розширення мережі ІШ в Україні	– створення нових ІШ по університетам України з урахуванням набуття позицій в нових містах і регіонах; – створення нових ІШ за кордоном (в довгостроковій перспективі);	кількість створених нових ІШ за період; охоплення університетів, регіонів, міст.
4.	Розширення сфери діяльності ІШ за галузями	– формування системи моніторингу інновацій (по галузях і за технологічними напрямками); – формування механізмів відбору інноваційних проектів; – створення системи експертизи проектів; – створення механізмів управління ДіР; – створення механізмів управління комерційною ефективністю проектів і нематеріальними активами;	кількість створених реалізованих інноваційних проектів, бізнесів, кількість патентів, показники ефективності ДіР, комерціалізації; показники формування, використання та продажу нематеріальних активів та ін.
5.	Розширення сфери діяльності ІШ за технологічними напрямками		
6.	Нарощування і реалізація потенціалу окремих ІШ і мережі в цілому	– вдосконалення механізмів інвестування проектів; – створення системи управління ризиками (завдання 4 і 5); – диверсифікація послуг, що надаються; – підвищення ефективності комунікацій у внутрішньому середовищі; – підвищення ефективності зовнішньої співпраці; – впровадження процедур оцінки ефективності проектів (завдання 4 і 5);	приплив і використання інвестиційного капіталу; зниження рівня збитків, зростання прибутковості; показники реалізації проектів у співпраці; підвищення ефективності освітньої та інноваційної діяльності.
7.	Створення екосистеми інноваційного підприємництва на базі мережі ІШ	– перетворення ІШ в інноваційний хаб; – розширення інноваційного співтовариства в рамках ІШ; – створення інформаційного центру; – розвиток мережі співпраці, включаючи інвесторів.	кількість студентів, наукових колективів, проектів, що реалізуються; кількість партнерів в освітній та інноваційній діяльності та ін.

Джерело: складено автором

Таблиця 3

Інформаційні системи, які можуть використовуватись в організаційній діяльності ІШ

Система	Функції
База знань	– структурування даних та інформації, формалізація і накопичення знань; – організація доступу до знань в освітній та інноваційній діяльності; – управління знаннями та інтелектуальними ресурсами; – накопичення нематеріальних активів
Платформа дослідних лабораторій	– підтримка роботи лабораторій; – забезпечення комунікацій в дослідженнях та освіті; – забезпечення моніторингу і контролю;
Платформа управління проектами	– забезпечення організації та координації; – накопичення та управління знаннями на всіх стадіях; – контроль за використанням знань; – забезпечення моніторингу, контролю та управління ризиками.

Джерело: складено автором

Основними способами є підвищення ефективності зовнішньої співпраці, яка може бути представлена включенням в інноваційні, експертні та дослідні мережі формального і неформального характеру, освітні платформи, участю в галузевих об'єднаннях і асоціаціях.

У середньостроковій перспективі доцільно інституціоналізувати відносини з Міністерством освіти і науки України, комітетом Верховної Ради з питань

науки і освіти, промислової політики і підприємництва, інформації та зв'язку; НАН України та її Інститутами, Асоціацією Вищої школи України, та ін. Окремим напрямком є співробітництво із зарубіжними та міжнародними науково-дослідними організаціями, галузевими асоціаціями, фінансовими структурами установами інноваційної інфраструктури та ін. Механізм співпраці вимагає централізації на рівні мережі і створення спеціальних підрозділів.

Впровадження процедур оцінки ефективності реалізованих проектів необхідно для відтворення науково-технічного та економічного потенціалів і тісно пов'язане з іншими стратегічними завданнями.

Також, окрім капіталізації, необхідно акцентувати увагу на особливому мультиплікативному ефекті. Сучасні підходи не відображають мультиплікативного ефекту освіти. При оцінці ефективності реалізованого інноваційного проекту необхідно враховувати: капіталізацію проекту, вартість реалізованих товарів/послуг (обсяг продажів), кількість підготовлених фахівців (праця яких оплачується), нематеріальних активів (патенти, технології, програмні засоби, ноу-хау та ін.) – все це кінцевий ефект діяльності, який може співвідноситись з обсягом інвестицій і загальними витратами. Таким чином, витрати на освіту, яка доповнюється в результаті інноваційними розробками, мають більш високу мультиплікацію, ніж в обробній промисловості. Наслідком дії мультиплікатора також є створення додаткових робочих місць, податки, нові інвестиції і т.д., що може оцінюватися відповідно в регіональному та національному ВВП. Даний мультиплікатор може бути прив'язаний до конкретних галузей економіки. Концептуальна формула розвиває положення теорії людського капіталу, про необхідність і доцільність капіталовкладень в освіту, що обумовлює більш масштабні та множинні позитивні наслідки для національної економіки. Тобто «спіраль багатства» і зростаюча

віддача повинна починатися з освіти, орієнтованої на реальний сектор.

Кожен з напрямків функціонування набуває макроекономічного аспекту (рис. 1), тим більше, при активному розширенні мережі ІШ.

Тим самим, ІШ створюють каркас для структурування і запуску НІС, а кожна міра підвищення ефективності ІШ – це внесок в функціональність НІС. До того ж, інноваційні проекти, що розробляються і реалізуються ІШ, утворюють повноцінний інноваційний сектор, сприяють залученню нових ресурсів, поширенню культури і т.п. У зв'язку з цим, доцільна спеціальна державна підтримка ІШ, що вимагає відповідних заходів і планової основи. Це може стати однією з нових форм інноваційної політики.

Створення мережі лабораторій необхідно для активізації ДіР, а також включення науки в забезпечення модернізації промисловості на основі моделей Четвертої промислової революції. Лабораторії представляються як форма організації роботи наукових колективів із залученням молоді, а також виступають способом структуризації, підвищення якості та використання науково-технічного потенціалу. Це буде сприяти інтеграції науки і виробництва, просуванню інновацій, трансферу технологій, інтеграції потенціалу, науковій комунікації, кооперації, моніторингу, мобільності кадрів, а також реформуванню і залученню університетів до реального сектору. Також лабораторії дозволя-



Рис. 1. Основні елементи макроекономічної ефективності ІШ у контексті формування НІС

Джерело: складено автором

ють організувати роботу з дорогим обладнанням, більш ефективно розподіляти ресурси і знижувати ризики. Ефективність такого шляху покаже практика, однак така ідея потребує уваги і підтримки з боку держави.

Висновки. В Україні на базі провідних університетів створено мережу з шести ІШ, що реалізують нові підходи в освіті та ДіР. Ці школи орієнтовані на підготовку висококваліфікованих фахівців, а також підтримку інноваційних проєктів, в тому числі соціальної спрямованості. Такі школи є новим елементом інноваційної інфраструктури, сприяють інтенсифікації

інноваційних процесів і формування НІС. Пропоновані в цій статті стратегічні аспекти сформулюють додаткові рішення для проведення державної інноваційної політики. Стратегія розвитку ІШ в Україні зосереджена на трьох основних напрямках: вдосконалення концепції та методичних основ функціонування ІШ; підвищення ефективності функціонування ІШ в контексті формування НІС; створення екосистеми підтримки інноваційної діяльності та бізнесу. Розробка відповідних практичних заходів стане предметом майбутніх досліджень.

Список використаних джерел:

1. 1. Lundvall B.-A., Foray, D. The knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. Paris: OECD. 1996. 14 p.
2. 2. Marginson S. Higher Education in the Global Knowledge Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2010. № 2(5). P. 6962-6980.
3. 3. Polyakov M. V., Shevchenko G. Y., Bilozubenko V. S. Clustering of countries in global landscape of knowledge economy development. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 1(13). Ч. 1. С. 176-183.
4. 4. Unger M., Polt W. The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation – A Conceptual Discussion. *Foresight and STI Governance*. 2017. Vol. 11, № 2. P. 10-26.
5. 5. Білозубенко В. С. Інноваційна система Європейського Союзу: особливості формування та розвитку: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. 456 с.
6. 6. Каленюк І. С., Цимбал Л. І. Детермінанти інтелектуального лідерства в сучасному глобалізованому світі. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління*. Серія 1: Економіка. 2014. Вип. 1. С. 71-80.
7. 7. Поляков М. В. Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт: монографія. Дніпро: «Нова ідеологія», 2018. 688 с.
8. 8. Пуховська Л. Професійна освіта та інновації: досвід країн Європейського Союзу. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка*. 2017. № 14. С. 124-132.
9. 9. Ханін І. Г. Ноосферний путь познання і хозяйствования монографія. Дніпро: «Нова ідеологія», 2018. 319 с.
10. 10. Чмир О. С. Перспективні напрямки розвитку інфраструктури освіти, науки та інновацій в Україні. *Університетські наукові записки*. 2017. Вип. 61. С. 15-25.

References:

1. Lundvall, B.-A., & Foray, D. (1996). *The knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy*. Paris: OECD.
2. Marginson, S. (2010). Higher Education in the Global Knowledge Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2(5), 6962-6980.
3. Polyakov, M., Shevchenko, G., & Bilozubenko, V. (2018). Clustering of countries in global landscape of knowledge economy development. *Naukovij visnik Polissya – Polesye Scientific Bulletin*, 1(13), 176-183.
4. Unger, M., & Polt, W. (2017). The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation – A Conceptual Discussion. *Foresight and STI Governance*, 11(2), 10-26.
5. Bilozubenko, V. (2012). *Innovacijna sistema Yevropejskogo Soyuzu: osoblivosti formuvannya ta rozvitku [European Union innovation system: features of formation and development]*. Donetsk: DonNUET.
6. Kaleniuk, I., & Tsybmal, L. (2014). Determinanti intelektualnogo liderstva v suchasnomu globalizovanomu sviti [Determinants of intellectual leadership in the modern globalized world]. *Naukovij visnik Chernigivskogo derzhavnogo institutu ekonomiki i upravlinnya. Seriya 1: Ekonomika – Scientific Bulletin of Chernihiv State Institute of Economics and Management. Series 1: Economics*, 1, 71-80.
7. Polyakov, M. (2018). *Ekonomika znan: sutnist, determinanti, globalnij landshaft [Knowledge Economy: Essence, Determinants, Global Landscape]*. Dnipro: Nova ideologiya.
8. Pukhovska, L. (2017). Profesijna osvita ta innovaciyi: dosvid krayin Yevropejskogo Soyuzu [Professional education and innovation: European Union countries experience]. *Naukovij visnik Institutu profesijno-tehnichnoyi osviti NAPN Ukrayini. Profesijna pedagogika – Scientific Bulletin of the Institute of Vocational Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Professional pedagogy*, 14, pp. 124-132.
9. Khanyn, I. (2018). *Noosfernyj put poznaniya i hozyajstvovaniya [Noospheric path of knowledge and economy management]*. Dnipro: Nova ideologiya.
10. Chmyr, O. (2017). Perspektivni napryamki rozvitku infrastrukturi osviti, nauki ta innovacij v Ukrayini [Prospective development ways of the infrastructure of education, science and innovation in Ukraine]. *Universitetski naukovy zapiski – University research notes*, 61, 15-25.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА І ЗМІНИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

УДК 338.001.36:338.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-3>**Андрусів У. Я.**

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Юрченко Н. Б.

Івано-Франківський національний медичний університет

Andrusiv U.

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Yurchenko N.

Ivano-Frankivsk National Medical University

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Стаття присвячена дослідженню зарубіжного досвіду фінансового забезпечення систем охорони здоров'я різних держав. Представлено результати його порівняльного аналізу. Акцентовано увагу на особливостях формування та використання фінансових ресурсів у сфері охорони здоров'я. На основі порівнянь доведено, що на практиці не існує універсальної моделі і кожна держава змушена будувати систему економічних відносин з урахуванням потреб і можливостей суспільного розвитку. Досліджено, що видатки зведеного бюджету України на охорону здоров'я у 2017 році офіційно склали 3,4% валового внутрішнього продукту. Виявлено факт використання у сфері охорони здоров'я також коштів благодійних фондів та гуманітарної допомоги. Проте офіційне фінансування співіснує з тіньовими, неформальними платними послугами. Встановлено, що рівень фінансування в Україні наближається до європейського, але порушується конституційний принцип рівного доступу до охорони здоров'я різних верств населення. Для вирішення цієї проблеми пропонуємо використати досвід тих розвинених країн світу, системи охорони здоров'я яких визнано успішними. Адже накопичений досвід різних держав вказує на те, що саме від уміння раціонально використовувати ресурси залежатиме ефективність самої системи охорони здоров'я. Запропоновано та сформовано власну модель охорони здоров'я, яка передбачає комбіноване фінансове забезпечення. Зроблено висновок про те, що в сучасному суспільстві на сьогодні функціонують чотири моделі фінансування охорони здоров'я. Це модель переваги споживачів (приватна система фінансування охорони здоров'я), модель Бісмарка (соціально орієнтована система фінансування охорони здоров'я), модель Беверіджа (державна система фінансування охорони здоров'я) та модель Семашка (держбюджет з досить жорсткою централізацією управління галуззю). Кожна із аналізованих моделей має свої переваги та недоліки. Вибір моделі фінансування охорони здоров'я є стратегічно важливим завданням кожної держави, котра змушена будувати систему економічних відносин з урахуванням об'єктивних потреб і можливостей та усвідомлювати постійно зростаючу економічну і соціальну цінність здорового суспільства.

Ключові слова: система охорони здоров'я; світовий досвід; страхування; фінансування; моделі охорони здоров'я.

FOREIGN EXPERIENCE OF HEALTH SYSTEM FINANCING

The article is devoted to the study of foreign experience of health systems' financial support in different countries. The results of its comparative analysis are presented. The main features of the fundraising and financing in the health sector are emphasized. As a result of the comparison, it is proved that there is no one-size-fits-all model. Each country has to take into account the needs and opportunities for social development while building a system of economic relations. It is shown that in 2017 expenditures of Ukrainian consolidated budget for health care 3,4% of gross domestic product. Charitable funds and humanitarian aid providers were also engaged in health system financing. However, official funding coexists with shadow or informal out-of-pocket payments for healthcare services. It is established that the amount of healthcare financing in Ukraine is close to the European one, but the constitutional principle of equal access to health care for different segments of the population is violated. As a solution, we offer to use the experience of the developed countries with health systems recognized as successful. After all, the accumulated experience of different countries indicates the dependence between the effectiveness of the health care system and its ability to use resources rationally. An innovative model of health financing, providing the combined financial support, is offered and developed. It is concluded that in today's society there are four models of health financing. These are the consumer preference model (out-of-pocket health financing system), the Bismarck model (socially oriented health financing system), the Beveridge model (governmental health financing system) and the Semashko model (state budget with tight centralization of industry management). Each of the models analyzed has its advantages and disadvantages. Choosing a health financing model is a strategically important task for every country, which have to build a system of economic relations that takes into account objective needs and opportunities, and is aware of the ever-increasing economic and social value of a healthy society.

Keywords: health systems; foreign experience; financing; insurance; healthcare models.

JEL Classification: F00, I18

Актуальність. Реалізація права людини на якісні медичні послуги в Україні зумовлює спрямування державної політики на реформування чинної системи охорони здоров'я та створення її ефективної національної моделі. Матеріали досліджень вказують на те, що видатки зведеного бюджету держави на охорону здоров'я у 2017 році офіційно склали 3,4% ВВП [1]. Використовувались також кошти благодійних фондів і гуманітарної допомоги. Проте офіційне фінансування співіснує з тінювими, неформальними платними послугами. Разом з ними рівень фінансування в Україні наближається до європейського. Але порушується конституційний принцип рівного доступу до охорони здоров'я різних верств населення. З цією метою може стати в нагоді досвід розвинених країн світу, системи охорони здоров'я яких визнано успішними. Адже накопичений досвід різних держав вказує на те, що саме від уміння раціонально використовувати ресурси залежатиме ефективність самої системи охорони здоров'я. У своєму дослідженні ми акцентуємо увагу на фінансових ресурсах.

Зазначимо, що при виборі фінансування охорони здоров'я країни ЄС опираються на цілі сформульовані ВООЗ, зокрема [2]: фінансовий захист (направлений на те, щоб люди не ставали бідними внаслідок користування послугами охорони здоров'я); принцип соціальної справедливості (потребує від найбільш забезпечених людей платити більше за медичне обслуговування); рівність доступу до медичного обслуговування (базується на потребі, а не на здатності платити); підвищення прозорості і підзвітності системи охорони здоров'я (боротьба з корупцією, контроль за діяльністю закладів охорони здоров'я і оцінка якості їх діяльності); нагорода за високу якість медичної допомоги і розробка стимулів рентабельної організації медичного обслуговування; підтримка управлінської ефективності. Світова практика надання медичних послуг є втіленням гуманітарної, людино-центристської парадигми глобального економічного розвитку та суспільного прогресу, яка є втіленням права людини на життя і здоров'я. З огляду на це, значної актуальності набуває проблематика ресурсного забезпечення національних моделей охорони здоров'я, які сформувалися у різних країнах світу.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Багато вітчизняних та зарубіжних вчених займалися дослідженням питань моделей системи охорони здоров'я, зокрема: Thomson S. [2], Литвиненко М. [4], Бендукідзе К. [5], Кінаш І. [6], Савчук Л. [7] та ін. Проте, незважаючи на численні наукові праці потребує більш детального аналізу зарубіжного досвіду фінансового забезпечення систем охорони здоров'я різних держав.

Метою статті є дослідження міжнародного досвіду фінансового забезпечення систем охорони здоров'я різних держав та представлення результатів його порівняльного аналізу.

Виклад основних результатів дослідження. У світовій практиці на сьогодні існують чотири основні моделі фінансування систем охорони здоров'я. Це модель переваги споживачів (приватна система фінансування охорони здоров'я), модель Бісмарка (соціально орієнтована система фінансування охорони здоров'я), модель Беверіджа (державна система фінансування

охорони здоров'я) та модель Семашка. Кожна зі згаданих моделей має свої переваги й недоліки.

У колишньому СРСР існувала патерналістська модель М. Семашка, що мала єдине джерело фінансування охорони здоров'я – держбюджет з досить жорсткою централізацією управління галуззю. Вона розвивалася за остаточним принципом, тобто гроші на охорону здоров'я витрачалися після витрат на важку промисловість, воєнну галузь тощо. Водночас домінував профілактичний напрям медицини, і за цим критерієм вона вважалася однією з найефективніших.

Державна система охорони здоров'я Беверіджа характеризується бюджетним фінансуванням, яке контролюється на центральному або місцевому рівні. Така система охорони здоров'я є властивою для Великої Британії, Данії, Ірландії та Скандинавських країн, частково присутня в Італії, Португалії. Рівень фінансування впродовж досліджуваного періоду (2007-2017 рр.) коливається від 7,5% до 10,5% ВВП (рис. 1).

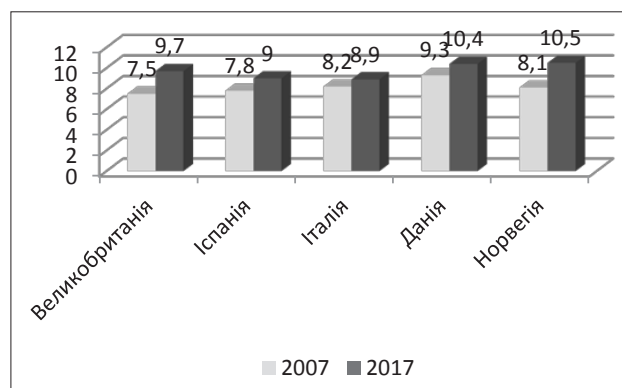


Рис. 1. Витрати на охорону здоров'я серед держав, яким властива модель Беверіджа, % від ВВП

Джерело: складено на основі [3]

Її головними засадничими елементами є наступні [8]: по-перше, загальна доступність медичних послуг з повним охопленням усього населення медичним страхуванням та уніфікацією обсягу й переліку медичних послуг, що йому надаються; по-друге, домінування державного фінансування системи охорони здоров'я, що забезпечується на основі цільового оподаткування центрального, регіонального та місцевого рівнів; по-третє, пріоритет системи планування витрат державного бюджету у фінансовому механізмі функціонування системи охорони здоров'я із жорстким державним контролем рівня витрат у медичній сфері та закріпленням за регіональними органами державного регулювання відповідальності за розподіл його коштів між провайдерами медичних послуг; по-четверте, жорстка ув'язка рівня заробітних плат і компенсацій медичного персоналу з кількістю пацієнтів, що обслуговуються.

Разом з тим, модель Беверіджа має недоліки, серед яких: значна бюрократизація процесу ухвалення управлінських рішень, висока вартість адміністрування системи охорони здоров'я та значна залежність медичної сфери від вартісних обсягів та структури її державного фінансування. Для соціально орієнтованої системи охорони здоров'я (модель Бісмарка) характерним є обов'язкове медичне страхування. Ця модель властива

для таких країн як Німеччина, Австрія, Бельгія Нідерланди, Франція, Люксембург, Канада, останнім часом – для нових країн ЄС. Рівень фінансування у цих країнах складає від 6,2% до 11,3% ВВП (рис. 2).

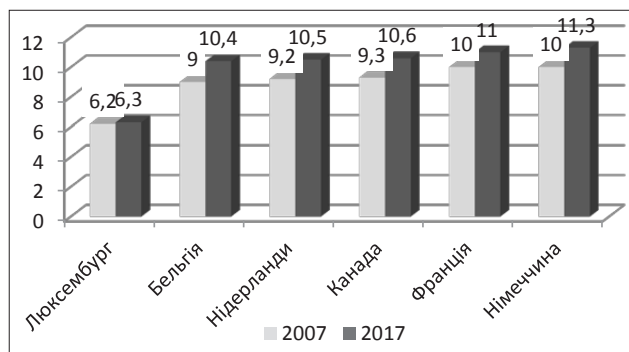


Рис. 2. Витрати на охорону здоров'я серед держав, яким властива модель Бісмарка, % від ВВП

Джерело: складено на основі [3]

Її головними засадничими елементами є наступні: гарантування усім громадянам права на отримання у разі необхідності мінімального пакету медичних послуг, який забезпечується бюджетним фінансуванням сфери охорони здоров'я, державними стандартами якості медичного обслуговування та унормуванням механізму ціноутворення на медичні послуги і системи взаєморозрахунків між державними органами охорони здоров'я та фондами обов'язкового медичного страхування; це рівноважний баланс між активним державним регулюванням медичної сфери та ринковими механізмами її функціонування й фінансування; професійна солідарність та паритетність відносин між роботодавцями і найманими працівниками у розподілі витрат на медичне страхування; комутативна справедливність у наданні медичних послуг з чіткою деталізацією їх видів та ув'язкою їх діапазону і рівня з трудовим внеском кожного громадянина; національна солідарність у сфері охорони здоров'я з гарантуванням отримання медичних послуг навіть малозабезпеченому населенню; безперервність відрахувань на медичне страхування, які здійснюються упродовж усього економічного активного життя і набувають форми відкладених доходів; децентралізація системи охорони здоров'я з її фрагментацією на національний, регіональний і місцевий рівні; незалежність фондів страхування здоров'я з їх управлінням з боку державних і приватних страхових компаній.

Зазначимо, що Німеччина стала країною, де вперше в світовій історії у 1883 році прийняли закон про обов'язкове медичне страхування на випадок хвороби, який заклав підвалини сучасного медичного страхування і став прикладом для інших індустріальних країн. Детальніше зупинимося на досвіді реформування охорони здоров'я у цій державі, яка розпочалася з 2009 року. Німецька система характеризується наявністю декількох медичних фондів державного страхування, а також присутністю державних і приватних надавачів медичних послуг, децентралізацією охорони здоров'я. Кожен громадянин, який постійно проживає в Німеччині, зобов'язаний бути застрахованим на випадок хвороби. Послуги медичного страхування надають

так звані лікарняні каси, 87% з яких є державними і 13% – приватними.

Кожен найманий працівник, який заробляє не більше 48,6 тис. євро на рік, автоматично страхується в державній лікарняній касі. Щомісячний внесок з 1 січня 2011 р. складає 15,5% від заробітної плати, з яких 7,3% платить роботодавець, а 8,2% – працівник. Дія страховки поширюється на неповнолітніх дітей працівника і його/її дружину/чоловіка, якщо та/той не працює. На пільгових умовах у державних касах страхують студентів вищих навчальних закладів та професійно-технічних училищ віком до 30 років, які платять у місяць у середньому 75 євро. Право на державне медстрахування мають безробітні та пенсіонери. Послугами приватних лікарняних кас можуть користуватися наймані працівники, які заробляють понад 48,6 тис. євро на рік, та ті, хто має власну справу. Але в цьому випадку щомісячний внесок залежить від статі, віку та стану здоров'я людини і становить у середньому 200-300 євро. Сума зменшується, якщо клієнт погоджується на те, що з кожного рахунку лікаря певний відсоток сплачуватиме з власної кишені. Слід зазначити, що пацієнти, застраховані у приватних касах, спочатку самі сплачують медичні рахунки, а пізніше цю суму повністю або частково (залежно від тарифу) їм повертає страховик. Страховки, як правило, покривають усі види медичних послуг, включаючи профілактику, санаторне лікування та ліки. Застрахований має право вільно обирати клініку та лікаря. З 2004 року клієнти державних лікарняних кас зобов'язані під час торгового візиту до лікаря шокварталу сплачувати додатково 10 євро. До такого кроку вдалися для того, щоб зменшити кількість безпідставних візитів до лікаря. Причиною стало те, що пацієнти, застраховані в державних касах не бачать рахунків і не знають вартості медичного обслуговування.

З 2009 року державне медичне страхування фінансується з єдиного фонду, куди надходять внески працевдавців, найманих робітників та додаткові кошти з держбюджету. З цього фонду гроші перераховуються в державні лікарняні каси з огляду на кількість застрахованих, їх вік, стать, стан здоров'я та наявність хронічно хворих. Якщо касам грошей бракує, вони можуть вимагати від своїх членів додаткових внесків, але не більше 1% від зарплати. Реформа довела свою ефективність. Серед нововведень, які стали запроваджуватися у сфері охорони здоров'я Німеччини слід зазначити наявність електронних медичних карток. На такій пластиковій карті знаходяться не лише персональні дані власника та контакти лікарняної каси, а й фотографія, що має зменшити випадки зловживання документом. Таку картку пацієнт повинен пред'являти під час кожного візиту до лікаря. У неї вмонтовано електронний носій, який зберігає історію хворіб, інформацію про зроблені щеплення, бажання стати донором тощо. Для читування цих даних лікарні та лікарські приймальні були обладнані спеціальними пристроями за кошт держави [9]. Нині страхову модель охорони здоров'я активно застосовують у всьому світі, що підкреслює її практичне значення та економічну стійкість. Зазначимо, що обидві моделі охорони здоров'я, як Беверіджа так і Бісмарка, не виключають добровільне медичне страхування, яке здійснюється лише комерційними страховими компаніями. Воно може бути колективним (гру-

повим), коли страхувальником виступає підприємство, а застрахованими – його робітники. Інший варіант – індивідуальне добровільне страхування, коли і страхувальником, і застрахованим виступає фізична особа.

Модель переваги споживачів (приватна система фінансування охорони здоров'я) є характерною для США, Швейцарії, Філіппін, Південної Кореї та Австралії. Почали наближуватися до неї Азербайджан і Грузія. У США – найвищі витрати на охорону здоров'я. Так у період з 1979-2017 рр. сукупні витрати зросли з 8,5% до 17,2% валового внутрішнього продукту, а до 2025 р. очікується їх підвищення до 20,1% [4]. Що найменше у восьмеро зросли також медичні витрати у розрахунку на душу населення Але американська система страждає від нераціональної структури, адже там переважає витратний лікарняний сектор. Середня тривалість життя американців 78,9 р, у той час коли у Швейцарії – 83,7 р. Витрати на охорону здоров'я серед держав, яким властива модель приватної системи охорони здоров'я демонструє рис. 3.



Рис. 3. Витрати на охорону здоров'я серед держав, яким властива модель приватної системи охорони здоров'я, % від ВВП

Джерело: складено на основі [3]

Виділяють наступні ключові характеристики даної моделі: пріоритет ліберальних підходів у реалізації політики у сфері охорони здоров'я, що забезпечує високий рівень конкуренції та комерціалізації медичної сфери, максимально повне задоволення потреб пацієнтів щодо вибору лікаря або медичного закладу, необмежену фінансову автономію медичних закладів, а також оперативність надання медичної допомоги та забезпечення повної лікарської конфіденційності; наявність потужних стимулів для постійного професійного розвитку медичних працівників, підвищення якості медичних послуг, мобільності ресурсів у межах підсистем медичної сфери та інтенсифікації розвитку нових медичних технологій; незначний рівень охоплення населення державними медичними гарантіями та обмеженість державного сегменту національних систем медичних послуг лише тими функціями, котрі перебувають за межами приватного фінансування і ринкових механізмів регулювання сфери охорони здоров'я; надмірна вартість медичних послуг для роботодавців та населення, що обмежує можливості забезпечення ними усіх верств населення; домінування позабюджетного фінансування медичних послуг та домінування у їх структурі платного сегменту з переважанням приватних фінансових механізмів у медич-

ному страхуванні, що забезпечується в основному добровільними внесками роботодавців; колосальні соціально-економічні втрати суспільства від недостатнього рівня охоплення населення системою медичних послуг та постійне розширення суспільних витрат на охорону здоров'я (з боку неприбуткових громадських організацій, асоціацій, товариств та інших інституцій).

У Сполучених Штатах Америки нині найвищий рівень конкуренції у сфері охорони здоров'я, що створює необхідні передумови для споживачів, з одного боку, робити вибір на користь того чи іншого провайдера медичних послуг, а з другого – обирати найоптимальніше медичне обслуговування у параметрах співвідношення ціна – якість. Йдеться про те, що у той час, як заможні верстви населення здатні сповна задовольнити свої медичні потреби завдяки медичному страховому полісу та необмеженому доступу до системи охорони здоров'я, то малозабезпечений сегмент громадян може розраховувати тільки на державні гарантії у цій сфері та обмежений доступ до медичного обслуговування. Інакше кажучи, є всі підстави стверджувати про чітко виражений асиметричний характер системи охорони здоров'я США, яка, з одного боку, потребує колосальних фінансових витрат (що лягають непосильним тягарем на приватний і корпоративний сектори), а з другого – має серйозні вади у задоволенні потреб у медичних послугах усього населення.

Матеріали досліджень вказують на те, що США – лідер у медичній сфері як з погляду широти впровадження передових медичних технологій та імплементації інноваційних методів лікування, так і проведення НДДКР у сфері охорони здоров'я та розробки нових видів лікарських препаратів. Достатньо сказати, що 18 з 25 останніх лауреатів Нобелівської премії у галузі медицини є американцями або громадянами інших країн, котрі працюють у США; а продуцентами половини із загальної кількості медичних препаратів, розроблених у світі в останні роки, є американські компанії фармацевтичної індустрії [4, с. 200].

Заслугує на увагу і той факт, що у США запровадили автоматичну реєстрацію медичних препаратів та виробів медичного призначення. Це дало змогу усунути корупційну складову у цій сфері (у тому числі корупцію у сфері державних закупівель) та майже утричі знизити для лікарень закупівельну вартість медикаментів. Крім того, скорочення кількості ліцензійних та дозвільних видів підприємницької діяльності на 84% створило підґрунтя для запровадження у практику чітких, прозорих і зрозумілих «правил гри» для усіх агентів ринку медичних послуг [3; 6; 7].

Як уже зазначалось, Грузія почала наближуватися до реалізації на практиці моделі приватної системи охорони здоров'я. Так, тільки у період 2009-2012 рр. загальна кількість громадян Грузії, охоплених приватним медичним страхуванням, зросла з 40 до 450 тис. осіб, охоплюючи на кінець періоду 51% громадян на рівні загального фінансування та 38% на рівні державного фінансування медицини [10].

Висновки. Проведені дослідження свідчать про те, що, кожна держава сформувала свою власну модель охорони здоров'я, яка передбачає певне фінансове забезпечення. Зроблено висновок про те, що в сучасному суспільстві на сьогодні функціонують чотири моделі охорони здоров'я. Це модель переваги спожи-

вачів (приватна система охорони здоров'я), модель Бісмарка (соціально орієнтована система охорони здоров'я), модель Беверіджа (державна система охорони здоров'я) та модель Семашка. Кожна модель має свої переваги й недоліки. Вибір моделі охорони

здоров'я є стратегічно важливим завданням кожної держави, котра змушена будувати систему економічних відносин з урахуванням об'єктивних потреб і можливостей та усвідомлювати постійно зростаючу економічну і соціальну цінність здорового суспільства.

Список використаних джерел:

1. Національні рахунки охорони здоров'я в Україні у 2016 році: Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 172 с.
2. Thomson S., Foubister T., Mossialos E. Европейская обсерватория по системам и политике здравоохранения. Финансирование здравоохранения в Европейском союзе. Проблемы и стратегические решения: научное издание. – Копенгаген: ВООЗ, 2010. – 241 с.
3. Литвиненко М. В. Принципи національної системи охорони здоров'я в Україні / М. В. Литвиненко // Теорія та практика державного управління. – 2015. – Вип. 2(49). – С. 198-206.
4. Бендукідзе К. Реформи охорони здоров'я в Республіці Грузія: від радянської руїни до охорони здоров'я на ринковій основі / К. Бендукідзе, Ф. Редер, М. Танер, А. Урушадзе. – 2014. – К.: Вид-во: ТОВ «НВП»Інтерсервіс», 52 с.
5. Health at a glance 2017 – OECD Indicators-en-OECD.org. Режим доступу: <http://stats.oecd.org/>
6. Кінаш І. П., Савчук Л. М. Актуальні проблеми сфери охорони здоров'я України. Інтелект XXI. 2015. № 6. С. 46-51.
7. Савчук Л. М. Фінансування сфери охорони здоров'я України. Актуальні проблеми розвитку регіону. 2016. № 12. Т. 1. С. 24-29.
8. Mirror on the Wall, 2014 Update: How the U.S. Health Care System Compares Internationally. URL: <http://www.commonwealthfund.org/publications/fundreports/2014/jun/mirror-mirror>
9. Медицина в Німеччині: без страховки не обійтись. Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1358589meditsina_v_nimechchini_bez_strahovki_ne_obiytisya_1731393.html
10. Health systems in transition: Georgia. Health system review. – 2009. – Vol. 11, No. 8. – P. 86.

References:

1. Natsionalni rakhunky okhorony zdorovia v Ukraini u 2016 rotsi [National Health Accounts in Ukraine in 2016] (2017). *Statystychnyi zbirnyk. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. Kyiv, p. 172 [in Ukrainian].
2. Thomson S., Foubister T., Mossialos E. (2010). *Evropeiskaia observatoriya po sistemam y polytyke zdavoookhraneniya. Fynansyrovanye zdavoookhraneniya v Evropeiskom soiuze* [European Observatory on Health Systems and Policies. Health financing in the European Union]. *Problemy y stratehycheskye resheniya: nauchnoe yzdanye*. VOOZ, p. 241.
3. Lytvynenko M. V. (2015). *Pryntsyipy natsionalnoi systemy okhorony zdorovia v Ukraini* [Principles of the national healthcare system in Ukraine]. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, 2(49), p. 198-206. [in Ukrainian].
4. Bendukidze K. (2014). *Reformy okhorony zdorovia v Respublitsi Hruzii: vid radianskoi ruiny do okhorony zdorovia na rynkovii osnovi* [Health Care Reforms in Georgia: From the Soviet Ruins to Market-Based Health Care]. Kyiv: Vyd-vo: TOV «NVP»Interservis», p. 52 [in Ukrainian].
5. Health at a glance 2017 – OECD Indicators-en-OECD.org. URL: <http://stats.oecd.org/>
6. Kinash I. P., Savchuk L. M. (2015). *Aktualni problemy sfery okhorony zdorovia Ukrainy* [Actual problems of health care in Ukraine]. *Intelekt XXI*, 6. p. 46-51. [in Ukrainian].
7. Savchuk L. M. (2016). *Finansuvannia sfery okhorony zdorovia Ukrainy* [Financing the health sector in Ukraine]. *Aktualni problemy rozvytku rehionu*, 12. T. 1, p. 24-29. [in Ukrainian].
8. Mirror on the Wall, 2014 Update: How the U.S. Health Care System Compares Internationally (2014). URL: <http://www.commonwealthfund.org/publications/fundreports/2014/jun/mirror-mirror>
9. *Medytsyna v Nimechchyni: bez strakhovky ne obiytisya* [Medicine in Germany: no insurance can do]. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1358589meditsina_v_nimechchini_bez_strahovki_ne_obiytisya_1731393.html
10. Health systems in transition: Georgia (2009). *Health system review*, Vol. 11, No. 8, p. 86.

УДК 339.138:330.522.7

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-4>

Дугінець Г. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

Duginets G.

Kyiv National University of Trade and Economics

ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Стаття присвячена дослідженню феномену інформаційної асиметрії в світовій економіці. Визначено, що інформаційна асиметрія в світовій економіці існує з моменту зародження міжнародних відносин, але з прищивленням впровадження інформаційних технологій вона набула масштабного поширення. За результату дослідження існуючих теоретичних підходів доведено, що без забезпечення вільного переміщення інформації неможливо вільне переміщення товарів, послуг і фінансових коштів. Визначено основні фактори, якими викликана інформаційна асиметрія. Проаналізовано основні причини, які перешкоджають вільному доступу економічних суб'єктів до інформації: неправильна інтерпретація відомостей в силу недостатньої компетентності, частина інформації відноситься до секретної та не може бути розголошена; формування державою обмежено симетричного інформаційного поля; міжнародний рівень інформації не завжди характеризується актуальністю через свою масштабність. Доведено, що основними стимулами зростання інформаційної асиметрії є умисне спотворення, замовчування, або відсутність необхідної методологічної бази для виявлення трендів прогностичних оцінок ситуацій в світовій економіці. Класифіковано основні політичні підходи до отримання вигоди від зменшення інформаційної асиметрії. Визначено, що за відсутності регулювання інформаційна асиметрія створює умови для олігополістичного домінування Китаю та США, через сформовані глобальні ланцюги вартості. Отримані результати свідчать про те, що інформація в світовій економіці є джерелом конкурентних переваг для фірм країн, що розвиваються, а торговельні угоди поки зберігають переваги «періопродника» домінуючих гравців. Запропоновано регулювати потоки інформації, що генеруються всередині країн, через: створення цифрової індустрії, вирішуючи при цьому проблеми концентрації ринку та оподаткування в економіці; за допомогою цифровізації та інтеграції інформації в ланцюгах створення вартості. При цьому бажано, щоб правове регулювання інформаційного поля враховувало специфіку країн. Але з іншого боку, можливо спрощення регулювання міжнародних потоків даних як спосіб сприяння інноваціям та торгівлі, оскільки інформаційна асиметрія збільшує витрати та знижує ефективність в даній сфері. Дослідженню даних аспектів інформаційної асиметрії у світовій економіці будуть присвячені подальші науково-методологічні дослідження автора.

Ключові слова: інформаційна асиметрія; світова економіка; глобальні ланцюги вартості; ТНК.

INFORMATION ASYMMETRY IN THE WORLD ECONOMY

The article is devoted to studying the phenomenon of information asymmetry in the world economy. It is postulated that information asymmetry has existed in the world economy since the birth of international relations – however, with the accelerated introduction of information technology, it becomes more and more pronounced, and the significance of its effects grows. According to the results of researching the existing theoretical approaches, it is proved that without the free movement of information, it is impossible to move goods, services and financial assets freely. The main factors that cause information asymmetry are identified. The main reasons that prevent the free access of economic subjects to information are analyzed: misinterpretation of information due to lack of competence, conditions of secrecy on certain information; formation of a state-bounded symmetric information field; the international level of information is not always characterized by relevance because of its scale. It is proved that the main incentives for the growth of information asymmetry are deliberate distortion, silence, or lack of the necessary methodological basis for identifying trends in predictions of situations in the world economy. The main policy approaches to benefit from reducing information asymmetry are classified. It is determined that in the absence of regulation, information asymmetry creates conditions for an oligopolistic domination of China and the US, through the formed global value chains. The findings suggest that information in the global economy is a source of competitive advantage for firms in developing countries, and trade deals still retain the pioneering advantages of dominant players. It is proposed to regulate the flow of information generated domestically through: the creation of a digital industry, while solving the problems of market concentration and taxation in the economy; by digitizing and integrating information into value chains. It is desirable that the legal regulation of the information field takes into account the specificity of countries. But on the other hand, it may be easier to regulate international data flows as a way to promote innovation and trade, as information asymmetry increases costs and reduces efficiency in the field. Further scientific and methodological researches of the author will be devoted to the study of these aspects of information asymmetry in the world economy.

Keywords: information asymmetry; world economy; global value chains; TNCs.

JEL Classification: F00, L86

Актуальність. Невизначеність є фундаментальною характеристикою економічного простору в XXI столітті. Вона породжена існуючої асиметрією інформації, що нерівномірно розподілена між економічними суб'єктами. При цьому мають місце два типи асиметрії – об'єктивна та суб'єктивна. Об'єктивна асиметрія обумовлена культурно-цивілізаційними відмінностями, відмінностями в темпах впровадження та вико-

ристання результатів науково-технічного прогресу, ступені розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури в економіках тощо. Суб'єктивна асиметрія, як правило, пов'язана з опортунізмом економічних суб'єктів, і тому її подолання передбачає не стільки заходи прямого впливу, скільки непрямі, що сприяють створенню умов вирівнювання асиметрії, але не її подолання. Інформаційна асиметрія в світовій еконо-

міці існує з моменту зародження міжнародних відносин, але з пришвидшенням впровадження інформаційних технологій вона набула масштабного поширення та стала однією з основних причин неспроможності подальшого розвитку світових ринків.

Актуальність теми також обумовлена тією обставиною, що українські економічні суб'єкти прагнуть отримати гідне місце на світових ринках за рахунок залучення до глобальних ланцюгів вартості, які є своєрідними каналами передачі інформації. Таким чином вивчення феномена інформаційної асиметрії, її особливостей в світовій економіці дозволить визначити комплекс заходів державної політики, що забезпечать просування національних виробників на світовій арені.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. В сучасній науковій літературі результати дослідження інформаційної асиметрії та різних аспектів її прояву в економіці в представлено в роботах Дж. Акерлоф [13], Дж. Сакстон [14], П. Фульг'єрі [16], А. Маслова [8], Я. Бережний [2], А. Герасименко [3], І. Дерев'яно [4], О. Михайловської [10], В. Свистільник [11] та інших. Роль держави, як основного регулятора у подоланні інформаційної асиметрії на фінансовому ринку аналізується в працях Н. Балдич [1], О. Кіктенко [7], М. Маніліч [9] та інші. Також концепція інформаційної асиметрії була розвинута Г. Кравчуком [6], Б. Уомакк [19] при дослідженні інформаційного дисбалансу між господарюючими суб'єктами в рамках міжнародного ринку. Слід зазначити, що питання інформаційної асиметрії також викликають зацікавленість міжнародних організацій. Так у запропонованому Світовим банком (Міжнародним банком реконструкції та розвитку) підході до аналізу умов підприємницької діяльності оцінюються процеси, які стосуються асиметрії інформації (наприклад, правила та вплив кредитного ринку), рівноваги ринків з асиметричною інформацією (наприклад, на ринку праці), а також тих, які забезпечують можливість надання суспільних благ або послуг (наприклад, реєстрація бізнесу або власності) (більш детально див. [20]).

Проте результати опрацювання існуючого наукового доробку показують, що залишаються невирішеними деякі теоретичні, методологічні і практичні питання в обраній площині наукового дослідження.

Метою статті є ідентифікація сутності інформаційної асиметрії в світовій економіці, з метою обґрунтування можливих напрямів регулювання даного феномену.

Виклад основних результатів дослідження. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. ключовою особливістю світових ринків товарів та послуг стала вузька спеціалізація компаній або їхніх підрозділів у різних країнах на виконанні окремих етапів виробничих процесів. Як наслідок зросла роль вертикальних між фірмових взаємодій, збільшення кількості яких є сучасною ознакою системи світогосподарських зв'язків у глобальній економіці (див. детально [5]). Слід зазначити, що така взаємодія відбувається безкоштовно, і це необхідно враховувати при визначенні результативності діяльності як окремих фірм, так і національних економік загалом. Таке поняття сформульовано та введено в економічну теорію під назвою «транзакційні витрати» Рональдом Коузом у статті «Природа фірми» (1937 р.), де було отримано висновок про існування транзакційних витрат як економічної категорії, що

виражає витрати взаємодії економічних суб'єктів [12]. Відповідно до цієї теорії на рішення фірми щодо фрагментації виробництва впливають три чинники: ступінь специфічності активів, кількість укладених торговельних угод і асиметрія інформації.

Ступінь прозорості інформації багато в чому свідчить про рівень економічного розвитку країни, її інвестиційної привабливості та можливості розвитку підприємницької активності. Виникнення і розвиток економічних криз, як правило, пов'язують з цілим набором факторів макроекономічного, структурного та інституційного характеру. У різних теоріях пропонується своє бачення причин і шляхів подолання виникаючих кризових явищ. Але в останні роки найбільшу популярність придбала теорія інформаційної асиметрії, найвідомішими представниками якої є лауреати Нобелівської премії з економіки – Джордж Акерлоф (George Akerlof), Майкл Спенс (Michael Spence) і Джозеф Стігліц (Joseph Stiglitz) [13; 17]. Основоположники цієї школи пов'язують виникнення економічних криз з асиметричними інформаційними потоками в економіці, недостатньою прозорістю корпоративного сектора і відсутністю або неефективністю інститутів, покликаних вирішувати проблему інформаційної асиметрії. Оскільки без забезпечення вільного переміщення інформації неможливо вільне переміщення товарів, послуг і фінансових коштів.

В економічній науці докладно досліджено явище інформаційної асиметрії, яку можна охарактеризувати як ситуацію, коли одна група володіє необхідною для ведення справ інформацією, а інша група – не володіє. З цих позицій інформаційна асиметрія як джерело ризику є утворюючим компонентом міжнародних економічних відносин, і для більшості агентів-учасників цих відносин знизити ризики асиметрії інформації буває досить непросто. Необхідно пам'ятати, що будь-яка інформація, що представляє інтерес для фірми, є обмежено якісною, оскільки не може в повній мірі відповідати критеріям повноти, достовірності та актуальності. Навіть якщо говорити про ТНК, які як мінімум забезпечують для власного використання два критерії якості інформаційного поля – повноту та достовірність, то слід враховувати, що збір такої інформації може бути пролонгований за часом, а будь-які відомості, отримані з часовим лагом, втрачають свою актуальність, що породжує також інформаційну асиметрію. ТНК намагаються не вступати в пряму протидію з окремими країнами та формують потужне лобі в урядах своєї держави та інших країн. Таким чином компанії найкращим чином захищають свої права на зовнішніх ринках, часто апелюючи до органів з вирішення спорів міжнародних економічних організацій.

Але ситуація загострюється, якщо мова йде про малі підприємства, які функціонують в світовій економіці. Їх можливості по отриманню необхідної інформації знижені за рахунок фінансової недостатності та обмеженості здібностей і, знову-таки, можливостей по використанню необхідного інструментарію ризик-менеджменту.

Таким чином, інформаційна асиметрія може бути викликана такими факторами:

– спочатку невисокі вимоги до інформації, наприклад потрібна актуальна, але обмежено повна інформація, або, навпаки, достовірна, повна, але обмежено актуальна інформація;

– обмежені фінансові можливості, тобто неможливість оплатити доступ до інформації, актуальною саме для даного суб'єкта світової економіки;

– розрив у компетентності – відсутність достатніх знань та досвіду для грамотної інтерпретації інформації.

Додатковим фактором, який стимулює зростання інформаційної асиметрії, є об'єктивна неможливість отримання та інтерпретації інформації, оскільки є її зовнішні джерела, доступ до яких обмежений. Йдеться про умисне спотворення, замовчування, або відсутність необхідної методологічної бази для виявлення трендів прогнозних оцінок ситуацій в світовій економіці.

Навмисне перекручування можливо в разі, коли мова йде про інформацію, що надається конкурентами. В цьому проявляється нагальна потреба захисту відомостей, що становлять комерційну таємницю та складових оплот конкурентних позицій зовнішньоторговельного агенту. Будь-яка фірма, що бере участь в міжнародних економічних відносинах, прагне або не допустити витоку таких даних, або надати їх, в спотвореному вигляді, щоб дезінформувати конкурента і, отже, не допустити погіршення своїх конкурентних позицій. На противагу захисних заходів виробника актуалізується промислове шпигунство, яке дозволяє багатьом компаніям не просто триматися на плаву, а й реалізовувати стратегію наслідування за лідером, копіюючи його бестселери.

Замовчування інформації також виступає важливою об'єктивною формою інформаційної асиметрії і, в першу чергу, з боку держав, оскільки уряди також беруть участь в створенні спільних умов середовища функціонування світової економіки. Держава володіє не лише ефективним (хоча, найчастіше, обмеженим) інструментарієм регулювання національної економіки, а й необхідною інформаційною базою, що дозволяє виявити тренди світової економіки та відповідно коригувати свою стратегію розвитку.

Однак далеко не вся отримана статистичними органами інформація може (і повинна) бути доступна економічним суб'єктам. Причин тому кілька. По-перше, можлива неправильна інтерпретація відомостей в силу недостатньої компетентності. Найчастіше важлива не сама інформація, яка може перебувати на офіційних сайтах з необмеженим доступом, а її аналіз, який може провести тільки експерт. По-друге, частина інформації відноситься до секретної та не може бути розголошена, що, однак, не знижує її значущості для суб'єктів міжнародних відносин. По-третє, будь-яка держава формує спочатку обмежено симетричне інформаційне поле, що стосується умов здійснення підприємницької діяльності в рамках національної економіки, оскільки саме такий формат забезпечує найбільшу стійкість політичної системи. По-четверте, інформація на макро- і міжнародному рівні не завжди характеризується актуальністю через свою масштабність.

Відсутність необхідної методологічної бази для виявлення трендів та прогнозних оцінок ситуації – це ще одне джерело неповноти інформації. В умовах постійної зміни тенденцій розвитку світової економіки методологія економічної науки часто не встигає за новими викликами, що виникають перед фахівцями, які аналізують цю середу. Йдеться про тимчасові неможливості виявлення та пояснення фактів економічної дійсності, які вирішуються з появою принци-

пово нових підходів та парадигм осмислення реалій функціонування національної та світової економік.

Слід зазначити, що економічна інформація ендогенна, вона генерується тільки в процесі спілкування та взаємодії економічних суб'єктів. Отже, поширення достовірної інформації не відбувається «автоматично». При цьому, як уже було сказано вище, одні суб'єкти поширюють певну інформацію найбільш вірогідно, інші прагнуть приховати якусь її частину або піднести таким чином, щоб поліпшити своє становище. Таким чином, важливо розуміти, що передумовою до породження інформаційної асиметрії є дії самих учасників ринкового обміну. Ефекти від такої асиметрії діляться на два типи:

1) ефекти, що мають місце «ex ante», їх прийнято називати ризиком «несприятливого вибору» або «негативного відбору», і пов'язані вони з помилками у визначенні якості товару або послуги;

2) ефекти, що мають місце «ex post», їх прийнято називати «моральним ризиком», та пов'язані вони з тим, що сам факт укладання угоди може привести до зміни поведінки однієї зі сторін (наприклад, страхові організації давно помітили, що, застрахувавши автомобіль, його власник може починати менше піклуватися про те, щоб не допустити викрадення) [15, с. 116].

Дж. Акерлофом були вперше описані зазначені ефекти інформаційної асиметрії. Так у його роботі мова йде про ринок уживаних автомобілів («ринку лимонів») [13]. У найзагальнішому вигляді на подібному ринку відбувається наступне. Якість продаваних автомобілів встановити важко. Тому велика частина хороших машин продається за заниженими цінами, поганих – за завищеними. Теоретично це веде до того, що хороші автомобілі або взагалі зникнуть з ринку, або їх буде мало (в порівнянні з нормальним, «інформаційно нейтральним» станом). Такі ринки досить поширені, особливо в країнах, що розвиваються. Вони характеризуються млявою кон'юнктурою, щодо низькою якістю благ, що торгуються. Причому відомі випадки, коли стрімке поширення ефектів асиметрії інформації привели до майже повного руйнування ринку [18].

Ще один момент, який слід враховувати в XXI столітті, це значна інформаційна асиметрія між домінуючими гравцями у світовій економіці. Економічні агенти розвинених країн отримують більший прибуток, проте неясно, хто точно може претендувати на право володіння інформацією, що дозволяє отримувати такий прибуток. За відсутності регулювання інформаційна асиметрія створює умови для олігополістичного домінування Китаю і США, через сформовані глобальні ланцюги вартості. Виходом з даної ситуації може бути рішення про обов'язкове надання конкурентам інформації компаніями, які вже посіли певну частку ринку. Наприклад за допомогою цифровізації та інтеграції інформації в ланцюгах створення вартості. Це дозволить відкрити можливості для мікропідприємств, малих та середніх підприємств країн, що розвиваються, встановлення зв'язку з глобальними ринками.

Зазначимо, що різні політичні підходи до отримання вигоди від зменшення інформаційної асиметрії включають:

– прийняття підходу вільного ринку, при якому відкриваються потоки інформації між країнами;

– законодавче регулювання тільки деяких видів критично важливої інформації, що стимулює обмін певним типом інформації для суспільного блага;

– розгляд впливу провідних фірм розвинених країн як структурну проблему, яка не може бути вирішена за допомогою ринкового механізму, а тільки за допомогою проведення промислової політики, що забезпечує локалізацію інформації в країнах, що розвиваються;

– підхід відводить провідну роль держави, яка може встановити контроль над інформацією певного типу.

Однак не варто забувати, що на ринок іншої країни найчастіше приходять освідчений контрагент, який в змозі дати симетричну, а іноді і асиметричну відсіч місцевому виробнику. Іноземний контрагент може прийти з товаром-новинкою, або товаром, що реалізується за неймовірно низькою ціною, і далеко не завжди у держави є легітимні засоби захисту національних виробників від надмірного конкурентного тиску. Особливо це необхідно враховувати країнам-членам СОТ (а на їх частку припадає переважна частина міжнародної торгівлі), які зобов'язані гарантувати не тільки транспарентність свого національного законодавства, а й надання національного режиму.

Висновки. Підводячи підсумок слід зазначити, що інформація в світовій економіці є джерелом конкурентних переваг для фірм країн, що розвиваються, а торговельні угоди поки зберігають переваги «першопрхід-

ника» домінуючих гравців. Тому перш за все важливо регулювати потоки інформації, що генеруються всередині країн, через по-перше, створення цифрової індустрії, вирішуючи при цьому проблеми концентрації ринку та оподаткування в економіці, по-друге, за допомогою цифровізації та інтеграції інформації в ланцюгах створення вартості.

При цьому бажано, щоб правове регулювання інформаційного поля враховувало специфіку країн. Але з іншого боку, можливо спрощення регулювання міжнародних потоків даних як спосіб сприяння інноваціям та торгівлі, оскільки інформаційна асиметрія збільшує витрати та знижує ефективність в даній сфері.

Також не можна забувати, що незважаючи на бажання вирішити проблему інформаційної асиметрії, міжнародний рівень співпраці передбачає серйозну конкуренцію між виробниками, уніфіковане правове поле для країн-учасниць міжнародних економічних організацій, асиметрію вигод на користь країн «золотого мільярда». Жорстке протистояння знижує можливість економічного розвитку країни, проте стимулює адаптивність і ефективність конкуренції. Дослідженню даних аспектів інформаційної асиметрії у світовій економіці будуть присвячені подальші науково-методологічні дослідження автора.

Список використаних джерел:

1. Балдич Н. Державне регулювання інформаційної асиметрії фінансових ринків: симптоми проблеми. Вісник Національної академії державного управління при Президентів України. 2009. Вип. 3. С. 65-71.
2. Бережний Я. В., Кілієвич О. І., Ляпін Д. В., Медведкова Н. С. [та ін.] Механізми поліпшення підприємницького клімату в процесі реалізації економічних реформ в Україні. Київ: НІСД, 2013. 80 с.
3. Герасименко А. Г. Ринкова влада: джерела, масштаби, наслідки: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 600 с.
4. Дерев'яно І. П. Теорія асиметрії Б. Уомакка як нова світоглядна парадигма. Зовнішні справи. 2015. № 7. С. 36-38.
5. Дугінець Г.В. Глобальні ланцюги вартості: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 412 с.
6. Кравчук Г. В., Шевчук В. І., Пластун О. Л. Боротьба з інформаційною асиметрією як важлива складова забезпечення інформаційної безпеки. Вісн. Чернігів. держ. технолог. ун-ту. Фінансові ресурси: проблеми формування та використання. 2013. № 1(64). С. 214-221.
7. Кіктенко О.В. Державне регулювання фондового ринку за рахунок ефективності функціонування ринкової інфраструктури. Держава та регіони. Серія: Державне управління; Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2011. № 2. С. 36-39.
8. Маслов А. Інформаційна асиметричність на ринку праці та "економіка пряника і батого". Економіка. 2012. № 143/12. С. 57-61.
9. Маниліч М. І. Основні передумови для подолання проявів асиметрії на фінансовому ринку. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2015. № 5(21). С. 142-148. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html>
10. Михайловська О.В. Інформаційні асиметрії в світових інноваційно-інвестиційних процесах. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 6. С. 21-26.
11. Свистільник В. Інструменти інформаційної асиметрії на ринках споживчих товарів і послуг. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету 2018, № 4: 14-23.
12. Coase R. The nature of the firm. *Economica*. 1937. Vol. 4. P. 386-405.
13. George A. Akerlof. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, v.84, August 1970, p. 488-500.
14. Saxton G. D. and Anker A. E. The Aggregate Effects of Decentralized Knowledge Production: Financial Bloggers and Information Asymmetries in the Stock Market. *Journal of Communication*. 2013. № 63(6). P. 1054-1069.
15. Feofanov D.A. Asymmetry of information in financial markets. *Strategii biznesa*. 2014; № 4:115-118. (in Russ.).
16. Fulghieri P., Garcia D. and Hackbarth D. Asymmetric Information and the Pecking (Dis) Order. 2013. URL: <http://public.kenan-flagler.unc.edu/faculty/fulghiep/FGH-November2013.pdf>
17. Kenneth J. Arrow. Risk Perception in Psychology and Economics. *Economic Inquiry*, January 1982, v. 20, №1, p. 1-9.
18. Russell M. Constant disclosure and asymmetry of information. *Journal of Accounting Studies*, Emerald Group Publishing. 2015; 195-224.
19. Womack B. *Asymmetry and International Relationships*. New York: Cambridge University Press, 2016. 245 p.
20. World Bank. *Methodology for Doing Business*. URL: <http://www.doingbusiness.org/methodology>.

References:

1. Baldich N. (2009). Derzhavne rehulyuvannya informatsynoyi asymetriyi finansovykh rynkiv: symptomy problemy. [State regulation of information asymmetry of financial markets: symptoms of the problem]. *Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*. No 3. P. 65-71. [in Ukrainian].

2. Bereznyi Y., Kiliyevich O., Lyapin D., Medvedkova N. [and others] (2013). Mekhanizmy polipshennya pidpryemnyts'koho klimatu v protsesi realizatsiyi ekonomichnykh reform v Ukraini. [*Mechanisms of improving the business climate in the process of economic reforms in Ukraine*]. Kyiv: NISD, 80 p. [in Ukrainian]
3. Gerasimenko A. (2014). Rynkova vlada: dzherela, masshtaby, naslidky: monohrafiya. [Market power: sources, scope, implications]: monograph. Kyiv: KNUTE, 600 p. [in Ukrainian]
4. Derev'yanko I. (2015). Teoriya asyetryyi B. Uomakka yak nova svitohlyadna paradyhma. [Womack's asymmetry theory as a new worldview paradigm]. *Foreign Affairs*. № 7. P. 36–38. [in Ukrainian]
5. Duginets G. (2018). Hlobal'ni lantsyuyh vartosti: monohrafiya. [Global Value Chains]: Monograph. K.: KNUTE, 412 p. [in Ukrainian]
6. Kravchuk G., Shevchuk V., Plastun O. (2013). Borot'ba z informatsiynoyu asyetryeyu yak vazhlyva skladova zabezpechennya informatsiynoyi bezpeky. [Combating information asymmetry as an important component of information security]. *Visn. Chernihiv. state. technologist. un-tu. Financial resources: problems of formation and use*. № 1(64). P. 214–221. [in Ukrainian]
7. Kiktenko O. (2011). Derzhavne rehulyuvannya fondovoho rynku za rakhunok efektyvnosti funktsionuvannya rynkovoyi infrastruktury. [State regulation of the stock market due to the efficiency of market infrastructure functioning]. *State and regions. Series: Public Administration; Classic. private. Univ. Zaporizhzhia*, № 2. P. 36-39. [in Ukrainian]
8. Maslov A. (2012) Informatsiyana asyetrychnist' na rynku pratsi ta "ekonomika pryanyka i batoha". [Information asymmetry in the labor market and "gingerbread and whip economy"]. *Economy*. № 143/12. P. 57–61. [in Ukrainian]
9. Manilich M. (2015) Osnovni peredumovy dlya podolannya proyaviv asyetryyi na finansovomu rynku [Basic prerequisites for overcoming manifestations of asymmetry in the financial market]. *Economy: the realities of time. Scientific journal* № 5(21). P. 142-148. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html> [in Ukrainian]
10. Mikhailovskaya O. (2009) Informatsiyne asyetryi v svitovykh innovatsiyno-investytsiynnykh protsesakh. [Information asymmetries in global innovation and investment processes]. *Investments: Practice and Experience*. № 6. P. 21-26. [in Ukrainian]
11. Svystilnyk V. (2018). Instrumenty informatsiynoyi asyetryyi na rynkakh spozhyvchykh tovariv i posluh. [Information asymmetry tools in the market of consumer goods and services]. *Bulletin of the Kyiv National University of Trade and Economics*, № 4: p. 14-23. [in Ukrainian]
12. Coase R. (1937). The nature of the firm. *Economica*. Vol. 4. P. 386-405.
13. George A. Akerlof. (1970). The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 84, August, P. 488-500.
14. Saxton G. D. & Anker A. E. (2013) The Aggregate Effects of Decentralized Knowledge Production: Financial Bloggers and Information Asymmetries in the Stock Market. *Journal of Communication*. № 63(6). P. 1054–1069.
15. Feofanov D. A. (2014). Asymmetry of information in financial markets. *Strategii biznesa*; № 4:115–118. (in Russ.).
16. Fulghieri P., Garcia D. & Hackbarth D. (2013). Asymmetric Information and the Pecking (Dis) Order. URL: <http://public.kenan-flagler.unc.edu/faculty/fulghiep/FGH-November2013.pdf>
17. Kenneth J. Arrow (1982). Risk Perception in Psychology and Economics. *Economic Inquiry*, January, v. 20, № 1, p. 1–9.
18. Russell M. (2015). Constant disclosure and asymmetry of information. *Journal of Accounting Studies*, Emerald Group Publishing; 195–224.
19. Womack B. (2016) *Asymmetry and International Relationships*. New York: Cambridge University Press. 245 p.
20. World Bank. Methodology for Doing Business. URL: <http://www.doingbusiness.org/methodology>

УДК 339.722.330.3:35

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-5>**Череп А. В., Чеховська В. С.**
Запорізький національний університет**Cherep A., Chekhovska V.**
Zaporizhzhya National University

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

У статті розглянуто теоретичні підходи щодо формування інвестиційної політики підприємств в Україні. Акцентовано увагу на оцінці сучасного стану формування інвестиційної політики. Проаналізовано стан та тенденції інвестицій в Україні. Актуальним для України є питання залучення іноземних інвестицій. Розглянуто певні особливості процесу іноземного інвестування в Україні. Виконано аналіз розподілу прямих іноземних інвестицій за основними галузями економіки України та регіонами. Встановлено, що реалізація інвестиційної стратегії економічної діяльності в Україні має орієнтуватись на нарощення інвестиційних ресурсів, послідовне збільшення частки капітальних вкладень у ВВП, покращення структури інвестиційних джерел та оптимізацію напрямів їх вкладень. Виявлено найбільш пріоритетні галузі економіки для інвесторів та можливі наслідки через надмірні прямі іноземні інвестиції. Обґрунтовано доцільність спрямування інвестицій, перш за все, на відтворення капіталу в реальному секторі економіки, на розвиток інноваційних галузей, які б сприяли інтегруванню України у світове співтовариство. Розглянуто проблеми співвідношення приватних і державних та внутрішніх і зовнішніх джерел інвестування. Виокремлено проблеми вибору оптимальної структури джерел фінансування інвестицій. Обґрунтовано, що світова практика доводить, що залучення іноземних інвестиційних ресурсів не лише не сприяє соціально-економічному розвитку країни-реципієнта, а навпаки – виступає вагомою причиною економічної кризи та те, що прямі іноземні інвестиції є лише невеликим доповненням до внутрішніх інвестицій і досвід країн, що створили економічне диво, показує, що тільки акцент на внутрішні ресурси може забезпечити країні швидкий, але довгостроковий економічний розвиток. Визначено, що державною стратегією розвитку України в інвестиційній сфері повинно стати стимулювання зростання витрат приватного сектора економіки, який набирає розмаху після приватизації об'єктів загальнодержавної власності. Наведені точки зору В. Білик, віце-президента інвестиційної компанії A7 CAPITAL, та А. Вігірінського щодо необхідності інвестицій та проблем, що зараз існують. Внесено пропозиції щодо надання податкових пільг на ефективні прямі інвестиції. Виявлено вигоди для держави від надання податкових пільг.

Ключові слова: інвестиційна політика; інвестиційна привабливість підприємства; джерела інвестування; інвестиції; проблеми; податки; пільги.

FORMATION OF INVESTMENT POLICY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION CHALLENGES

The theoretical approaches to the formation of investment policy of enterprises in Ukraine have been revealed in the article. Attention is paid to the assessment of the current state of investment policy formation. The state and tendencies of investments in Ukraine are analyzed. The issue of attracting foreign investments is urgent for Ukraine. Some features of the process of foreign investment in Ukraine are considered. The analysis of the distribution of foreign direct investment by major sectors of economy of Ukraine and regions is carried out. It is established that the implementation of the investment strategy of economic activity in Ukraine should focus on increasing investment resources, a consistent increase in the share of capital investment in GDP, improving the structure of investment sources and optimizing the directions of their investment. The most priority sectors of the economy for investors have been identified and the possible consequences due to excessive foreign direct investment. The expediency of directing investments, first of all, on the reproduction of capital in the real sector of the economy, on the development of innovative industries that would contribute to the integration of Ukraine into the world community is substantiated. The problems of correlation of private and state and internal and external sources of investment are considered. The problems of choosing the optimal structure of sources of investment financing are highlighted. It is substantiated that international practice proves that attracting foreign investment resources not only does not contribute to the socio-economic development of the recipient country, but on the contrary, is a strong cause of the economic crisis and that foreign direct investment is only a small complement to domestic investment, which has created an economic miracle, shows that only an emphasis on domestic resources can provide the country with rapid but long-term economic development. It is determined that the state strategy of development of Ukraine in the investment sphere should be to stimulate the growth of expenditures of the private sector of the economy, which is gaining momentum after the privatization of state-owned objects. The views of V. Bilyk, Vice President of A7 CAPITAL, and A. Vighirinsky on the need for investment and the current problems are presented. Suggestions for providing tax incentives for effective direct investment have been made. Benefits for the state from the provision of tax benefits have been identified.

Keywords: investment policy; investment attractiveness of the enterprise; sources of investment; investments; problems; taxes; benefits.

JEL Classification: F21, F60

Актуальність. Нестача національного капіталу та необхідність проведення реструктуризації підприємств, з одного боку, та потреба у скороченні технологічного розриву – з іншого, актуалізують для України питання залучення іноземних інвестицій.

Беззаперечним є той факт, що в Україні існує низка інвестиційно привабливих факторів, які сприяють розширенню її інвестиційних зв'язків: великий емний та фактично конкурентно необмежений внутрішній ринок з більшості товарних позицій; географічне розташу-

вання на перетині основних транспортних шляхів між Європою та Азією; порівняно дешева та водночас кваліфікована робоча сила; науковий потенціал; розвинена інфраструктура (наявність портів, мостів, складів, водопостачання, летовищ, систем зв'язку) та інше.

Залучення саме довгострокових іноземних інвестицій, а також активізація діяльності з їх «просування» протягом майже усіх років незалежності України було одним із пріоритетних завдань її економічної політики, що визначалися низкою офіційних документів. Проте, на жаль, сьогодні результати є невтішними: великі західні інвестори з обережністю ставляться до України.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Проблеми інвестицій в усі сектори економіки розглядали Білик В. [1], Білик Р. [2], Вігірінський А. [3], Коваль Н. [4], Маркевич К. [5], Молдован О. [6], Медведкова Н. [6], Федорчак О. [7]. Білик В., Білик Р. досліджували шляхи реалізації інвестиційної стратегії в Україні в умовах глобальної фінансової нестабільності [1,2]. Пропозиції щодо прогресивного іноземного інвестування розглядають Вігірінський А. [3]. Коваль Н. досліджувала проблеми інвестиційної діяльності в сучасних умовах розвитку економіки України та запропонувала шляхи щодо підвищення її ефективності [4]. Маркевич К. розглядала питання щодо доцільності інвестування та виявила проблемні питання такої діяльності [5]. Визначено критерії, які є пріоритетними для інвесторів. Молдован О., Медведкова Н. досліджували доцільність запровадження податкових механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку в Україні [6]. Федорчак О. розглянув проблеми формування основних джерел інвестування в Україні [8]. Але не вирішеними залишаються питання щодо формування інвестиційної політики в умовах глобальних викликів.

Метою статті є обґрунтування важливості формування інвестиційної політики задля залучення інвестицій, в тому числі й іноземних.

Виклад основних результатів дослідження. Зміст інвестиційної політики можна сформулювати так: вивчивши теоретичні підходи до визначення сутності поняття інвестиційна політика, пропонуємо в подальшому розглядати її як процес формування, реалізації і контролю найбільш ефективних інвестиційних проєктів на засадах економічного розвитку та досягнення соціальної відповідальності.

За одним із показників, що відображає ступінь інтеграції країни у світове господарство, розвиток її зовнішньоекономічних зв'язків та прагнення до створення відкритої, експорт орієнтованої моделі економіки – накопичені обсяги іноземних інвестицій, Україна значно поступається переважній більшості країн з трансформаційною економікою.

Процес іноземного інвестування в Україні має певні особливості.

По-перше, ПІІ в Україні утворені двома групами капіталів: тими, що безпосередньо належать іноземним резидентам, та такими, що контролюються іноземними компаніями резидентів України (українські капітали раніше виведені з країни, як правило, до офшорної юрисдикції – round-tripping FDI). Огляд країн-експортерів ПІІ в економіку України свідчить про невисоку частку ПІІ з розвинених країн світу, натомість кількість з офшорних зон – досить значна. Зокрема, станом на кінець 2017р. сумарний обсяг накопичених ПІІ з таких територій сяг-

нув \$13 045,7 млн., що становить більш ніж 33% від загального обсягу ПІІ. У такий спосіб офшорні інвестиції витісняють з української економіки капітал розвинених країн та забезпечують лише кількісні показники приросту надходження ПІІ до України, а не якісні.

По-друге, попри те, що станом на липень 2018р. прямі іноземні інвестиції (ПІІ) до економіки України надійшли близько зі 130 країн світу, основна частина надходжень вже протягом багатьох років припадає на невелику кількість країн. Це свідчить про незначну географічну диверсифікацію країн-експортерів ПІІ до України.

Всі інвестори, а особливо нові, намагаються уважно стежити за потенціалом того об'єкта, в який вони збираються вкладати гроші. А без гарних даних цього показника ніхто не буде вкладати гроші для розвитку виробничого об'єкта.

В іноземних інвесторів галузеві пріоритети різні: сьогодні ПІІ наявні в усіх галузях української економіки. Водночас більшість інвесторів, представлених на українському ринку, охоче інвестують у галузі переробної промисловості, у сферу оптової та роздрібно-торгівлі – там, де швидко змінюється асортимент, з'являються нові товари, швидко окупаються витрати та невисокі комерційні ризики. Також популярними є галузі, що не потребують довгострокових капіталовкладень і освоєння нових технологій, зокрема фінансовий сектор та сектор нерухомості (рис. 1).

Попри те, що інвестиції залучаються у високоприбуткові галузі економіки, вони не зміцнюють конкурентні позиції країни на світових ринках. Надмірні ПІІ у фінансовий сектор, з одного боку, наповнюють фінансову систему обіговими коштами, які сприяють стабільній ліквідності фінансової системи країни, з іншого – створюють підстави для екстенсивного розвитку національної економіки.

Така структура ПІІ не дає Україні повністю інтегруватися у глобальні ланцюги доданої вартості та є однією з причин низького відсотка експорту високотехнологічної продукції України серед країн світу – 7,2% промислового експорту країни. Невідповідність ПІІ потребам модернізації економіки, розвитку експорту високотехнологічної продукції призводить до закріплення сировинної спеціалізації української економіки на світовому ринку [5].

Якщо порівнювати виявлені тенденції по Україні загалом та по галузях і регіонах зокрема, то можна зробити висновок, що вони не збігаються, а в деяких з них спостерігаються й кардинально інші ситуації. Ось чому при реалізації інвестиційної стратегії України варто зосередити увагу на детальному дослідженні й оцінці галузевої та регіональної структури прямих іноземних інвестицій, позаяк виявлені тенденції темпів зростання ПІІ в Україну в цілому не відображають існуючих потреб цих структур, а навпаки – дуже різняться. Будь-які заходи, які вживаються владою різних рівнів для подолання визначених проблем, мають спрямовуватись на досягнення чітко визначеної мети, в іншому разі вони втрачають свою важливість, а їх результативність не впливатиме на загальний результат. Проблеми й бар'єри у сфері інвестиційної діяльності повинні вирішуватись, зважаючи на їх першочерговість та гостроту в сучасних умовах, і відповідно до визначених пріоритетних напрямів впливу формуються заходи, що спрямовані на досягнення визначеної мети [2].

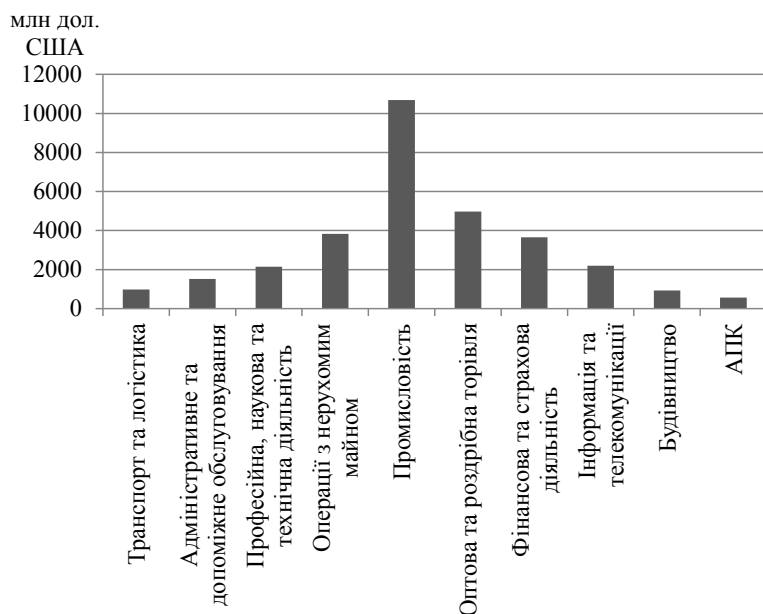


Рис. 1. Найбільші обсяги надходжень ІІІ за видами економічної діяльності станом на жовтень 2018 р.

Джерело: [5]

Проблема вибору оптимальної структури джерел фінансування інвестицій складна й суперечлива. На сьогодні існує безліч думок та пропозицій стосовно її вирішення. Проте, на наш погляд, першочергової уваги потребують питання співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел інвестиційних ресурсів, а також співвідношення приватних і державних інвестиційних джерел.

Розглядаючи внутрішні джерела інвестиційних ресурсів, треба виділити таку важливу проблему, як співвідношення приватних і державних інвестиційних джерел. Однозначної відповіді на це дискусійне запитання теж немає. Дискусія про те, які інвестиції ефективніші – приватні чи державні, без урахування часових рамок та аналізу стану економіки країни (спад, піднесення, криза, повсюдна відбудова) взагалі недоречна. Без сумніву, у класичній теорії, за нормальної рівноважної ситуації в економіці домінують приватні інвестиції. У цьому випадку інвестиційне втручання держави неефективне і не потрібне. Але коли рівновагу серйозно порушено і необхідна мобілізація держави для вирішення завдань, пов'язаних із виживанням країни, вирішенням найважливіших соціальних проблем, зміцненням позицій у світовому господарстві, здійсненні чергового технологічного прориву, необхідні потужні державні інвестиції. У критичних ситуаціях, на зламів історії держава зобов'язана не тільки створювати сприятливі умови для здійснення приватних інвестицій, але і сама активно брати участь у цьому процесі. У своєму розвитку багато країн проходять стадії, коли їм необхідно здійснювати державне інвестування для виправлення "провалів ринку", подолання надзвичайних ситуацій, здійснення технологічного прориву. У міру виходу на траєкторію, близьку до рівноважної, відбувається послаблення і навіть припинення державно-інвестиційної діяльності, крім обслуговування деяких суто державних функцій, і посилення приватних інвестицій. Стосовно України, у контексті

проблеми, що розглядається, слід сказати, що на сьогодні країні необхідні величезні інвестиції для формування сучасної економіки і подолання розбалансованості економіки, що загрожує її цілісності. Поки інвестиції йдуть здебільшого за рахунок власних коштів підприємств, чого вкрай недостатньо. В умовах нестабільності в економіці та в політиці, напружених відносин з найближчим сусідом, тліючого збройного конфлікту на сході країни, зuboжіння населення та його масового безробіття, державі для подолання проблем, що існують, необхідно всіляко заохочувати зростання приватних інвестицій і самій активно брати участь в інвестиційному процесі.

Друга проблема – співвідношення внутрішніх та зовнішніх джерел інвестування – на макрорівні фактично зводиться до проблеми вибору між національними та іноземними джерелами інвестування. На макроекономічному рівні до внутрішніх джерел інвестування відносяться національні фінансові ресурси, зокрема: заощадження населення, накопичення підприємств та організацій, комерційних банків, кошти державного та місцевих бюджетів тощо. Вони формуються за рахунок національних заощаджень, не використаних на поточне споживання. До зовнішніх джерел інвестування відносяться фінансові ресурси, які, як правило, є результатом заощаджень, здійснених в інших державах. Ці заощадження можуть надходити в країну у вигляді іноземних інвестицій, кредитів та запозичень чи допомоги від міжнародних фінансових організацій та іноземних держав. Як серед зарубіжних, так і серед вітчизняних економістів, зустрічаються цілком протилежні погляди з приводу залучення іноземних інвестицій. Іноземні інвестиції для економіки країни мають велике значення, оскільки сприяють активізації інвестиційного процесу, поширенню інновацій, розвитку малого і середнього бізнесу, збільшенню продуктивності праці та підвищенню добробуту населення. Вони є важливим джерелом коштів за умови гострої нестачі власних економічних ресурсів, необхідних для стабільного економічного розвитку. З іншого боку, існують численні негативні наслідки використання іноземних інвестиційних джерел. Світова практика доводить, що бувають обставини, за яких залучення іноземних інвестиційних ресурсів не лише не сприяє соціально-економічному розвитку країни-реципієнта, а навпаки – виступає вагомою причиною економічної кризи. Прямі іноземні інвестиції є лише невеликим доповненням до внутрішніх інвестицій. Досвід країн, що створили економічне диво, показує, що тільки акцент на внутрішні ресурси може забезпечити країні швидкий, але довгостроковий економічний розвиток. Тому сьогодні пріоритетна роль у наданні потужної підтримки виробникам повинна належати внутрішнім інвесторам [7].

Одним із інструментів податкової підтримки інвестиційних процесів, який набув широкого розповсюдження в зарубіжних країнах, є інвестиційний податковий кредит. Суть його полягає у відстроченні сплати податку на прибуток на певний термін під реалізацію

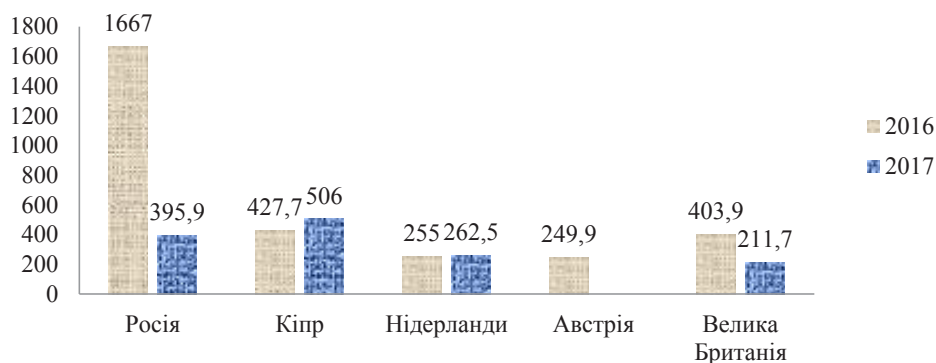


Рис. 2. Найбільші надходження ПІІ за країнами-інвесторами

Джерело: [8]

інвестиційних проєктів. У майбутньому внаслідок збільшення грошових надходжень підприємств від інвестиційних проєктів збільшаться відрахування до бюджету у вигляді податків, тим самим державі компенсуються недоотримані кошти. На жаль, у Податковому кодексі не передбачено застосування такого інструменту регулювання інвестиційної діяльності. При цьому надання інвестиційного податкового кредиту не вимагає залучення зовнішніх джерел фінансування, оскільки використовуються внутрішні ресурси самих підприємств у вигляді податку, що не перераховано до державного бюджету. Таким чином підприємства будуть намагатися збільшити власні надходження, щоб більше коштів залишилося в їх розпорядженні [4].

В умовах переходу до інноваційного типу економічного розвитку Україні необхідна розумна політика стимулювання діяльності інвесторів, забезпечення гарантій інвесторам від інвестиційних ризиків та інші заходи підтримки інвестиційної діяльності, наявність необхідної інфраструктури, яка буде сприяти залученню існуючих фінансових засобів в інноваційну сферу. Це дозволило б державі найуспішніше влитися в систему світового господарства і зайняти своє місце серед експортно-імпортного обороту в світі, розширити можливість реалізації інноваційних проєктів, розширити сферу інноваційної партнерської діяльності (рис. 2).

Як вважає Валентина Білик, віце-президент інвестиційної компанії A7 CAPITAL, в Україні сьогодні практично усі сектори економіки потребують інвестицій. Зокрема, для модернізації та збільшення існуючих потужностей, розвитку нових напрямків бізнесу для виходу на нові глобальні ринки.

Серед перешкод, що стримують надходження інвестицій в Україну, ключовими Валентина Білик назвала відсутність прозорості незалежної судової системи та ефективного механізму захисту права власності. А також високий рівень корупції і політичні ризики [1].

Економічний аналітик Андрій Вігірінський найперспективнішими з точки зору співпраці з іноземними інвесторами вважає енергетику, особливо відновлювальну, а також сільське господарство.

Найбільш перспективними галузями для інвестування в 2019 році є АПК енергетика ІТ та інфраструктура.

Андрій Вігірінський вважає, що «для прогресивного іноземного інвестування потрібно викоринити із голів як населення, так і з риторики політиків, що «кредит – це допомога», бо насправді це позика під

відсотки. І так само, що інвестор – це не товариш, що просто дає гроші, і не ворог, який «все відбере». Це особа (юрособа) з активами, яка готова вкласти їх для примноження і заробітку. І свого, і вашого. Але щоб інвестор їх вклав – потрібно, щоб він розумів, у чому вигода» [3].

З метою залучення ПІІ багато країн вдаються до запровадження податкових пільг. Досвід України у цьому контексті ще у 1990-х років виявився негативним, що було пов'язано зі зловживанням пільгами (ухилення від сплати податків, створення підприємств з надзвичайно малими розмірами інвестицій з метою одержання гарантованих державою податкових пільг) та появою псевдо інвесторів (рис. 3).

Тільки за ефективною реалізації економічних та адміністративних реформ, дерегулювання, боротьби з корупцією, вдосконалення законодавства і правозастосовної практики, поряд з активною роботою із залучення іноземних інвесторів, країна зможе стати потенційно привабливою [5].

Вигоди для держави від надання податкових пільг:

1) розширення податкової бази та збільшення у майбутньому доходів від сплати податків до бюджету за рахунок:

- зростання обсягів виробництва та реалізації продукції, і, відповідно, зростання сплати ПДВ до бюджету;

- підвищення оплати праці працівників через зростання потреби в кваліфікованих працівниках, що збільшить надходження ПДФО та ЄСВ;

- зростання економічної ефективності підприємств та, відповідно, їх фінансових результатів, що збільшує базу оподаткування та надходження податку на прибуток підприємств;

- збільшення доданої вартості продукції, що розширить базу оподаткування ПДВ та відповідно надходження цього податку до бюджету;

2) у разі надання пільги на тимчасовій основі (тобто на умовах повернення), держава повертає кошти, а також отримує певні відсотки. В такий спосіб вона фактично інвестує в інновації приватного сектора, що дозволяє уникнути ручного розподілу бюджетних трансфертів на підтримку інноваційної діяльності, які до того ж обмежені нормами СОТ.

Крім того, надання податкових пільг дозволяє уникнути звинувачень у незбалансованому розподілі бюджетних коштів. Податкові пільги, по суті, є витра-

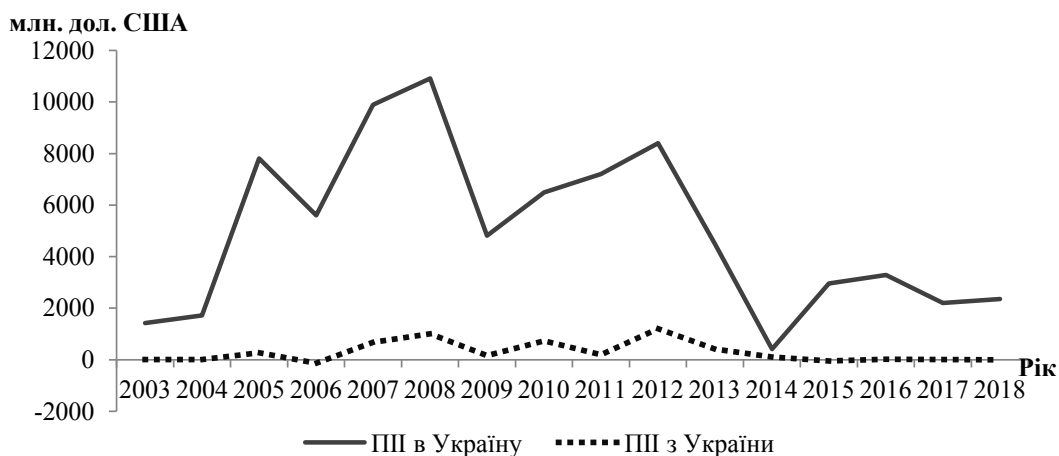


Рис. 3. Рівень прямих іноземних інвестицій

Джерело: [9]

тами бюджетних коштів, які проте часто не відображаються у офіційних звітах;

3) покращення конкурентоспроможності економіки, що здійснює багатофакторний позитивний вплив на соціально-економічний розвиток держави: оновлення виробничих фондів, впровадження енергозберігаючих та інноваційних технологій у виробничі процеси, підвищення рівня зайнятості, зростання заробітної плати [6].

Висновки. Реалізація інвестиційної стратегії економічної діяльності в Україні має орієнтуватись на нарощення інвестиційних ресурсів, послідовне збільшення частки капітальних вкладень у ВВП, покращення структури інвестиційних джерел та оптимізацію напрямів їх вкладень. Інвестиції слід спрямувати, перш за все, на відтворення капіталу в реальному секторі економіки, на розвиток інноваційних галузей, які б сприяли інтегруванню України у світове співто-

вариство. Державною стратегією розвитку України в інвестиційній сфері повинно стати стимулювання зростання витрат приватного сектора економіки, який набирає розмаху після приватизації об'єктів загальнодержавної власності. Ефективне використання в національній економіці прямих іноземних інвестицій може стати важливим чинником прискорення темпів економічного зростання, оптимізації відтворювальної структури господарства, вирішенню багатьох інших стратегічних завдань. Для цього необхідно створити рівні умови інвестування вітчизняним і зарубіжним інвесторам з одночасним наданням державних (регіональних) гарантій та компенсацій ризику можливих втрат. Як свідчить досвід останніх глобальних фінансових криз, інвестиції у виробничий сектор (промисловість та сільське господарство) є більш стабільною формою вкладання грошей і ресурсів, аніж банківські позики й портфельні інвестиції [2].

Список використаних джерел:

1. Білик В. Що шукають іноземні інвестори в Україні. Перспективи для іноземних інвестицій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investory.news/shho-shukayut-inozemni-investori-v-ukraini/>
2. Білик Р. Шляхи реалізації інвестиційної стратегії в Україні в умовах глобальної фінансової нестабільності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6\(76-77\)/uazt_2014_5-6_22.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6(76-77)/uazt_2014_5-6_22.pdf)
3. Вігірінський А. Що шукають іноземні інвестори в Україні. Куди вкладатимуть інвестори [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investory.news/shho-shukayut-inozemni-investori-v-ukraini/>
4. Коваль Н. О. Проблеми та шляхи покращення інвестиційної діяльності в економіці України / Наталія Олегівна Коваль, Лідія Віталіївна Терпель // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 13. – С. 56–63.
5. Маркевич Х. Хто і як інвестує в Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-ia-kinvestuie-v-ukrainu>
6. Молдован О., Медведкова Н. Щодо доцільності запровадження податкових механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euroosvita.net/prog/print.php/prog/print.php?id=2891>
7. Федорчак О. Проблеми формування основних джерел інвестування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/2/04.pdf>
8. Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну в 2010–2018 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2018/08/31/infografika/ekonomika/skilky-inozemnykh-investytcij-nadijshlo-ukrayinu-2010-2018-rokax>
9. Прямі іноземні інвестиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018/>

References:

1. Bilyk V. (2019). Shch shukaiut inozemni investory v Ukraini. Perspektyvy dlia inozemnykh investytsii [What foreign investors are looking for in Ukraine. Prospects for foreign investment]. investory.news. Retrieved from: <https://investory.news/shho-shukayut-inozemni-investori-v-ukraini/> [in Ukrainian].

2. Bilik R. (2014). Shliakhy realizatsii investytsiinoi stratehii v Ukraini v umovakh hlobalnoi finansovoi nestabilnosti [Ways to implement an investment strategy in Ukraine in the face of global financial instability]. *zt.knteu.kiev.ua*. Retrieved from: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6\(76-77\)/uazt_2014_5-6_22.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6(76-77)/uazt_2014_5-6_22.pdf) [in Ukrainian].

3. Vighirinsky A. (2019). Shch shukaiut inozemni investory v Ukraini. Kudy vkladatymut investory [What foreign investors are looking for in Ukraine. Where investors will invest]. *investory.news*. Retrieved from: <https://investory.news/shho-shukayut-inozemni-investori-v-ukraini/> [in Ukrainian].

4. Koval, N.O & Terpel, L.V. Terpel. (2013). Problemy ta shliakhy pokrashchennia investytsiinoi diialnosti v ekonomitsi Ukrainy [Problems and Ways to Improve Investment Activity in the Ukrainian Economy] // *Economichnyi analys – Economic Analysis*. Ternopil: *Economichna dumka* (13), pp 56-63.

5. Markevich K. (2014). Khto i yak investuie v Ukrainu [Who and how invests in Ukraine]. *razumkov.org.ua*. Retrieved from: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-yak-investuie-v-ukrainu> [in Ukrainian].

6. Moldovan O., Medvedkova N. (2013). Shchodo dotsilnosti zaprovadzhennia podatkovykh mekhanizmiv stymuliuвання innovatsiino-investytsiinoho rosvytku v Ukraini [On the feasibility of introducing tax mechanisms to stimulate innovation and investment development in Ukraine]. *euroosvita.net*. Retrieved from: <http://www.euroosvita.net/prog/print.php/prog/print.php?id=2891> [in Ukrainian].

7. Fedorchak O. (2017). Problemy formuvannia snovnykh dzherel investuvannia v Ukraini [Problems of formation of the main sources of investment in Ukraine]. *kbuapa.kharkov.ua*. Retrieved from: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/2/04.pdf> [in Ukrainian].

8. Skilki inozemnykh investytsii nadiishl v Ukrainu v 2010-2018 rokax [How much foreign investment came to Ukraine in 2010-2018]. (2018). *slovoidilo.ua*. Retrieved from: <https://www.slovoidilo.ua/2018/08/31/infografika/ekonomika/skilky-inozemnyx-investytsij-nadiyshlo-ukrayinu-2010-2018-rokax> [in Ukrainian].

9. Priami inozemni investytsii [Foreign direct investment] (2019). *minfin.com.ua*. Retrieved from: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018/> [in Ukrainian].

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

UDC 339.137.22

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-6>

Khurdey V., Doroginska V.
Oles Honchar Dnipro National University

Хурдей В. Д., Дорогінська В. О.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

LOGISTICS SYSTEM AS A DIRECTION FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE METALLURGICAL PLANTS OF UKRAINE

Market relations in Ukraine are characterized by dynamism of the external environment, aggravation of competition between producers, increase of the level of commercial risk; require the enterprises of the mining and metallurgical industry of Ukraine to find effective ways of ensuring competitiveness, strengthening the competitive position and competitive status. Timely and uninterrupted supply of metallurgical complexes with quality secondary raw materials, sufficient for stable production volume, is an extremely important task that determines the economic security and competitiveness of ferrous metallurgy. Enterprise competitiveness management involves the introduction of modern logistics systems, taking into account the specifics of the competitive environment of the market and is a necessary and important strategic direction for improving the competitiveness of the enterprise. Today, in the secondary steel market, Ukraine's decision-making in the competitive behavior model is, in most cases, intuitive, without a fundamental basis and careful strategic analysis. Only a balanced approach to the assessment and use of competitive factors ensures business development and its advantages over competing companies. The implementation of this approach is an important task of management and marketing of the enterprise. In many ways, the solution to the problem of competitiveness of domestic metallurgical enterprises will depend on the possibility of its analysis. The methods of estimation of concentration level and monopolization of ferrous scrap market of Ukraine, which is a strategic raw material for metallurgical plants, are considered in the article. Approaches and indicators are analyzed to analyze the degree of market concentration: the coefficient of market concentration; Herfindahl-Hirschman coefficient; Rosenbluth coefficient (Hall-Tidman) is an indicator of market share entropy; Gini index. The share of metallurgical plants of Ukraine specializing in scrap metal processing and processing is analyzed and established. The current state and level of competition in the secondary steel market of Ukraine have been determined. On the basis of certain indicators, metallurgical plants of Ukraine have the opportunity to create an effective system for managing the competitiveness of enterprises, which are a prerequisite for achieving their strong competitive positions.

Keywords: market concentration; scrap market; steel; concentration indicators; level of concentration; logistics systems.

JEL Classification: L61, O52

ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ КОМБІНАТІВ УКРАЇНИ

Ринкові відносини в Україні характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, загостренням конкурентної боротьби між виробниками, підвищенням рівня комерційного ризику, що вимагають від підприємств гірничо-металургійної галузі України пошуку ефективних шляхів забезпечення конкурентоспроможності, зміцнення конкурентної позиції та конкурентного статусу. Своєчасне і безперерйне забезпечення металургійних комплексів якісною вторинною сировиною, в достатній для стабільного виробництва обсязі, є надзвичайно важливим завданням, що визначає економічну безпеку і конкурентоспроможність чорної металургії. Управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає впровадження сучасних логістичних систем з врахуванням специфічності конкурентного середовища ринку та є необхідним і найважливішим стратегічним напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні на ринку вторинної сталі України прийняття тих чи інших управлінських рішень щодо моделі конкурентної поведінки відбувається в більшості випадків інтуїтивно, без фундаментального підґрунтя та ретельного стратегічного аналізу. Тільки збалансований підхід до оцінки та використання факторів конкурентоспроможності забезпечує розвиток бізнесу та його переваги у порівнянні з компаніями-конкурентами. Реалізація цього підходу є важливим завданням менеджменту та маркетингу підприємства. Багато в чому вирішення проблеми конкурентоспроможності вітчизняних металургійних підприємств буде залежати від можливості її якісного аналізу. У статті розглянуто методи оцінки рівня концентрації та монополізації ринку брухту чорних металів України, який є стратегічною сировиною для металургійних комбінатів. Досліджені підходи та показники, що дозволяють проаналізувати ступінь концентрації ринку: коефіцієнт ринкової концентрації; коефіцієнт Герфіндаля-Гіршмана; коефіцієнт Розенблута (Холла-Тайдмана); показник ентропії ринкових часток; індекс Джинні. Проаналізовано та встановлено частку металургійних комбінатів України, які спеціалізуються на заготівлі та переробці металобрухту. Визначено сучасний стан і рівень конкурентної боротьби на ринку вторинної сталі України. На базі визначених показників металургійні комбінати України мають можливість створення ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємств, що є передумовою досягнення ними міцних конкурентних позицій.

Ключові слова: концентрація ринку; ринок металобрухту; чорна металургія; показники концентрації; рівень конкуренції; логістичні системи.

Relevance of the problem. The mining and metallurgical sector is a key part of the Ukrainian industry. It is closely related to other sectors of the Ukrainian economy and is a leading sector of the national economy of Ukraine: production volumes make more than 20% of Ukraine's GDP.

However secondary steel (sometimes called 'scrap steel') is a strategically important raw material for the Ukrainian mining and metallurgical sector, there is no regulated and transparent market for secondary ferrous metals in Ukraine. Businesses do not consider scrap steel as a product that has different quality categories and, therefore, there are no differentiated prices on it [7].

It is well-known that the main criterion of stability of an enterprise is its competitiveness. Hence, the process of analysis, assessment and forecasting is necessary in order to maintain and improve metallurgy enterprises position on the market. Moreover, in the conditions of fierce competition, the special attention must be given to the development of modern approaches to planning, management and control of assets, information and financial flows, so that an enterprise can increase its competitiveness. An effective logistic of metallurgical plants, that purchase and process ferrous scrap, contributes to their competitive advantages: in particular, it reduces a prime cost of finished products due to cost minimization.

The unstable environment and poor abilities to adapt to any of market transformations create dangerous conditions for enterprises competitiveness and require from top managers to design new approaches to a manufacturing and an economic activity, and new methods and principles of organization management [5].

Due to the fact that the majority of data on the domestic secondary steel market is not published in order to ensure the compliance with the requirements of the Law of Ukraine "On State Statistics" (the law on the confidentiality of statistical information), there is a lack of information on the functioning of metallurgical market – there is a difficulty in conducting a comprehensive diagnostics of the competitive environment of the secondary steel market.

Previous research analysis. The theoretical aspect of the problem of formation and management of enterprise competitiveness was investigated by many foreign and domestic scientists: D. Ricardo, I. Ansoff, V. Apopi, G. Armstrong, P. Drucker, F. Kotler, M. Porter, E. Hecksher, A. Voronkova, V. Gerasimchuk, D. Dykan, N. Efreмова, O. Kuzmin, L. Ligonenko, M. Losev, T. and Y. Litvinenko, I. Loshenyuk, A. Mazaraki, N. Malyar, B. Olin, J. Petrovich, E. Revtyuk, S. Skibinsky, I. Smolin, S. Sobol, N. Tarnavska, N. Ushakova, F. Khmil, V. Shvets, and others. However, a comprehensive and systematic analysis of the current condition of the scrap steel market was not conducted.

One of the most vital problems of modern world and domestic metallurgy is the issue of providing steelmaking with the necessary raw materials. Each industrialized country seeks to maximize the use of secondary raw materials in the metallurgical industry, solving in this way not only the problem of harmful emissions into the environment, but also problems of depletion of iron ore reserves and increasing of prices for finished metallurgical products [4].

Therefore, the study of ways to improve the efficiency of management is becoming one of the most relevant ones for maintaining of enterprise competitiveness and long-term prospects for its development.

The purpose of the article is to analyze the situation with the competitive environment of the scrap steel market, to determine approaches and indicators that allow to assess the degree of competition on the market.

Main body. Steel production plays an important role in the modern world. Steel products are among the most important materials for each country construction industry and infrastructure [1]. Enterprises of the metallurgical sector of Ukraine, which belong to the private sector, were not ready to face all the challenges of the global crisis, namely: declines in demand for low quality metal products, the increased competition level and an emergence of new players on the world markets [8]. Scrap steel procurement and processing is a logical beginning of the metallurgical industry, as the production chain of the complex mechanism of the mining and metallurgy in Ukraine originates from the collecting, sorting and processing of ferrous scrap. The main competitive advantages of the metallurgy enterprises work with their suppliers lie in the developed procurement network in different regions of Ukraine, as well as in transportation services that aim the scrap provision. The most important factors that have the great impact on the formation of scrap prices are the conditions of supply, transportation, loading and unloading of ferrous scrap. Despite the fierce competition in the world markets, the unstable political and economic situation in the country, it is necessary for metalworking enterprises to develop and implement measures that aim at reducing the scrap purchasing and production costs. That is why a logistical approach implies a logistic service, the purpose of which is to manage assets flows at all stages of their transportation.

The general purpose of market research is to determine the conditions of the efficient organization of production and economic activity in order to meet the needs of processed raw materials consumers.

Important tasks of the competitive analysis are: to determine the volume and dynamics of market shares of competing companies, to investigate the factors and trends in the dynamics of market share of enterprises researched, to determine the type of statistical distribution of market shares, to research the formation of groups of enterprises and the calculation of the average market share for each group [2].

In order to assess the level of market monopolization, we will calculate the following indicators:

- the coefficient of market concentration;
- the Herfindahl-Hirschman coefficient;
- the Rosenbluth coefficient (Hall-Tidman);
- the entropy index of market shares;
- the Gini index [3].

For further analysis of the secondary raw material market (ferrous scrap), the proportion of each metallurgical plant that procure and process secondary steel in Ukraine was calculated in Table 1.

The most common indicator of market monopolization is the concentration ratio (CR_n), that shows the aggregate market share of the four largest enterprises.

The concentration coefficient is calculated with the formula 1:

$$CR_n = \frac{CR_1 + CR_2 + CR_3 + CR_4}{CR}, \quad (1)$$

where CR – total purchase volume of scrap steel at Ukrainian metallurgical enterprises;

CR_1, CR_2, CR_3, CR_4 – first, second, third and fourth companies on the market with the maximum volume of scrap steel purchases.

Table 1

The calculation of the market shares of metallurgical plants that procure and process secondary steel in Ukraine in 2018

Name of a metallurgical plant	Purchase volume, thousand tons	Market share, %	Market share (S_i)
PJSC AZOVSTAL IRON AND STEEL WORKS	667	21,62	0,22
JSC INTERPIPE DNEPROVTORMET	608	19,70	0,20
PJSC ARCELORMITTAL KRYVYI RIH	579	18,76	0,19
PJSC DNEPROVSKY IRON & STEEL INTEGRATED WORKS	420	13,62	0,14
LLC ELEKTROSTAL-KURAKHOVO	324	10,50	0,10
PJSC ZAPORIZHSTAL	197	6,38	0,06
PJSC ILYICH IRON AND WORKS OF MARIUPOL	115	3,74	0,04
PRJSC DNIPROSPETSSTAL	96	3,11	0,03
PJSC ENERGO MASHPETSSTAL	41	1,33	0,01
PJSC DMP	38	1,23	0,01
Total	3 086	100,00	1,00

Source: calculated and systematized by the authors according to the source [6]

$$CR_{n2018} = \frac{667 + 608 + 579 + 420,4}{3085,8} = 0,74 \text{ or } 74\% \quad (2)$$

According to the results of the calculations, the coefficient of concentration of the secondary raw materials market in 2018 was 74%. It shows that this market is highly concentrated, characterized by a small number of interdependent metallurgical enterprises and a high level of barriers to entry. As the figure exceeds 70%, a single or collective monopolization may be observed on the secondary steel market of Ukraine.

More descriptive is the Herfindahl-Hirschman coefficient (I_n), which is calculated as the sum of squares of market shares of all metallurgical enterprises that operate on the market. The environment is considered as a competitive one if the index is less than 1000. This indicator is an important criterion for the implementation of antitrust policies in developed countries, as it determines when the process of issuing of permissions for a merger of enterprises on a specific market is allowed. If the index value exceeds 1800, then the market is considered as non-competitive and mergers are prohibited [3].

$$I_n = \sum S_i^2, \quad (3)$$

where S_i is the share of the i th enterprise in the total volume of scrap metal purchases on the market (in %).

$$I_{n2018} = 18,76^2 + 19,70^2 + 21,62^2 + 10,50^2 + 13,60^2 + 6,38^2 + 3,74^2 + 3,11^2 + 1,23^2 + 1,33^2 = 352,06 + 388,21 + 467,21 + 110,24 + 185,61 + 40,76 + 13,99 + 9,68 + 1,52 + 1,77 = 1571,1 \quad (4)$$

Therefore, in 2018, the Herfindahl-Hirschman coefficient (I_n) for the secondary steel market is considered as moderately concentrated and oligopolistic. Mergers and acquisitions are allowed on the market, but, relying on the US legislative experience, the control from the side of regulatory authorities is required. Moreover, there is the need in obtaining a merger permit from government agencies.

According to Lupak R. L. [3]: "The Rosenbluth (Hall-Tidman) coefficient (I_r) allows to take into account the rank of an enterprise depending on the size of its market share. The maximum value of the coefficient is 1 (under monopoly conditions), the minimum value is $1/n$ (n is the number of enterprises in the industry)".

Therefore, the coefficient eliminates the shortcomings of the Herfindahl-Hirschman index, since it is calculated with taking into account the ordinal number of the enterprise that is obtained on the basis of the ranking of shares from maximum to minimum.

The coefficient of Rosenbluth (Hall-Tidman) (I_r) is calculated with the formula:

Table 2

The calculation of the Rosenbluth (Holla-Tidman) coefficient for the secondary steel procurement and processing market in 2018

Name of a metallurgical plant	Market share (S_i)	Ranking, i	($i \times S_i$)
PJSC AZOVSTAL IRON AND STEEL WORKS	0,22	1/1	0,22
JSC INTERPIPE DNEPROVTORMET	0,20	1/2	0,10
PJSC ARCELORMITTAL KRYVYI RIH	0,19	1/3	0,06
PJSC DNEPROVSKY IRON & STEEL INTEGRATED WORKS	0,14	1/4	0,03
LLC ELEKTROSTAL-KURAKHOVO	0,10	1/5	0,02
PJSC ZAPORIZHSTAL	0,06	1/6	0,01
PJSC ILYICH IRON AND WORKS OF MARIUPOL	0,04	1/7	0,01
PRJSC DNIPROSPETSSTAL	0,03	1/8	0,00
PJSC ENERGO MASHPETSSTAL	0,01	1/9	0,00
PJSC DMP	0,01	1/10	0,00
Total	1,0		0,45

Source: calculated and systematized by the authors according to the source [6]

$$I_r = \frac{1}{2 \sum (i \times S_i) - 1}, \tag{5}$$

where S_i is the share of the enterprise with number i in the total volume of scrap steel purchases on the market (in %).

i – the rank of an enterprise, depending on its share in the market.

Relying on statistical analysis, the figures of the Rosenbluth (Hall-Tidman) coefficient for the market of secondary steel procurement and processing in Ukraine in 2018 was calculated (Table 2).

$$I_{r,2018} = 1 / 2 \times \left(\frac{1 / 1 \times 0,2162 + 1 / 2 \times 0,0985 + 1 / 3 \times 0,0625 + 1 / 4 + \dots + 0,0341 + 1 / 5 \times 0,0210 + 1 / 6 \times 0,0106 + 1 / 7 \times \dots + 0,0053 + 1 / 8 \times 0,0039 + 1 / 9 \times 0,0015 + 1 / 10 \times 0,0012}{-1} \right) = 0,91 \tag{6}$$

Therefore, the Rosenbluth (Hall-Tidman) ratio (I_r) for the secondary steel market in 2018 was 0.91, which is close to 1. In this case, there is a reason to conclude that one of the enterprises of the secondary steel market, namely PJSC AZOVSTAL IRON AND STEEL WORKS, has the opportunity to establish a monopoly.

The entropy indicator depicts the degree of market structure indeterminacy, as well as the level of uncertainty and unsystematic character of market shares distribution among market enterprises as indirect evidence of the increased competition and the reduced concentration. The higher the ratio, the greater the economic uncertainty and the lower the concentration of the market.

The entropy index is calculated with the formula:

$$E = \sum_{i=1}^n S_i \ln \left(\frac{1}{S_i} \right), \tag{7}$$

where S_i is the share of the enterprise with number i in the total volume of scrap steel purchases on the market (in %).

The results of entropy calculations for the Ukrainian secondary steel market in 2018 are shown in Table 3.

The entropy index of the secondary steel market in 2018 is 1.99, which indicates that this is the oligopoly market with a high potential for establishing of a collective monopoly. Only the market leaders have the opportunity to influence the price level.

The Gini coefficient quantitatively interprets the Lorentz graph; the higher the Gini coefficient, the greater the uneven distribution of market shares between buyers and, consequently, the higher the level of concentration.

The Gini coefficient is calculated with the formula:

$$G = \sum_{i=1}^n F_{n-1} \times S_n - F_n \times S_{n-1}, \tag{8}$$

where S_n is the cumulative value of shares of secondary steel purchase.

F_n – the cumulative value of the secondary steel purchase shares, provided that the distribution is even.

The results of calculations of the Gini coefficient for the Ukrainian secondary steel market in 2018 are shown in Table 4.

Table 3

The market share entropy calculation for the Ukrainian secondary steel market in 2018

Name of a metallurgical plant	Market share (S_i)	$1 / S_i$	$\ln 1 / S_i$	$S_i \ln 1 / S_i$
PJSC AZOVSTAL IRON AND STEEL WORKS	0,22	4,63	1,53	0,33
JSC INTERPIPE DNEPROVTORMET	0,20	5,08	1,62	0,32
PJSC ARCELORMITTAL KRYVYI RIH	0,19	5,33	1,67	0,31
PJSC DNEPROVSKY IRON & STEEL INTEGRATED WORKS	0,14	7,34	1,99	0,27
LLC ELEKTROSTAL-KURAKHOVO	0,10	9,52	2,25	0,24
PJSC ZAPORIZHSTAL	0,06	15,66	2,75	0,18
PJSC ILYICH IRON AND WORKS OF MARIUPOL	0,04	26,74	3,29	0,12
PRJSC DNIPROSPETSSTAL	0,03	32,14	3,47	0,11
PJSC ENERGO MASHPETSSTAL	0,01	75,26	4,32	0,06
PJSC DMP	0,01	81,21	4,40	0,05
	1,00			1,99

Source: calculated and systematized by the authors according to the source [6]

Table 4

The calculation of the Gini coefficient for the Ukrainian secondary steel market in 2018

Name of a metallurgical plant	S_i	S_n	$1 / n$	$F_n \times S_{n-1}$	$F_{n-1} \times S_n$	G
PJSC AZOVSTAL IRON AND STEEL WORKS	0,22	0,22	0,10	0,04		-0,04
JSC INTERPIPE DNEPROVTORMET	0,20	0,41	0,20	0,12	0,04	-0,08
PJSC ARCELORMITTAL KRYVYI RIH	0,19	0,60	0,30	0,22	0,12	-0,10
PJSC DNEPROVSKY IRON & STEEL INTEGRATED WORKS	0,14	0,74	0,40	0,34	0,24	-0,10
LLC ELEKTROSTAL-KURAKHOVO	0,10	0,84	0,50	0,45	0,37	-0,08
PJSC ZAPORIZHSTAL	0,06	0,91	0,60	0,57	0,51	-0,06
PJSC ILYICH IRON AND WORKS OF MARIUPOL	0,04	0,94	0,70	0,68	0,63	-0,05
PRJSC DNIPROSPETSSTAL	0,03	0,97	0,80	0,79	0,75	-0,04
PJSC ENERGO MASHPETSSTAL	0,01	0,99	0,90	0,90	0,88	-0,02
PJSC DMP	0,01	1,00	1,00		0,99	0,99
Total	1,00	Gini coefficient	4,11	4,53	0,42	

Source: calculated and systematized by the authors according to the source [6]

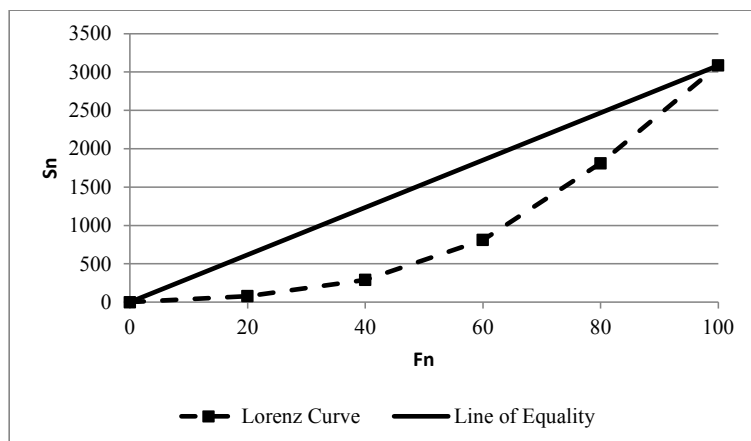


Fig. 1. Lorenz curve for the Ukrainian secondary steel market in 2018

Source: calculated and systematized by the authors according to the source [6]

To draw the Lorenz curve (according to Table 1), we pre-rank all market participants from the smallest to the largest one by the share of market scrap steel purchases. Thus, the deviation of the Lorenz curve from the line of even distribution characterizes the degree of intensity of competition.

To conclude, the Gini coefficient (G) for the secondary steel market in 2018 is 0.42, and the Lorenz curve indicates that there is a moderate level of shares distribution on this market.

Conclusions. One of the key factors of competitiveness of Ukrainian metallurgical plants, that procure and process scrap metal, is the level of management quality and implementation of high-quality logistics systems. Having analyzed the conditions of the competitive environment in the Ukrainian secondary steel market in 2018, we can conclude that the market is moderately concentrated and oligopolistic; mergers and acquisitions are allowed in the market. Despite that, the market is characterized by a small number of interdependent metallurgical enterprises, a high level of barriers for entry for new players, a high likelihood of collective monopoly.

The calculations provide an opportunity to control the ratio of competing forces in the secondary steel market timely, to determine the likelihood of market monopolization, to analyze of the strengths and weaknesses of the company.

References:

1. World steel association [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.worldsteel.org/> [in Belgian].
2. *Konkurentospromozhnist pidpriyemstv v umovah transformacijnih procesiv v ekonomici Ukrayini* (2018). Harkivskij torgovelnno-ekonomichnij institut KNTEU. Harkiv : HTEI KNTEU [in Ukrainian].
3. Lupak, R. L., Vasilciv, T. G. (2016). *Konkurentospromozhnist pidpriyemstva*. Lviv : Vidavnicтво LKA [in Ukrainian].
4. Mazur, V. L., Timoshenko, M. V., Mazur, S. V. (2014). Problemi regulyuvannya rinku brухtu chornih metaliv v Ukrayini. *«Ekononika Ukrayini»*, 11 (636), 39–50 [in Ukrainian].
5. Ruchayevskij, D. O. (2014). Strategichnij analiz konkurentospromozhnosti pidpriyemstv girnicho-metallurgijnogo kompleksu Ukrayini. *Visnik Dnipropetrovskogo universitetu. Seriya «MENEDZhMENT INNOVACIJ»*, Vipusk 3, 88–92 [in Ukrainian].
6. Rynok loma chernyh metallov (2019). Kiev : GP «Ukrpromvneshekspertiza», 11(214) [in Ukrainian].
7. Hizhnyak, O. S. (2017). Suchasnij stan metallurgijnih pidpriyemstv Ukrayini: problemi i perspektivi rozvitku. *«Molodij vchenij»*, 5(45), 762–768 [in Ukrainian].
8. Shimko, A. R. (2014). Zagotivlya ta pererobka metalobruhtu: gospodarsko-pravovij aspekt. *Visnik Nacionalnogo universitetu «Yuridichna akademiya Ukrayini imeni Yaroslava Mudrogo»*, 2(17), 245–255 [in Ukrainian].

Список використаних джерел:

1. World steel association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldsteel.org/>
2. Конкуренентоспроможність підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці України : зб. наук. праць III Міжвузівської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Харків, 14 листопада 2018 р. / Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ. – Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2018. – 318 с.
3. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкуренентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. Мазур В. Л., Тимошенко М. В., Мазур С. В. Проблеми регулювання ринку брухту чорних металів в Україні / В. Л. Мазур, М. В. Тимошенко, С. В. Мазур // «Економіка України». – 2014. – 11(636). – С. 39–50.
5. Ручаєвський Д. О. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності підприємств гірничо-металургійного комплексу України / Д. О. Ручаєвський // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій». – 2014. – Випуск 3. – С. 88–92.
6. Рынок лома черных металлов. – Киев : ГП «Укрпромвнеш-експертиза». – 2019. – № 11(214).
7. Хижняк О.С. Сучасний стан металургійних підприємств України: проблеми і перспективи розвитку / О.С. Хижняк // «Молодий вчений». – 2017. – № 5(45). – С. 762–768.
8. Шимко А. Р. Заготівля та переробка металобрухту: господарсько-правовий аспект / А. Р. Шимко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – Харків : «Право». – 2014. – № 2(17). – С. 245–255.

УДК 338.486.1.02

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-7>**Ханін І. Г.**

Національний університет водного господарства та природокористування

Білозубенко В. С.

Університет митної справи та фінансів

Шаблій С. Є.

Дніпровський національний університет імені О. Гончара

Khanin I.

National University of Water Resources and Environmental Management

Bilozubenko V.

University of Customs and Finance

Shablii S.

Dnipro National University named after O. Gonchar

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена розвитку туризму, який є надзвичайно важливим для економіки України, тому що стимулює економічне зростання і розвиток інших галузей господарства (транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво та ін.), хоча існують різні проблеми, які цьому перешкоджають. Мета статті полягає у науковому аналізі показників міжнародних індексів (Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, Індекс паспорту) для України та визначенні основних напрямів удосконалення державної політики в галузі туризму. Охарактеризовано основні тенденції, що існують в туризмі та суміжних з ним галузях, які мають прямиї негативний вплив на привабливість країни з точки зору туризму. Показано, що дані проблеми пов'язані з інфраструктурою, політичною ситуацією, безпекою, екологічною ситуацією, кадровими проблемами, недостатнім впровадженням інформаційних технологій тощо. Досліджено внутрішні та зовнішні фактори, від яких залежить успішне функціонування сфери туризму в Україні. Проаналізовано індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму як один з основних індексів, який детально характеризує стан туристичної галузі в країні, а також індекс паспорту, що характеризує виїзний туризм. Аналіз даних індексів дозволив оцінити динаміку параметрів, що описують різні складові успіху України в туризмі, а також тенденції подальшого розвитку даної галузі. Виявлено стабільне погіршення показників, які характеризують політику і обов'язкові умови в галузі подорожей і туризму. Також охарактеризовано основну проблему, яка існує сьогодні на ринку туристичних послуг в Україні (низька якість їх надання за високу вартість), та причини цього. Визначено основні вектори розвитку індустрії туризму в Україні: безпека, економічна конкурентоспроможність, технології, інновації тощо. На підставі отриманих результатів запропоновано основні напрями діяльності та завдання держави, необхідні для покращення ситуації в галузі туризму в Україні, які стосуються використання світового досвіду, інституціонального забезпечення, регулювання, інвестування, фінансування освітніх проектів, стимулювання інновацій, а також комплексного розвитку інфраструктури.

Ключові слова: туризм; туристичні послуги; державна підтримка; індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму; індекс паспорту.

THE MAIN DIRECTIONS OF STATE POLICY IMPROVING IN THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

The article is devoted to the development of tourism, which is extremely important for the Ukrainian economy, as it stimulates economic growth and development of other sectors of the economy (transport, communications, trade, construction, etc.), although there are various problems that prevent it. The purpose of the article is to research the indicators of international indices (Travel and Tourism Competitiveness Index, Passport Index) for Ukraine and develop directions for improving the state tourism policy. The main trends that exist in tourism and related industries, which have a direct negative impact on the attractiveness of the country in terms of tourism, are characterized. It is shown that these problems are related to infrastructure, political situation, security, environmental situation, personnel problems, insufficient implementation of information technologies, etc. The internal and external factors concerning the successful functioning of the tourism industry in Ukraine are investigated. The travel and tourism competitiveness index as one of the main indices that describes in detail the state of the tourism industry in the country is analyzed, as well as the passport index that characterizes outbound tourism. The analysis of these indices revealed the dynamics of indicators describing various components of Ukraine's success in tourism, as well as trends in the further development of this industry. A stable deterioration of indicators characterizing the policy and mandatory conditions in the field of travel and tourism was revealed. The main problem that exists today in the tourist services market in Ukraine (the low quality of their provision at a high cost) and the reasons for this are also described. The main vectors of development of the tourism industry in Ukraine are identified: security, economic competitiveness, technology, innovation and so on. Based on the results obtained, the main directions of government (government machine) activity (tasks) are proposed that are necessary to improve the situation in the tourism industry in Ukraine concerning the use of world experience, institutional support, regulation, investment, financing of educational projects, stimulation of innovations, as well as integrated infrastructure development.

Keywords: tourism; tourism services; government support; travel and tourism competitiveness index; passport index.

JEL Classification: L83, L88, O52, Z38

Актуальність. Туризм – перспективна галузь в економіці більшості країн. Він сприяє зростанню ВВП, добробуту громадян і покращенню позицій країни на світовому ринку туристичних послуг. Окрім того, інтерес до країни з боку туристів сприяє не тільки збереженню історичних і культурних пам'яток і підвищенню духовного потенціалу суспільства, а і розвитку інфраструктури і, як наслідок, створенню нових робочих місць. Галузь туризму не може функціонувати відокремлено, не залежати від інших галузей економіки. Вона передбачає тісне міжгалузеве співробітництво, в якому важливий внесок кожного фактору, а також державно-приватне партнерство. Потрібно зазначити, що згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристської організації, для розвитку туризму, в першу чергу, необхідна державна підтримка, а потім вже приватна ініціатива. Розвитку туризму в Україні перешкоджають різні проблеми, пов'язані з інфраструктурою, політичною ситуацією, безпекою, екологічною ситуацією і т.п. Важливою проблемою в Україні є формування цілісної та ефективної державної політики у галузі туризму, що визначило тему цієї статті.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Проведений аналіз наукових публікацій показав, що тема удосконалення туризму і туристичних послуг є актуальною не тільки для України. Особливості туризму, існуючі проблеми та способи їх вирішення описують як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: П. Бернекер, К. Горб, Т. Деркач, Н. Василюха, В. Главацький, В. Григальюнайте, В. Євдокименко, Ю. Козак, М. Корнеєв, Дж. Майкенз, В. Маховка, А. Мельник, В. Мікловда, Л. Павлиш, Л. Пілелієне, М. Портер, Г. Синицина, І. Тарасов, І. Черниш, Д. Гуз. Наприклад, в роботі Ю. Козака, Т. Деркач та Д. Гуз [1] акцентується увага на формуванні національної стратегії розвитку підприємств туристичного сектора, зокрема стратегії реструктуризації та інтеграції, а також на необхідності комплексних стратегій розвитку туризму. У статті [2] Черниш І. та Маховка В. наводять переконливі аргументи щодо необхідності використання інноваційних та інформаційних технологій, які збільшують доступність туристичних послуг і сприяють розвитку туризму, в цілому. Також пропонується створення віртуальної асоціації туристичних підприємств в регіонах. А в [3] описується класифікація чинників якості туристичних послуг та необхідність їх групування відповідно до особливостей прояву. Проте, питання удосконалення державної політики в галузі туризму

в Україні розглянуті фрагментарно, зокрема це стосується розробки програм якості, лібералізації індустрії туризму та покращення національних інститутів, що гармонізуються із європейськими і глобальними.

Мета роботи. Продемонструвати позиції України у міжнародних рейтингах, які характеризують стан галузі туризму в Україні, та виокремити основні напрями вдосконалення державної політики у галузі туризму.

Виклад основних результатів дослідження. Для теоретичного узагальнення, аналізу емпіричного матеріалу, обґрунтування напрямів удосконалення державної політики в галузі туризму використано наукові методи: системно-аналітичного, компаративного, структурно-логічного аналізу, синтезу, а також методи математичного моделювання.

На розвиток туризму впливають різні фактори, які стосуються не тільки безпосередньо його, але й пов'язані з іншими галузями економіки. На формування сприятливих умов у галузі туризму впливає багато факторів (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, що впливають на розвиток туризму

Зовнішні фактори:	Внутрішні фактори:
фінансові	інтелектуальні
економічні	поведінкові
інноваційні	кадрові
інформаційні	мотиваційні
технічні	природно-кліматичні
технологічні	культурно-історичні
політичні	релігійні
екологічні	
дипломатичні	

Джерело: складено авторами

Врахування сукупності зазначених факторів вказує на рівень забезпечення галузі туризму в країні. Проаналізуємо необхідність і достатність складових компонентів факторів, що впливають на розвиток туризму в Україні.

Необхідно зазначити, що в світових рейтингах з туризму позиції України також можна розглядати, як такі, що вимагають покращень за багатьма напрямками (наприклад, Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, Індекс вартості проживання, Індекс паспорту, Індекс Mastercard, Індекс задоволеності

Таблиця 2

Місце України в рейтингу ІКПТ

№	Назва	2019 рік (140 країн)	2017 рік (140 країн)	2013 рік (140 країн)	2011 рік (139 країн)	2009 рік (133 країни)
	ІКПТ	78	88	76	85	77
1.	Сприятливе середовище	65	78	71*	76*	72*
2.	Політика і обов'язкові умови в сфері подорожей і туризму	70	85	60	64	62
3.	Інфраструктура	73	79	71	76	72
4.	Природні та культурні ресурси туризму	89	88	99	118	103

* У звітах за 2009-2013 рр. підіндекс «Сприятливе середовище» включений до підіндексу «Інфраструктура» («ІКПТ бізнес-середовище та інфраструктура»).

Джерело: World Economic Forum

туристів і т.д.). Найбільш повно і детально стан туристичної галузі з економічної точки зору описує Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ІКПТ) [4]. Він також є одним з найбільш глобальних індексів, що характеризують стан індустрії туризму в економіці країни. З метою виявлення динаміки в покращенні/погіршенні показників, що описують ситуацію в туризмі в Україні, розглянемо ІКПТ і його складові за декілька років (табл. 2).

Розглянемо також показники Індексу паспорта (ІП) для України (рис. 1). Даний рейтинг показує можливість громадян певної країни відвідувати інші країни без візи.

Аналіз ІКПТ та ІП свідчить про те, що в Україні необхідним є вдосконалення механізмів державної політики в галузі туризму з метою розвитку туризму всередині країни, а також здійснення заходів щодо підвищення значущості туризму і використання важелів державної підтримки. В Україні у 2009-2017 роках ІКПТ і всі його підіндекси були нестабільні та, до того ж, свідчили про невисокий рівень конкурентоспроможності країни в сфері туризму і подорожей. За період 2017-2019 років спостерігається позитивна динаміка ІКПТ, що характеризується покращенням всіх показників (в т.ч. ділове середовище, безпека і захист, міжнародна відкритість і загальна інфраструктура). У звіті Світового економічного форуму за 2019 рік [6] позиції України в рейтингу ІКПТ значно зміцнилися в порівнянні з 2017 роком (на 10 позицій).

Тим не менш, показники: «Сприятливе середовище», що охоплює бізнес-середовище, безпеку і захист, охорону здоров'я, людські ресурси та ринок праці, готовність ІКТ; та «Інфраструктура», що охоплює пріоритетність конкурентоспроможності подорожей і туризму, міжнародну відкритість, цінову конкурентоспроможність, екологічну стабільність знаходяться приблизно на одному рівні за досліджуваний період і незначно змінюються то в кращу, то в гіршу сторону, що свідчить про відсутність суттєвих змін у проведенні державної політики щодо туризму.

Більш того, зазначений факт підтверджується ще й тим, що в період, що аналізувався, спостерігається стабільне погіршення показників, які характеризують політику і обов'язкові умови в галузі подорожей і туризму.

ІП для України за аналізований період характеризується позитивною динамікою і збільшенням числа країн, куди українці можуть подорожувати без віз (за спрощеною системою). Проте, показники ІП свідчать про те, що для українців спростилися умови виїзду з країни, що, безумовно, позитивно впливає на розвиток туризму за межами України. Для розвитку туризму всередині країни дана динаміка носить абсолютно протилежний характер.

Не дивлячись на привабливість України щодо наявності природних ресурсів, існують проблеми як в галузі, так і поза нею, рішення яких допоможе відновити туристичний бізнес в країні. Можна виокремити наступні тенденції, що негативно впливають на розвиток туризму в Україні: 1) недостатній розвиток дорожньої та транспортної інфраструктури (поганий стан дорожнього покриття, застарілі вагони, автобуси, мала кількість об'єктів придорожньої інфраструктури); 2) кадрові проблеми (брак кваліфікованих працівників в даній сфері, відсутність освітніх заходів з метою підвищення кваліфікації співробітників і відповідності рівня надання послуг сучасним світовим вимогам, низька оплата праці); 3) політична ситуація (проведення зони бойових дій в країні); 4) недостатнє нормативно-правове регулювання туризму (в питаннях стимулювання туристичної індустрії, наявності ефективної стратегії її розвитку на національному та регіональному рівнях, складність перетину кордону іноземцями); 5) застарілі об'єкти соціальної інфраструктури (санаторії, готелі, атракціони та інші об'єкти парків культури і відпочинку, заклади охорони здоров'я тощо); 6) відсутність якісних рекламних кампаній і заходів щодо туристичних об'єктів; 7) недостатнє впровадження і використання інформаційних технологій в туризмі; 8) незадовільний екологічний стан в країні; 9) недостатнє забезпечення фінансової безпеки подорожуючих і туристів; тощо. Вирішення цих проблем надзвичайно важливо для економіки України.

За 2014-2018 роки прямий внесок туризму у ВВП України склав 1,4%, а частка надходжень від туристичної сфери до ВВП України у 2018 році склала 5,2%, у 2017 році – 5,4%, у 2016 році – 5,4%, у 2015 році – 5,5% [7]. Враховуючи великий туристичний потенціал України (туристично-рекреаційні ресурси, сприятливий клімат, культурно-історичні пам'ятки і т.д.), доходи від

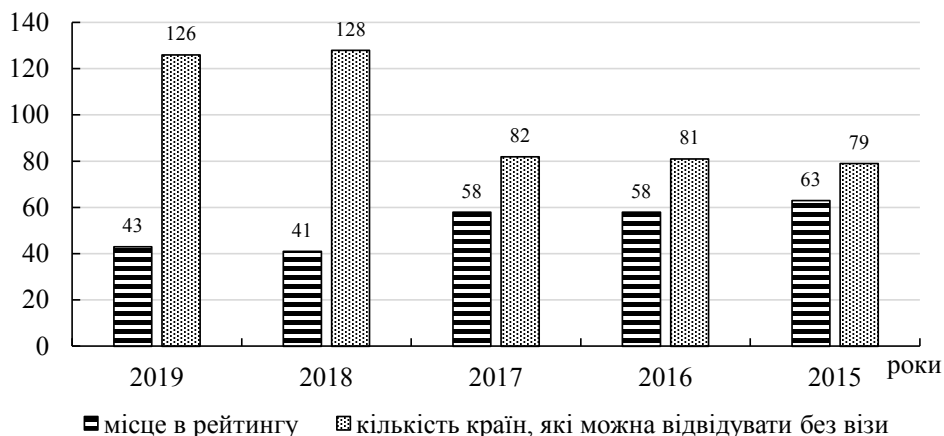


Рис. 1. Показники ІП для України

Джерело: [5]

туризму можуть давати в декілька разів більший внесок у ВВП країни. А поки дана статистика свідчить про неефективне використання або, взагалі, про невикористання туристичного потенціалу нашої країни, а також про невелику роль туризму в національній економіці.

Враховуючи вищевикладене, можна сказати, що в Україні вкрай необхідно створення сучасного, конкурентоспроможного туристичного комплексу, який відповідає світовим стандартам. Для здійснення цієї мети необхідно залучати органи державної влади, які б почали більш активно проводити законодавчі, інвестиційні, адміністративні, інноваційні та мотиваційні ініціативи.

Відповідно до Закону України «Про туризм» [8] із змінами та доповненнями, туризм є «одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури». Вважаємо за необхідне зазначити, що галузь туризму повинна розвиватися в контексті інтеграції у світову систему. Це перекликається з основними положеннями Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [9], яка передбачає наступні напрями: Безпека туристів, Нормативно-правова база сфери туризму та курортів, Розвиток туристичної інфраструктури, Розвиток людських ресурсів, Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України. Не зважаючи на наявність даної стратегії, що, безумовно, є важливим кроком на шляху розвитку туризму як пріоритетного напрямку, зауважимо, що світовий туристичний ринок розвивається настільки швидко, що зазначену стратегію необхідно постійно доопрацьовувати та удосконалювати. Основна проблема, яка існує сьогодні на ринку туристичних послуг в Україні – це низька якість їх надання за високу вартість. Причиною даної проблеми є низька конкуренція в галузі, викликана монополізацією ринку перевезень, що не дає можливості багатьом компаніям-лоукостерам заходити на ринок України. Окрім того, інтеграція до світової системи туризму передбачає додержання світових норм і стандартів в сфері обслуговування туристів. В даний час, на держав-

ному рівні складно контролювати їх виконання, адже значна частина індустрії туризму знаходиться в тіньовій економіці. Тому виникають питання щодо лібералізації та переходу до інституціонального забезпечення туризму. Доцільним також вважається, розробка Національної програми якості в сфері туристичних послуг, в якій би затверджувалися вимоги і стандарти туризму, виконання яких приблизить та, в перспективі, сприятиме інтеграції ринку туристичних послуг України до світового. Таким чином, можна сказати, що політика в галузі туризму в Україні знаходиться на початковій стадії, і, отже, потребує розробки програм, стратегій, удосконалення нормативно-правових актів та, безумовно, їх виконання на всіх рівнях державної влади. Основними векторами розвитку індустрії туризму, що відповідають світовим, мають стати наступні:

- 1) безпека (соціальна, політична, екологічна, харчування та проживання і т.д.);
- 2) економічна конкурентоспроможність (спрощення регуляторних та адміністративних бар'єрів; кваліфікований персонал і т.д.);
- 3) технології (ІТ-інструменти для бронювання квитків, готелів, екскурсій тощо; консультаційні медіа щодо надання туристичних послуг);
- 4) захист конкуренції та ринків (інновації в галузі туризму);
- 5) сервісні, інформаційні, освітні інновації у сфері туризму для підвищення якості обслуговування у відповідності зі світовими стандартами.

Враховуючи вищезазначене, представимо основні напрями вдосконалення державної політики в галузі туризму в Україні (рис. 2).

Для того, щоб туристу захотілося приїхати та відвідати українські міста і регіони, необхідно привести у відповідність світовим стандартам дорожньо-транспортну інфраструктуру, готелі, облаштувати історичні та інші пам'ятки, а також підвищити професіоналізм кадрового складу галузі шляхом проведення різних



Рис. 2. Напрями вдосконалення державної політики в сфері туризму

Джерело: складено автором на основі [1; 2; 3; 10; 11; 12]

проектів і заходів, пов'язаних з освітою. Застосування інформаційних технологій з метою підвищення доступності та привабливості подорожей, а також мінімізації ризиків, спрощення бізнес-процесів, підвищення безпеки, стабілізація політичної ситуації, покращення екологічної ситуації в країні також є справою першочергової значимості. Розробка ефективної політики та дієвих заходів з вдосконалення галузі туризму є важливим напрямом діяльності державних органів. Цим питанням планується присвятити наступні дослідження. Окрім того, необхідно розробити ефективну Національну програму якості в сфері туристичних послуг в Україні. Роль держави у всіх цих заходах – на першому місці.

Висновки. На сучасному етапі, розвиток туризму в Україні вимагає розширення ролі держави і удосконалення державної політики у цій галузі. Це стосується широкого спектру інституціонального забезпечення, регулювання, інвестування, а також комплексного розвитку інфраструктури. Держава має стимулювати розвиток туристичної інструкторі як такої, що динамічно розвивається, у контексті масштабної модернізації економіки. Це вимагає нових законодавчих, інвестиційних, адміністративних ініціатив на державному рівні. Окремим напрямом має стати стимулювання інновацій у туризмі. Це передбачається запропонувати у наступних дослідженнях.

Список використаних джерел:

1. Kozak Y., Derkach T., Huz D. Forming the Strategy of Integrated Development of Tourism Enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 5, No. 4. 2019. P. 105-115. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-4-105-115>
2. Chernysh I., Makhovka V. Scientific and Methodological Aspects of Business Management and Organizational Development of the Tourism Sector Enterprises of Poltava Region in the Context of Sustainable Development. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 3, No. 5. 2017. P. 436-442. URL: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-436-442>
3. Vasylykha N., Pavlish L. Theoretical and Methodical Approaches to the Formation and Evaluation of the Quality of Tourist Services. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 3, No. 5. 2017. P. 45-51. URL: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-45-51>
4. World Economic Forum. URL: <http://www3.weforum.org>
5. Henley & Partners Holdings Ltd. URL: <https://www.henleypassportindex.com/passport-index>
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva: World Economic Forum, 2019. 112 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
7. World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/datagateway>
8. Про туризм : Закон України від 15.09.2015 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#n2>
9. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
10. Білозубенко В.С., Корнєєв М.В., Горб К.М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. № 10. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/9.pdf
11. Марценюк Л.В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2015. № 3. С. 76-82.
12. Синицина Г.А., Тарасов І.Ю. Проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної галузі України. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/196.pdf>

References:

1. Kozak, Y., Derkach, T., & Huz D. (2019). Forming the Strategy of Integrated Development of Tourism Enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*, 5(4), 105-115. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-4-105-115>
2. Chernysh, I., & Makhovka, V. (2017). Scientific and Methodological Aspects of Business Management and Organizational Development of the Tourism Sector Enterprises of Poltava Region in the Context of Sustainable Development. *Baltic Journal of Economic Studies*, 3(5), 436-442. Available at: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-436-442>
3. Vasylykha, N., & Pavlish, L. Theoretical and Methodical Approaches to the Formation and Evaluation of the Quality of Tourist Services. *Baltic Journal of Economic Studies*, 3(5), 45-51. Available at: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-45-51>
4. World Economic Forum. Available at: <http://www3.weforum.org>
5. Henley & Partners Holdings Ltd. Available at: <https://www.henleypassportindex.com/passport-index>
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. (2019). Geneva: World Economic Forum. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
7. World Travel & Tourism Council. Available at: <https://www.wttc.org/datagateway>
8. Про туризм: Закон України від 15.09.2015 № 324/95-ВР [On Tourism: Law of Ukraine of September 15, 2015 No. 324/95-ВР]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#n2>
9. Pro shvalennya Strategiyi rozvritku turizmu ta kurortiv na period do 2026 roku: Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrayini vid 16.03.2017 № 168-p [On the adoption of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 16, 2017 No. 168-r]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
10. Bilozubenko, V.S., Korniev, M.V., & Horb, K.M. (2018). Rozvitok turistichnoyi infrastrukturi krayini v umovah globalizaciyi turizmu. [Development of the tourist infrastructure of the country in the conditions of tourism globalization]. *Efektivna ekonomika – Efficient Economy*, 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/9.pdf
11. Martseniuk L.V. (2015). Problemi ta perspektivi rozvritku turizmu v Ukrayini [Problems and prospects of tourism development in Ukraine]. *Ekonomichnij visnik Nacionalnogo girnichogo universitetu – Economic Bulletin of the National Mining University*, 3, 76-82.
12. Synytsyna N.A., Tarasov I.Yu. Problemi ta perspektivi rozvritku pidpriemstv turistichnoyi galuzi Ukrayini [Problems and prospects of tourist industry enterprises development of Ukraine]. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/196.pdf>

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 352/354:336(477.8)

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-8>

Ключник Л. В.

ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього
Національної академії наук України”

Kluchnyk L.

State Institution “Institute of Regional Studies named after M.I. Dolishnogo
National Academy of Sciences of Ukraine of Ukraine”

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ В ОБ’ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

В представленій статті автором детально визначено і досліджено перспективи розвитку об’єднаних територіальних громад в Україні та її фінансове забезпечення. Акцентовано увагу на успішності процесу бюджетної децентралізації, яка значною мірою залежить від фінансової спроможності органів місцевого самоврядування, що визначає виконання функцій, які покладаються на них. Аналізовано загальну динаміку видатків Зведеного бюджету України на утримання органів державного управління. Доведено, що видатки на утримання органів державного управління необхідно визначати, виходячи з можливостей державного бюджету, та з дотриманням принципу рівності у фінансовому забезпеченні органів державного управління. Розраховано показник ефективності державного управління протягом 10 років, і рівень ефективності державного управління практично не змінився, покращення спостерігається мінімальне (за процентним співвідношенням: у 2013-2015 роках). Досліджено контроль над корупцією в Україні, і за даним показником спостерігаються позитивні зміни протягом досліджуваних років. Оцінено видатки на апарат управління ОТГ Карпатського регіону (в розрахунку на одного мешканця). Доведено, що ОТГ Карпатського регіону характеризуються високою часткою видатків на управління в порівнянні із середньо українським значенням. За підсумками, із 52 ОТГ Карпатського регіону 27 ОТГ (52%) показник видатків на функціонування органів місцевого самоврядування в розрахунку на одного мешканця перевищує середнє значення по всіх ОТГ, 48 ОТГ (92%) – перевищує середнє значення по містах та районах регіону. Автором запропоновано одним із оптимальних варіантів подальшого розвитку для громад є їх приєднання до інших територіальних громад та створення ОТГ більшої за площею та чисельністю мешканців, що дасть можливість оптимізувати кількість працівників у державному управлінні та видатки на їх утримання. Лише 5 ОТГ мають питома вага видатків на утримання апарату управління у власних ресурсах (без трансфертів) нижче за 20%. Причинами цього є як порівняно мениша чисельність громад, так і їх нижча фінансова спроможність.

Ключові слова: об’єднані територіальні громади Карпатського регіону; органи управління; видатки на утримання органів управління; власні доходи об’єднаних територіальних громад; видатки на утримання державного управління.

FINANCIAL PROVISION OF FUNCTIONING OF MANAGEMENT BODIES IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES OF THE CARPATHIAN REGION

In detail prospects for the development of United Territorial Communities in Ukraine and its financial support are defined and investigated by the author. Attention has been drawn to the success of the process of budgetary decentralization, which largely depends on the financial capacity of local governments, which determines the performance of the functions entrusted to them. The general dynamics of the expenditures of the Consolidated Budget of Ukraine for the maintenance of public administration have been analyzed. It is proved that expenditures for the maintenance of public administration bodies should be determined based on the possibilities of the state budget and with the principle of equality in the financial support of public administration bodies. The indicator of the efficiency of public administration for 10 years is calculated, and the level of public administration efficiency has practically not changed, the improvement is minimal (in percentage terms: in 2013-2015). Control over corruption in Ukraine has been researched, and this indicator shows positive changes over the years studied. Expenditures for the unit of management of the UTCs of the Carpathian region (per capita) were estimated. As a result, out of 52 UTCs of the Carpathian region, 27 UTCs (52%) exceed the average of expenditures on functioning of local governments per capita, 48 UTCs (92%) exceed the average in cities and districts of the region. It is proved that the UTCs of the Carpathian region are characterized by a high share of management expenditures compared to the average Ukrainian value. The author suggested one of the best options for further development for the communities is their joining other territorial communities and creating a large-area population with the size and number of inhabitants, which will allow optimizing the number of employees in public administration and expenditures for their maintenance. Only 5 ATGs have a unit cost of owning the control unit (excluding transfers) below 20%. The reasons for this are both the relatively smaller number of communities and their lower financial capacity.

Keywords: united territorial communities of the Carpathian region; governing bodies; expenditures for maintenance of governing bodies; own revenues of united territorial communities; expenditures for maintenance of public administration.

JEL Classification: G38, H71, O52

Актуальність. Сьогодні Україна перебуває на етапі проведення реформ. Однією з найважливіших та найбільш успішних є адміністративно-фінансова децентралізація. Досвід європейських країн вказує на те, що рушійною силою їх соціально-економічного розвитку є місцеве самоврядування. Перспективи розвитку об'єднаних територіальних громад в Україні формуються потребами їх мешканців, а держава в цьому процесі повинна виконувати захисну та регуляторну функції. Але сама адміністративно-фінансова децентралізація не може розглядатись як гарантія вирішення усіх соціально-економічних проблем на місцевому рівні. За останні роки об'єднана територіальна громада займає одне з важливих місць у теоретичних та прикладних дослідженнях в Україні, зокрема в контексті формування фундаменту якісно нової системи місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження розвитку територіальних громад та фінансової незалежності органів місцевого самоврядування присвячені праці таких українських та зарубіжних учених як М. Баймуратов, О. Батанов, В. Борщевський, З. Варналій, І. Вахович, Ю. Ганущак, Ж. Гербер, П. Жук, В. Кампо, М. Карлін, М. Козоріз, В. Кравців, В. Кравченко, О. Лазор, І. Луїна, І. Мелехіна, М. Мельник, Г. Монастирський, О. Мороз, Р. Патнем, М. Орзіх, Е. Остом, Н. Смеслер, І. Сторонянська, А. Тарнаруцький, В. Фадєєв, Дж. Хіллер, Л. Шноре, С. Шульц, Я. Щепанський та інші. Разом із тим, фінансове забезпечення функціонування органів управління в об'єднаних територіальних громадах Карпатського не знайшла достатньо повного відображення в науковій літературі і потребує подальшого поглибленого дослідження.

Метою даної статті є аналіз фінансового забезпечення функціонування органів управління в об'єднаних територіальних громадах Карпатського регіону.

Виклад основних результатів дослідження. Щорічно із Державного бюджету виділяється близько 30% від ВВП на утримання органів державного управління. Аналізуючи загальну динаміку витраток Зведеного бюджету України на утримання органів державного управління протягом 2013-2017 рр. спостерігається їх стрімке зростання, хоча частка витраток у % до ВВП практично не змінюється протягом 2013-2017 рр., але позитивним моментом є скорочення частки витраток на 0,9% у 2017 р. порівняно з 2015 р. (табл. 1).

За структурою витраток Зведеного бюджету України на державне управління значна частина бюджетних коштів спрямовується на обслуговування державного боргу (70%), також велику частку у структурі займають витрати на фінансування діяльності вищих органів державного управління та органів місцевої влади (19%).

Кількість державних службовців в Україні, порівняно з іншими країнами світу, є оптимальною: на одного чиновника припадає 170 громадян (зазначено у ЗМІ) (для прикладу, у Білорусі – 176 громадян, у Литві – 165, у Німеччині – 163, у США – 147, у Франції – 190) [1]. За даними Державної служби статистики України витатки на державне управління збільшилися більш ніж удвічі, що можна пояснити підвищенням рівня мінімальних зарплат – від 1147 грн. у 2013 р. до 3723 у 2017 р., адже частка оплати праці і нарахування на заробітну плату у витатках на державне управління становить в середньому 78%.

За даними Державної служби статистики України витатки місцевих бюджетів на утримання органів державного управління регіонів України у 2017 р., найвищі значення цього показника у Дніпропетровській обл. – 1607796,53 тис. грн. (хоча частка витраток на державне управління у ВРП становить лише 0,64%, при кількості зайнятих в державному управлінні 69,80 тис. осіб), м. Києві – 1592323,93 тис. грн. (частка витраток на державне управління у ВРП становить лише 0,27%, а кількість зайнятих в державному управлінні 97,60 тис. осіб), Харківській обл. – 1317541,81 тис. грн. (частка витраток на державне управління у ВРП становить лише 0,85%, при кількості зайнятих в державному управлінні 61,70 тис. осіб). Найнижчі значення – у Чернівецькій обл. – 380059,80 тис. грн., також у Чернівецькій обл. кількість зайнятих в державному управлінні є найнижчою – 17,60 тис. осіб, а частка витраток на державне управління у ВРП становить 1,78%, що є найвищим значенням серед регіонів України. Структуру витраток на державне управління за видами бюджетів в регіонах України в 2017 р подано на рис. 1.

За даними Світового банку ефективність державного управління вимірюється у межах від -2,5 до +2,5, вищий індикатор відповідає кращому рівню державного управління. У 2007 році (рис. 2) цей показник становив (-0,58), у 2010 р. (-0,75), у 2015 р. (-0,51) та у 2017 (-0,46), тобто це означає, що протягом 10 років рівень ефективності державного управління практично не змінився, покращення спостерігається мінімальне (за процентним співвідношенням: у 2013 році 31,28%, у 2014 – 39,90%, у 2015 – 34,6%) [4]. Розглядаючи контроль над корупцією за даними Світового банку можемо зробити висновок, що за даним показником спостерігаються позитивні зміни протягом досліджуваних років.

Отже, зазначене вище не дає можливості зробити однозначний висновок щодо необхідності збільшення або зменшення обсягу витраток на утримання органів державного управління. Але зрозуміло, що в нинішній ситуації витрати на утримання органів держав-

Таблиця 1

Динаміка частки витраток Зведеного бюджету України на утримання органів державного управління протягом 2013-2017 рр.

	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Витатки на утримання, млн. грн	403 456	430 218	576 911	684 706	839 244
Витатки на 1 особу, грн.	8 857	9 471	13 465	16 046	19 754
Витатки на утримання, % до ВВП	27,5%	27,1%	29,0%	28,7%	28,1%
Кількість зайнятого населення у державному управлінні, тис. осіб	962,3	959,5	974,5	973,1	979,7

Джерело: розраховано автором за [2]

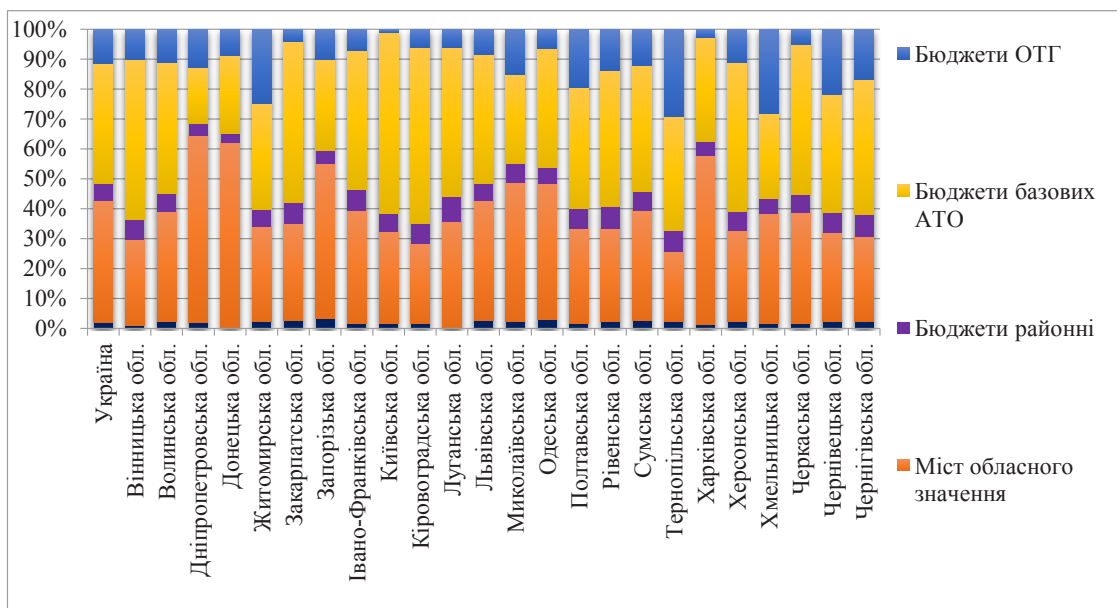


Рис. 1. Структура видатків на державне управління за видами бюджетів в регіонах України в 2017 р.

Джерело: складено за [2; 3]

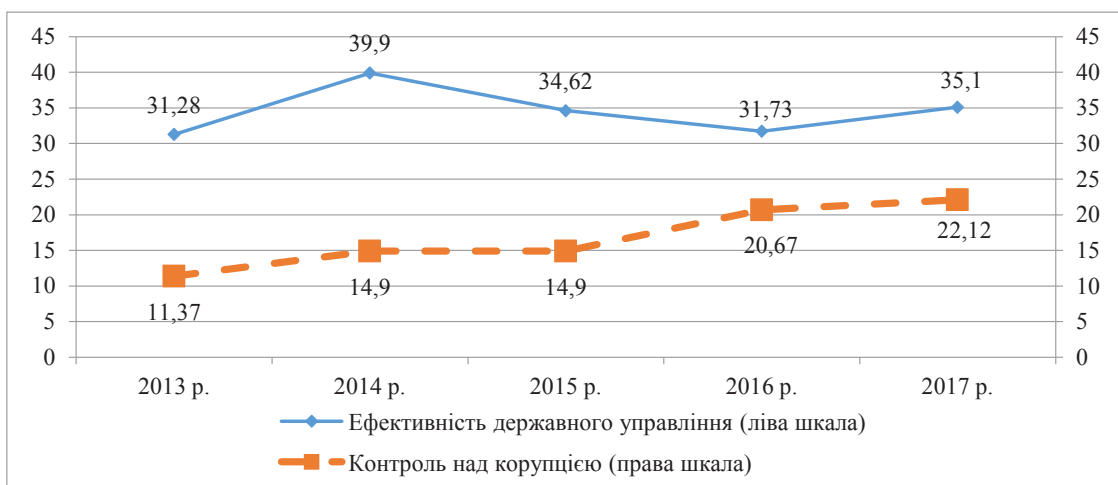


Рис. 2. Ефективність державного управління та контроль над корупцією в Україні у 2013-2017 рр., %

Джерело: складено за [4]

ного управління мають бути адаптованими до фінансово-економічного стану держави. При цьому видатки на утримання органів державного управління необхідно визначати, виходячи з можливостей державного бюджету, та з дотриманням принципу рівності у фінансовому забезпеченні органів державного управління.

Успішність процесу бюджетної децентралізації значною мірою залежить від фінансової спроможності органів місцевого самоврядування, що визначає виконання функцій, які покладаються на них.

Важливим критерієм ефективності функціонування ОТГ є обсяг та частка власного фінансового ресурсу, який використовується для фінансування роботи апарату управління територіальної громади. За підсумками 2017 року із 52 ОТГ Карпатського регіону 27 ОТГ (52%) показник видатків на функціонування органів місцевого самоврядування в розрахунку на одного

мешканця перевищує середнє значення по всіх ОТГ, 48 ОТГ (92%) – перевищує середнє значення по містах та районах регіону.

Видатки на утримання апарату управління в ОТГ регіону (в розрахунку на 1 мешканця) були суттєво вищими, аніж в містах та районах. З одного боку, це обумовлено меншою чисельністю мешканців, а з іншого – суттєвими труднощами, які виникають при формуванні структури та наповненні самого апарату управління. Чи не найбільшою з них є наявність кваліфікованого персоналу у сфері фінансів, планування розвитку ОТГ, проектних менеджерів тощо.

Щодо співвідношення видатків на управління та власних доходів ОТГ зазначимо, що у 2017 р. лише у 5-ти громадах Карпатського регіону (Тячівській, Ходорівській, Мостиській, Вижницькій і Сокирянській ОТГ) воно становило менше 20%. Тобто лише 5 ОТГ відпо-

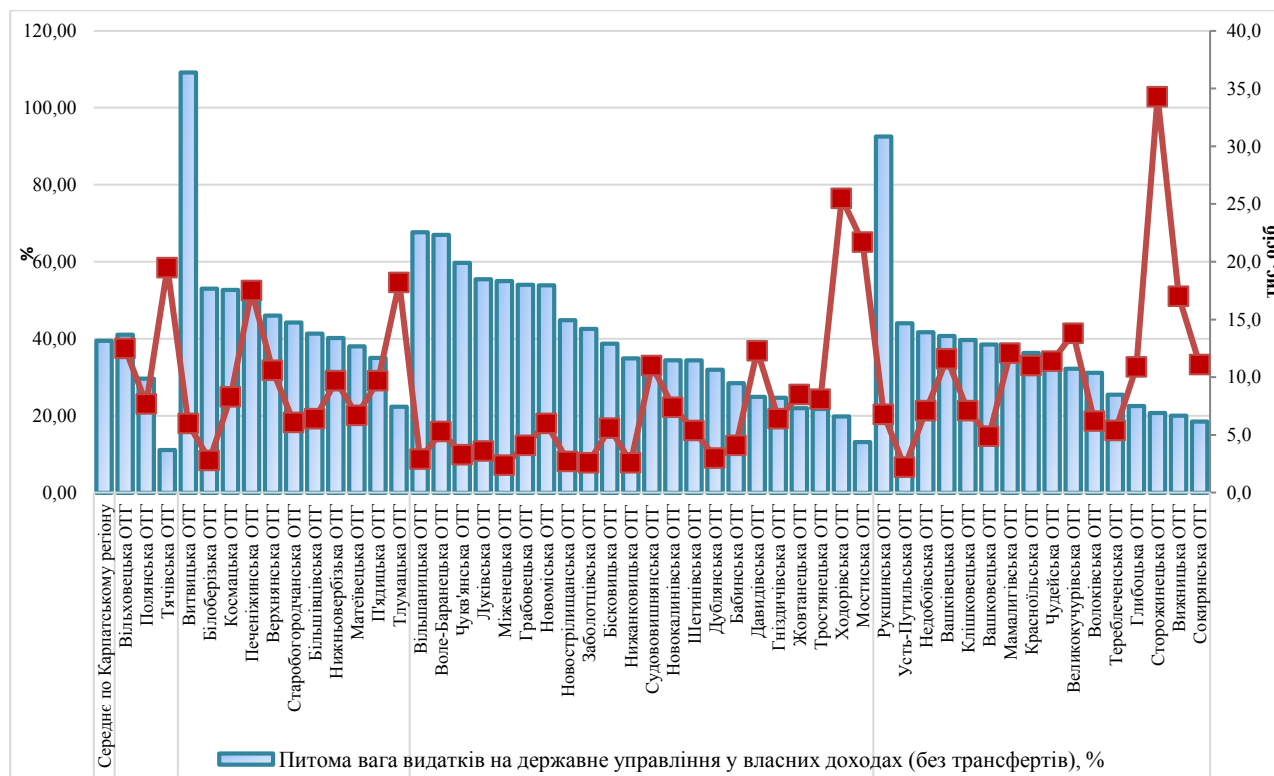


Рис. 3. Питома вага витратів на державне управління у власних доходах (без трансфертів) ОТГ Карпатського регіону у 2017 р.

Джерело: складено за [5; 6]

відали за цим критерієм рекомендаціям Центрального офісу реформ щодо формування спроможних ОТГ [5]. Дані рис. 4 свідчать про те, що найнижчі показники питомої ваги витратів на державне управління у власних доходах (без трансфертів) характерні для громад із високою фінансовою спроможністю. Невеликі за територією і чисельністю населення ОТГ здебільшого мають низьку фінансову спроможність, а отже, високі показники питомої ваги витратів на державне управління у власних доходах (без трансфертів). Виняток становлять окремі невеликі громади, на території яких розміщені бюджетні формуючі підприємства.

Отже, при більшій фінансовій спроможності бюджету частка витратів на державне управління у власних доходах (без трансфертів) є меншою, оскільки такі витрати мають відносно сталу величину. Тому у бюджетах із більшим ресурсом витрат на державне

управління у відсотковому значенні є меншим. Внаслідок цього такі громади мають можливість спрямувати більше коштів на розвиток своїх територій.

ОТГ Карпатського регіону характеризуються вищою часткою витратів на управління в порівнянні із середньо українським значенням. Лише 5 ОТГ мають питома вага витратів на утримання апарату управління у власних ресурсах (без трансфертів) нижчу за 20%. Причинами цього є як порівняно менша чисельність громад, так і їх нижча фінансова спроможність.

Висновок. З проаналізованого можна констатувати, що одним із оптимальних варіантів подальшого розвитку для громад є їх приєднання до інших територіальних громад та створення ОТГ більшої за площею та чисельністю мешканців, що дасть можливість оптимізувати кількість працівників у державному управлінні та витрати на їх утримання.

Список використаних джерел:

1. В Україні на одного чиновника припадає 170 громадян [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Укрінформ. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2153641-v-ukraini-na-odnogo-činovnika-pripadaє-170-gromadan.html>
2. Витрати за органами влади / Офіційний сайт Cost.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cost.ua/budget/expenditure/agencies/>
3. Головне управління державної служби України. – Режим доступу: <http://www.guds.gov.ua>
4. Worldwide Governance Indicators [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Світового банку. – Режим доступу: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports>
5. Оцінка фінансової спроможності 366 ОТГ за 2017 рік (у розрізі областей). Група фінансового моніторингу. Центральний офіс реформ при Мінрегіоні. Лютий, 2018 р. 48 с.
6. Дані Департаменту фінансів Львівської ОДА. URL: <https://loda.gov.ua/departamentfinansiv>
7. World Economic Forum. URL: <http://www3.weforum.org>
8. Henley & Partners Holdings Ltd. URL: <https://www.henleypassportindex.com/passport-index>

References:

1. Ukrayini na odnogo chynovnyka pryypadaye 170 hromadyan (2019). [In Ukraine, there are 170 citizens per official]. *Ofitsiyyny sayt Ukrinform*. [The official website of Ukrinform]. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politycs/2153641-v-ukraini-na-odnogo-cinovnika-pripadae-170-gromadan.html> (date of access: 02.12.2019). (in Ukrainian)
2. Vydatky za orhanamy vlady (2017). [Expenditure on public authorities]. *Ofitsiyyny sayt Cost.ua* [The official website of Cost.ua]. Retrieved from: <http://cost.ua/budget/expenditure/agencies/> (date of access: 23.11.2019). (in Ukrainian)
3. Holovne upravlinnya derzhavnoyi sluzhby Ukrayiny (2019). [Main Department of the Civil Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.guds.gov.ua> (date of access: 16.11.2019). (in Ukrainian)
4. Worldwide Governance Indicators (2019). *Ofitsiyyny sayt Svitovoho banku*. [The official website of The World Bank]. Retrieved from: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports> (date of access: 30.11.2019). (in English)
5. Otsinka finansovoyi spromozhnosti 366 UTCs za 2017 rik (u rozrizi oblastey) (2018). [Assessment of the financial capacity of 366 UTCs for 2017 (by region)] *Hrupa finansovoho monitorynhu. Tsentralnyy ofis reform pry Minrehioni* [Financial monitoring group. Central Reform Office at the Minregion]. – 48 p. (in Ukrainian)
6. Dani Departamentu finansiv Lvivskoyi ODA (2019). [Data of the Department of Finance of the Lviv Regional State Administration]. Retrieved from: <https://loda.gov.ua/departamentfinansiv> (date of access: 15.11.2019). (in Ukrainian)
7. World Economic Forum. URL: <http://www3.weforum.org>
8. Henley & Partners Holdings Ltd. URL: <https://www.henleypassportindex.com/passport-index>

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРОСТОРОВО-КЛАСТЕРНИЙ БІЗНЕС

УДК 336.713:334.02

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-9>

Андросова О. Ф., Семибаламут Я. В.
Національний університет «Запорізька політехніка»

Androsova O., Semybalamut Y.
National University «Zaporizhia Polytechnic»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ ОБСЛУГОВУВАННІ КОРПОРАТИВНИХ КЛІЄНТІВ

У статті висвітлюються теоретичні аспекти принципів корпоративного управління, в основі яких лежить кодекс корпоративного управління Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Аналізуються міжнародні моделі корпоративного управління, їх переваги та недоліки для модернізації та інтеграції в українську модель корпоративного управління. Зазначено, що нині модернізація корпоративного управління на національному рівні виступає першочерговим напрямом більшості країн світу. Поява загальноприйнятих стандартів корпоративного управління обумовлена, передусім, зростанням уваги до питань корпоративного управління в умовах глобалізації фінансових ринків, лібералізації руху капіталу. Виявлено, що міжнародні стандарти корпоративного управління є також відповіддю суспільства на світові фінансові кризи та прагненням до стабільності фінансових ринків. Центральним інструментом, який дає можливість досягнення цієї мети, є впровадження національних принципів (кодексів) корпоративного управління. Доведено, що головним завданням корпоративного управління є створення системи взаємин між власниками, менеджерами і третіми особами. Формування чіткої структури цих органів, дозволяє враховувати всі інтереси і забезпечує їх баланс та стійку роботу підприємства, особливо це важливо для великих інституційних інвесторів, оскільки багато хто з них мають довгострокові інвестиційні плани, а тому такі інвестори акцентують увагу на ефективному корпоративному управлінні. Перш за все це стосується прозорості та відповідному захисті прав малих акціонерів з метою досягнення достатнього довгострокового зростання прибутковості. З'ясовано, що стандарти корпоративного управління набувають важливого значення при прийнятті інвестиційних рішень та впливають на інвестиційну привабливість. Удосконалення корпоративного управління, дасть змогу вітчизняним та іноземним інвесторам бути впевненими в надійному захисті прав власності, а підприємствам надасть ресурси для подальшого розвитку, що сприятиме розвитку і зміцненню національної економіки України.

Ключові слова: принципи управління; корпоративне управління; кодекс; розвиток; модель; корпоративні клієнти.

THEORETICAL ASPECTS OF CORPORATE GOVERNANCE IN SERVICE OF CORPORATE CLIENTS

The theoretical aspects of corporate governance principles that underpin the corporate governance code of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) have been highlighted in the article. International models of corporate governance are analyzed, their advantages and disadvantages for integration and modernization into the Ukrainian model of corporate governance. It is noted that the modernization of corporate governance at the national level is now the top priority of most countries. The emergence of generally accepted standards of corporate governance is due, first of all, to an increase in attention to corporate governance in the conditions of globalization of financial markets, liberalization of the movement of capital. It is revealed that the international standards of corporate governance are also a response of society to the global financial crises and the desire for stability of financial markets. The central instrument that enables this goal to be achieved is the implementation of national principles (codes) for corporate governance. It has been proved that the main task of corporate governance is to create a system of relationships between owners, managers and third parties. Forming a clear structure for these bodies allows all interests to be taken into account and ensures their balance and sound performance, especially for large institutional investors, since many of them have long-term investment plans, and therefore such investors focus on effective corporate governance. First of all, it concerns the transparency and adequate protection of the rights of small shareholders in order to achieve sufficient long-term profitability growth. It has been found that corporate governance standards are important in making investment decisions and affecting investment attractiveness. Improving corporate governance will allow domestic and foreign investors to be assured of reliable protection of property rights, and will provide enterprises with resources for further development, which will contribute to the development and strengthening of the national economy of Ukraine.

Keywords: joint-stock companies; corporate governance; code; development; model.

JEL Classification: M10, M14

Актуальність. Відставання корпоративної культури та ігнорування принципів корпоративного управління більшістю вітчизняних підприємств та бан-

ківських установ, призводить до відтоку іноземного капіталу та зменшенню інвестиційної привабливості української економіки. Тому, поширення обізнаності в

даному питанні є першочерговим завданням для зростання і зміцнення економіки України. Дана тема є дуже актуальною та потребує подальших досліджень.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Дана проблема здобула широкий спектр розгляду в працях провідних вітчизняних економістів, зокрема: Д. Задихайла, О. Мішук, А. Воронкова, В. Опаріна, В. Адамчук, Н. Мілякова, Г. Козаченко, А. Бурки, М. Чечетов, О. Василика, Н. Хвесюк, Л. Васечко. Проте зважаючи на важливість та повільний розвиток корпоративного управління в нашій країні, висвітлення даного питання є особливо актуальним.

Мета роботи. Визначити основні концепції міжнародного кодексу корпоративного управління Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), та переваги від їх реалізації та подальшої інтеграції в корпоративну культуру задля розробки Української моделі корпоративного управління.

Вклад основних результатів дослідження. Підґрунтям міжнародного кодексу корпоративного управління ОЕСР під назвою «Корпоративне управління: вдосконалення конкуренції і доступ до капіталу в епоху глобальних ринків» (квітень 1998 р.) лежать чотири головні принципи: прозорість, відповідальність, підзвітність і справедливість. [1].

Принцип прозорості передбачає, що акціонерні товариства будуть звітувати про свої зобов'язання, структуру власності, свій фінансовий стан та основні положення корпоративного управління. Підпорядкування цьому принципу особливо актуальне для потенційних інвесторів, котрі можуть раціонально оцінити свої ризики чи потенційний вигаш від інвестицій. Ігнорування цього принципу призводить до порушень прав акціонерів і спричиняє приплив в Україну спекулятивного капіталу. Навіть у сучасних акціонерних товариствах, які мають налагоджену практику корпоративного управління (як приклад, у компаніях банківського і страхового сектора), цього принципу рідко дотримуються. Зараз на небанківському фінансовому ринку майже відсутній контроль за акціонерами, які мають суттєвий вплив на діяльність компанії.

Принцип відповідальності акціонерних товариств перед суспільством потребує дотримання норм чинного законодавства. Особливо в контексті їх функціонування з урахуванням суспільних цінностей. Таким чином, сучасні акціонерні товариства повинні стати соціально корпоративно-відповідальними. Соціальна корпоративна відповідальність – це вільний вибір, на користь зобов'язання покращити добробут людей через відповідні шляхи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів [8].

Принцип справедливості спрямований на захист прав міноритарних акціонерів від угод, що можуть негативно впливати на активи як окремих акціонерів, так і шкодити компанії у цілому. Для запобігання цього в Україні необхідно на законодавчому рівні закріпити питання захисту прав міноритарних акціонерів і забезпечити системне регулювання ринку цінних паперів. Нажаль сьогодні цей принцип поки що не дотримується, через велику кількість закритих акціонерних товариств та існуванні потужних фінансово-промислових груп, які монополюють володіння акціями та стримують розвиток відкритого ринку.

Принцип підзвітності визначає створення в акціонерних товариствах ефективної системи контролю за діяльністю менеджерів на основі пошуку взаєморозуміння між членами наглядової ради, правління, ревізійної комісії, акціонерами, незалежними аудиторями, зацікавленими особами. Ефективність корпоративного управління залежить від чіткого розподілу функцій між органами управління акціонерного товариства. В Україні чіткий розподіл функцій у сфері корпоративного управління акціонерними товариствами зустрічається дуже рідко. Виконавчі органи акціонерних компаній, якими володіють мажоритарні акціонери, як правило, є повністю підконтрольними та позбавляє їх незалежності, що призводить до ігнорування прав акціонерів. [5].

Комплексна характеристика механізмів контролю в системі, корпоративного управління дозволяє оцінити їх вплив на інвестиційну активність і результати діяльності акціонерних товариств. Інституційні інвестори під час вибору об'єктів інвестування багато уваги приділяють оцінкам ріння корпоративного управління. У світовій практиці досі немає єдиної методології оцінки ефективності корпоративного управління.

Багато вчених та економістів дотримуються думки, що системне порівняння різних структур корпоративного контролю необхідно здійснювати з позиції їх ефективності. При цьому розрізняють системи з ринковою орієнтацією (наприклад, у США та Великобританії) і системи з мережною орієнтацією або орієнтацією відносин між партнерами (наприклад, у європейських країнах і Японії) Концептуалізація структур корпоративного контролю вимагає розмежування між внутрішніми і зовнішніми (з позиції підприємства) механізмами контролю. До важливих внутрішніх механізмів відносять функцію контролю наглядової ради, конкурентні відносини між окремими керівними органами підприємств і контрольно-управлінську функцію, найбільш значимих за часткою участі і тому найбільш активних власників. Під зовнішніми контрольними механізмами розуміють «ринки фірм», вплив великих кредиторів (як приклад, банків) або конкурентоспроможність на ринках готової продукції. Однак, слід мати на увазі, що внутрішні та зовнішні контрольні механізми не виключають один одного, а навпаки, у разі неефективно працюючих механізмів вони замінюються або доповнюються іншими.

Виникнення такого документа, як «Принципи корпоративного управління», перш за все обумовлені важливістю корпоративного управління та його впливом на розвиток економіки, зокрема на інвестиційні процеси й ефективність діяльності акціонерних товариств та їх конкурентоспроможність. Як зазначається в принципах, одним із основних чинників, що сприяє успішній діяльності товариства, є можливість використання інвестиційних ресурсів. Водночас товариство не може сподіватись на довіру інвесторів і надходження зовнішнього фінансування без заходів які спрямовані на запровадження ефективного корпоративного управління, особливо без відповідного захисту прав інвесторів, надійних механізмів управління і контролю, відкритості та прозорості своєї діяльності.

Основними характеристиками корпоративного управління є групи акціонерів і структура власності. Аналіз тенденцій формування акціонерного капіталу в Україні свідчить про його складність та відхилення від

моделей, які реалізовані в розвинених країнах заходу. З урахуванням загального стану економіки, слабкого розвитку фондового ринку, процесу концентрації банківського капіталу можна стверджувати про схожість української корпоративної моделі на континентальну, але з особливостями, притаманними Україні та перехідним економікам взагалі. При цьому проблема, пов'язана з пошуком і встановленням балансу інтересів різних груп зацікавлених осіб, актуальна для більшості країн світу.

Водночас у більшості розвинених країн існують кодекси корпоративного управління, що враховують як принципи корпоративного управління ОЕСР, так і національні особливості розвитку акціонерних відносин. В Україні на даний момент не існує чітко розробленого національного кодексу корпоративного управління, а схвалені Державною комісією з цінних паперів та ринку «Принципи корпоративного управління мають рекомендаційний характер [2].

Науковці та провідні економісти вважають, що сто відсоткового рівня реалізації принципів корпоративного управління ОЕСР в жодній країні не досягнуто. Найбільші успіхи у цьому питанні мають розвинені країни, в першу чергу з англо-американською моделлю корпоративного управління, такі як США, Канада, Гонконг. Далі йдуть країни з континентальним корпоративним правом – Німеччина, Франція та ін. Для України, особливо важливим є досвід з корпоративного управління не лише в розвинених країнах, а й в країнах з перехідною економікою.

Ринок США є найбільшим у світі, тому там система корпоративного управління має свою специфіку. Домінуючі підприємницькі корпорації відповідають нашим акціонерним товариствам відкритого типу і, як правило, є публічними. У США положення про цінні папери і функціонування корпорацій регулюються окремими законами, виходячи з принципів федералізму цієї країни. Великі публічні корпорації в основному зареєстровані в штатах з найліберальнішим законодавством. На відміну від німецької моделі корпоративного управління, в корпораціях США розрізняють номінальний, випущений і сплачений види акціонерного капіталу. Співвідношення між ними визначає рада директорів корпорації. Акціонерний капітал корпорацій виконує дві взаємодоповнюючі функції: фінансове забезпечення компанії та забезпечення впливу на прийняття рішень. Система корпоративного управління повинна підтримувати пропорційне співвідношення між величиною внеску в акціонерний капітал та впливом акціонерів на прийняття управлінських рішень.

Системи корпоративного управління у світовій практиці формувалися під безпосереднім впливом ринку цінних паперів. Важливим аспектом зростання і розвитку акціонерних товариств є доступ до капіталу. При цьому акціонери, стаючи власниками акціонерного товариства, виступають основними постачальниками капіталу. Саме це – головний чинник формування системи корпоративного управління, коли в обмін на ризик, пов'язаний з інвестуванням, акціонери отримують певні права, а саме право на володіння та передавання акцій, право розподілу остаточного прибутку акціонерного товариства і право на участь у прийнятті корпоративних стратегічних рішень. Порушення цих прав негативно впливає на розвиток ринку цінних

паперів. Особливо це стосується країн з транзитивною економікою. Захист прав власності та структура акціонерного капіталу є ключовими в системі корпоративного управління. Як уже зазначалося, класична приватна власність трансформується за рахунок розвитку акціонерних відносин і набирає дедалі більш виражених ознак колективного впливу [7].

Нині не існує єдиної позиції щодо ідентифікації української системи корпоративного управління – відносити її до англо-американської, німецької чи японської класичної моделі. Але більшість науковців та практиків схильються до того, що в Україні було обрано так звану континентальну (німецьку) модель корпоративного управління, яка на відміну від американської орієнтована на обмежену кількість акціонерів або на наявність конкретного кола акціонерів, які публічно контролюють товариство. Водночас є фахівці, які стверджують, що при порівнянні ознак усталених моделей корпоративного управління з показниками української можна виділити спільні характеристики і виявити, що національна модель здебільшого тяжіє до японської.

Якщо проаналізувати прийняті в багатьох країнах кодекси корпоративного управління, то можна виявити спільні риси, які стосуються посилення прозорості структури власності акціонерного капіталу і здійснення ефективного захисту міноритарних акціонерів та потенційних інвесторів. Ефективна структура власності та контролю повинна також відповідати потребам і особливостям національних ринків цінних паперів, потенційних інвесторів і самих акціонерних товариств. В Україні реформування системи корпоративного управління буде успішним лише в разі створення розвинутого інституційного середовища, яке має забезпечувати реалізацію національних Принципів корпоративного управління.

Протягом останнього десятиліття практично в усіх розвинених країнах світу були реалізовані заходи, спрямовані на подолання недоліків як аутсайдерського, так й інсайдерського корпоративного контролю [3].

У перспективі обидві системи корпоративного управління розвиватимуться революційним шляхом за рахунок взаємопроникнення їх основних елементів. Де, безумовно, сприятиме розвитку акціонерних товариств і ринку капіталу. Обидві системи корпоративного контролю та управління, які еволюційно формувалися під впливом інституційного середовища, є унікальними і мають свої переваги та недоліки. В європейській моделі корпоративного управління акціонерними товариствами значно поширено механізми, які базуються на етичних і моральних засадах. Водночас в Україні необхідно розвивати інституційні передумови залучення ефективних механізмів корпоративного управління, формування високого рівня корпоративної культури і запровадження міжнародних стандартів. Дрібні акціонери в результаті розвитку системи корпоративного управління повинні стати «не паперовими», а реальними власниками, що позитивно вплине на становлення соціально орієнтованої ринкової економіки країни.

Глобалізація ринків цінних паперів і лібералізація зовнішньої торгівлі товарами та послугами формують умови для згладжування відмінностей між аутсайдерською та інсайдерською моделями корпоратив-

ного управління. Наприклад, в аутсайдерській моделі корпоративного управління (США, Великобританія) активно змінюються форми корпоративного контролю. Так, інституційні інвестори починають брати активну участь у корпоративному управлінні. У США після серії корпоративних скандалів був прийнятий новий закон, який регулює діяльність корпорацій. Сенат США також затвердив нові положення про підвищення відповідальності менеджерів акціонерних компаній за порушення правил ведення фінансової звітності. Водночас інсайдерські моделі корпоративного управління стають більш схожими на аутсайдерські. Наприклад, у Японії з огляду на необхідність виходу

компаній на міжнародні ринки акціонерні товариства «пом'якшують» зв'язки з банками [6].

Висновки. Таким чином, з метою подальшого удосконалення української моделі корпоративного управління доцільно враховувати світовий досвід управління, адаптувавши його до національних економічних умов. Особливо, зважаючи на те, що важливими складниками економічної безпеки країни є стабілізація банківської системи та відновлення довіри до національних фінансових інститутів, подальший розвиток корпоративного управління в банках залежатиме від впливу: зацікавленості банків в інвестиціях, політики НБУ у сфері корпоративних відносин та ринку цінних паперів.

Список використаних джерел:

1. Принципи корпоративного управління ОЕСР // Організація економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36989>
2. Про затвердження Принципів корпоративного управління // Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку // Рішення від 22 липня 2014 року № 955.
3. Полінкевич О.М. Проблеми розвитку корпоративного управління в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 5(179). – С. 191-196.
4. Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80>
5. Мальська М.П. Корпоративне управління: теорія та практика / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк, Ю.С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
6. Бурачек І. В. Моделі корпоративного контролю в акціонерних товариствах / І. В. Бурачек, В. В. Свіцельська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2015. – № 1. – С. 42-45.
7. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління : навч. посіб. / В. А. Євтушевський. – К. : Знання-Прес, 2002. – 317 с.
8. Обельницька Х.В. Основні риси сучасного корпоративного управління в Україні / Х.В. Обельницька // Економічний аналіз. – 2014. – № 3. – С. 93–100.

References:

1. OECD (2015) "Principles of Corporate Governance", <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=36989>
2. The National Commission on Securities and Stock Market (2014) "On approval of the Corporate Governance Principles", http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KL140337.html
3. Polinkevych O.M. (2016) "Problems of Corporate Governance Development in Ukraine", *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 5(179), pp. 191-196.
4. The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine (2018) "Law of Ukraine "On State Regulation of the Securities Market in Ukraine", available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80> (accessed 26 October 2018).
5. Malska M.P., Mandiuk N.L., Zanko Yu.S. (2012) *Korporatyvne upravlinnia: teoriia ta praktyka* [Corporate Management: Theory and Practice]. Kyiv: Tsentru uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
6. Buracek I. V. Models of corporate control in joint-stock companies / I. V. Buracek, V. V. Svitselskaya // *Bulletin of the Zhytomyr State Technological University*. – 2015. – №. 1. – S. 42-45.
7. Jevtushevs'kyj V. A. Osnovy korporatyvnogo upravlinnja : navch. posib. / V. A. Jevtushevs'kyj. – K.: Znannja-Pres, 2002. – 317 s.
8. Obelnytskaya, H.V. (2014) "Main features of modern corporate governance in Ukraine", *Economic analysis*, vol. 3, pp. 93–100.

УДК 336.647(648)

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-10>

Дробот Я. В., Туча В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Drobot Y., Tucha V.

Oles Honchar Dnipro National University

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Стаття присвячена дослідженню окремих аспектів управління структурою капіталу промислових підприємств, зокрема її оптимізації з урахуванням чинників мікро– та макроекономічної середовища функціонування суб'єктів господарювання. Розглянуто сутність економічних понять капітал та його структура. Досліджені існуючі моделі управління структурою капіталу та можливість їх застосування в умовах економіки України. З'ясовано, що методологічну основу управління структурою капіталу підприємства складає система принципів і методів формування (розробки) і реалізації управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію структури капіталу в сучасних економічних умовах. Розглянуто поняття капіталу з позиції фінансового менеджменту, як специфічну форму фінансових ресурсів, яка визначається як форма фінансового капіталу підприємства. Досліджено залежність ефективності та якості управління капіталом підприємства від його структури. Проаналізовано поняття визначення капіталу у різних наукових і навчально-методичних дослідженнях в галузі фінансів підприємства, фінансового менеджменту та економічної теорії. Запропоновано в якості критерію оптимальної структури капіталу підприємства використовувати показник «середньозважена вартість капіталу» та з'ясовано, що за умови визначення оптимальних параметрів, що впливають на середньозважену вартість капіталу, і розробки відповідної системи заходів, що дозволяють досягти цих оптимальних параметрів, підприємству вдасться оптимізувати свою структуру капіталу. Побудовано економіко-математичну модель оптимізації структури капіталу промислового підприємства з одночасним визначенням основних стратегічних параметрів функціонування підприємства. На основі застосування інструментів економіко-математичного моделювання запропоновано, як визначити та досягти оптимальних параметрів структури будь якого промислового підприємства. Також, у статті запропоновано підхід до оптимізації структури капіталу промислового підприємства, який ґрунтується на використанні економіко-математичної моделі з визначенням основних параметрів функціонування підприємства. Такий підхід може бути використаний у фінансовому менеджменті промислових підприємств для досягнення максимальної ефективності їх функціонування.

Ключові слова: капітал; управління; структура; оптимізація; модель; промислове підприємство.

OPTIMIZATION OF THE CAPITAL STRUCTURE OF INDUSTRIAL ENTERPRISE AS A FACTOR OF ITS EFFECTIVE FUNCTIONING

The article is devoted to the study of individual aspects of the capital structure's management of industrial enterprises, in particular its optimization taking into account the factors of micro– and macroeconomic peculiarities of the functioning of economic entities. The essence of economic concept of capital and its structure has been considered. Existing models of capital structure management and the possibility of their application to the Ukrainian economy have been analyzed. It has been found that the methodological basis for managing the capital structure of the enterprise is a system of principles and methods of formation (development) and implementation of management decisions aimed at optimization of the capital structure in the current economic conditions. The concept of capital from the point of view of financial management is considered as a specific form of financial resources, which has been defined as a form of financial capital of an enterprise. The dependence of the efficiency and quality of capital management of the enterprise on its structure has been investigated. The concept of determination of capital in various scientific and educational methodical researches in the field of enterprise finance, financial management and economic theory have been analyzed. It is proposed to use the criterion of the optimal capital structure of the enterprise to use the indicator "weighted average cost of capital" and it has been found out that providing the optimal parameters that affect the weighted average cost of capital and the development of an appropriate system of measures can help to achieve these optimal parameters, thus the enterprise will be able to optimize its capital structure. An economic and mathematical model of optimization of capital structure of an industrial enterprise with simultaneous determination of the main strategic parameters have been constructed. Based on the application of economic and mathematical modeling tools, the way of determination and achieving optimal structure parameters of any industrial enterprise are suggested. Also, an approach to optimization of the capital structure of an industrial enterprise, which is based on the use of economic and mathematical model with the determination of the basic parameters of the enterprise functioning has been evaluated. This approach can be used in the financial management of industrial enterprises to maximize the efficiency of their operation.

Keywords: capital; management; structure; optimization; model; industrial enterprise.

JEL Classification: L22, L60

Актуальність проблеми. Визначальним чинником успішного функціонування суб'єкта господарювання є наявність достатнього розміру та оптимальної структури капіталу. Саме зростання вартості капіталу фірми є критерієм успіху в умовах ринкових відносин. Така мета є актуальною для всіх промислових підприємств,

які складають основу матеріального виробництва країни, але більшість з них перебувають у передкризовому або кризовому стані.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління капіталом підприємств присвячено багато праць вітчизняних та іноземних вчених

таких як: І.А. Бланк, В.І. Терьохін, В.Г. Білолипецький, В.В. Селезньов, А.А. Пересада, І.М. Чмутова та інші, але деякі питання залишилися не повністю вирішеними. Серед них оптимізація складових капіталу машинобудівних підприємств на основі збалансованої системи показників їх стратегічного розвитку, в залежності від специфічних умов функціонування. Ці обставини визначили актуальність цієї статті.

Мета статті полягає у визначенні методичного підходу до оптимізації структури капіталу промислового підприємства на основі використання економіко-математичного моделювання основних економічних параметрів функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідники дотримуються різних позицій у визначенні капіталу. Так А. Сміт розглядав капітал, як запас, який використовується для господарських потреб і приносить дохід [8]. Д.Рікардо вважав, що капітал це частина багатства, яка зайнята у виробництві і необхідна для приведення в дію праці [2].

А. Маршалл визначав капітал як сукупність речей, «без яких виробництво не могло б здійснюватися з рівною ефективністю, але вони не є безкоштовними дарами природи» [4].

З позиції прикладного сприйняття капіталу можна виділити два основні підходи до визначення поняття капіталу – фінансовий та економічний.

Фінансове визначення капіталу пов'язане з фінансовою діяльністю підприємства. Воно виходить з розуміння сутності формування, розподілу і використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та пов'язано з бухгалтерським балансом підприємства.

З точки зору бухгалтерського балансу виділяються дві основні концепції капіталу:

1) концепція фінансової природи капіталу, в основу якої покладено фінансові ресурси або джерела їх утворення (пасиви);

2) концепція предметно-речової природи капіталу, в основу якої покладено матеріальні і нематеріальні цінності (активи).

Економічне визначення капіталу пов'язане з однією з можливих стадій його існування: з виробничою стадією, коли капітал розглядається як сукупність засобів виробництва, необхідних для виробничої діяльності підприємства.

Такий підрозділ капіталу на фінансовий і економічний цілком виправдано, тому що дозволяє розглядати економічну сутність цієї категорії з різних позицій, що не суперечить теоретичному і прикладному сприйняттю даної категорії.

З позиції фінансового менеджменту капітал розглядається як частина фінансових ресурсів, що використовуються у господарській діяльності для отримання прибутку і здійснення розширеного відтворення.

Н.А. Русак, В.А. Русак вважають, що капітал «... це кошти, вкладені в суб'єкт господарювання для початку або продовження господарської діяльності з метою отримання прибутку (доходу)» [6].

А.А. Пересада визначає капітал як «...частина фінансових ресурсів, яка йде на фінансування предметів і засобів праці, робочої сили та інших елементів виробництва і становить капітал підприємства у грошовій формі» [5].

В.В. Селезньов дає таке визначення капіталу: «Фінансові ресурси, що використовуються на розвиток виробничого процесу (купівля сировини, товарів та інших предметів праці, робочої сили, інших елементів виробництва), являють собою капітал у його грошовій формі» [7].

І.А. Бланк вважає, що з позиції фінансового менеджменту «капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів» [1].

Таким чином, у різних наукових і навчально-методичних дослідженнях в галузі фінансів підприємства, фінансового менеджменту та економічної теорії даються близькі визначення капіталу.

Якщо розглядати це поняття з позиції фінансового менеджменту, то, капітал – це фінансові ресурси підприємства, необхідні для організації його господарської діяльності і використовуються в господарському обороті для отримання доходів і прибутку.

У зв'язку з цим, капітал підприємства можна розглядати як специфічну форму фінансових ресурсів, яка визначається як форма фінансового капіталу підприємства. В такому ж розумінні фінансовий капітал трактується в працях С.В. Моїсеєва, В.І. Терьохіна, В.Г. Білолипецького, В.В. Селезнева та ін. У сучасному економічному словнику фінансовий капітал представлений як грошовий капітал або капітал у формі грошових коштів.

В економічній літературі є різні визначення фінансових ресурсів. На нашу думку, фінансові ресурси підприємства – це сукупність грошових доходів і надходжень, які формуються при створенні підприємства і в процесі його діяльності, а також мобілізуються на фінансовому ринку, та призначені для розвитку виробництва, виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат і створення резервів.

Слід зазначити, що капітал – це частина фінансових ресурсів, які вкладені у виробництво і приносять дохід по завершенню обороту. Іншими словами, капітал виступає як перетворена форма фінансових ресурсів.

Послідовна зміна форми капіталу являє собою сутність його кругообігу (рис. 1). Для здійснення нормального відтворювального процесу кожна з трьох стадій кругообігу капіталу має однакове значення.

Ефективність використання капіталу підприємства одночасно залежить від двох груп чинників:

по-перше, від того, наскільки оптимально поєднується власний і позиковий капітал, довгострокові (постійні) і короткострокові (змінні) джерела фінансування інвестиційних потреб підприємства;

по-друге, від того, який загальний обсяг вкладень у основні й оборотні засоби, скільки їх перебуває у сфері виробництва і сфері обігу, в грошовій і матеріальній формах та наскільки оптимальне їх співвідношення.

Все це зумовлює необхідність розробки виваженої політики формування капіталу та її погодження з політикою формування активів підприємства. Для підприємства однаково небезпечним є несформованість капіталу та його надмірний обсяг. Так, якщо створені виробничі потужності підприємства використовуються не на повну силу внаслідок відсутності сировини, або навпаки, коли накопичені надмірні виробничі запаси, які не можуть швидко перероблятися на наявних виробничих потужностях, відбувається замороженість інвестованого капіталу, уповільнюється його оборот-

ність і, як результат, погіршується фінансовий стан підприємства та зростає ризик упущеної вигоди.

Фінансовий стан підприємства характеризується розміщенням і використанням засобів (активів) і джерелами їх формування (власного капіталу і зобов'язань, тобто пасивів).

Під структурою капіталу підприємства розуміється співвідношення між власними, позиковими і залученими групами джерел, а також окремими видами джерел капіталу в процесі його формування і використання для здійснення всіх видів діяльності підприємства (операційної, інвестиційної та фінансової).

У теорії фінансового менеджменту розрізняють два поняття: фінансова структура і структура капіталу підприємства. Термін «фінансова структура» має на увазі спосіб фінансування діяльності комерційної організації в цілому, куди включається структура всіх джерел коштів, в тому числі і короткострокових.

Другий термін відноситься до більш вузької частини джерел коштів – довгостроковим пасивів (власні джерела коштів і довгостроковий позиковий капітал). Надалі у статті мова йде саме про структуру капіталу підприємства.

У літературних джерелах, присвячених проблемам фінансового менеджменту і управління капіталом, підходи до прояву економічної сутності капіталу знайшли своє відображення у такому: управління капіталом суб'єкта господарювання містить у собі управління формуванням капіталу (об'єкт управління – капітал з позиції фінансового менеджменту чи фінансовий капітал) і управління використанням капіталу (об'єкт управління – капітал як економічний ресурс).

Максимальна ефективність системи управління капіталом підприємства може бути забезпечена тільки у випадку гармонізації як процесу формування, так і процесу використання капіталу.

У зв'язку з цим управління капіталом підприємства складається з процесів управління формуванням і використанням капіталу (рис.2).

Ефективність і якість управління капіталом підприємства також багато в чому залежить від його структури. Методологічну основу управління структурою капіталу підприємства складає система принципів і методів формування (розробки) і реалізації управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію структури капіталу в сучасних економічних умовах.

До основних принципів такого управління варто віднести:

- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства;
- комплексний характер формування управлінських рішень;
- мінімізація витрат на формування джерел фінансування;
- дотримання відповідності розміру (величини) джерел фінансування обсягам формованих активів підприємства;
- забезпечення високоєфективного використання капіталу в процесі господарської діяльності підприємства;

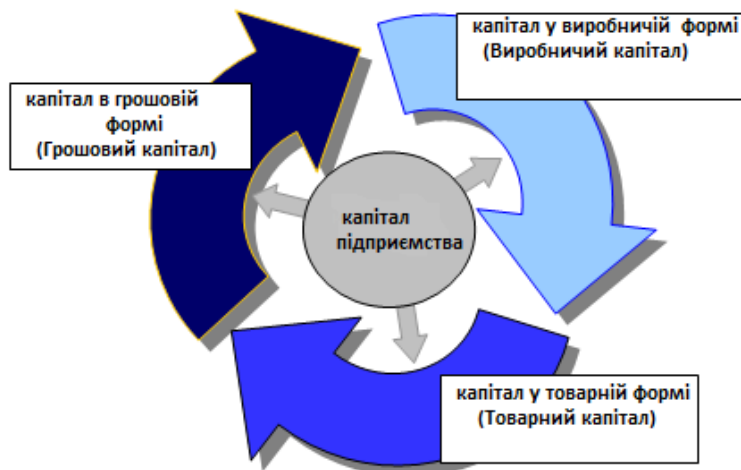


Рис. 1. Кругообіг капіталу підприємства

Джерело: [2, с. 498]

– варіативність підходів до розробки управлінських рішень.

Наведені принципи формують середовище для досягнення основної мети управління структурою капіталу, що полягає у її оптимізації щодо конкретного суб'єкта господарювання.

Як оптимальну структуру капіталу підприємства необхідно розглядати:

– з позиції фінансового менеджменту – «таке співвідношення використання власних і позикових коштів, при якому забезпечується найбільш ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість» [1];

– з позиції економічного ресурсу – мінімізацію фінансового ризику за рахунок різних підходів до фінансування основних і оборотних активів підприємства [1]. Тут об'єктом управління виступає структура активів.

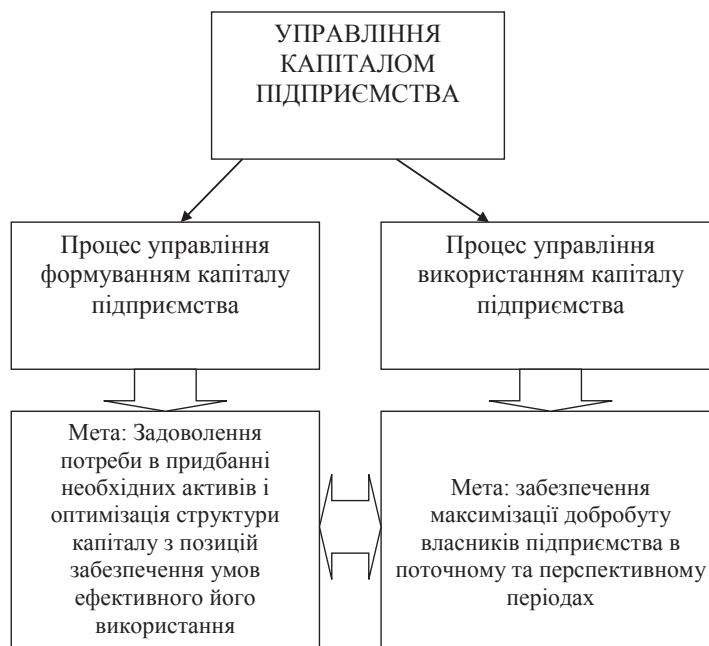


Рис. 2. Система управління капіталом підприємства

Джерело: [4, с. 132]

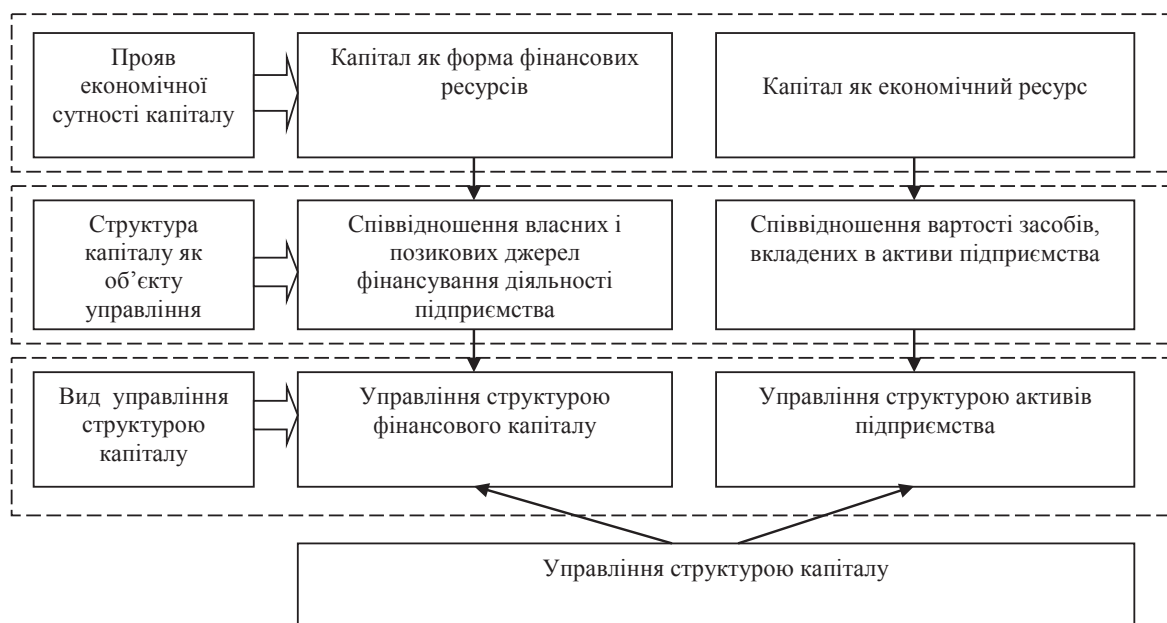


Рис. 3. Види управління структурою капіталу

Джерело: [4, с. 135]

Виходячи з цього, процес управління структурою капіталу повинен містити два основних види управління – управління структурою фінансового капіталу і управління структурою активів підприємства (рис. 3).

Формування структури капіталу на багатьох українських підприємствах в сучасних умовах здійснюється інтуїтивно або ж відповідно до традицій, без належного аналітично-математичного обґрунтування, що обумовлює необхідність вирішення цього питання на науково-практичній основі.

Прийняття управлінських рішень з управління структурою капіталу – це процес пошуку оптимального рішення щодо вибору між рівнем ризику і прибутковістю. Так, зростання частки позикового капіталу збільшує нестабільність чистого грошового потоку, тобто підвищує ризик; при цьому більш висока частка позикового капіталу забезпечує більшу прибутковість на власний капітал. Таким чином, метою управління структурою капіталу є мінімізація витрат при залученні довгострокових джерел фінансування і забезпечення максимального ефекту від вкладених грошових коштів.

Беручи до уваги зазначене, під оптимальною структурою капіталу необхідно розуміти таке співвідношення між власним та позиковим капіталом, яке забезпечує оптимальне сполучення ризику і прибутковості і, отже, максимізує ціну акції і ринкову оцінку всього капіталу у певний момент часу, що характеризується сформованими внутрішніми і зовнішніми умовами.

Основним завданням, що вирішується в теорії структури капіталу, є зіставлення витрат на залучення власного і позикового капіталу, а також аналіз впливу різних комбінованих варіантів фінансування на ринкову оцінку.

Для обґрунтування оптимальної структури капіталу використовують різні моделі, що наведені на рисунку 4.

Статичні моделі базуються на двох альтернативних теоріях структури капіталу, що пояснюють вплив залученого позикового капіталу на вартість використовуваного

капіталу і відповідно на поточну ринкову оцінку активів підприємства: традиційній теорії і теорії Міллера-Модільяні.

В останній час найбільше визнання одержала компромісна теорія структури капіталу, яка основним своїм завданням визначає вибір оптимальної структури як компромісу між податковими перевагами залучення позикового капіталу і витратами банкрутства. Ця теорія не дає змоги конкретному підприємству розрахувати найкраще сполучення власного і позикового капіталу, але формує загальні рекомендації для прийняття фінансових рішень.

Метод порівняння джерел фінансування при виборі оптимальної структури капіталу, що максимізує прибуток на акцію, відомий як метод ЕВІТ-ЕПС (ЕВІТ-ЕПС analysis), ґрунтується на оцінці впливу альтернативних довгострокових варіантів фінансування на значення прибутку на акцію.

Динамічні моделі враховують постійний потік інформації про підприємство, що присутній на ринку, і мають велику кількість інструментів прийняття рішень при виборі між короткостроковими і довгостроковими фінансовими джерелами.

У цілому теорія структури капіталу виходить із твердження, що ціна підприємства (V) складається з поточної ринкової ціни власного капіталу (S) і поточної ринкової ціни позикового капіталу (D):

$$V=S+D \quad (1)$$

В умовах України західні теорії структури капіталу не можуть бути використані без відповідної адаптації.

В якості критерію оптимальної структури капіталу підприємства нами запропоновано використовувати показник «середньозважена вартість капіталу».

Мінімізація даного показника приймається як функція мети для оптимізації структури капіталу підприємства.

$$WACC = (X_1 + X_2 * C_1 + X_3 * C_2 + X_4 * C_3) / X_5 * 100 \rightarrow \min, \quad (2)$$

де WACC середньозважена вартість капіталу, %;

X_1 – дивіденди, тис. грн.;

X_2 – величина довгострокових позикових коштів, тис. грн.;

X_3 – величина короткострокових позикових коштів, тис. грн.;

X_4 – кредиторська заборгованість, тис. грн.;

X_5 – загальна вартість капіталу підприємства, тис. грн.;

C_1 – ставка за довгостроковим кредитом, частки од.;

C_2 – ставка за короткостроковим кредитом, частки од.;

C_3 – ставка за кредиторською заборгованістю, частки од.

Оскільки показник «середньозважена вартість капіталу» є результатом одночасної дії множини взаємопов'язаних чинників, то знаходження максимально можливого його значення є завданням оптимізації всіх параметрів, які впливають на нього, як першого, другого так і нижчих порядків.

За умови визначення оптимальних параметрів, що впливають на середньозважену вартість капіталу, і розробки відповідної системи заходів, що дозволяють досягти цих оптимальних параметрів, підприємству вдається оптимізувати свою структуру капіталу.

В результаті вирішення системи, рівнянь, що входять у економіко-математичну модель з функцією мети (2), на прикладі даних ПАТ «Дніпропетровський завод прокатних валків» встановлено, що оптимальна структура капіталу підприємства відрізняється від існуючої. Порівняння фактичної та оптимальної структури капіталу підприємства здійснено у таблиці 1.

Таким чином, загальну величину капіталу підприємства не потрібно змінювати, але необхідно збільшити

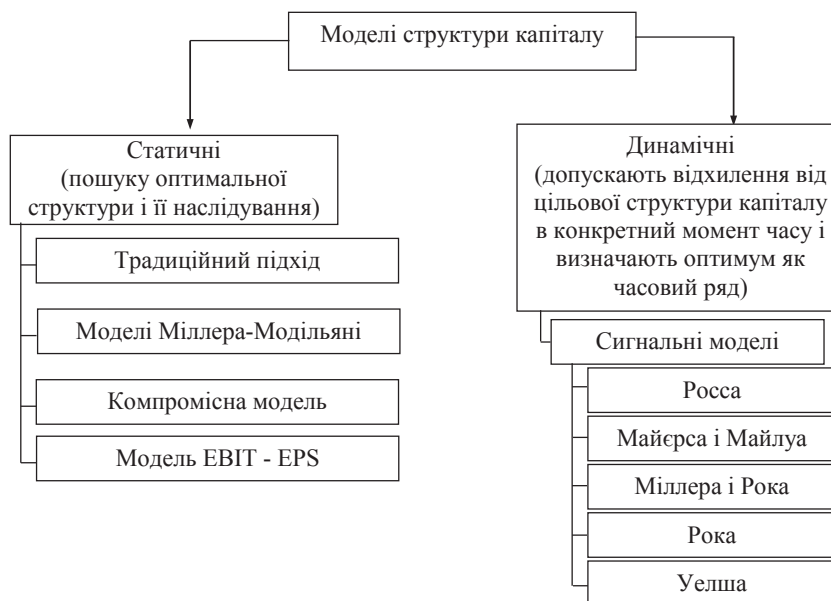


Рис. 4. Моделі обґрунтування структури капіталу

Джерело: складено автором

власний капітал на 21,033 млн. грн., та на таку ж величину зменшити позиковий капітал: з 82,452 млн. грн. до 61,419 млн. грн. У структурі позикового капіталу необхідно повністю відмовитись від залучення короткострокових кредитів, погасити інші поточні зобов'язання, зменшити розмір кредиторської заборгованості з 27,221 млн. грн. до 8836 млн. грн., одночасно збільшити розмір довгострокових кредитів з 11,249 млн. грн. до 52,583 млн. грн. Для оптимізації структури позикового капіталу підприємству необхідно мати додатково 21,033 млн. грн. Отримати ці 21,033 млн. грн. планується за рахунок вивільнення коштів з оборотних активів, завдяки оптимізації їх структури.

Досягти таких змін у структурі капіталу та активів можна завдяки впровадженню відповідного

Таблиця 1

Порівняння фактичної й оптимальної структури капіталу ПАТ «Дніпропетровський завод прокатних валків», млн. грн.

Показник	Фактичне значення на кінець 2018 року	Оптимальне значення	Відхилення (бажане зміна фактичного значення до оптимального)
Загальна вартість капіталу підприємства, млн. грн.	213,733	213,733	0
Власний капітал, млн. грн.	131,281	152,314	+21,033
Позиковий капітал, млн. грн.	82,452	61,419	-21,033
в тому числі:			
Довгострокові зобов'язання	11,249	52,583	+41,334
в тому числі:			
відстрочені податкові зобов'язання	5,593	0,000	-5,593
довгострокові кредити банків	5,276	52,583	+47,307
Поточні зобов'язання	71,203	8,836	-62,367
в тому числі:			
короткострокові кредити банків	14,370	0,000	-14,370
кредиторська заборгованість	27,221	8,836	-18,385
інші поточні зобов'язання	29,612	0,000	-29,612
Власний капітал, %	61,42	71,26	+9,84
Позиковий капітал, %	38,58	28,74	-9,84
в тому числі:			
Довгострокові зобов'язання	13,64	85,61	+71,97
Поточні зобов'язання	86,36	14,39	-71,97

Джерело: складено автором

комплексу заходів, спрямованих на збільшення обсягів реалізації продукції, оптимізації розміру запасів та зменшення дебіторської заборгованості та ін.

Таким чином, на основі застосування інструментів економіко-математичного моделювання можна визначити та досягти оптимальних параметрів структури будь якого промислового підприємства.

Висновки. У статті запропоновано підхід до оптимізації структури капіталу промислового підприємства, який ґрунтується на використанні економіко-математичної моделі з визначенням основних параметрів функціонування підприємства. Такий підхід може бути використаний у фінансовому менеджменті промислових підприємств для досягнення максимальної ефективності їх функціонування.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами [Текст] / И. А. Бланк. – М.: Омега, 2010. – 768 с.
2. Кейнс Дж. Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей. – М.: Прогрес, 2008. – 498 с.
3. Ковальчук В.М. Світова економіка: її історія та дослідники : Навч. посібн. / В.М. Ковальчук, Лі Цзе Гао, Л.А. Останкова. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 632 с.
4. Кочкодан В. Б. Роль и значение структуры капитала в управлении предприятием / В. Б. Кочкодан // Бизнес-информ. – 2006. – № 12. – С. 129–135.
5. Маршал А. Основы экономической науки / Альфред Маршал. – М.: Эксмо, 2007.
6. Пересада А.А. Інвестування Навч. посіб. / А. А. Пересада; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2004. – 249 с.
7. Русак Н.А., Русак В.А. Фінансовий аналіз суб'єкта господарювання: Справ. допомога. – М.: Виш. шк., 1997. – 309 с.
8. Селезнев В.В. Основы рыночной экономики Украины: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / В.В. Селезнев. – 2-е изд., доп. и перераб. – К.: А.С.К., 2002. – 656 с. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/content/35.html>
9. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів / Адам Сміт; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. – Київ: Наш формат, 2018. – 736 с.

References:

1. Blank I. A. (2010) *Upravlenie finansovymi resursami* [Management of financial resources]. Moscow: Omega. [in Russian]
2. Kejns J. (2008) *Zagal'na teorija zajnjatosti, vidsootka i groshej* [General theory of employment, interest and money]. Moscow: Progres. [in Ukrainian]
3. Koval'chuk V. M., Li Cze Gao, Ostankova L. A. (2019) *Svitova ekonomika: i'i' istorija ta doslidnyky* [World Economy: Its History and Researchers]. Kyiv: Centr uchbovoi' literatury. [in Ukrainian]
4. Kochkodan V. B. (2006) Rol' i znachenie struktury kapitala v upravlenii predpriatiem [The role and importance of capital structure in enterprise management]. *Biznes-inform – Business Inform*, 12, 129-135. [in Ukrainian]
5. Marshal A. (2007) *Osnovy jekonomicheskoy nauki* [Fundamentals of Economic Science]. Moscow: Jeksmo. [in Russian]
6. Peresada A. A. (2004) *Investuvannja* [Investing]. Kyiv: NEU. [in Ukrainian]
7. Rusak N. A., Rusak V. A. (1997) *Finansovyj analiz sub'jekta gospodarjuvannja* [Financial analysis of the entity]. Moscow: Vysh. shk. [in Ukrainian]
8. Seleznev V. V. (2002) *Osnovy rynochnoj jekonomiki Ukrainy* [Fundamentals of Ukrainian market economy]. Kyiv: A.S.K. Retrieved from: <http://www.lib.ua-ru.net/content/35.html> [in Russian]
9. Smit A. (2018) *Doslidzhennja pro pryrodu i prychny bagatstva narodiv* [Research on the Nature and Causes of Wealth of Nations]. Kyiv: Nash format. [in Ukrainian]

УДК 658.51.011.047

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-11>

Лабурцева О. І.

Київський національний торговельно-економічний університет

Laburtseva O.

Kyiv National University of Trade and Economics

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ МІНІМІЗАЦІЇ РІВНЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

В статті розглянуто історію виникнення транзакційних витрат та еволюцію наукових підходів до трактування їх сутності. Аналіз транзакційних витрат на зарубіжних підприємствах показав, що їх частка є значною. Розкрито причини високого рівня транзакційних витрат на сучасних вітчизняних підприємствах та виявлено тенденції до їх зростання. Зазначено основні причини, які ускладнюють процес контролю та мінімізації транзакційних витрат: вони не регулюються чинним законодавством; не обліковуються та не відображаються окремим рядком у фінансовій звітності підприємства. Наочно представлено класифікацію транзакційних витрат підприємства. Продовжуючи наукове дослідження, було відмічено зростання рівня транзакційних витрат на вітчизняних підприємствах, що обумовлено збільшенням транзакцій для здійснення діяльності в сучасному бізнес-середовищі. Детально розглянуто транзакційні витрати в розрізі кожної групи класифікації. Наведено приклади прихованих транзакційних витрат. Зазначено, що не всі групи транзакційних витрат мають зв'язок з стадіями створення продукції. Розкрито взаємозв'язок між ланцюгом створення цінності та транзакційними витратами підприємства. Наведено приклади впливу транзакційних витрат на виробничий процес. Зроблено висновки про те, що менеджмент підприємства має бути спрямовано на мінімізацію транзакційних витрат на кожній стадії створення продукції. Обґрунтовано напрями зниження рівня транзакційних витрат на підприємстві шляхом зменшення кількості транзакцій, підвищення якості та довготривалості договорів, налагодження ефективного механізму вирішення спорів, застосування вертикальної інтеграції з найбільшими надійними постачальниками, постійного моніторингу власної інформаційної бази щодо контрагентів, застосування уніфікації й стандартизації, мінімізації організаційних й структурних змін та оптимізації обсягу інформації, що підлягає аналізу. Зазначено, що зниження транзакційних витрат шляхом застосування запропонованих заходів позитивно вплине на рівень витрат підприємства й сприятиме зростанню прибутковості, що забезпечить покращення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Ключові слова: управління витратами, транзакційні витрати, приховані витрати, контрагенти, опортуністична поведінка, класифікація транзакційних витрат, скорочення витрат, підприємство.

ENTERPRISE COST MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF MINIMIZATION OF TRANSACTION COSTS LEVEL

The article deals with the history of transaction costs and the evolution of scientific approaches to the interpretation of their nature. The evolution of scientific approaches to transaction costs is discussed in the article. The analysis of transaction costs at foreign enterprises showed their considerable share. The main reasons that complicate the process of control and minimization of transaction costs are stated: they are not regulated by current legislation; are not accounted for and are not separately presented in the financial statements of the enterprise. The classification of transaction costs of the enterprise is clearly presented. Continuing scientific research, it was noted that the level of transaction costs at domestic enterprises was increasing, which was caused by the increase of transactions for conducting business in the modern business environment. The reasons for the high level of transaction costs at modern domestic enterprises are revealed and the tendencies for their growth are indicated. The reasons that complicate the process of controlling and minimizing transaction costs are outlined. Transaction costs are broken down by section of each classification group. Examples of hidden transaction costs are provided. It is noted that not all transaction cost groups are related to product creation stages. The relationship between the value chain and the transaction costs of the enterprise is shown. Examples of the impact of transaction costs on the production process are given. It is concluded that the management of the enterprise should be aimed at minimizing transaction costs at each stage of product creation. The relationship between the value chain and the transaction costs of the enterprise is shown. Examples of the impact of transaction costs on the production process are given. It is concluded that the management of the enterprise should be aimed at minimizing transaction costs at each stage of product creation. Directions for reducing the level of transaction costs at the enterprise by reducing transactions, improving the quality and duration of contracts, establishing an effective dispute settlement mechanism, applying vertical integration with the largest reliable suppliers, constant monitoring of own information base on counterparties, application of unification and standardization and optimizing the volume of information being analyzed. It is stated that the reduction of transaction costs through the implementation of the proposed measures will positively affect the level of costs of the enterprise, will contribute to the growth of profitability, which will increase the competitive position of the company in the market.

Keywords: cost management, transaction costs, hidden costs, counterparties, opportunistic behavior, classification of transaction costs, cost reductions, enterprise.

JEL Classification: L20, M20

Актуальність проблеми. Важливою передумовою ефективного функціонування сучасного підприємства є швидке прийняття його керівництвом управлінських рішень в режимі реального часу. Разом з цим процес вза-

ємодії підприємства з контрагентами в сучасних умовах ускладнюється – збільшення інформаційних потоків та кількості транзакцій обумовлюють зростання транзакційних витрат, що має бути враховано для успішного

управління витратами підприємства. Оскільки трансакційні витрати не мають безпосереднього зв'язку з процесом виробництва, але відображають рівень організації взаємодії контрагентів та пов'язані з витратанням часу й інших ресурсів, менеджмент підприємств має бути спрямований на їх мінімізацію, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідно відмітити, що питання визначення трансакційних витрат, їх класифікації привертало до себе увагу таких відомих вітчизняних та закордонних фахівців, як: Р. Коуз, Н. Л. Гавкалова, Т. А. Власенко, Н. П. Мацелюх, І. А. Максименко, П. В. Круш, В. В. Мартиненко, М. М. Теліщук, Т. І. Зосименко, А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко, І. С. Медушевська, Т. Я. Коцкулич, В. Д. Пархоменко та інших. Проте критичний аналіз праць як іноземних, так і вітчизняних дослідників свідчить про недостатність висвітлення проблем, пов'язаних, насамперед, із дослідженням впливу трансакційних витрат на витрати підприємства та шляхів їх зниження в процесі управління витратами, що зумовило вибір теми дослідження, його мету та свідчить про його актуальність.

Метою статті є теоретичне обґрунтування ролі трансакційних витрат в управлінні витратами підприємства та розробка рекомендацій щодо їх мінімізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукові підходи класичного та неокласичного періодів не передбачали виокремлення трансакційних витрат у складі витрат підприємства. Оскільки трансакційні витрати не обліковують та не відображають окремим рядком у фінансовій звітності підприємства, вважалося, що вони дорівнюють нулю. Перше наукове обґрунтування сутності трансакційних витрат зроблено Р. Коузом в статті «Природа фірми» [10].

Економічна енциклопедія дає таке визначення трансакційних витрат: «...витрати у сфері обміну, пов'язані з актами купівлі-продажу, переданням прав власності» [3, т. 3, с. 673]. Отже, трансакційні витрати не мають прямого зв'язку з процесом виробництва, вони є альтернативними витратами та супроводжують організаційні питання діяльності підприємства: збір та обробку інформації, підготовку та укладання договорів, контроль за їх реалізацією [2, с. 209]. Разом з цим, необхідність дотримання формальних та неформальних правил ведення економічної діяльності обумовлює високий рівень трансакційних витрат сучасного підприємства, оскільки в інституційному середовищі воно взаємодіє з великою кількістю контрагентів – постачальниками, дистрибуторами, ритейлерами, дилерами, покупцями, конкурентами, державними структурами [5]. Детермінанти сучасних реалій діяльності підприємства передбачають зростання частки трансакційних витрат, що пов'язано з постійним збільшенням інформаційних потоків, розширенням кола контрагентів, появою специфічних витрат, пов'язаних з питаннями правовласності, обміну компетенціями й іншими чинниками [9, с. 99].

В дослідженнях І. Медушевської зазначено, що в США та країнах Західної Європи на покриття трансакційних витрат припадає до 50% вартості виробленої продукції; в Росії співвідношення між виробничими та трансакційними витратами становить 40% до 60% відповідно [8, с. 31]. Н. П. Мацелюх, І. А. Максименко, П. В. Круш, В. В. Мартиненко, М. М. Теліщук стверджують, що останніми роками показники частки

трансакційних витрат у ВВП різних країн зблизилися [4, с. 110]. А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко вважають, що «...в Україні внаслідок існування неефективних інститутів, адміністративних бар'єрів і обмежені середні трансакційні витрати залишаються на високому рівні, що обмежує обсяг і кількість угод, призводить до збільшення граничних витрат підприємств, які потрапляють під їх вплив» [6 с. 317]. Отже, Україна також відноситься до країн, підприємства яких мають високий рівень трансакційних витрат, що потребує врахування при управлінні витратами.

Трансакційні витрати неможливо повною мірою відобразити в даних бухгалтерського обліку, що ускладнює процес їх контролю та оптимізації [7, с. 37]. Традиційно в складі трансакційних витрат виділяють [3, т. 3, с. 673]: витрати на пошук інформації; витрати, пов'язані з веденням переговорів; витрати вимірювання; витрати, що виникають через потреби захисту прав власності та опортуністичну поведінку контрагентів (рис. 1).

Наведене угруповання дає підстави для формування системи оцінки трансакційних витрат підприємства. Як видно з рис. 1, трансакційні витрати безпосередньо пов'язані з побічними процесами щодо отримання необхідної для управління інформації, проведення переговорів та складання господарських угод, операцій вимірювання, витрат щодо отримання та захисту прав власності й опортуністичної поведінки контрагентів, що стримує та нівелює можливість співробітництва на взаємовигідних умовах.

Для успішного врахування трансакційних витрат й мінімізації їх рівня керівники підприємства повинні мати чітке уявлення про ті витрати й втрати, які фактично несе підприємство, незважаючи на те, що вони не завжди мають конкретне цифрове відображення у статтях фінансовій звітності. Тому вважаємо за доцільне розглянути кожен групу трансакційних витрат більш детально.

Фактично, трансакційні витрати щодо пошуку інформації можна поділити на отримання інформації про постачальників, покупців та конкурентів, від якості якої залежить результат діяльності підприємства. Підприємства витрачають значну кількість часу та інших ресурсів на отримання інформації про альтернативних постачальників [1, с. 5]. Але, потрібно враховувати, що більш низька ціна на сировину і матеріали може нівелюватися зростанням транспортних витрат, зниженням якості матеріалів, невідповідальністю контрагента щодо дотримання термінів поставок тощо.

Своєчасно отримана інформація про потенційних покупців, їх вподобання щодо асортименту продукції, рівень попиту надасть можливість підприємству розширити територіальні межі ринків збуту та покращити конкурентні позиції продукції.

При цьому слід зазначити, що інформація про конкурентів потрібна в першу чергу для порівняння даних підприємства з показниками аналогічних підприємств, оскільки нестача інформації щодо цін конкурентів може зумовити втрати прибутку через завищення або заниження цін на власну продукцію.

Важливе значення для підприємств має переговорний процес, який вимагає витрат на процедури, пов'язані з його організацією та проведенням на належному рівні, прийняттям рішень, укладанням та юридичним оформленням угод тощо.



Рис. 1. Класифікація трансакційних витрат підприємства

Джерело: сформовано автором на підставі [2; 4; 8, с. 32]

Під час виконання договірних умов у підприємства виникають витрати, пов'язані з визначенням відповідності термінів отримання сировини й матеріалів, рівня їх якості й кількості. Крім того, підприємство формує витрати на аналогічні процедури щодо власної продукції.

Витрати на захист прав власності мають високий рівень в країнах, де недосконало працюють механізми захисту власності. Підприємства витрачають значний обсяг часу і ресурсів на отримання документів на право власності, послуги державних і судових органів. Крім того, через неякісно оформлені документи щодо операцій купівлі-продажу чи оренди підприємство може втратити частину майна.

Крім того, додаткові витрати підприємство може мати через опортуністичну поведінку контрагентів, коли одна сторона договірних умов прагне отримати односторонні переваги за рахунок іншої. Це може проявлятися у вигляді ухилення від виконання окремих пунктів договорів або мати ознаки шахрайства.

Враховуючи специфіку трансакційних витрат, вважаємо за доцільне окрім традиційних виділити приховані трансакційні витрати. Наприклад, на внутрішньому рівні підприємство може мати додаткові витрати через прийняття нераціональних рішень, що базувались на неповній, неякісній чи недостовірній інформації. Рівень витрат підприємства може бути завищено через зовнішні чинники: отримання від постачальників сировини й матеріалів низької якості, заміна одних матеріалів іншими, втрата частини майна через неякісно оформлені договори купівлі-продажу чи оренди тощо.

Зазначене дає підстави стверджувати, що, незважаючи на те, що трансакційні витрати не враховуються

під час виробничих процесів, вони здійснюють вплив на ці процеси. Отже, для ефективного управління витратами керівництво підприємства повинно мінімізувати трансакційні витрати на кожному етапі ланцюга створення цінності (рис. 2).

Як видно з рис. 2, не на кожній стадії створення продукції можуть виникати всі трансакційні витрати. Так, витрати на пошук інформації можуть виникати на кожній ланці ланцюга створення цінності. Через опортуністичну поведінку контрагентів підприємство може отримати додаткові витрати на стадії матеріально-технічного забезпечення через отримання неякісної сировини й матеріалів, або простої обладнання через порушення термінів чи обсягів поставок матеріалів. Якщо підприємство орендує приміщення для зберігання готової продукції, витрати опортуністичної поведінки можуть проявлятися у несвоєчасному наданні складських приміщень, або умови орендованих приміщень можуть не відповідати фізико-хімічним властивостям готової продукції. Якщо підприємство користується послугами логістичних компаній, витрати опортуністичної поведінки контрагентів можуть проявлятися у пошкодженні продукції через неякісне або несвоєчасне транспортування готової продукції.

Отже, при управлінні витратами доцільно спрямувати менеджмент підприємства на мінімізацію трансакційних витрат на кожній стадії створення продукції. З цією метою підприємствам рекомендується:

– перегляд договорів з метою зменшення кількості трансакцій; кількість угод та трансакційних операцій має бути доцільною та обумовленою економічною ефективністю;

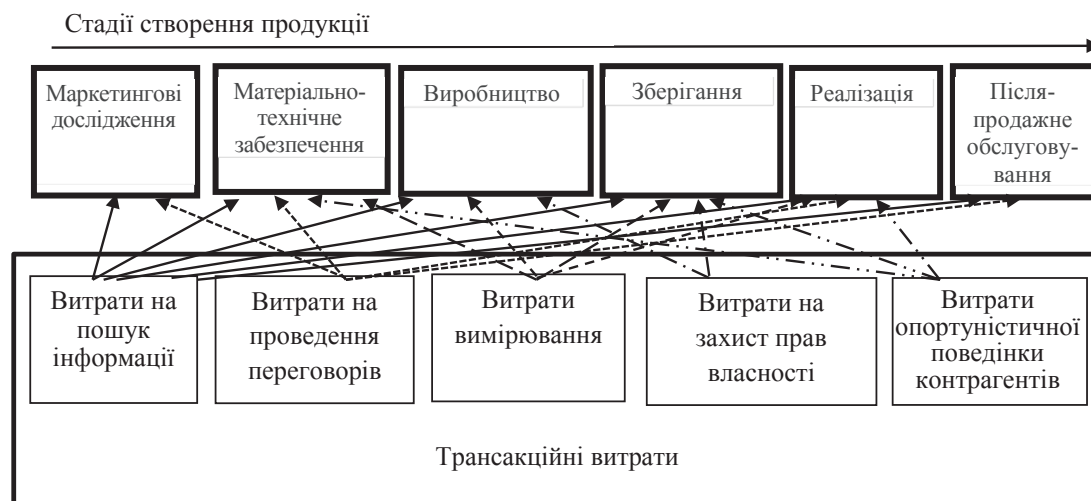


Рис. 2. Взаємозв'язок між ланцюгом створення цінності та трансакційними витратами підприємства

Джерело: сформовано автором на підставі [5; 6]

– формування та постійне оновлення власної інформаційної бази щодо контрагентів, їх економічного стану, репутації;

– складання довгострокових угод контрагентами та розгляд можливості вертикальної інтеграції з найбільшими надійними постачальниками;

– професійний підхід до складання договорів з ретельним оформленням штрафних санкцій та розроблення ефективного механізму вирішення спорів;

– впровадження уніфікації й стандартизації щодо контрольних процедур й документації операцій;

– мінімізація проведення організаційних й структурних змін на підприємстві, постійного перегляду внутрішніх стандартів;

– зменшення зайвих процедур контролю та оптимізація обсягу інформації, що підлягає аналізуванню.

Висновки. Сучасні вітчизняні підприємства працюють в умовах недосконалого законодавства, жорсткої конкуренції, великої кількості інформаційних потоків й інших несприятливих чинників зовнішнього середовища, що ускладнює процеси взаємодії з контрагентами та сприяє зростанню трансакційних витрат. Проведене дослідження дозволило не тільки визначити й класифікувати трансакційні витрати підприємства, виокремивши приховані їх форми, а й показати шляхи їх мінімізації при прийнятті рішень щодо управління витратами підприємства. Врахування запропонованих заходів не тільки дозволить знизити трансакційні витрати, а й позитивно вплине на рівень витрат підприємства та сприятиме зростанню прибутковості й стабільності конкурентної позиції підприємства в ринкових умовах господарювання.

Список використаних джерел:

1. Власенко Т. А. Забезпечення ефективності менеджменту персоналу за рахунок управління трансакційними витратами: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. А. Власенко ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2011. – 20 с.
2. Гавкалова Н. Л. Дослідження впливу трансакційних витрат підприємства на ефективність менеджменту персоналу на прикладі підприємств Харківського регіону / Н. Л. Гавкалова, Т. А. Власенко // Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. – Х. : Вид. ХарРІНАДУ «Магістр», 2011. – Випуск № 1(32). – С. 204–211.
3. Економічна енциклопедія : в 3-х т. / відп. ред. С. В. Мочерний. – Київ: Видавничий центр «Академія», 2000–2002.
4. Економічні теорії в системі наукових економічних знань : 2-ге вид. перероб. та доп. Навчальний посібник / Н.П. Мацелюх, І.А. Максименко, П.В. Круш, В.В. Мартиненко, М.М. Телішук та ін. – К.: Видання Центр «Центр учбової літератури», 2016. – 226 с.
5. Зосименко Т. І. Індикатори трансакційних витрат в процесі трансформації економічної системи [Електронний ресурс] / Т. І. Зосименко // Ефективна економіка. – 2010. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=143>
6. Інституціонально-інформаційна економіка : Підручник / А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко ; за ред. акад. НАН України А. А. Чухна. – К.: Знання, 2010. – 687 с.
7. Коцкулич Т. Трансакційні витрати: основні аспекти теорії трансакційних витрат як фактора оптимізації діяльності підприємств / Т. Коцкулич // Економіст. – № 7. – 2014. – С. 36–39.
8. Медушевская И. Е. Трансакционные издержки коммерческой организации / И. Е. Медушевская // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2016. – № 1(4). – С. 29-36.
9. Пархоменко В.Д. Бути успішним в умовах інформаційного перевантаження : монографія / В.Д. Пархоменко. – Київ: УкрІНТЕІ, 2018. – 140 с.
10. Coase R. The Nature of the Firm // *Economica*, Vol. 4, No. 16, November 1937, pp. 386-405.

References:

1. Vlasenko, T. A. (2011) Zabezpechennia efektyvnosti menedzhmentu personalu za rakhunok upravlinnia transaktsijnymy vytratamy [Providing effective management of personnel for co-workers managing transacted vitrates]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kharkiv: Khark. nats. ekon. un-t [in Ukrainian].

2. Havkalova, N. L., & Vlasenko, T. A. (2011) Doslidzhennia vplyvu transaktsijnykh vytrat pidprijemstva na efektyvnist' menedzhmentu personalu na prykladi pidprijemstv Kharkivs'koho rehionu. [*More information on the impact of transaction requirements on the effectiveness of personnel management in the application of the Kharkiv region*]. Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia: zb. nauk. pr. – Theory and practice of the sovereign government: the science of science. (pp. 204-211). (Vols. 1(32)). Kharkiv: Vyd. KharRINADU «Mahistr», – Vypusk № 1(32). – S. 204–211. [in Ukrainian].
3. Mochernyj, S. V. (Eds.) (2000-2002). Ekonomichna entsyklopediia [Economic encyclopedia]. (Vols. 1-3). Kyiv: Vydavnychyj tsentr "Akademiia [in Ukrainian].
4. Matseliukh, N.P., Maksymenko, I.A., Krush, P.V., Martynenko, V.V., Telischuk, M.M. et al. (2016). Ekonomichni teorii v systemi naukovykh ekonomichnykh znan' [Economic theories in the system of science and economic knowledge]. (p. 226). Kyiv : Vydanystvo «Tsentr uchbovoi literatury» [in Ukrainian].
5. Zosymenko, T. I. (2010). Indykatory transaktsijnykh vytrat v protsesi transformatsii ekonomichnoi systemy [Indicators of transactional vitrates in the process of transformation of an economical system]. Efektyvna ekonomika. – An efficient economy, 4. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=143> [in Ukrainian].
6. Chukhno, A. A., Leonenko, P. M., & Yukhymenko, P. I. (2010). Instytutsional'no-informatsijna ekonomika [Institutional Information economics]. Kyiv : Znannia [in Ukrainian].
7. Kotskulych, T. (2014). Transanktsijni vytraty: osnovni aspekty teorii transanktsijnykh vytrat iak faktora optymizatsii diial'nosti pidprijemstv [Transaction costs: major aspects of transaction costs theory as a factor in optimizing enterprise activity]. Ekonomist – Economist, 7, pp. 36–39 [in Ukrainian].
8. Medushevskaia, Y. E. (2016). Transaktsyonnye yzderzhky kommercheskoj orhanyzatsyy [Transaction costs of a commercial organization]. Yzvestyia vysshnykh uchebnykh zavedenyj. Povolzhskij rehyon. Ekonomycheskye nauky – News of higher educational institutions. Volga region. Economics, 1(4), pp. 29-36. [in Russian].
9. Parkhomenko, V.D. (2018). Buty uspishnym v umovakh informatsijnoho perevantazhennia [To be successful in the conditions of information overload]. Kyiv : UkrINTEI, p. 140 [in Ukrainian].
10. Coase R. (1937). The Nature of the Firm // *Economica*, Vol. 4, No. 16, November, pp. 386-405.

УДК 339.166.5:339.13.012.42

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-12>

Севрук І. М.

Київський національний торговельно-економічний університет

Sevruk I.

Kyiv National University of Trade and Economics

ВЛАСНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ ЯК СТРАТЕГІЯ РОЗДРІБНОГО БРЕНДИНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ¹

В умовах невизначеності та мінливості маркетингового середовища великі роздрібні торговельні мережі все більше уваги приділяють питанням брендингу. Ефективний розвиток власних торговельних марок потребує розробки стратегії роздрібно-го брендингу, яка в результаті успішної імплементації дозволяє збільшити капіталізацію як власних торговельних марок, так і бренду роздрібно-го мережі. Метою даної статті є аналіз практики впровадження власних торговельних марок роздрібно-го торговельних мереж в Україні як стратегії брендингу та ідентифікація проблем у взаємовідносинах між постачальниками та ритейлерами в умовах імплементації останніми стратегії роздрібно-го брендингу. У статті визначено, що власні торговельні марки набули широкого розповсюдження серед роздрібно-го торговельних мереж в Україні. Використання власних торговельних марок як суббрендів роздрібно-го мереж має ряд переваг як для ритейлерів, так і споживачів. Встановлено, що для успішного розвитку брендів торговельної мережі слід розробляти ефективну стратегію роздрібно-го брендингу. У міжнародній практиці існує дві основні стратегії брендингу у роздрібно-й торгівлі: корпоративний брендинг та товарний брендинг. Автором проаналізовано сучасну структуру ринку ВТМ України та визначено лідерів за кількістю позицій ВТМ (SKU) та за показником частки ВТМ у загальному обороті мережі. Всупереч низці переваг застосування стратегії роздрібно-го брендингу співпраця торговельних мереж та місцевих постачальників зазвичай супроводжується деякими складнощами, такими, як тиск на постачальників через механізми відстрочки оплати поставленого товару, висування ряду додаткових договірних вимог тощо. Вирішення окресленої проблеми вимагає зваженого підходу до розробки стратегії ефективної співпраці між постачальниками та роздрібно-ми мережами. Перспективами подальших досліджень є детальніше вивчення зарубіжного досвіду та можливих шляхів подолання конфліктів між роздрібно-ми торговельними мережами та постачальниками, розробки комплексного підходу до управління власними торговельними марками, а також визначення параметрів оцінки ефективності роздрібно-го брендингу.

Ключові слова: бренд, брендинг, власні торговельні марки, стратегія роздрібно-го брендингу, роздрібні торговельні мережі.

PRIVATE LABELS AS A STRATEGY OF RETAIL BRANDING OF TRADE NETWORKS

In the context of uncertainty and volatility of the marketing environment, large retailers increasingly pay attention to branding issues. Effective development of own brands requires the development of a retail branding strategy, which, as a result of successful implementation, allows to increase the capitalization of both own brands and the brand of the retailer. The purpose of this article is to analyze the practice of introducing private labels of trade networks in Ukraine as a branding strategy and to identify problems in the relationships between suppliers and retailers in terms of implementation of the retail branding strategies. The article identifies that private labels have become widespread among retailers in Ukraine. The use of private labels as sub-brands of retail chains has several advantages for both retailers and consumers. It is established that for successful development of brands, the retailer should develop an effective retail branding strategy. There are two main retailing strategies in international practice: corporate branding and commodity branding. The author analyzes the current structure of the private labels market in Ukraine and identifies the leaders in terms of the number of stock keeping units (SKU) and the share of private labels in the total turnover of the retailer. Despite a number of benefits of using a retail branding strategy, collaboration between retailers and local suppliers is usually accompanied by some difficulties, such as pressure on suppliers through deferrals of payments of the delivered product, imposition of a number of additional contractual requirements, etc. Addressing this issue requires a balanced approach to developing a strategy for effective collaboration between suppliers and retailers. Prospects for further research include a more detailed study of foreign experience and possible ways of overcoming conflicts between retailers and suppliers, developing a comprehensive approach to managing private labels, as well as determining the parameters of assessing the effectiveness of retail branding.

Keywords: brand, branding, private labels, retail branding strategy, retailers.

JEL Classification: M11, M30

Актуальність проблеми. В умовах невизначеності та мінливості маркетингового середовища великі роздрібні торговельні мережі все більше уваги приділяють питанням брендингу. Оскільки саме успішно розроблена та впроваджена стратегія роздрібно-го брендингу дозволяє знизити ризик невизначеності та

сприяє побудові стійких, довготривалих взаємовідносин між ритейлерами та споживачами. Водночас щорічно зростає частка товарів під власними торговельними марками роздрібно-го мереж як суббрендів ритейлера, які все активніше витісняють з роздрібно-го ринку бренди відомих товаровиробників. Ефективний

¹ Стаття підготовлена в межах виконання НДР "Формування національного бренду України у міжнародному середовищі" (номер державної реєстрації 0118U000127)

розвиток власних торговельних марок потребує розробки стратегії роздрібно-го брендингу, яка в результаті успішної імплементації дозволяє збільшити капіталізацію як власних торговельних марок, так і бренду роздрібно-го мережі.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питанням брендингу присвячені публікації зарубіжних та вітчизняних вчених, таких, як Д. Аакер [1], Б. Ванекен [2], П. Темпорал [3], Є. Ромат, Д. Яцок [4], О. Лабурцева [5] та ін. Такі науковці, як В. Тамберг та А. Бад'їн [6], О. Шевченко [7], П. Спінеллі [8] вивчають особливості брендингу роздрібних торговельних мереж. Однак, попри наявні розробки даного вектору дослідження, слабо представлена брендингова складова побудови та розвитку власних торговельних марок роздрібно-го мережі, відсутній комплексний підхід до управління власними торговельними марками як суббрендами роздрібно-го мережі, недостатньо вивченими залишаються питання взаємовідносин рітейлерів та місцевих постачальників в процесі реалізації стратегії роздрібно-го брендингу.

Мета роботи. Виходячи з цього, метою даної статті є аналіз практики впровадження власних торговельних марок роздрібних торговельних мереж в Україні як стратегії брендингу та ідентифікація проблем у взаємовідносинах між постачальниками та рітейлерами в умовах імплементації останніми стратегії роздрібно-го брендингу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Власні торговельні марки (далі – ВТМ) роздрібних мереж створюються та розвиваються внаслідок спільних зусиль рітейлерів та компаній-постачальників. Водночас використовуються різноманітні брендингові заходи щодо формування довгострокової прихильності та лояльності до ВТМ з боку споживачів. Не слід недооцінювати важливість формування бренду роздрібно-го торговельної мережі чи її суббрендів. Наприклад, Ф. Котлер зауважує, що брендинг є одним з найбільш важливих аспектів просування товарів [9, с. 404].

Стратегія роздрібно-го брендингу передбачає формування інтегрованих заходів брендингу роздрібно-го торговельної мережі, що у довгостроковій перспективі в умовах наявних ресурсів підприємства та мінливості ринку здатне сприяти реалізації поставлених цілей за рахунок створення конкурентних переваг. Існує дві протилежні стратегії роздрібно-го брендингу: корпоративний брендинг (назва ВТМ співпадає з назвою рітейлера) та товарний брендинг (назва ВТМ не співпадає з назвою рітейлера) [8].

Основною стратегічною метою роздрібно-го брендингу є збільшення капіталу як ВТМ, так і бренду торговельної мережі. В сучасних умовах ведення бізнесу рітейлерам слід дбати про ефективний розподіл фінансових ресурсів між своїми ВТМ, щоб збільшити частку ринку та загальну вартість портфеля.

Практика застосування ВТМ на українському ринку набуває все більшого розповсюдження. Даний хід першими на території України почали застосовувати національна мережа «АТБ-Маркет» та міжнародні мережі «Фуршет», «Metro C&S». До основних переваг власних торговельних марок для торговельної мережі можна віднести: підвищення вартості торговельної мережі за рахунок введення додаткових брендів, а також здатність швидко реагувати на зміну попиту за рахунок того, що виробництво ВТМ дозволяє торго-

вельній мережі відслідковувати та оперативно реагувати на зміни смаків та вподобань споживачів. Основними перевагами ВТМ для споживача є: унікальність продукції, що продається у певній мережі, а також можливість придбати товар за нижчою ціною у порівнянні із продукцією відомих брендів та за належною якості. Так, купуючи товар під власною торговельною маркою мережі, споживач може економити до 30% власних коштів, порівняно з купівлею аналогічного товару відомого бренду [10].

Аналіз сучасної структури ринку ВТМ України за 2017 р. показав, що частка міжнародних торговельних мереж на ньому є незначною. Безперечним лідером серед наявних міжнародних FMCG – мереж за кількістю позицій ВТМ (SKU) є ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» (2500 позицій). Французьку мережу наздоганяє Fozzy Group, яка розвиває мережі Сільпо, Фора, Le Silpo, Thrash!, Favore (2000 найменувань товарів). Решта торговельних мереж помітно відстає – Фуршет пропонує 1300 продуктів під ВТМ, Retail Group (Велика Кишеня, ВК Експрес, Велмарт) – 1250, Varus – 1200 (табл. 1).

Таблиця 1
Лідери ринку власних торговельних марок України за кількістю позицій (SKU) у 2017 р.

№ з/п	Підприємство	Мережі	Кількість позицій ВТМ
1	ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет»	АТБ	2500
2	ПРАТ «Фоззі Груп»	Сільпо, Фора, Fozzi, Le Silpo, Favore, Thrash!	2000
3	ПРАТ «Фуршет»	Фуршет, Фуршет-Гурман	1300
4	ПАТ «Рітейл Груп»	Велика кишеня, Велмарт, ВК Експрес, ВК Select	1250
5	ТОВ «Омега»	VARUS, VARUS-маркет	1200

Джерело: GT Partners Ukraine

За показником частки ВТМ у загальному обороті мережі ситуація принципово інша. Найбільше товарів під власною торговельною маркою продає найбільша роздрібно-го мережа України АТБ. ВТМ займають 23,3% її продажів, що значно вище середньоукраїнських показників, і за 2017 рік товарооборот ВТМ роздрібно-го мережі «АТБ» становив майже 18,7 млрд грн. Серед міжнародних торговельних мереж на ринку України третє місце посіло ТОВ «Метро кеш енд кері Україна» – 12% та 1764 млн грн відповідно (табл. 2).

Широке застосування практики використання власних торговельних марок пояснюється також тим, що зазначена практика дозволяє торговельній мережі оперативно реагувати на зміну попиту на певні товари, розроблені на її замовлення, та залучити більшу кількість клієнтів [10].

Експерти зазначають, що всупереч стрімкому розвитку даного напрямку, залишається все ще значний потенціал до зростання сегмента власних торговельних марок (private labels). За даними компанії Nielsen, у 2017 р. в грошовому вираженні частка ВТМ в межах

Таблиця 2

ТОП-5 торговельних мереж на ринку власних торговельних марок України у 2017 р.

№ з/п	Підприємство	Мережі	Частка продажу ВТМ, % від загального обороту	Товарооборот ВТМ, млн грн
1	ТОВ «АТБ-маркет»	АТБ	23,3	18687
2	ПРАТ «Фоззі Груп»	Сільпо, Фора, Fozzi, Le Silpo, Favore, Thrash!	8,0	5080
3	ТОВ «Метро кеш енд кері Україна»	Metro Cash&Carry, Бери-Вези	12,0	1764
4	ТОВ «Таврія-В»	Таврія-В, Космос	10,5	1029*
5	ТОВ «Омега»	VARUS, VARUS-маркет	10,0	800

* орієнтовні дані

Джерело: GT Partners Ukraine

деяких категорій становила 11,7%. Тоді як, наприклад, у Європі у 2016 році частка ВТМ (private label) склала 31,4% і постійно зростає [11].

Водночас зазначений інструмент всупереч перспективам свого впровадження, супроводжується деякими складнощами співпраці торговельних мереж та місцевих постачальників [12]. Встановлюючи високі стандарти, торговельні мережі з одного боку, сприяють розвитку національних підприємств, але, з іншого, на практиці мережевики висувають власні вимоги та використовують стандарти, які дискримінують місцевих постачальників. Замовлення виробництва ВТМ спрямовується на відносно дрібні та середні виробничі підприємства, в той час як потужні національні виробники залишаються осторонь цих процесів та зіштовхуються зі зростаючою конкуренцією з боку власних брендів торговельних мереж. Окрім цього, зазвичай роздрібні мережі вимагають від виробників додаткову торговельну плату за представлення товару на полицях мережі. Щоправда, представники роздрібногo бізнесу або спростовують заявлене твердження, або ж навпаки наголошують на тому, що дана ініціатива повністю належить самим постачальникам. Задля зайняття лідируючих позицій на полицях мереж деякі товаровиробники особисто пропонують заплатити додаткові бонуси.

Антимонополийний комітет України (АМКУ) неодноразово висував звинувачення торговельним мережам у тому, що вони вимагають від постачальників оплати додаткових послуг, а також значну відстрочку платежу за товар. Комітетом встановлено, що всупереч проконкурентній структурі ринку роздрібногo торгівлі, яка мала б забезпечувати зниження цін (або недопущення їх необґрунтованого зростання) і підвищення якості товарів, фактично ринок діє в режимі суттєвого обмеження конкуренції внаслідок антиконкурентних узгоджених дій його основних учасників. У результаті відбувається необґрунтоване підвищення на 20-30% і більше цін на продовольчі товари, які сплачують кінцеві споживачі [13]. Крім цього, мережі вимагали від товаровиробників оплати товару з відстрочкою, яка могла досягати 120 днів, що являє собою безвідсоткове кредитування компаній за рахунок постачальників [14].

Водночас окреслена проблематика актуальна не лише для українського ринку. Свідченням цьому є спроби її вирішення у міжнародній практиці на глобальному рівні. Так, наприклад, проблемні питання у сфері рітейлу, визначені у записі секретаріату ЮНКТАД від 17.08.2016 «Застосування політики конкуренції в секторі роздрібногo торгівлі: питання конкуренції в системі роздрібногo торгівлі продуктами харчування»

[6]. Згідно з документом, асиметрія влади між постачальниками та роздрібними торговцями призвела до зловживань та недобросовісних практик, які важко подолати законодавством про конкуренцію, і це призвело до прийняття різних регуляторних заходів для запобігання та зупинення ринкової сили супермаркетів від перешкоджання конкуренції та шкоди добробуту споживачів [15]. Записка секретаріату ЮНКТАД визначає спірні питання у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників, найбільш поширені з яких згруповані у рис. 1.

Аналіз та систематизація існуючої міжнародної та вітчизняної практики дозволила нам виокремити найбільш поширені проблеми взаємовідносин між національними постачальниками та роздрібними торговельними мережами через призму маркетингового підходу.

1. Використання стратегії узгодження цін між ключовими операторами ринку, серед яких і зарубіжні (цінова стратегія).

2. Дискримінація вітчизняних постачальників через механізми відстрочки оплати поставленого товару, висування ряду додаткових договірних вимог, зокрема, оплати додаткових послуг, бонусів тощо, а також поступове нарощення міжнародними мережами обсягів власного (прямого) імпорту (збутова стратегія).

3. Маніпулювання асортиментним кошиком соціально значущих продовольчих товарів тощо та агресивне нарощування власних торговельних марок у структурі портфеля брендів та виведення національних торговельних марок (товарна стратегія).

4. Обмеження розвитку дрібногo бізнесу у сфері торгівлі через активну комунікаційну політику у ЗМІ (комунікаційна).

У той же час попри складнощі в роботі з торговельними мережами, українські постачальники прагнуть до налагодження зв'язків з ними, оскільки в результаті такої співпраці товари виробника реалізуються на всій території географічної присутності мережі, що надає широкі можливості для збільшення обсягів продажів та підвищення лояльності споживачів до бренду постачальника [16, с. 49]. Таким чином, не слід нівелювати необхідністю налагодження ефективних взаємовідносин між представниками окремих ланок товароруку. Вирішення окресленої проблеми вимагає регулювання відносин «постачальник – роздрібна мережа» на законодавчому рівні, а також зваженого підходу до розробки стратегії ефективної співпраці між постачальниками та роздрібними мережами.

На нашу думку, нарівні з виваженою регуляторною політикою держави, дієвим інструментом регулювання

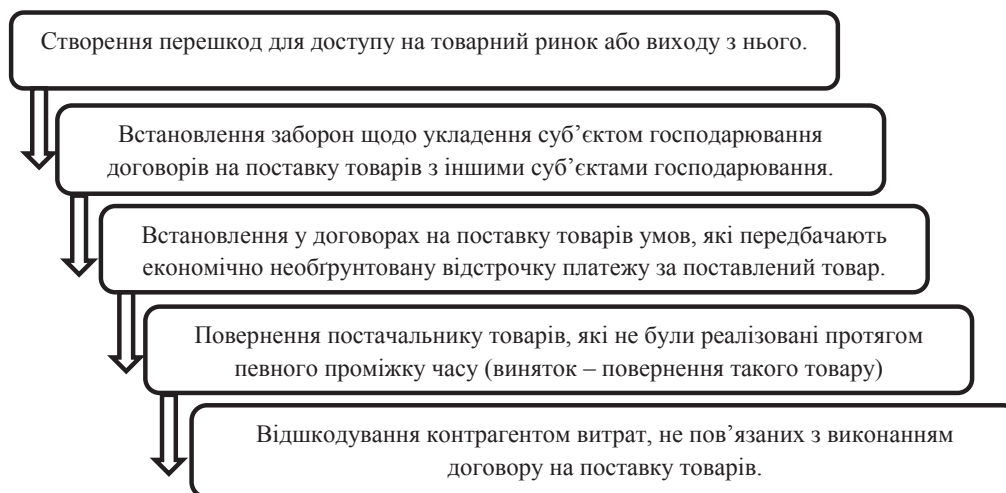


Рис. 1. Проблемні питання у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників

Джерело: складено автором за [15]

взаємовідносин між роздрібними торговельними мережами та вітчизняними постачальниками є суспільна думка споживачів та ділових партнерів, а також суспільних організацій, місцевих об'єднань та ін.

Деякі спроби в цьому напрямі вже зроблено. Свідченням тому є розроблений у 2015 р. Торгово-промисловою палатою України проект Правил професійної етики у сфері взаємовідносин між торговими мережами, що здійснюють свою діяльність з роздрібною торгівлі у неспеціалізованих магазинах переважно продовольчими товарами та постачальниками [17]. Всупереч тому, що документ базується на законодавстві України та ЄС, а також на результатах аналізу впровадження механізмів саморегулювання ринків рітейлу в країнах з розвинутою ринковою економікою, Антимонопольний комітет України зауважив на необхідності деякого доопрацювання проекту Правил в частині розширення розділу про інформаційний обмін між учасниками відносин у роздрібній торгівлі, доповнення поняттям недобросовісних торгових та інформаційних практик, а також загального редагування [18]. Наразі за ініціативи АМКУ триває обговорення даних питань з метою розроблення правил професійної етики у сфері взаємовідносин між торговельними мережами та постачальниками, свідченням цьому є проведена 8 червня

2018 року в Антимонопольному комітеті України робоча зустріч на тему: «Проблемні питання у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері рітейлу» [19].

Висновки. Введення в асортимент роздрібною мережі товарів під ВТМ та ефективно розроблена й імплементована стратегія роздрібного брендингу сприяє зростанню кількості споживачів мережі, посиленню іміджа бренду рітейлера, а також конкурентоспроможності в боротьбі з іншими підприємствами роздрібною торгівлі.

Водночас стратегія роздрібного брендингу торговельних мереж зазвичай супроводжується тиском на постачальників щодо зниження рівня закупівельних цін та нав'язування ряду інших вимог, що породжує проблеми у тій частині каналу розподілу товарів масового споживання, що стосується корпоративних взаємовідносин (B2B). Зазначене потребує детальнішого вивчення зарубіжного досвіду та можливих шляхів подолання конфліктів між роздрібними торговельними мережами та постачальниками, розробки комплексного підходу до управління власними торговельними марками, а також визначення параметрів оцінки ефективності роздрібного брендингу, що визначає перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д. А. Создание сильных брендов ; пер. с англ. М. : Изд. Дом Гребенникова, 2003. 440 с.
2. Ванэкен Б. Бренд-помощь: простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга ; пер. с англ. СПб. : Основа, 2005. 336 с.
3. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент ; пер. с англ. СПб. : Нева, 2004. 286 с.
4. Ромат Е. В., Яцюк Д. В. Бренд-ориентированная реклама: сущность и место в системе коммуникаций бренда. Маркетинг и реклама. 2008. № 5. С. 42–47.
5. Лабурцева О. Ідентичність корпоративного бренду торговельних мереж. Вісник КНТЕУ. 2016. № 5. С. 46–57.
6. Тамберг В. Бадьян А. Составляющие бренда розничной сети. Отдел маркетинга. 2008. № 2. С. 27–30.
7. Шевченко О. Власні торговельні марки проти брендів: розвиток, тенденції, перспективи. Молодий вчений. 2014. № 8(11). С. 56–60.
8. Spinelli P., Giraldo M., Campomar C. (2006) Retail private labels strategies: a case study in a large Brazilian supermarket chain. RAM-revisita de administracao Mackenzie. Vol. 7(4). P. 121-141.
9. Kotler P. (2000) Marketing Management. The Millennium Edition. Prentice Hall: Upper Saddle River.
10. Севрук І. М. Антикризисний маркетинг міжнародних роздрібних FMCG – мереж в Україні. Економіка та держава. 2013. № 12. С. 83–86.

11. Top-5: лидеры среди украинских FMCG-сетей по продажам собственных торговых марок, 2018 р. URL: <http://allretail.ua/topics/56892/>
12. Кудирко Л.П. Маркетингові стратегії європейських роздрібних мереж в Україні. Економічний часопис XXI. 2016. № 158(3-4(2)). С. 43-47.
13. АМКУ закликає взяти участь у врегулюванні проблемних питань розвитку роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту, 2015 р. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/110746>
14. АМКУ підозреває крупнейшие українские торговые сети в ценовом сговоре. URL: <http://allretail.ua/news/33963/>
15. Enforcement of competition policy in the retail sector: Competition issues in the food retail chain. Note by the UNCTAD secretariat, 2016. Retrieved from: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciclpd38_en.pdf
16. Арасланова-Абраменкова А. По ту сторону баррикад. Ритейл. 2012. № 1. С. 48-49.
17. Проект «Правила професійної етики у сфері взаємовідносин між торговими мережами, що здійснюють свою діяльність з роздрібною торгівлю у неспеціалізованих магазинах переважно продовольчими товарами, та постачальниками». URL: <http://www.ucci.org.ua/dnload/EthicsRules170315.pdf>
18. АМКУ сприяє встановленню правил професійної етики між торговими мережами та постачальниками, 2015 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/248034848>
19. В АМКУ обговорили проблемні питання, які виникають у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері ритейлу, 2018 р. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/142247>

References:

1. Aaker, D. A. (2003). *Sozdanie sil'nyh brendov* [Creating strong brands]. M.: Izd. dom Grebennikova, 440 p. [in Russian]
2. Vanjeken, B. (2005). *Brend-pomoshh': prostoe rukovodstvo, kotoroe pomozhet reshit' problemy brendinga* [Brand help: A simple guide to help solve branding problems]. SPb. : Osnova, 336 p. [in Russian]
3. Temporal, P. (2004). *Effektivnyj brend-menedzhment* [Effective brand management]. SPb. : Neva, 286 p. [in Russian]
4. Romat, E. V., Jacjuk, D. V. (2008). Brend-orientirovannaja reklama: sushhnost' i mesto v sisteme kommunikacij brenda [Brand-Oriented Advertising: The Essence and Place in Brand Communication Systems]. *Marketing i reklama – Marketing and advertising*. № 5. P. 42–47. [in Russian]
5. Laburtseva, O. (2016). Identychnist' korporatyvnoho brendu torhovel'nykh merezh [Identity of corporate brand of trading networks]. *Visnyk KNTEU – KNTEU Bulletin*. № 5. P. 46-57. [in Ukrainian]
6. Tamberg, V., Bad'in, A. (2008). Sostavljajushhie brenda roznichnoj seti [Components of the brand retail network]. *Otdel marketinga – Marketing department*. № 2. P. 27–30. [in Russian]
7. Shevchenko, O. (2014). Vlasni torhovel'ni marky proty brendiv: rozvytok, tendentsiyi, perspektyvy [Own trade marks against brands: development, trends, prospects]. *Molodyy vcheny – Young scientist*. No. 8(11). P. 56-60.
8. Spinelli, P., Giraldi, M., Campomar, C. (2006). Retail private labels strategies: a case study in a large Brazilian supermarket chain. *RAM-revisita de administracao Mackenzie*. Vol. 7(4). P. 121-141.
9. Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. The Millennium Edition. Prentice Hall: Upper Saddle River.
10. Sevruk, I.M. (2013). Antykryzovyyi marketynh mizhnarodnykh rozdrubnykh FMCG – merezh v Ukrayini. [Anti-crisis marketing of international retail FMCG-networks in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*. № 12. P. 83-86. [in Ukrainian]
11. Top-5: lidery sredi ukrainskikh FMCG-setey po prodazham sobstvennykh torgovykh marok [Top 5: leaders among Ukrainian FMCG networks for the sale of their own brands] (2018). Retrieved from: <http://allretail.ua/topics/56892/> [in Russian]
12. Kudyрко, L.P. (2016). Marketynhovi stratehiyi yevropeys'kykh rozdrubnykh merezh v Ukrayini. [Marketing Strategies of European Retailers in Ukraine]. *Ekonomichnyy chasopys XXI – Economic Annals-XXI*. No. 158 (3-4 (2)). P. 43-47. [in Ukrainian]
13. АМКУ закликає взяти участь у врегулюванні проблемних питань розвитку роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту [The AMCU encourages participation in addressing the pressing issues of retail commodity development] (2015). Retrieved from: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/en/publish/article/110746> [in Ukrainian]
14. АМКУ підозреває крупнейшие українские торговые сети в сеновом сговоре [The AMCU suspects the largest Ukrainian trading networks in a price collusion]. Retrieved from: <http://allretail.ua/news/33963/> [in Russian]
15. Note by the UNCTAD secretariat (2016). *Enforcement of competition policy in the retail sector: Competition issues in the food retail chain*. Retrieved from: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciclpd38_en.pdf
16. Araslanova-Abramenkova, A. (2012). Po tu storonu barrikad. [On the other side of the barricades]. *Riteyl – Retail*. No 1. P. 48-49. [in Russian]
17. Проект «Правила професійної етики у сфері взаємовідносин між торговими мережами, що здійснюють свою діяльність з роздрібною торгівлю у неспеціалізованих магазинах переважно продовольчими товарами, та постачальниками» [The draft "Rules of Professional Ethics in the Relationship between Retailing Networks in Non-Specialized Stores, Mainly Food Products, and Suppliers"]. Retrieved from: <http://www.ucci.org.ua/dnload/EthicsRules170315.pdf> [in Ukrainian]
18. АМКУ сприяє встановленню правил професійної етики між торговими мережами та постачальниками [The AMCU promotes professional ethics rules between trading networks and suppliers] (2015). Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/248034848> [in Ukrainian]
19. В АМКУ обговорили проблемні питання, які виникають у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері ритейлу [The AMCU discussed the issues raised by the collaboration between retailers and retailers] (2018). Retrieved from: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/en/publish/article/142247> <http://sfs.gov.ua/> [in Ukrainian]

УДК 336.71:658.168.3:001.891

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-13>**Череп О. Г., Павленко А. І.**
Запорізький національний університет**Cherep O., Pavlenko A.**
Zaporizhzhya National University

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТА СТРУКТУРИ САНАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сутність та значення санаційного потенціалу підприємства як інструменту управління оздоровленням підприємства. Доведено, що в сучасних умовах господарювання підприємства повинні максимально використовувати свій потенціал враховуючи в своїй діяльності сучасні наукові методи при формуванні як поточних так і перспективних планів діяльності підприємства. Визначено, що кожен етап розвитку підприємства передбачає реалізацію певного потенціалу підприємства, відповідно на етапі кризи доцільно розглядати такий елемент економічного потенціалу як санаційний потенціал. Стаття присвячена дослідженню актуальних теоретико-методичних і практичних аспектів оцінки та управління санаційною спроможністю промислових підприємств на основі використання їх санаційного потенціалу. Розроблено відповідний методологічний базис для моделювання та прогнозування ймовірності загрози банкрутства підприємств, виявлення їх санаційного потенціалу та прогнозування можливостей відновлення санаційної спроможності. Охарактеризовано сутність і характерні риси санаційної спроможності підприємств. Визначено розширену внутрішню структуру санаційного потенціалу підприємства та розроблено методику його оцінювання. Розроблено механізм фінансового управління санаційною спроможністю підприємств; опрацьовано можливості застосування в Україні зарубіжного досвіду управління санаційною спроможністю, а також представлено прогнозні розрахунки санаційної спроможності для досліджуваних машинобудівних підприємств. Оскільки більшість науковців досліджують санаційний потенціал на основі кількісних і якісних характеристик усіх наявних ресурсів підприємства (фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових, трудових), досліджено основні складові санаційного потенціалу підприємства а саме: виробничий, фінансовий, трудовий, маркетинговий та інвестиційний потенціал. Зазначено, що фінансовий потенціал підприємства займає центральне місце у структурі санаційного потенціалу, оскільки безпосередньо впливає на фінансовий потенціал, передбачає наявність стійкої потенційної фінансової бази підприємства та дозволяє здійснювати безперервну діяльність та досягати стратегічних цілей підприємства. Доведено, що оцінка санаційного потенціалу підприємства дозволяє визначити фактори впливу, що призвели до зниження рівня його окремих елементів та ухвалювати ефективні та дієві управлінські рішення щодо впровадження санаційних заходів, або ліквідації підприємства.

Ключові слова: фінансова криза; фінансова неспроможність; фінансове управління; загроза банкрутства; санація; санаційна спроможність; санаційний потенціал; прогнозування санаційної спроможності; інструментарій відновлення санаційної спроможності.

RESEARCH OF THE ESSENCE AND STRUCTURE OF THE ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

The essence and significance of the rehabilitation potential of the enterprise as a tool for managing the health improvement of the enterprise are investigated. It is proved that in the present economic conditions the enterprises should maximize their potential, taking into account the current scientific methods in the formation of both current and future plans of the enterprise. It is determined that each stage of the enterprise development involves realization of a certain potential of the enterprise, therefore it is expedient to consider such element of economic potential as a remedial potential at the stage of crisis. The article is devoted to the research of actual theoretical and methodological and practical aspects of the assessment and management of the rehabilitation capacity of industrial enterprises on the basis of the use of their rehabilitation potential. An appropriate methodological basis for modeling and forecasting the likelihood of bankruptcy of enterprises, identifying their remedial potential and forecasting the possibility of restoring remedial capacity have been developed. The essence and characteristic features of enterprises' remediation capacity are characterized. The extended internal structure of the enterprise's redevelopment potential has been determined and the methodology for its evaluation has been developed. The mechanism of financial management of enterprises' rehabilitation capacity has been developed; Possibilities of application of foreign experience of management of the rehabilitation capacity in Ukraine are considered, and also the estimated calculations of the rehabilitation capacity for the investigated machine-building enterprises are presented. Since the majority of scientists investigate the rehabilitation potential on the basis of quantitative and qualitative characteristics of all available resources of the enterprise (financial, economic, production, technical, organizational and legal, labor), the basic components of the enterprise's rehabilitation potential are investigated, namely: production, financial, labor, marketing and investment potential. It is stated that the financial potential of the enterprise occupies a central place in the structure of the rehabilitation potential, since it directly affects the financial potential, implies the presence of a stable potential financial base of the enterprise and allows it to carry out continuous activity and achieve the strategic goals of the enterprise. It is proved that the assessment of the rehabilitation potential of the enterprise allows to determine the factors of influence that led to the reduction of the level of its individual elements and to make effective and effective management decisions on the implementation of the rehabilitation measures, or liquidation of the enterprise.

Keywords: financial crisis; financial insolvency; financial management; bankruptcy threat; reorganization; rehabilitation capacity; rehabilitation potential; prediction of rehabilitation capacity; tools for restoration of rehabilitation capacity.

JEL Classification: L22, M20

Постановка проблеми. Потенціал розвитку підприємства є ключовим елементом оцінки його діяльності. В сучасних умовах важливим є не тільки стабільна, безперебійна робота суб'єктів господарювання та виконання планових завдань, але й можливості до розвитку та вдосконалення.

Ринкова система господарювання зумовила значні зміни умов і принципів діяльності підприємств. Незважаючи на позитивні моменти структурної перебудови триває загострення економічних проблем господарювання, серед яких можна виділити: обмеженість фінансових ресурсів та відсутність досвіду управління ними, конфліктність інтересів, нестабільність фінансово-економічних умов господарювання, суб'єктивність визначення пріоритетів розвитку та невідповідність фінансових рішень можливостям підприємств. Таким чином, процес оздоровлення стає для багатьох підприємств необхідною умовою подальшого існування і ефективного функціонування в сучасній трансформаційній ринковій економіці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань комплексного оцінювання санаційного потенціалу та обґрунтованості проведення санації підприємств, що опинилися в кризовому стані підтверджує зарубіжна практика та наукові напрацювання вітчизняних вчених, серед яких К.В. Багацька [1], Т.М. Білоконь [2], І.А. Бланк [3], Р.І. Грешко [4], Л.О. Лігоненко [5], О.В. Манойленко [6], та інші. Окремим аспектам визначення санаційної спроможності підприємства присвячені праці таких науковців як Т.В. Булович [7], Т.В. Донченко [8], О.В. Курінна [9], К.Л. Ларіонова [10], О.А. Ліснічук [11], К.О. Соломянова-Кирильчук [12], С.О. Передерієва [13], О.О. Терещенко [14; 15] та інші. Проте аналіз існуючих підходів до визначення сутності та структурування санаційного потенціалу підприємства свідчить, що жоден з них не є універсальним і не відображає всієї глибини категорії, що досліджується. Крім цього значна частина методів базується на застарілих суто ресурсних підходах до потенціалу підприємства, а питання оцінки санаційного потенціалу залишаються недостатньо дослідженими, що насамперед пов'язано з його складністю і неоднозначністю.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сутності санаційного потенціалу підприємства як складової антикризового управління підприємством. Розглянуто та надано характеристики складовим санаційного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Санація перш за все стосується підприємств, які тимчасово потрапили в скрутне становище і володіють достатнім потенціалом для подальшого розвитку. За умов своєчасного проведення комплексу санаційних заходів вони можуть розрахуватися з боргами та продовжити свою діяльність. Однак за браком належного теоретико-методичного забезпечення санації підприємств, через дефіцит кваліфікованого менеджменту, прогалини у законодавстві, високий динамізм економічних трансформацій господарського комплексу країни й інших суб'єктивних та об'єктивних причин, більшість з потенційно життєздатних підприємств України стають банкрутами [8].

В сучасних умовах, для ефективного функціонування на ринку товарів, робіт та послуг, підприємства в першу чергу повинні максимально використовувати свій

потенціал. Це дозволить підприємствам не лише максимально використовувати свої фінансові можливості а й бути конкурентоспроможними, що є доволі складним завданням в умовах посиленої конкуренції. Відповідно, в своїй діяльності підприємства повинні враховувати науковий метод з метою формування відповідних планів діяльності задля досягнення поставлених цілей.

Потенціал підприємства виступає як сукупна здатність підприємства здійснювати діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого результату за умови альтернатив розвитку підприємства в зовнішньому середовищі функціонування, забезпечення високого ступеня фінансової стійкості і платоспроможності [7].

Слід зазначити, що кожен етап розвитку підприємства так чи інакше пов'язаний з реалізацією певного потенціалу підприємства, що утворюється в результаті якісних перетворень на підприємстві й встановленні нових способів функціонування внаслідок подолання внутрішніх і зовнішніх протиріч, що були причиною виникнення кризи. Отже, дослідження економічного потенціалу підприємства як складного економічного явища можна здійснювати залежно від етапу розвитку підприємства.

Так на етапі кризи доцільно розглядати такий елемент економічного потенціалу як санаційний потенціал, а за умов виходу з кризи та на етапі життєвого циклу «зростання» необхідно говорити про потенціал розвитку підприємства [10].

К.О. Соломянова-Кирильчук [12] і О.О. Терещенко [14] розглядають санаційний потенціал як наявність у підприємства фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових і трудових ресурсів, які обумовлюють вдаль проведення заходів із подолання кризи. Основою санаційного потенціалу виступає стійка позиція підприємства на ринку, наявність реальних можливостей збільшення обсягів реалізації, конкурентних переваг, достатнього виробничого та кадрового потенціалу, реальної та дієвої санаційної концепції. Таким чином, санаційний потенціал спрямований, в першу чергу, на успішне проведення санації підприємства, а не на формування передумов, які б сприяли її попередженню.

Професор О.О. Терещенко виділяє критерії санаційної спроможності, до яких відносить [15] наявність у підприємства ефективною санаційної концепції та потенціалу для майбутньої успішної діяльності, а саме:

- стійкі позиції на ринку та реальні можливості збільшення обсягів реалізації;
- конкурентні переваги;
- виробничий, інноваційний та кадровий потенціали;
- наявність реальної та дієвої санаційної концепції.

Санаційний потенціал залежить від умов і можливостей зростання або зниження ефективності фінансово-економічної діяльності та відображає реальний потенціал підприємства-боржника та його невикористані фінансові можливості [13].

У підприємства, окрім наявних ресурсів і можливостей, в процесі санаційного аудиту можна виявити приховані можливості і резерви, тим самим збільшуючи санаційний потенціал. На думку авторів К.Л. Ларіонова та Т.В. Донченко, під санаційним потенціалом підприємства доцільно розуміти систему фінансових, трудових, виробничих, інноваційних ресурсів, резервів

та наявних і прихованих можливостей їх застосування, що можуть бути використані для формування достатнього рівня санаційної спроможності, яка, в свою чергу, є передумовою проведення ефективної санації. Дане визначення враховує не тільки ресурсний підхід, але й системний і результативний. Системний – показує, що санаційний потенціал є системою ресурсів, можливостей і резервів, що не було враховано в визначеннях інших авторів. А результативний – показує ланцюжок взаємозв'язку між санаційним потенціалом, санаційною спроможністю і кінцевим результатом проведення санації. Дане визначення підтверджує нетотожність таких економічних категорій як санаційний потенціал і санаційна спроможність, але обґрунтовує, що однією з загальних умов санаційної спроможності є наявність у підприємства санаційного потенціалу [10].

До основних складових санаційного потенціалу підприємств промислової галузі відносять: виробничий, фінансовий, трудовий, маркетинговий та інвестиційний потенціал (рис. 1).

Центральним і одним із головних елементів у структурі санаційного потенціалу підприємства є фінансовий потенціал. Від рівня використання фінансового потенціалу підприємства буде безпосередньо залежити рівень використання санаційного потенціалу. За своєю суттю фінансовий потенціал визначається як сукупність перспективних і наявних можливостей у підприємства з мобілізації власних фінансових ресурсів, а при необхідності і запозичених, їх розподілу і використанню з метою забезпечення ефективної та безперервної діяльності підприємства і досягнення його стратегічних цілей.

Фінансовий потенціал характеризується стійкою платіжною готовністю, достатньою забезпеченістю власними оборотними засобами та ефективним їх використанням з господарською доцільністю, чіткою організацією розрахунків, наявністю стійкої фінансової бази. Фінансовий стан підприємства може бути нестійким у випадку неефективного розміщення коштів, їх іммобілізації, простроченої заборгованості перед бюджетом, постачальниками, банком, а також недостатньої стійкості потенційної фінансової бази, що пов'язано з несприятливими тенденціями у виробництві [9].

Якщо розглядати виробничий потенціал, то слід зазначити, що він представлений сукупністю факторів виробництва, а саме ресурсних, технічних і технологічних. Зазначені фактори виробництва визначають реальний обсяг продукції та послуг, які здатне надати підприємство за умови їх ефективного використання. Відповідно, характеризуючи дану складову санаційного потенціалу, в першу чергу проводять комплексний аналіз стану та рівня матеріально-технічного забезпечення підприємства, його можливості та доцільності. Також необхідно проаналізувати обсяги виробництва та ефективність використання виробничих активів, розглянути частку активів у загальній сукупності активів, які задіяні у виробництві та наданні послуг та відповідно приносять доходи підприємству. Оскільки від стану забезпечення та якості виробничих активів підприємства залежить ефективність не лише поточної господарської діяльності підприємства а можливість розробки нових видів продукції та послуг, що відіграє важливу роль, дозволяючи підприємству мати певні конкурентні переваги на ринку товарів та послуг.



Рис. 1. Основні складові санаційного потенціалу підприємств [5]

Інвестиційний потенціал підприємства передбачає постійне розширення залучення коштів в інвестиційні проекти та інвестиційну діяльність підприємства. Збільшення обсягів виробництва, оновлення та якісне покращення виробничого потенціалу, необоротних активів підприємства, удосконалення технологічного процесу виробництва та його обслуговування, має безпосередній вплив на зростання економічного потенціалу та відповідно збільшенню ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Маркетинговий потенціал це сукупність наявних у підприємства характеристик, що пов'язані з реалізацією, просуванням, зміною існуючої номенклатури продукції в умовах ринку, для забезпечення доходу компанії та досягнення її стратегічних цілей. Ця складова санаційного потенціалу є дуже важливою, адже формує цілі та завдання для інших елементів потенціалу підприємства [10].

Трудовий потенціал – це поєднання оптимального укладу системи взаємодії між кадрами підприємства та наявності у них сукупності здатностей та можливостей, яке забезпечує нормальне функціонування підприємства і досягнення його стратегічних цілей. Варто акцентувати увагу на тому, що трудовий потенціал охоплює не лише людську складову (робочий і керівний

персонал), але й інфраструктурну складову (організаційна структура, інформаційні потоки, стиль керівництва компанією тощо) [11].

Таким чином, оцінка санаційного потенціалу підприємства є дієвим інструментом, за допомогою якого можна визначити стан неплатоспроможності підприємства та його здатність не лише подолати кризу, визначити фактори впливу, що призвели до зниження рівня його окремих елементів а й запобігати настанню кризових явищ. Здійснюючи оцінку рівня санаційного потенціалу керівництво підприємства зможе ухвалювати ефективні та дієві управлінські рішення або щодо впровадження санаційних заходів та визначення оптимальних стратегічних напрямів оздоровлення підприємства, або щодо його ліквідації.

Висновки. Санаційний потенціал є частиною антикризового потенціалу підприємства та характеризує його здатність відновлювати стійку і прибуткову діяльність в умовах різкого загострення кризових явищ. До основних складових санаційного потенціалу підприємства відносять: виробничий, фінансовий, трудовий, маркетинговий та інвестиційний потенціал. Відповідно, санаційний потенціал необхідно розглядати як поточну оцінку здатності підприємства до виживання та ефективного розвитку в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Багацька К. В. Фінансовий механізм санації підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг та кредит». Д., 2006. 20 с.
2. Білоконь Т. М. Санація підприємств: організаційно-економічний механізм: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 152 с.
3. Бланк І. А. Антикризове фінансове управління підприємством. Київ: Ельга, Ніка-Центр, 2006. 672 с.
4. Грешко Р. І. Фінансова санація промислових підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук. 08.00.08. Тернопільськ. нац. екон. ун-т. Тернопіль, 2008. 20 с.
5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. Київ: КНЕУ, 2001. 580 с.
6. Манойленко О. В. Підходи до оцінки санаційного потенціалу тимчасово неплатоспроможних суб'єктів господарювання. *Економіка та держава*. 2006. № 1. С. 60-63.
7. Булович Т.В. Санаційний потенціал як передумова виживання підприємства. *Сталий розвиток України*. 2010. № 2. С. 64–68.
8. Донченко Т. В. Теоретичні основи санації підприємств: сутність та функції. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2013. № 3. С. 124–132.
9. Курінна О.В. Теоретичні аспекти управління фінансовим потенціалом підприємств. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. 2014. Вип. 1. С. 161–171.
10. Ларіонова К.Л., Донченко Т.В. Механізм управління санацією підприємств : монографія. Хмельницький : ФОП Мельник А.А., 2016. 244 с.
11. Ліснічук О.А. Розрахунок санаційного потенціалу підприємства: зарубіжний досвід та вітчизняна практика. *Інноваційна економіка*. 2012. №5(31). С. 51–56.
12. Соломянова-Кирильчук К.О. Санаційний потенціал, як ключова категорія кризового менеджменту. *Економіка, фінанси, право*. 2008. № 4. С. 20–23.
13. Пердерієва С.О. Критерії оцінки санаційного потенціалу підприємства-боржника. *Економічний аналіз*. 2011. Вип. 9. Ч. 3. С. 233–236.
14. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. Київ: КНЕУ, 2008. 272 с.
15. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2004. 412 с.

References:

1. Bagacka K. V. (2006) Finansovij mehanizm sanaciyi pidpriemstva: avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: spec. 08.04.01 «Finansi, groshovij obig ta kredit [in Ukrainian].
2. Bilokon T. M. (2010) Sanaciya pidpriemstv: organizacijno-ekonomichnij mehanizm: monografiya. Vinnicya: VNTU [in Ukrainian].
3. Blank I. A. (2006) Antikrizove finansove upravlinnya pidpriemstvom. Kiyiv: Elga, Nika-Centr [in Ukrainian].
4. Greshko R. I. (2008) Finansova sanaciya promislivih pidpriemstv: avtoref. dis. kand. ekon. nauk. 08.00.08. Ternopilsk. nac. ekon. un-t. Ternopil [in Ukrainian].
5. Ligonenko L. O. (2001) Antikrizove upravlinnya pidpriemstvom: teoretiko-metodologichni zasadi ta praktichnij instrumentarij. Kiyiv: KNEU [in Ukrainian].
6. Manojlenko O. V. (2006) Pidhodi do ocinki sanacijnogo potencialu timchasovo neplatospromozhnih sub'yektiv gospodaryuvannya. *Ekonomika ta derzhava* [in Ukrainian].

7. Bulovich T.V. (2010) Sanacijnij potencial yak peredumova vizhivannya pidpriyemstva. *Stalij rozvitok Ukraini* [in Ukrainian].
8. Donchenko T. V. (2013) Teoretichni osnovi sanaciyi pidpriyemstv: sutnist ta funkciyi. *Visnik Zhitomirskogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu* [in Ukrainian].
9. Kurinna O.V. (2014) Teoretichni aspekti upravlinnya finansovim potencialom pidpriyemstv. *Naukovij visnik Akademiyi municipalnogo upravlinnya* [in Ukrainian].
10. Larionova K.L., Donchenko T.V. (2016) *Mehanizm upravlinnya sanaciyeyu pidpriyemstv : monografiya*. Hmelnickij : FOP Melnik A.A. [in Ukrainian].
11. Lisnichuk O.A. (2012) Rozrahunok sanacijnogo potencialu pidpriyemstva: zarubizhnij dosvid ta vitchiznyana praktika. *Innovacijna ekonomika* [in Ukrainian].
12. Solomyanova-Kirilchuk K.O. (2008) Sanacijnij potencial, yak klyuchova kategoriya krizovogo menedzhmentu. *Ekonomika, finansi, pravo* [in Ukrainian].
13. Pyeryedyeriyeva S.O. (2011) Kriteriyi ocinki sanacijnogo potencialu pidpriyemstva-borzhnika. *Ekonomichnij analiz* [in Ukrainian].
14. Tereshenko O.O. (2008) Antikrizove finansove upravlinnya na pidpriyemstvi: monografiya. Kiyiv: KNEU [in Ukrainian].
15. Tereshenko O.O. (2004) Finansova sanaciya ta bankrutstvo pidpriyemstv: navch. posibnik. Kiyiv : KNEU [in Ukrainian].

УДК 631.11:339.137.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-14>

Щербина В. В.

Державний університет телекомунікацій

Shcherbina V.

State University of Telecommunications

ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено теоретичні основи формування конкурентних переваг як комбінацію факторів успіху, які забезпечують підприємству вибір моделі економічного розвитку та напрямки активної взаємодії із зовнішнім середовищем. Запропоновано авторське визначення змісту поняття «конкурентна перевага» підприємств сфери телекомунікацій. Визначено ключові фактори (перевага в економічних ресурсах, перевага в якості послуг, перевага в компетенціях працівників підприємства), які будуть забезпечувати конкурентні переваги телекомунікаційним підприємствам з урахуванням їх галузевих особливостей. Проведено уточнення змістовного наповнення ключових факторів, які формують конкурентні переваги підприємствам телекомунікаційної галузі, за джерелами виникнення (внутрішні та зовнішні). Розглянута стратегічна спрямованість подальшого розвитку телекомунікаційних підприємств в Україні та з'ясовані проблеми їх низької конкурентоспроможності. Досліджено підходи до формування конкурентних переваг за конкурентними стратегіями, які здатні забезпечити успіх підприємства у довгостроковій перспективі. Обгрунтовано вибір стратегій формування конкурентних переваг підприємств в галузі телекомунікацій за ринковим та ресурсним підходом. У рамках цього підходу для підвищення рівня конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства доцільно застосовувати стратегії диверсифікації (горизонтальної, конгломеративної, міжнародної), які є ефективним інструментом управління ризиками в умовах жорсткої конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг. До основних стратегій формування конкурентних переваг за ресурсним підходом, які доцільно використовувати в діяльності телекомунікаційного підприємства запропоновано відносити: фінансово-інвестиційну; технологічну; соціальну; інтеграційну; управлінську. Доведено, що ресурсна концепція підприємства має бути присутня у всіх стратегічних розробках з урахуванням значення нематеріальних ключових компетенцій працівників в досягненні стабільності та успіху підприємства відносно його конкурентів.

Ключові слова: конкурентна перевага, класифікація, фактори, стратегія, ресурси, розвиток, конкуренція, телекомунікаційне підприємство.

SUBSTANTIATION OF STRATEGIES FOR FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF TELECOMMUNICATIONS

The theoretical foundations of the formation of competitive advantages as a combination of success factors that provide the company with a choice of a model of economic development and the direction of active interaction with the external environment are investigated. The author's definition of the content of the concept of "competitive advantage" of telecommunication enterprises. Identified key factors (an advantage in economic resources, an advantage in the quality of services, an advantage in the competencies of employees) that will provide competitive advantages to telecommunications enterprises, taking into account their industry characteristics. The content of the key factors forming the competitive advantages for the telecommunications industry enterprises was clarified by the sources of occurrence (internal and external). The strategic direction of the further development of telecommunication companies in Ukraine is considered and the problems of their low competitiveness are clarified. The approaches to the formation of competitive advantages over competitive strategies that are able to ensure the success of the enterprise in the long term are investigated. The choice of strategies for the formation of competitive advantages of enterprises in the field of telecommunications by a market and resource approach is justified. Within the framework of this approach, in order to increase the competitiveness of a telecommunications company, it is advisable to apply diversification strategies (horizontal, conglomerative, international), which are an effective risk management tool in the face of fierce competition in the telecommunications services market. The main strategies for creating competitive advantages with a resource approach, which are advisable to use in the activities of a telecommunications company, are proposed to include: financial and investment; technological; social; integration; managerial. It is proved that the resource concept of the enterprise should be present in all strategic developments, taking into account the importance of the intangible key competencies of employees in achieving stability and success of the enterprise relative to its competitors.

Keywords: competitive advantage, classification, factors, strategy, resources, development, competition, telecommunication enterprise.

JEL Classification: L21, L82

Актуальність проблеми. Вже стає тенденцією в економіці розвинених країн неспинне зростання частки телекомунікаційних послуг у структурі валового внутрішнього продукту. Розвиток телекомунікаційної галузі в Україні відбувається під впливом складних і суперечливих процесів глобалізації бізнесу, обмеженості ресурсів, прискоренні технологічних нововведень, зміни підходів до системи управління підприємством

та алгоритмів прийняття управлінських рішень. Ефективним інструментом управління діяльністю телекомунікаційних підприємств, який здатний забезпечувати реалізацію завдань та пріоритетів економічного розвитку під впливом змін макроекономічного характеру та ринкової кон'юнктури, виступають стратегії формування конкурентних переваг. Усе це вимагає пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємств за рахунок

обґрунтування заходів впровадження стратегій формування конкурентних переваг на підприємствах телекомунікаційної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням обґрунтування стратегій формування конкурентних переваг присвячена значна кількість наукових праць. Найбільш відомим у світі спеціалістом у рамках конкурентних стратегій на рівні підприємства є американський вчений-економіст М. Портер [1]. Також серед найбільш видатних праць слід вказати роботи А. Чандлера "Стратегія та структура", І. Ансоффа "Корпоративна стратегія" [2; 3] та Мінцберга [4] «Стратегічний процес».

Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічного забезпечення обґрунтування стратегій формування конкурентних переваг зробили відомі українські вчені: Л. Балабанова [5], Т. Хміль [6], О. Віханський [7], Б. Мізюк [8].

Вивченням різноманітних аспектів розвитку ринку телекомунікацій в Україні та дослідження процесів створення й реалізації конкурентних стратегій телекомунікаційних підприємств, займалися такі вчені, як В. Гранатуров [9], Н. Хрущ [10], Н. Князева [11], Л. Беркман [12], О. Гудзь, Л. Лазоренко [13], О. Виноградова, Н. Євтушенко [14], С. Легомінова [15].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень у цьому напрямку, не уточнено змістовні характеристики конкурентних переваг та стратегій в сфері телекомунікацій, недостатньо вирішеним залишається питання формування універсального набору конкурентних переваг підприємств телекомунікаційної галузі та обґрунтування їх стратегічної цілеспрямованості в сучасних умовах.

Метою дослідження є уточнення змісту поняття «конкурентна перевага» для підприємств сфери телекомунікацій, деталізація їх змістовного наповнення за ключовими факторами, а також синтез сутності вагомих стратегій формування конкурентних переваг телекомунікаційних підприємств як науково-теоретичного підґрунтя для розробки методичних підходів з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Вклад основного матеріалу дослідження. Основою успіху діяльності будь-якого підприємства в умовах невизначеності та підвищеної конкурентоспроможності є набір чинників, які допомагають підприємству отримати переваги на ринку відносно конкурентів, та які іменують конкурентними перевагами. При цьому, вченими по-різному трактується зміст цього поняття, зокрема, під «конкурентною перевагою» розуміють:

– *особливості чи властивості*, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами. Така перевага визначається порівнянням із найкращими (найбільш безпечними, пріоритетними) конкурентами (Жан-Жак Ламбен) [16, с. 368-369];

– *фактор або комбінація факторів (ключові фактори успіху)*, які роблять діяльність організації більш успішною в порівнянні з конкурентами в конкурентному середовищі і не може бути легко повторена конкурентами (З. Шацька, О. Короб) [17, с. 176];

– *прояв переваги над конкурентами* в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу) (Г. Азоев, А. Челенков) [18, с. 48];

– *рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів* [19, с. 34].

Проведене дослідження поняття «конкурентна перевага» дозволяє припустити, що реалізація його сутності відбувається в умовах наявної конкуренції на ринку через прояв конкурентного потенціалу підприємства в будь-якій галузі діяльності. Тож пропонується **конкурентні переваги підприємства** розуміти як набір складових (чинників або комбінацію чинників, переваг, особливостей чи властивостей, умови ефективного використання), які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.

На сьогодні існує багато думок щодо складових набору конкурентних переваг підприємства. Проте у класичному варіанті Жан-Жак Ламбен виділяє три групи факторів, які забезпечують конкурентну перевагу [16, с. 369-373]: 1) *відмінна якість*, що являє собою підвищену цінність для покупців за рахунок зменшення їх затрат або за рахунок підвищення ефективності товару; 2) *витрати підприємства* менші за рахунок високої продуктивності праці; 3) *ключові компетенції працівників підприємства* – особливий навички чи новітні технології, які створюють унікальну цінність для споживачів.

Протягом останніх років значну роль у соціально-економічному розвитку України відіграють інноваційно орієнтовані галузі, серед яких відзначається галузь телекомунікацій, яка є з'єднувальною ланкою як промислової сфери, сфери послуг і споживачів, так і різних географічно розрізнених частин країни та економічних центрів, види послуг якої включають фіксований телефонний та рухомий (мобільний) зв'язок, фіксований доступ до мережі Інтернет, трансляція теле- та радіопрограм, супутниковий зв'язок.

Якщо враховувати особливості діяльності підприємств телекомунікаційної галузі, яка відбувається між провайдером (суб'єктами господарювання, тісно взаємодіючих між собою в процесі організації основних виробничих процесів), що виконують функції по переробці і надання контенту, і операторів зв'язку, які здійснюють передачу інформації, то можна визначити власний погляд на зміст поняття «конкурентна перевага».

Пропонуємо розглядати **конкурентну перевагу підприємств сфери телекомунікацій** як комбінацію факторів, які забезпечують перевагу телекомунікаційному підприємству в економічній, організаційній та технічній сферах діяльності відносно конкурентів, що зумовлює вибір моделі економічного розвитку та напрямки активної взаємодії цього підприємства із зовнішнім середовищем з врахуванням специфіки галузі телекомунікацій.

Відповідно до визначення змісту поняття «конкурентна перевага», **конкурентоспроможність телекомунікаційного підприємства** буде забезпечуватися наявністю наступної комбінації факторів: 1) перевага в економічних ресурсах (праці, капіталі та підприємницькій спроможності [20]), за допомогою яких підприємство може досягти мети й одержати очікуваний результат; 2) перевага в якості наданих телекомунікаційних послуг, що забезпечить затребуваність цих послуг на ринку послуг та сприятиме розширенню зони покриття й мережі, вплине на формування лояльності клієнтів; 3) перевага в компетенціях працівни-

ків підприємства (умінні, досвіді), що позначиться на ефективності роботи всіх функціональних підрозділів відповідно до впровадження інноваційних заходів.

Формування конкурентних переваг підприємств телекомунікаційної галузі відбувається під впливом певних компонентів зовнішнього та внутрішнього середовища. Проведемо уточнення інформації про змістове наповнення конкурентних переваг телекомунікаційних підприємств за джерелами виникнення (табл. 1).

Проведена деталізація змістовного наповнення конкурентних переваг підприємств телекомунікаційної сфери буде сприяти формуванню стійких конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, що дозволить підтримувати рівень конкуренції телекомунікаційних підприємств. У загальному розумінні конкуренція розглядається як економічний важіль стимулювання виробництва і підвищення якості продукції, пристосування її до потреб споживачів, та як одна з об'єктивних умов функціонування і розвитку компанії [23, с. 154].

Сучасний стан телекомунікаційного ринку характеризується як ринок динамічного розвитку з високим рівнем конкуренції. Відповідно до вирішення цього питання та збереження конкурентних позицій телекомунікаційних підприємств, Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, стратегічними напрямками розвитку були визнані наступні [24, с. 8]:

- продовження розгортання телекомунікаційних мереж рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління (4G) із застосуванням радіотехнології «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ» в смугах радіочастот 1800 МГц та 2600 МГц;

- активізація процесу впровадження на телекомунікаційних мережах рухомого (мобільного) зв'язку України послуги із перенесення абонентських номерів;

- розпочато процес створення умов для запровадження конвергентних рішень щодо спільного використання фрагментів мереж фіксованого і рухомого (мобільного) зв'язку;

- створення умов для реконструкції та оптимізації телекомунікаційних мереж, шляхом використання сучасного високопродуктивного комутаційного обладнання, здатного обслуговувати декілька зон нумерації;

- підвищення попиту споживачів на конвергентні телекомунікаційні послуги, послуги міжмашинної взаємодії (machine-to-machine, M2M) та послуги Інтернету речей (Internet of Things, IoT);

- розпочато процес законодавчого врегулювання питання щодо забезпечення з'єднання головних управлінь Національної поліції України з телекомунікаційними мережами загального користування на рівні обласних центрів;

- забезпечення підготовки та використання телекомунікаційних мереж України в умовах воєнного стану;

- виконання заходів з побудови Національного центру оперативно-технічного управління мережами телекомунікацій України.

Однак, не зважаючи на стратегічну спрямованість діяльності підприємств телекомунікаційної галузі, існують проблеми щодо підвищення рівня їх конкурентоспроможності, які представлені автором за групами:

- *інституційні*: відсутність державних стимулів до підвищення якості телекомунікаційних послуг, їх асортименту, впровадження інновацій;

Таблиця 1

Конкурентні переваги підприємств телекомунікаційної галузі за джерелами виникнення

Конкурентні переваги за ключовими факторами	Конкурентні переваги телекомунікаційних підприємств за джерелами виникнення	
	внутрішні	зовнішні
перевага в економічних ресурсах:	економічні – наявність джерел фінансування, виробничих фондів, запасів	цінові – проведення цінової політики на телекомунікаційні послуги відповідно до їх соціальної спрямованості; збутові – формування портфелю замовлень на телекомунікаційні послуги, виявлення каналів та способів розповсюдження інформації про них;
	технологічні – застосування технологічних процесів	технічні – представлення споживачеві технічних характеристик про телекомунікаційні послуги;
	організаційні – створення структурованої організаційної структури із застосуванням елементів корпоративної культури	інформаційні – діюча система збору та обробки даних про стан та тенденції розвитку ринку телекомунікацій, поведінку споживачів, конкурентів та інших господарюючих суб'єктів;
перевага в якості	якісні – впровадження систем сертифікації якості телекомунікаційних послуг	інституційні – перегляд умов сертифікації якості телекомунікаційних послуг на законодавчому рівні;
		сервісні – визначення рівня якості телекомунікаційних послуг за оцінками споживачів;
		іміджеві – формування загального уявлення у споживачів про телекомунікаційне підприємство та його послуги;
перевага в компетенціях працівників	управлінські – формування ефективної системи менеджменту;	поведінкові – розповсюдження корпоративної культури та головної місії підприємства серед працівників;
	компетентнісні – наявність у працівників знань та навичок професійності, майстерності, активності, творчості, готовності до змін	

Джерело: побудовано автором за [21, с. 176-177; 22]

– *економічні*: значні матеріальні витрати на телекомунікаційні послуги, фізичний та моральний знос їх виробничих фондів та технологічних процесів;

– *організаційні*: недостатній рівень кваліфікації працівників телекомунікаційних підприємств;

– *технологічні*: неготовність керівників телекомунікаційних підприємств проводити технологічне переоснащення, освоєння сучасних технологій та сертифікації систем управління якістю;

– *ринкові*: недостатнє усвідомлення постачальників телекомунікаційних послуг конкурентних переваг за джерелами виникнення, особливо, зовнішніх.

Вважаємо, що рівень затребуваності телекомунікаційних послуг на ринку за стійкими конкурентними перевагами безпосередньо може впливати на вдосконалення системи управління підприємствами телекомунікаційної галузі на всіх рівнях та забезпечувати керуючі системи необхідним обсягом інформації, сприяти оперативному прийняттю управлінських рішень відповідно до стратегій формування конкурентних переваг.

Виділяють два підходи до формування конкурентних переваг за конкурентними стратегіями, що забезпечують ринкову і ресурсну орієнтацію підприємства у стратегічній перспективі.

За першим підходом, прихильники *ринкової орієнтації* доводять, що стратегічний успіх підприємства залежить від двох змінних: привабливості галузі, в якій конкурують підприємства та конкурентної позиції підприємства в цій галузі. Приваблива конкурентна позиція підприємства впливає на володіння конкурентною перевагою в рамках деяких можливостей, що включають в себе: створення нового продукту і вибір споживчих сегментів, які обслуговуються; географічне розташування підприємства; ступінь вертикальної інтеграції і диверсифікації підприємства.

Основними стратегіями ринкової орієнтації визначені [25, с. 76]:

– стратегія лідерства за витратами (характеризується досягненням найменших витрат в галузі за рахунок ефекту економії на масштабах, створення «спрощеного товару (послуги)», застосування дешевих матеріально-технічних та трудових ресурсів, використання спрощеної організаційної структури);

– стратегія фокусування (проявляється у процесі спеціалізації та концентрації діяльності з урахуванням вимог певного сегменту без орієнтації на весь ринок);

– стратегія диференціації продукції (послуг) (позначається у ході створення ринкової позиції підприємства, відмінної від конкурентів за рахунок таких джерел як: упаковки товару (послуги), сервісу, іміджу, персоналу).

На думку прихильників другого підходу – ресурсного, чітка орієнтація на ринки збуту не є сама по собі гарантією успіху і довготривалого положення підприємства на ринку [26]. Наголошується, що ринково-орієнтований підхід недостатньо враховує організаційні, управлінські та соціальні фактори поведінки підприємства у стратегічній орієнтації, зокрема, організаційну структуру підприємства, соціальні аспекти управління, ресурсозабезпечення і поведінку персоналу, який безпосередньо бере участь в реалізації стратегії.

На відміну від ринкового підходу, ресурсний підхід базується на твердженні, що ринкове становище підприємства визначається його ресурсним потенціалом. В рамках цього підходу конкурентоспроможність під-

приємства в довгостроковій перспективі залежить від правильного вибору ресурсів та здатності ефективно користуватися комбінації ресурсів відносно конкурентів. Особлива увага приділяється фактору часу, який може грати вирішальну роль в досягненні конкурентного успіху, особливо у високотехнологічних галузях.

Ресурсний підхід до обґрунтування стратегії формування конкурентних переваг базується на тому розумінні, що – це спеціальна стратегія, основною метою якої є врахування всіх вимог продуктових і фінансових стратегій при забезпеченні підприємства сировиною, матеріалами, паливом, запчастинами, обладнанням, трудовими, фінансовими та інноваційними ресурсами [27, с. 467-468].

Вищезазначене дозволяє нам зробити висновок, що ресурсно-орієнтований підхід до обґрунтування вибору стратегій формування конкурентних переваг не повинен розглядатися в якості альтернативи ринковим, тому що не може бути відділений від інших структурних складових конкурентної переваги, які включають в себе масштаб діяльності, спеціалізацію, оптимальну ступінь інтеграції тощо. Цінність ресурсів проявляється тільки в контексті здійснення певних видів діяльності у процесі формування конкурентних переваг. При цьому конкурентна цінність ресурсів може збільшуватися і зменшуватися за допомогою змін в технології, поведінці конкурента або вимог споживачів.

Проведене дослідження дозволяє запропонувати для підприємств телекомунікаційної галузі, у першу чергу, використовувати стратегії формування конкурентних переваг за ринковим підходом, що допоможе їм обрати привабливу конкурентну позицію в рамках власних можливостей у межах обслуговуючих споживчих сегментів з наданням телекомунікаційних послуг та проведення заходів диверсифікації. У рамках цього підходу для підвищення рівня конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства доцільно застосовувати стратегії диверсифікації:

1) *стратегія горизонтальної диверсифікації*, яка припускає розробку нових послуг підприємства у сфері телекомунікацій, які будуть затребуваними клієнтами у даному сегменті ринку. Ця стратегія базується на наявному рівні продажів і технологій надання послуг відносно ризиків, які в цьому випадку знижуються за рахунок підвищення асортименту послуг.

2) *стратегія конгломеративної диверсифікації*, в основі якої передбачається ведення двох абсолютно незалежних напрямків діяльності телекомунікаційного підприємства, що не поліпшують діяльність один одного, а виводять підприємство на нові сегменти ринку послуг. По факту це вкладення поточного прибутку телекомунікаційного підприємства в нові перспективні технологічні напрямки, за рахунок яких можна поліпшити поточні телекомунікаційні послуги. Недоліками такої стратегії диверсифікації є необхідність виділення значних ресурсів на розвиток нового напрямку діяльності та інвестицій, які можуть не окутитися при незадовільній роботі менеджерів.

3) *стратегія міжнародної диверсифікації*, яка є одним з головних стратегічних шляхів диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства, враховуючи особливості ведення його діяльності. До неї переходять тоді, коли диверсифікація на національному рівні повністю завершена. Даний процес вимагає висо-

ких управлінських компетенцій і правильно вибудовану структуру управління. Телекомунікаційне підприємство повинно розробити маркетингову стратегію не тільки для кожного бізнесу, а й для кожної країни з урахуванням національних і регіональних особливостей ринку і моделі споживання продукту. Використовуючи правильно стратегію міжнародної диверсифікації, телекомунікаційне підприємство може отримати значний ефект масштабу виробництва, доступ до рідкісних і цінних ресурсів, максимально використовувати свої ресурси і знижувати ризики стагнації і спаду продажів.

Вважаємо, що стратегії диверсифікації є ефективним інструментом управління ризиками в умовах жорсткої конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг, що допоможе визначити і розвинути додаткові напрямки діяльності телекомунікаційних підприємств без додаткового фінансування.

У той же час зв'язок між ресурсами і видами діяльності телекомунікаційного підприємства є більш фундаментальним, де ресурси займають властиву їм проміжну позицію в ланцюжку причинності. Ресурси телекомунікаційного підприємства виникають у результаті здійснення різноманітних видів діяльності протягом часу (нематеріальні ресурси), або за допомогою придбання на ринку, або деякої комбінації цих двох способів. Зазначені способи відображають пріоритет управлінського вибору стратегій формування конкурентних переваг за ресурсним підходом. До основних стратегій формування конкурентних переваг за ресурсним підходом, які доцільно використовувати в діяльності телекомунікаційного підприємства запропоновано відносити: 1) фінансово-інвестиційну; 2) технологічну; 3) соціальну; 4) інтеграційну; 5) управлінську.

Телекомунікаційні підприємства акумулюють зовнішні і внутрішні ресурси внаслідок реалізації в

минулому різних стратегій і зміни видів діяльності. При цьому самі ресурси займають проміжне положення між діяльністю підприємства і його конкурентною перевагою. Тобто, ресурсна концепція підприємства має бути присутня у всіх стратегічних розробках, проте при цьому не слід ігнорувати роль і значення нематеріальних ключових компетенцій в досягненні стабільності та успіху підприємства відносно його конкурентів.

Висновки. У ході дослідження теоретичних основ формування конкурентних переваг запропоновано авторське визначення змісту поняття «конкурентна перевага» підприємств сфери телекомунікацій як комбінацію факторів, які забезпечують перевагу телекомунікаційному підприємству в економічній, організаційній та технічній сферах діяльності відносно конкурентів, що зумовлює вибір моделі економічного розвитку та напрямки активної взаємодії цього підприємства із зовнішнім середовищем з врахуванням специфіки галузі телекомунікацій. Визначено ключові фактори, які забезпечують конкурентну перевагу цим підприємствам, та наведена стратегічна спрямованість подальшого розвитку телекомунікаційних підприємств в Україні відповідно до проблеми їхньої низької конкурентоспроможності.

З метою поліпшення діяльності телекомунікаційних підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності запропоновано, у першу чергу, використовувати стратегії формування конкурентних переваг за ринковим підходом, зокрема, стратегію горизонтальної диверсифікації; стратегію конгломеративної диверсифікації; стратегію міжнародної диверсифікації. До основних стратегій формування конкурентних переваг за ресурсним підходом, доцільно відносити: фінансово-інвестиційну; технологічну; соціальну; інтеграційну; управлінську.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкуренція. К.: Вільямс, 2000. 495 с.
2. Ансофф І. Стратегический менеджмент. СПб.: Питер, 2009. 344с.
3. Ансофф І. Нова корпоративна стратегія: (пер. з англ.). СПб.: Питер, 1999. 416 с.
4. Минцберг Г. Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс: пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
5. Балабанова Л. В., Крутушка О. В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. 179 с.
6. Хміль Т. М., Василик С. К., Шишмарева Л. О. Стратегический менеджмент: учебное пособие. Х.: ИД "ИНЖЭК", 2004. 136 с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник: 2-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 2003. 296 с.
8. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: підручник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Львів: Магнолія, 2006. 392 с.
9. Гранатуров В.М., Воробієнко С.П. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: монографія. К.: Освіта України, 2009. 254 с.
10. Хрущ Н.А., Желіховська М.В. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації. К.: Освіта України, 2010. 328 с.
11. Князева Н.О., Князева О.А. Методичні підходи до вибору тарифних стратегій в сфері надання послуг поштового зв'язку. Міжнародний науковий журнал: *Механізми регулювання економіки*, Суми, 2011. № 3. С. 78-88.
12. Беркман Л. Н., Кривуца В. Г., Тольюпа С. В. Інфокомунікаційні мережі нового покоління : монографія. Київ : ДУКТ, 2012. 286 с.
13. Гудзь О. Є., Лазоренко Л. В. Ресурсне забезпечення соціально-економічного розвитку діяльності підприємств зв'язку. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*: збірник наук. праць. Київ: ДУТ, 2017. № 1(19). С. 5–11.
14. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Маркетингові інновації і телекомунікації: конвергенція послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*: збірник наук. праць. Київ: ДУТ, 2019. № 1(27). С. 26–32.
15. Легамінова С.В. Визначення довгострокових трендів розвитку високого конкурентного статусу підприємств на основі використання нематеріальних ресурсів. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*: збірник наук. праць. Київ: ДУТ, 2017. № 4(22). С. 57-62.
16. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, орієнтований на рынок: пер. с англ. под ред. В.В. Колганова. СПб.: Питер, 2004. 800 с.
17. Шацька З.Я., Короб О.В. Особливості формування стратегії створення конкурентних переваг підприємства. Міжнародний науковий журнал: *Економічні науки*, 2015. № 9. С.175-179.
18. Градов А.П. Економічна стратегія фірми: підручник: 3-є видання випр. Спб.: Спец Літ, 2001. 589 с.
19. Должанський З.І., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2006. 384 с.
20. Брю Стэнли, Л. Макконнелл, Кэмпбелл Р. Экономикс: Краткий курс. Пер. с 1-го англ. изд. М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. 462 с.

21. Безсмертний С.Ю. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства. Lviv polytechnic national university, 2011. № 714. С.174-179.
22. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2(30). С. 50–53.
23. Барановська М., Козак Ю., Смичек С. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях. К.: Центр учбової літератури, 2013. 302 с.
24. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2017 рік / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: https://nkrzi.gov.ua/images/upload/585/8483/Zvit_za_2018_29032019.pdf
25. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 577 с.
26. Осовська Г.В., Барбаріч Т.М. Формування стратегії конкуренції підприємств. *Економіка АПК*. 2010. № 21. С. 32-35.
27. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент : Навч. посіб. К.: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2001. 560 с.

References:

1. Porter, M. (2000). *Konkurentsiya [Competition]*. Kyiv: Vil'yams. [in Ukrainian].
2. Ansoff, I. (2009). *Strategicheskyy menedzhment [Strategic management]*. St. Petersburg: Piter [in Russian].
3. Ansoff, I. (1999). *Nova korporatyvna stratehiya. [A new corporate strategy]*. Sankt Peterburh: Pyter [in Russian].
4. Mintsberg, G., Kuim, Dzh.B., & Goshal, S. (2001). *Strategicheskyy protsess [Strategic process]*. Sankt-Peretrburg: Piter [in Russian].
5. Balabanova, L. V., & Krutushkina O. V.(2012). *Stratehichne upravlinnya marketynhovymy komunikatsiyamy [Strategic Management of Marketing Communications]*. Donets'k: DonNUET [in Ukrainian].
6. Khamil, T. M., Vasilik, S. K., & Shishmareva L. O. (2004). *Strategicheskyy menedzhment [Strategic management]*. Kharkov: Publishing House "Inzhek" [in Ukrainian].
7. Vikhanskiy, O.S. (2003). *Strategicheskoye upravleniye [Strategic management]*. Moskva: Gardariki [in Ukrainian].
8. Mizyuk, B.M. (2006). *Stratehichne upravlinnya [Strategic Management]*. L'viv: Mahnoliya [in Ukrainian].
9. Hranaturov, V.M., & Vorobiyenko, S.P. (2009). *Analiz konkurentospromozhnosti telekomunikatsiynykh posluh [Analysis of the competitiveness of the new generation]*. K.: Osvita Ukrayiny [in Ukrainian].
10. Khrushch, N.A., & Zhelikhovs'ka, M.V. (2010). *Konkurentni stratehiyi: protsesy stvorenniya ta realizatsiyi [Competitive strategies: creation and implementation processes]*. Kyiv: Osvita Ukrayiny [in Ukrainian].
11. Knyazyeva, N.O., & Knyazyeva, O.A. (2011). *Metodychni pidkhody do vyboru taryfnykh stratehiy v sferi nadannya posluh poshtovoho zv'yazku [Methodical approaches to the choice of tariff strategies in the field of postal services]*. *Mekhanizmy rehulyuvannya ekonomiky – Mechanisms of regulation of economy*, Sumy, 3, 78-88 [in Ukrainian].
12. Berkman, L. N., Kryvutsa, V. H., & Tolyupa, S. V. (2012). *Infokomunikatsiyni merezhi novoho pokolinnya [Infocommunication networks of the new generation]* Kyiv : DUKIT [in Ukrainian].
13. Hudz', O. Y., & Lazorenko, L. V. (2017). *Resursne zabezpechennya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku diyal'nosti pidpryyemstv zv'yazku [Resource support for socio-economic development of telecommunication enterprises]*. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*. Kyiv : DUT, 1(19), 5-11 [in Ukrainian].
14. Vynohradova, O. V., & Yevtushenko, N. O. (2019). *Marketynhovi innovatsiyi i telekomunikatsiyi: konverhentsiya posluh [Marketing Innovation and Telecommunications: Service Convergence]*. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*. Kyiv: DUT, 1(27), 26-32 [in Ukrainian].
15. Lehaminova, S.V. (2017). *Vyznachennya dovhostrokovykh trendiv rozvytku vysokoho konkurentnoho statusu pidpryyemstv na osnovi vykorystannya nematerial'nykh resursiv [Determination of long-term trends of development of high competitive status of enterprises based on the use of intangible resources]*. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*. Kyiv: DUT, 4(22), 57-62 [in Ukrainian].
16. Lamben, Zhan-Zhak. (2004). *Menedzhment, oriyentirovanny na rynek [Market Oriented Management]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
17. Shats'ka, Z.YA., & Korob, O.V. (2015). *Osoblyvosti formuvannya stratehiyi stvorenniya konkurentnykh perevah pidpryyemstva. [Special features of the formation of competitive advantages of the enterprise]*. *Ekonomichni nauky – Economics*, 9, 175-179 [in Ukrainian].
18. Hradov, A.P. (2001). *Ekonomichna stratehiya firmy [Firm's economic strategy]*. Sankt-Peretrburg: Spets Lit [in Russian].
19. Dolzhans'kyi, Z.I., & Zahorna, T.O. (2006). *Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva [Competitiveness of the enterprise]*. Kyiv: TSUL [in Ukrainian].
20. Bryu, Stenli L. Makkonnell, Kempbell R. (2015). *Ekonomiks [Economics]*. Moskva: OOO "Nauchno-izdatel'skiy tsentr INFRA-M" [in Russian].
21. Bezsmertnyy, S.Yu. (2011). *Sutnist' ta klasyfikatsiya konkurentnykh perevah pidpryyemstva [The essence and classification of competitive advantages of the enterprise]*. Lviv polytechnic national university, 714, 174-179 [in Ukrainian].
22. Voychak, A. V., & Kamyshnikov, R. V. (2005). *Konkurentni perevahy pidpryyemstva: sutnist' i klasyfikatsiya. [Competitive advantages of the enterprise: essence and classification]*. *Marketing in Ukraine*, 2(30), 50-53 [in Ukrainian].
23. Baranovs'ka, M., & Kozak, YU., Smychek S. (2013). *Mizhnarodnyy marketynh [International marketing]*. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury [in Ukrainian].
24. Natsional'na komisiya, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi zv'yazku ta informatyzatsiyi. (2007). *Zvit pro robotu Natsional'noyi komisiyi, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi zv'yazku ta informatyzatsiyi za 2017 rik [Report on the work of the National Commission for State Regulation in the Field of Communication and Informatization for 2017]*. Retrieved from: http://nkrzi.gov.ua/images/upload/585/8483/Zvit_za_2018_29032019.pdf
25. Tompson, A.A., Striklend, A.Dzh. (2017). *Strategicheskyy menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizatsii strategii [Strategic Management. The art of developing and implementing strategies]*. M.: YUNITI-DANA [in Russian].
26. Osovs'ka, H.V., & Barbarich, T.M. (2010). *Formuvannya stratehiyi konkurentsiyi pidpryyemstv. [Formation of competitive strategy of enterprises]*. *Ekonomika APK – APK economy*, 21, 32-35 [in Ukrainian].
27. Nemtsov, V.D., & Dovhan' L.YE. (2001). *Stratehichnyy menedzhment [Strategic Management]*. Kyiv: TOV “UVPK “EksOb” [in Ukrainian].

УДК 338.48: 640

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-15>

Юдіна О. І.

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

Judina O.

Higher Educational Institution "Dnipro Humanities University"

ПРОГНОЗУВАННЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ЙОГО ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Стаття присвячена проведенню процедури оцінки та прогнозування диференційованого впливу факторів витрат ресурсів на підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності й сталого розвитку підприємства готельно-ресторанного господарства на основі індикаторів економічного зростання та резервного розвитку. У статті визначено оцінювальні показники економічного розвитку суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу та проаналізовано вплив факторів витрат виробництва на зростання ефективності та сталий розвиток підприємства на основі наявного виробничого потенціалу. Методологічний інструментарій дослідження закономірностей взаємодії факторів виробництва, оцінки їх кількісного взаємовпливу та резервів розвитку, склали стохастичні методи кореляційно-регресійного аналізу, математичної статистики та розроблені за їх допомогою моделі множинної регресії й індикатори економічного зростання та сталого розвитку. В ході дослідження встановлено ступінь диференційованого впливу факторів витрат ресурсів на результативний показник ефективності шляхом розрахунку їх приватних коефіцієнтів еластичності або індикаторів економічного зростання, які показують рівень зміни критеріального параметра під впливом зростання величини факторної ознаки на 1%, за допомогою індикатора резервного економічного розвитку розраховані прогнозні значення рівня доходності, що змінюються за рахунок використання виявлених резервів ресурсних потенціалів. Даний індикатор крім ступеня впливу витрат ресурсів враховує питому вагу окремого фактора в їх загальній сукупності, й визначає силу його дії на показник ефективності функціонування підприємства при незмінному (статичному) протіканні процесу господарювання, що рівномірно (лінійно) розвивається у часі. Шляхом визначення оцінювальних та прогнозних показників резервного розвитку ресурсного потенціалу виробництва, доведено, що найбільший внесок у підвищення ефективності діяльності, а, отже, і в забезпечення сталого розвитку суб'єкта готельно-ресторанного господарства, вносить фактор витрат праці, який також має найбільший резервний потенціал, крім того, виявлена недостатня ефективність використання матеріальних ресурсів. Запропонований методологічний підхід до оцінки виробничого потенціалу і прогнозування ефективності витрат ресурсів та результатів діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства забезпечує можливість формування стратегії й моделі управління його сталим економічним зростанням та розвитком.

Ключові слова: підприємство, виробничий потенціал, витрати ресурсів, прогнозування, сталий економічний розвиток, оцінка впливу факторів, готельно-ресторанний бізнес.

FORECASTING SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISE ON THE BASIS OF ASSESSMENT OF ITS PRODUCTION POTENTIAL

The article is devoted to the procedure of estimation and forecasting of differentiated influence of resources consumption factors on improving the efficiency of production and commercial activity and sustainable development of the hotel and restaurant business enterprise on the basis of indicators of economic growth and reserve development. The article determines the economic development indicators of the subjects of the hotel and restaurant business and analyzes the influence of factors of production costs on the increase of efficiency and sustainable development of the enterprise on the basis of the existing production potential. The methodological toolkit of research of patterns of interaction of factors of production, estimation of their quantitative mutual influence and reserves of development, made stochastic methods of correlation-regression analysis, mathematical statistics and developed by them using the model of multiple regression and indicators of economic growth and sustainable development. The study established the degree of differential impact of resource consumption factors on the performance indicator by calculating their individual elasticity coefficients or economic growth indicators, which show the level of change of the criterion parameter under the influence of factor value growth by 1%, using the indicator of reserve economic development yield levels, which change due to the use of identified reserves of resource potentials. This indicator, in addition to the degree of impact of resource consumption, takes into account the specific weight of an individual factor in their totality, and determines the force of its effect on the indicator of the efficiency of the enterprise at constant (static) flow of the economic process, which develops uniformly (linearly) over time. By determining the estimation and forecast indices of the reserve development of the resource potential of production, it is proved that the greatest contribution to improving the efficiency of activity, and, consequently, to ensuring the sustainable development of the subject of the hotel and restaurant economy, contributes to the labor cost factor, which also has the highest reserve potential in addition, material resource inefficiencies were identified. The proposed methodological approach to the estimation of production potential and forecasting the efficiency of resource consumption and the results of the activity of the hotel and restaurant business provides the opportunity to formulate a strategy and model for managing its sustainable economic growth and development.

Keywords: enterprise, production potential, resource costs, forecasting, sustainable economic development, factor impact assessment, hotel and restaurant business.

JEL Classification: L20, L83

Актуальність проблеми. Найважливішою проблемою сучасної ринкової моделі є ускладнення соціально-економічних процесів, що підсилюють нестабільність факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств, які представляють первинні одиниці й ключові ланки господарського комплексу країни. Підприємство як економічна система може перебувати як в стійкому, так і нестійкому стані, а для забезпечення його стабільного функціонування необхідне створення ефективного механізму управління, який базується на виявленні закономірностей і встановленні кількісного взаємозв'язку показників діяльності, оцінюванні величини ресурсних потенціалів, прогнозуванні можливостей та тенденцій їх розвитку.

Розвиток у загальному визначенні являє собою необоротну, закономірну зміну процесів і явищ, в результаті яких виникає новий якісний стан об'єкта, його складу або структури, а також є загальним принципом будь-якої соціально-економічної системи і розглядається як необоротна спрямована зміна діяльності організації [5]. Його зв'язують з реалізацією нових цілей та цілеспрямованих змін, з процесом адаптації економічного об'єкта до навколишнього середовища, вважають джерелом протиріччя системи, ототожнюють з її прогресом або ускладненням.

Сьогодні у кожного підприємства готельно-ресторанної сфери виникає необхідність адаптації до швидкозмінного середовища, виживання в нових умовах. Рішення даної проблеми неможливе без створення методологічного інструментарію для обґрунтування управлінських рішень, вибору стратегічних напрямків сталого розвитку економічного суб'єкта з урахуванням всіх особливостей його виробничо-комерційної діяльності.

Економічний розвиток передбачає перехід від одного якісного стану до іншого, а економічне зростання розглядається як його прояв та важлива складова. Проте, неощадливе зростання, що супроводжується значними витратами ресурсів, здатне не тільки негативно впливати на економічний розвиток, але і гальмувати його [9]. Економічне зростання відбувається за рахунок кількісного збільшення результатів діяльності, й в довгостроковій перспективі неможливе без економічного розвитку, що створює передумови і умови економічного зростання на новому якісному рівні, відображає внутрішні зміни і процеси, які ведуть до функціональної перебудови суб'єкта господарювання, його складових та окремих функціональних частин.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблеми сталого розвитку розглядалися багатьма вітчизняними та зарубіжними науковцями. У літературних джерелах більшість авторів відзначають, що економічний розвиток підприємства передбачає, перш за все, процес підвищення ефективності. У дослідженнях Б. М. Андрушківа і Л. М. Мельник використовується системно-інтегрований підхід до трактування сталого розвитку підприємства, логіка якого полягає у задоволенні його потреб, тобто отриманні прибутку та покращенні іміджу на конкуруючому ринку, зростанні продуктивності праці, оптимізації енергоспоживання, зниженні відходів, підтримки з боку органів місцевого самоврядування, виході на зовнішні ринки [1]. У роботі Н. В. Афанасьєва розвиток визначається як досягнутий якісний або кількісний приріст корисного результату функціонування внаслідок поліпшення виробничих

або бізнес-процесів або системи управління ними [2]. В. І. Ляшенко розглядає економічний розвиток як процес, в результаті якого відбуваються зміни в соціально-економічній системі за рахунок накопичення потенціалу, причому ці зміни стосуються як системи в цілому, так і окремих її елементів, можуть носити як кількісний, так і якісний характер, забезпечуються відповідною діяльністю і в кінцевому підсумку сприяють досягненню поставленої мети і задоволенню економічних потреб суб'єктів [7]. На думку Н. Б. Кирич, економічний аспект сталого розвитку базується на теорії максимального потоку сукупного доходу, який може бути отриманий при збереженні сукупного капіталу, оптимальному використанні обмежених ресурсів і застосуванні нових технологій [6]. О. Бобровська трактує сталий економічний розвиток як сукупність можливостей реалізації наявних ресурсів у господарської діяльності економічних суб'єктів [3]. Л. В. Волкова під терміном «сталий розвиток підприємства» розуміє такий режим його функціонування, при якому, безумовно, виконуються оперативні, поточні й стратегічні плани роботи підприємства за рахунок реалізації на регулярній основі заходів щодо попередження, виявлення та нейтралізації ринкових загроз для виконання плану [4]. За визначенням С. Роланда, Т. Атамера, П. Нунеса основні підходи до формування моделей регулювання економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах пов'язані з ефективністю використання ресурсів [11]. Проте у дослідженнях не розглянутими залишаються підходи щодо визначення індикаторів сталого економічного зростання і розвитку, встановлення та оцінки на їх основі резервів розвитку ресурсних потенціалів, прогнозування рівня підвищення ефективності функціонування підприємства під диференційованим впливом факторних ознак.

Метою статті є оцінка та прогнозування диференційованого впливу факторів витрат ресурсів на підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності й сталого розвитку підприємства готельно-ресторанного господарства на основі індикаторів економічного зростання та резервного розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Економічний розвиток на основі зростання ефективності діяльності здійснюється шляхом підвищення результативності (доходності, обсягу виробництва та реалізації товарів і послуг) й зниження рівня використовуваних ресурсів при збереженні результатів, а також поєднання цих процесів. Таким чином, необхідними умовами сталого економічного розвитку підприємства є ефективність і стійкість діяльності.

Для забезпечення сталого економічного розвитку підприємства необхідно реагувати не тільки на мінливий стан зовнішнього середовища, а також виявляти та враховувати закономірності майбутніх змін параметрів внутрішніх факторів, тобто підтримувати певний рівень стабільності поточної діяльності.

Досягнення стабільного рівня функціонування в існуючих умовах зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечення його перевищення за рахунок зростання ефективності діяльності, з урахуванням встановлених тенденцій зміни факторів, що впливають, можна охарактеризувати як сталий розвиток господарюючого суб'єкта.

Тому одним з основних умов сталого розвитку підприємства готельно-ресторанної сфери є удосконалення процесу виробництва, вишукування і використання внутрішніх резервів його виробничого потенціалу.

У Великому економічному словнику «потенціал» як економічна категорія характеризується наявними можливостями, ресурсами, запасами, засобами, які можуть бути використані для досягнення або здійснення чого-небудь [12]. Енциклопедичний словник трактує поняття потенціалу підприємства як сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, які можуть бути використані для досягнення певних цілей [14]. Т. Г. Храмцова в своїй роботі вказує на те, що потенціал представляє не тільки і не просто кількість ресурсів, але і вкладену в них можливість розвитку системи в заданому напрямку, а також визначається як здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей на підставі використання системи явних ресурсів [10]. Б. М. Андрушків вважає, що величина потенціалу підприємства визначається кількістю ресурсів, якими володіє підприємство, і умовами, що дозволяють досягти найбільш повного і раціонального їх використання [1].

В економічному аспекті ресурси підприємства розглядаються як сукупність окремих речових і не речових елементів, які прямо чи опосередковано беруть участь й використовуються в процесі виробництва, приймають форму факторів виробництва та кількісно вимірюються величиною витрат на створення і реалізацію товарів та послуг. Оцінка ефективності використання ресурсів підприємства базується на економічній категорії «ресурсний потенціал», яка враховує обсяг накопичених ресурсів і результатів діяльності, ступінь використання можливостей і величину отриманого ефекту.

На думку М. А. Комарова, ресурсний потенціал – це система ресурсів, взаємопов'язана сукупність матеріально-речових, енергетичних, інформаційних засобів, а також самих працівників, які використовують (або можуть використовувати) їх в процесі виробництва матеріальних благ та послуг [13]. У дослідженнях Л. Г. Огорокової ресурсний потенціал підприємства являє собою сукупність всіх ресурсів підприємства, що забезпечують можливість отримання максимального економічного ефекту в заданий момент часу [8].

Таким чином, ресурсна складова потенціалу підприємств розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію, і забезпечують процес виробництва та обумовлюють досягнення необхідних результатів функціонування суб'єктів господарювання. В результаті споживання ресурсів в процесі виробництва, що характеризується основним видом діяльності підприємства, виникають витрати за елементами операційної діяльності, які включають: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні потреби; амортизаційні відрахування; інші витрати. Таким чином, для створення умов сталого розвитку підприємству необхідно забезпечити високу ефективність функціонування за рахунок повного і раціонального використання всіх наявних у нього ресурсів.

Такий підхід вимагає вирішення ряду важливих завдань, які полягають у виявленні напрямків діяль-

ності, що забезпечують отримання найбільшого корисного ефекту, виборі показників, що впливають на поліпшення результатів роботи, шляхом визначення закономірностей, тенденцій і перспектив зростання якісних та кількісних показників за допомогою методів економіко-математичного моделювання, аналізу, оцінки і прогнозування.

Прогнозування як функція управління базується на сукупності впорядкованих правил і концентрується на вирішенні цільових завдань, які виникають у межах поставленої керівництвом підприємства мети. Оскільки, прогнозування – це система кількісних і якісних перед планових досліджень, спрямованих на встановлення можливого стану і результатів діяльності підприємства в майбутньому, тому на його основі визначається ймовірність досягнення поставлених цілей [9]. Таким чином, функція прогнозування полягає у визначенні можливого стану підприємства в майбутньому, науковому обґрунтуванні напрямів досягнення поставленої мети (забезпечення сталого економічного розвитку) за допомогою спеціальних методів, які дозволяють здійснити досить точну оцінку і прогноз, раціоналізувати процес ресурсоспоживання.

Особливості аналізу та оцінки факторів, що забезпечують ефективність роботи підприємства готельно-ресторанного господарства, та виявлення резервів їх розвитку, полягають в тому, що дані фактори не автономні, мають велику кількість взаємозв'язків, тісну взаємодію й істотний взаємовплив, динаміка розвитку яких носить імовірнісний характер. Тому для прогнозування закономірностей протікання досліджуваних процесів використовуються стохастичні методи кореляційно-регресійного аналізу, та проводиться оцінка параметрів розроблених на їх основі моделей множинної регресії.

Прогнозування величини результативних економічних показників під диференційованим та інтегрованим впливом досліджуваних факторів виробничо-комерційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, а також оцінка кількісної взаємодії її критеріальних і факторних ознак здійснюється за допомогою сформованого методологічного інструментарію та розробленої економіко-математичної моделі множинної регресії наступного вигляду:

$$\hat{G}_{РСДВК} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{R_{СМВ}} + \beta_{K_{ВПР}} * \bar{K}_{ВПР}^{R_{ВПР}} - , \\ - \beta_{K_{ВФ}} * \bar{K}_{ВФ}^{R_{СВФ}} + \beta_{K_{Він}} * \bar{K}_{Він}^{R_{Він}} \quad (1)$$

де $\hat{G}_{РСДВК}$ – теоретичне (розрахункове) значення рівня доходності підприємства готельно-ресторанної сфери під впливом факторів виробничо-комерційної діяльності;

K_{MB} – рівень матеріальних витрат в розрахунку на одну грошову одиницю загальних витрат з операційної діяльності;

$K_{ВФ}$ – рівень витрат основних виробничих фондів в розрахунку на одну грошову одиницю загальних витрат з операційної діяльності;

$K_{ВПР}$ – рівень витрат на оплату праці в розрахунку на одну грошову одиницю загальних витрат з операційної діяльності;

$K_{Він}$ – рівень інших витрат в розрахунку на одну грошову одиницю загальних витрат з операційної діяльності.

Побудована модель кореляційної залежності виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу дає змогу встановити ступінь диференційованого впливу факторів втрат ресурсів на результативний показник ефективності шляхом розрахунку їх приватних коефіцієнтів еластичності або індикаторів економічного зростання (E_{CKi}), які показують рівень зміни критеріального параметра під впливом зростання величини факторної ознаки на 1%, а також дозволяє за допомогою індикатора резервного економічного розвитку (R_{CKi}) обчислити прогнозні значення рівня доходності, що змінюються за рахунок використання виявлених резервів ресурсних потенціалів. Даний індикатор крім ступеня впливу витрат ресурсів, враховує питому вагу окремого фактора в їх загальній сукупності, тобто визначає силу його дії на показник ефективності функціонування підприємства при незмінному (статичному) протіканні процесу господарювання, що рівномірно (лінійно) розвивається у часі.

Прогнозні параметри множинної регресійної моделі резервного економічного розвитку виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного типу визначаються шляхом множення середніх величин факторних ознак (\bar{K}_i) даного рівняння на отримані значення індикаторів резервного розвитку факторів матеріальних витрат ($R_{CK_{MB}}$), витрат праці ($R_{CK_{ВПР}}$), й основних виробничих фондів ($R_{CK_{ВФ}}$), та інших витрат з операційної діяльності ($R_{CK_{Він}}$), які дорівнюють: (-0,084); 1,871; (-0,273); 0,02, відповідно. Тобто множинна регресійна модель з урахуванням індикаторів резервного розвитку має наступний вигляд:

$$\hat{G}_{РСДВК}^{ec} = -0,5982 * \bar{K}_{MB}^{(-0,084)} + 1,0912 * \bar{K}_{ВПР}^{1,871} - 1,8978 * \bar{K}_{ВФ}^{(-0,273)} + 1,5499 * \bar{K}_{Він}^{0,02} \quad (1.1)$$

Розрахунок підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності проводиться також на основі рівняння 1, за допомогою відповідних індикаторів економічного зростання E_{CKi} , які дорівнюють $E_{CK_{MB}} = (-0,25)$; $E_{CK_{ВПР}} = 0,69$; $E_{CK_{ВФ}} = (-0,95)$; $E_{CK_{Він}} = 0,061$:

$$\hat{G}_{РСДВК}^{ec} = -\beta_{K_{MB}} * \bar{K}_{MB}^{E_{CK_{MB}}} + \beta_{K_{ВПР}} * \bar{K}_{ВПР}^{E_{CK_{ВПР}}} - \beta_{K_{ВФ}} * \bar{K}_{ВФ}^{E_{CK_{ВФ}}} + \beta_{K_{Він}} * \bar{K}_{Він}^{E_{CK_{Він}}} = -0,5982 * \bar{K}_{MB}^{(-0,25)} + 1,0912 * \bar{K}_{ВПР}^{0,69} - 1,8978 * \bar{K}_{ВФ}^{(-0,95)} + 1,5499 * \bar{K}_{Він}^{0,061} \quad (1.2)$$

Розраховані за допомогою індикаторів статичного економічного зростання (E_{CKi}) і резервного розвитку (R_{CKi}) оцінювальні показники, що характеризують коливання рівня доходу підприємства готельно-ресторанного господарства Дніпропетровської області у відсотках ($\pm \hat{G}_{ДВК}$) та у грошових одиницях ($\pm \Delta \hat{G}_{ДВК_{Ki}}$) при зростанні середнього значення витрат i -го ресурсу (\bar{K}_i) на 1% наведені в таблиці 1.

Розроблені індикатори економічного зростання (E_{CKi}) і резервного економічного розвитку (R_{CKi}) показують, що при збільшенні факторних ознак рівня матеріальних витрат (\bar{K}_{MB}), витрат на оплату праці ($\bar{K}_{ВПР}$) й основних виробничих фондів ($\bar{K}_{ВФ}$), а також інших операційних витрат ($\bar{K}_{Він}$) на один відсоток, дохідність готельно-ресторанного підприємства ($\hat{G}_{ДВК}$) за індикатором E_{CKi} зміниться на (-0,25); 0,69; (-0,95); 0,06 відсотків, відповідно, і становить (-0,26449) грн./грн., 0,73055 грн./грн., (-1,01423) грн./грн., 0,06527 грн./грн., а за індикатором R_{CKi} – на (-0,08); 1,87; (-0,27); 0,02 відсотки, відповідно, та у грошовому еквіваленті буде дорівнювати (-0,08959) грн./грн., 1,9954 грн./грн., (-0,29115) грн./грн., 0,02133 грн./грн. Ступінь впливу зростання факторів витрат за елементами операційної діяльності на 1% на підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу наочно представлені на рис. 1.

Запропоновані індикатори, за допомогою яких встановлюється ступінь впливу витрат ресурсів на рівень доходу підприємства, а також вимірюються резерви їх розвитку з урахуванням питомої ваги в загальній сумі, забезпечують можливість прогнозування показників витрат за елементами операційної діяльності та зростання ефективності функціонування підприємства за рахунок використання наявного виробничого потенціалу. Даний методологічний підхід дає можливість

Таблиця 1

Оцінювальні показники резервного економічного розвитку потенціалу виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства Дніпропетровської області, встановлені за лінійною (статичною) кореляційною залежністю

№ з/п	Фактори витрат ресурсів моделі виробничо-комерційної діяльності	Індикатори економічного зростання і резервного розвитку та ступінь їх впливу на рівень валового доходу підприємства					
		E_{CKi} %	$\pm \hat{G}_{ДВК}$, % при $\bar{K}_i + 1\%$, за E_{CKi}	$\pm \Delta \hat{G}_{ДВК_{Ki}}$ за E_{CKi} грн./грн.	R_{CKi} %	$\pm \hat{G}_{ДВК}$, % при $\bar{K}_i + 1\%$, за R_{CKi}	$\pm \Delta \hat{G}_{ДВК_{Ki}}$ за R_{CKi} грн./грн.
1	Рівень матеріальних витрат, \bar{K}_{MB}	-0,248	-0,25	-0,26449	0,0842	-0,08	-0,08959
2	Рівень витрат на оплату праці, $\bar{K}_{ВПР}$	0,685	0,69	0,73055	1,8706	1,87	1,9954
3	Рівень витрат основних виробничих фондів, $\bar{K}_{ВФ}$	-0,951	-0,95	-1,01423	0,2734	-0,27	-0,29115
4	Рівень інших операційних витрат, $\bar{K}_{Він}$	0,0612	0,06	0,06527	0,020	0,02	0,02133
5	Рівень доходу підприємства	$\bar{G}_{ДВК} = 1,06649$		-	-	-	-

Джерело: розроблено та розраховано за формулами 1.1, 1.2 автором

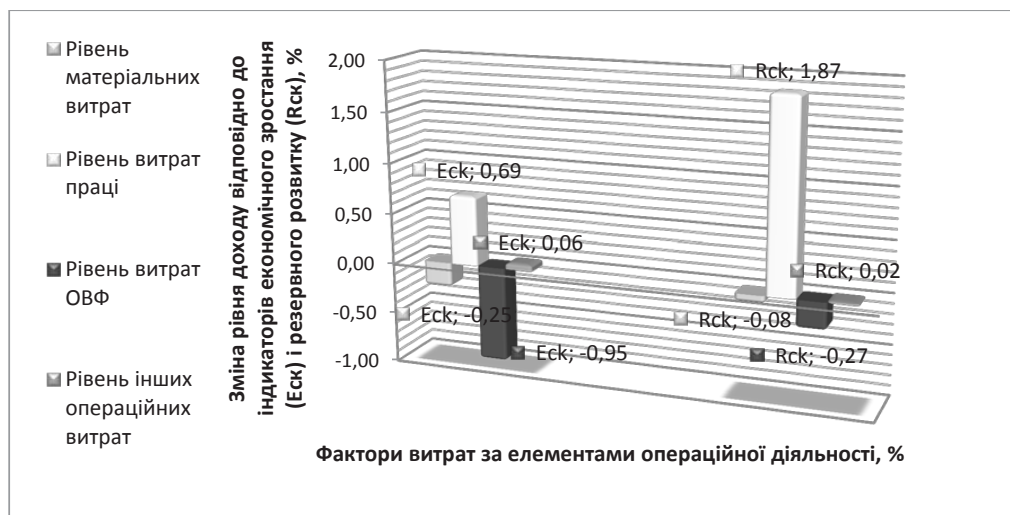


Рис. 1. Вплив зростання на 1% рівня факторів витрат за елементами операційної діяльності на ефективність виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: розроблено автором

планування необхідних обсягів певних видів ресурсів для досягнення бажаного результату, метою якого є економічне зростання і сталий розвиток господарюючих суб'єктів.

Прогнозні значення показників диференційованого впливу факторів витрат ресурсів (\bar{K}_i) на зростання ефективності виробничо-комерційної діяльності ($\hat{G}_{ДВК_i}$) за рахунок зміни на 1% рівня витрат за елементами операційної діяльності ($\bar{K}_i + 1\%$) і визначених за допомогою представлених індикаторів ($E_{СК_i}$, $R_{СК_i}$) можливостей розвитку ресурсних потенціалів ($\pm \Delta \bar{K}_i$), які забезпечують сталий економічний розвиток, занесені в таблицю 2.

Отримані в ході дослідження прогнозні показники зростання ефективності операційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства за рахунок розвитку їх ресурсного потенціалу свідчать про те, що значний індивідуальний вплив на зміну рівня доходу надає фактор витрат основних виробничих фондів, збільшення якого на 1% призводить до зни-

ження доходу на 0,95%, а з урахуванням його частки в загальній сукупності впливаючих факторів – на 0,27%.

Друге місце за силою диференційованої дії на підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності, встановлено за допомогою індикатора економічного зростання, посідає фактор витрат праці. На основі даного оцінювального показника встановлено, що збільшення витрат праці на 1% викликає зростання прибутковості підприємства на 0,69%. Також, доведено, що частка фактора праці в сумарному впливі досить велика, про що свідчить значення відповідного індикатора резервного розвитку, який дорівнює 1,87, тобто, з урахуванням виявлених можливостей розвитку трудових ресурсів, збільшення витрат на їх удосконалення на 1%, забезпечить зростання результативного показника ефективності на 1,87%.

Також за ранжируванням прогнозних показників на третьому і четвертому місці знаходяться матеріальні та інші операційні витрати, які мають різноспрямовану дію. Так, підвищення матеріаломісткості виробництва

Таблиця 2

Прогнозні показники резервного економічного зростання та розвитку виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства Дніпропетровської області, встановлені за лінійною (статичною) кореляційною залежністю

№ з/п	Фактори витрат ресурсів моделі виробничо-комерційної діяльності	Прогнозні показники економічного зростання та резервного розвитку підприємства					
		\bar{K}_i , грн./грн.	$\bar{K}_i + 1\%$, грн./грн.	$\pm \Delta \bar{K}_i$, грн./грн.	Прогноз $\hat{G}_{ДВК_i}$ за $E_{СК_i}$ грн./грн.	Прогноз $\hat{G}_{ДВК_i}$ за $R_{СК_i}$ грн./грн.	Ранжирування показників
1	Рівень матеріальних витрат, $\bar{K}_{МВ}$	0,35031	0,35381	0,0035	0,802	0,97691	-3
2	Рівень витрат праці, $\bar{K}_{ВПР}$	0,24862	0,25111	0,00249	1,79704	3,0619	+2
3	Рівень витрат ОВФ, $\bar{K}_{ВОФ}$	0,09261	0,09354	0,00093	0,05226	0,77534	-1
4	Рівень інших операційних витрат, $\bar{K}_{Він}$	0,03945	0,03985	0,00061	1,13176	0,08782	+4

Джерело: розроблено автором

на 1%, знизить ефективність результатів діяльності на 0,25%, а виходячи з його питомої ваги в сукупному впливі – на 0,08%. Зростання витрат на адміністративно-збутову діяльність на 1% підвищує рівень доходності на 0,6%, а в інтеграції з іншими факторами – на 0,02%.

Крім того, в ході дослідження встановлено, що підвищення рівня витрат праці у вартісному виразі на 0,00249 грн./грн. та інших операційних витрат на 0,00061 грн./грн., забезпечує збільшення рівня доходу на 1,9954 грн./грн. і 0,02133 грн./грн., відповідно. Також зростання питомої суми витрат ОВФ і матеріальних витрат на 0,00093 грн./грн. і 0,0035 грн./грн. вплинуть на зниження доходу на 0,29115 грн./грн. і 0,08959 грн./грн. І навпаки, найбільш раціональне використання матеріальних ресурсів та удосконалення матеріально-технічної бази підприємства готельно-ресторанного господарства буде збільшувати ефективність його діяльності й стає економічного зростання.

Висновки. На основі проведеної оцінки та прогнозування за допомогою розроблених індикаторів і моніторингу витрат ресурсів виробничо-комерційної діяльності, встановлено ступінь впливу і резерви розвитку потенціалу ресурсів виробництва, доведено, що найбільший внесок у підвищення ефективності діяльності, а, отже, і в забезпечення сталого розвитку

суб'єкта готельно-ресторанного господарства, вносить фактор витрат праці. Оскільки при збільшенні питомої суми витрат праці на одну грошову одиницю припадає 801,37 грошових одиниць доходу підприємства. Також встановлено, що у поточному часі найбільший невикористаний резерв мають трудові ресурси, а наявні матеріальні ресурси використовуються недостатньо ефективно.

Таким чином, на підґрунті економіко-математичного моделювання виробничо-комерційної діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства встановлені закономірності взаємодії його економічних показників, розраховані індикатори економічного зростання та резервного розвитку, за допомогою яких проведено оцінку та прогнозування зростання ефективності функціонування та сталого розвитку суб'єкта господарювання шляхом визначення ступеня диференційованого впливу елементів операційних витрат на результати роботи, а також резервів розвитку ресурсних потенціалів виробництва. Запропонований методологічний підхід до оцінки виробничого потенціалу і прогнозування ефективності витрат ресурсів та результатів діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства забезпечує можливість формування стратегії й моделі управління його сталим економічним зростанням та розвитком.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б. М. Концептуальні положення оцінювання рівня досягнення сталого розвитку підприємства / Б. М. Андрушків, Л. М. Мельник // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи сталого розвитку підприємств та регіонів України». – Дніпропетровськ : ДГУ, 2016. – С. 122–124.
2. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия: монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка – Х. : Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с.
3. Бобровська О. Сталый розвиток регіонів України: проблеми і шляхи їх розв'язання / О. Бобровська // Публічне управління: теорія та практика : електронний збірник наукових праць. – № 1(15). – 2016. Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/15.pdf)
4. Волкова Л. В. Формирование механизмов устойчивого развития промышленного предприятия (на основе рециркуляции изделий): автореф. дис. док. экон. наук. – Новосибирск, 2016.
5. Ерохина Е. А. Теория экономического развития: системно-синергетический подход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forexaw.com/files/view/2499>
6. Кирич Н. Б. Індикатори сталого розвитку регіону / Н. Б. Кирич, С. М. Співак // Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій». – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2018. – С. 27–32.
7. Ляшенко В. І. Фінансово-регуляторні режими стимулювання економічного розвитку: введення в економічну режимі: монографія / В. І. Ляшенко; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2014. – 370 с.
8. Огорокова Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий / Л. Г. Огорокова. – СПб.: С-ПБГТУ, 2012. – 293 с.
9. Орехова Е. А. Экономическое развитие национального хозяйства: сущность и современные особенности [Электронный ресурс]: 08.00.01 автореферат диссертации на соискание степени доктора экономических наук. – Режим доступа: <http://vak.ed.gov.ru/announcements/economich/550>
10. Храмова Т. Г. Методология исследования социально-экономического потенциала потребительской кооперации: дис. д-ра экон. наук. / Т. Г. Храмова. – Центросоюз; СибУПК. – Новосибирск, 2012. – 374 с.
11. Roland C., Atamer T., Nunes P. The Dynamics of International Competition. From Practice to Theory. London, 2015.
12. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 2-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2009. – 865 с.
13. Ресурсный потенциал экономического роста / под ред. М. А. Комарова. – М.: Путь, 2013. – 567 с.
14. Энциклопедический словарь: В 2 кн. Кн. 2: Н–Я. / под ред. А. М. Прохорова. – М.: Большая энциклопедия, 2011. – 1023 с.

References:

1. Andrushkiv, B. M., Mel'nyk, L. M. (2016) *Kontseptual'ni polozhennya otsinyuvannya rivnya dosyagnennya staloho rozvytku pidpryyemstva* [Conceptual provisions for assessing the level of achievement of sustainable enterprise development], *Materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Aktual'ni problemy ta perspektyvy staloho rozvytku pidpryyemstv ta rehioniv Ukrainy»*, Dnipropetrovs'k, DHU, 122–124 (in Ukrainian).
2. Afanas'yev, N.V., Rogozhin, V.D. & Rudyka, V.I. (2015) *Upravleniye razvitiyem predpriyatiya: monografiya* [Enterprise Development Management: monograph], *Izdatel'skiy dom «INZHEK»*, Kharkiv (in Ukraine).
3. Bobrovs'ka, O. (2016) *Stalyy rozvytok rehioniv Ukrainy: problemy i shlyakhy yikh rozv'yazannya* [Sustainable development of Ukrainian regions: problems and ways of solving them], *Publichne upravlinnya: teoriya ta praktyka: elektronnyy zbiryk naukovykh prats'*, 1(15), URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/15.pdf) (in Ukrainian).

4. Volkova, L. V. (2016) Formirovaniye mekhanizmov ustoychivogo razvitiya promyshlennogo predpriyatiya (na osnove retsirkulyatsii izdeliy): avtoref. dis. dok. ekon. nauk [Formation of mechanisms for sustainable development of an industrial enterprise (based on product recycling)], Novosibirsk (in Russia).
5. Yerokhina, Ye. A. (2015) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya: sistemno-sinergeticheskiy podkhod* [Theory of economic development: a system-synergetic approach] [Elektronnyy resurs], URL: <http://forexaw.com/files/view/2499> (in Russia).
6. Kyrych, N.B., Spivak, S.M. (2018) *Indykatory staloho rozvytku rehionu* [Indicators of sustainable development in the region], Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-tekhnichnoyi konferentsiyi «Fundamental'ni ta prykladni problemy suchasnykh tekhnolohiy», Ternopil' (in Ukrainian).
7. Lyashenko, V. I. (2014) *Finansovo-rehulyatorni rezhymy stymulyuvannya ekonomichnoho rozvytku: vvedennya v ekonomichnu rezhimi: monohrafiya* [Financial and Regulatory Regimes for Stimulating Economic Development: Introduction to Economic Regime: Monograph], NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti, Donets'k, 370 (in Ukrainian).
8. Okorokova, L.G. (2012) *Resursnyy potentsial predpriyatiy* [Resource potential of enterprises], SPb.: S-PbGTU, 293 (in Russia).
9. Orekhova, Ye. A. (2016) *Ekonomicheskoye razvitiye natsional'nogo khozyaystva: sushchnost' i sovremennyye osobennosti* [Economic development of the national economy: essence and modern features] [Elektronnyy resurs], 08.00.01 avtoreferat dissertatsii na soiskaniye stepeni doktora ekonomicheskikh nauk, URL: <http://vak.ed.gov.ru/announcements/economich/550> (in Russia).
10. Khramtsova, T. G. (2012) *Metodologiya issledovaniya sotsial'no-ekonomicheskogo potentsiala potrebitel'skoy kooperatsii*: dis. d-ra ekon. nauk [Methodology for the study of the socio-economic potential of consumer cooperation: dis. dr. econ. sciences], Tsentrosoyuz; SibUPK, Novosibirsk, 374 (in Russia).
11. Roland, C., Atamer, T., Nunes, P. (2015) *The Dynamics of International Competition. From Practice to Theory*. London, 29-36.
12. *Bol'shoy ekonomicheskiy slovar' / pod. red. Azriliyana, A.N., 2-ye izd. dop. i pererab* (2009) [Large economic dictionary / ed. Azriliyana, A.N., 2nd ed. add. and reslave], M.: Institut novoy ekonomiki, 865 (in Russia).
13. *Resursnyy potentsial ekonomicheskogo rosta / pod red. Komarova, M.A.* (2013) [Resource potential of economic growth / ed. Komarova, M.A.], M.: Put', 567 (in Russia).
14. *Entsiklopedicheskiy slovar': V 2 kn. Kn. 2: N-YA. / pod red. Prokhorova, A.M.* (2011) [Encyclopedic Dictionary: In 2 book. Prince 2: N – I. / ed. Prokhorova, A.M.], M.: Bol'shaya entsiklopediya, 1023 (in Russia).

СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА

УДК 339.97:504

DOI <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-16>

Джусов О. А., Красніков П. Д.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Dzhusov O., Krasnikov P.
Dnipro National University named after Oles Honchar

РОЛЬ РИНКІВ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У ВИРІШЕННІ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

У статті проведено аналіз глобальних ризиків, які визначаються Світовим економічним форумом. Визначено, що відбулась їх переорієнтація з економічного на екологічне підґрунтя, що прямо або опосередковано пов'язано з прагненням людства до економічного розвитку. Доведено прямий зв'язок між економічним зростанням, споживанням традиційної викопної енергії і збільшенням шкідливих викидів у навколишнє середовище. Визначено, що технології використання викопного палива характеризуються високою інтенсивністю викидів вуглецю при згоранні, в той час як відновлювальні технології мають дуже низьку інтенсивність або зовсім не провокують викиди вуглецю при генерації електроенергії. Встановлено, що в структурі споживання частка відновлювальної енергетики збільшувалась найдинамічніше з усіх інших видів енергії і зростає до 4%. Отримано висновок, що сучасне загальне зростання попиту на енергію в світі перевищує зростання виробництва відновлювальної енергетики, тому поки не вдасться ефективна декарбонізація енергетичного сектору. В структурі відновлювальної енергетики переважає енергія вітру, але за темпами зростання лідером є сонячна енергія, якій в майбутньому прогнозується провідна роль у генерації світової електроенергії. Встановлено, що використання реального потенціалу розвитку відновлювальної енергетики разом із заходами по підвищенню енергоефективності та електрифікації кінцевих споживачів можуть забезпечити близько 90% скорочення викидів CO₂, пов'язаних із енергетикою. З'ясована особливість ринків відновлювальної енергетики, що полягає у практичній відсутності міжнародної торгівлі такою енергією. Це пов'язано, з одного боку, з відсутністю інфраструктури для міжнародної торгівлі. З іншого боку, правила торгівлі та навіть роль товарів для відновлювальної енергетики ще не до кінця сформовані у Світовій організації торгівлі. Було встановлено, що на відміну від викопної енергетики, вигоди від міжнародної торгівлі відновлювальною енергетикою отримують не країни, що мають надлишкові енергетичні ресурси, а країни, що виробляють обладнання для її генерації. Доведено, що ефективне врегулювання проблем розвитку державами та міжнародними організаціями дасть можливість декарбонізувати економіку і уповільнити антропогенну деградацію навколишнього середовища.

Ключові слова: відновлювальна енергетика; вуглецева інтенсивність; економічне зростання; викопне паливо; декарбонізація.

THE ROLE OF RENEWABLE ENERGY MARKETS IN SOLVING GLOBAL CONTEMPORARY PROBLEMS

The article presents the results of analyzes the global risks that are determined by the World Economic Forum. It has been determined that they have been reoriented from economic to environmental foundations, which are directly or indirectly related to the desire of mankind for economic development. A direct connection has been proved between economic growth, consumption of traditional fossil energy and an increase in harmful emissions into the environment. It has been determined that Fossil fuel technologies are characterized by a high intensity of carbon emissions during combustion, while recovery technologies are very low in intensity or without carbon emissions at all when generating electricity. It was found that in the structure of consumption the share of renewable energy increased most dynamically of all other types of energy and increased up to 4%. It has been concluded that the current global increase in energy demand in the world exceeds the growth in renewable energy production, therefore, effective decarbonization of the energy sector has not yet been successful. Wind energy predominates in the structure of renewable energy, but in the future solar energy is projected to lead in the generation of world electricity, due to its leadership in terms of growth. It has been established that Using the real potential of renewable energy development together with measures to increase energy efficiency and end-user electrification can provide about 90% reduction in CO₂ emissions associated with energy sector. The peculiarity of renewable energy markets has been clarified, which consists in the practical absence of international trade in such energy. This is due to, on the one hand, the lack of infrastructure for international trade. On the other hand, the rules of trade and even the role of goods for renewable energy are not yet fully formed in the World Trade Organization. It was found that, unlike fossil energy, the gain from international trade in renewable energy is received not by countries with excess energy resources, but by countries that produce equipment for its generation. It is proved that an effective settlement of development problems by states and international organizations will allow decarbonizing the economy and slowing down anthropogenic environmental degradation.

Keywords: renewable energy; carbon intensity; economic growth; fossil fuels; decarbonisation.

JEL Classification: F60, Q42, Q57

Актуальність. Світовий енергетичний сектор є джерелом близько 70% всіх викидів парникових газів. Абсолютний обсяг і частка викидів парникових газів від вичерпного палива постійно зростають протягом останніх десятиліть, в той час, інші викиди, пов'язані, наприклад, з вирубок лісів, зменшуються. Викиди парникових газів від згорання вичерпного палива були охарактеризовані британським економістом Ніколасом Стерном як найбільша вада ринкового механізму за всю історію людства [1]. Нова інтерпретація теорії Т. Мальтуса в сучасному світі базується на відсутності глобальної можливості збільшення виробництва вичерпної енергії у відповідь на збільшення світового народонаселення, як з огляду на обмеженість її запасів, так і з огляду на шкідливість такого збільшення для населення і планети в цілому.

Фундаментальна декарбонізація всього енергетичного сектору є ключовим глобальним викликом, що стала головною вимогою для досягнення цілей Паризької Угоди, підписаної на Міжнародних кліматичних переговорах ООН (COP21) в 2015 році [2]. Головною метою Паризької Угоди є утримання глобального потепління у межах 2°C, в ідеалі 1,5°C. Тому, актуальним є дослідження впливу розвитку відновлювальної енергетики на вирішення глобальних проблем сучасності.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Існує досить великий спектр досліджень, які доводять зв'язок між споживанням традиційної вичерпної енергії, економічним зростанням і станом навколишнього середовища в контексті викидів CO₂. Аве С. та Edoja P. встановили, що екстенсивне зростання виробництва разом із збільшенням населення призводить до збільшення споживання вичерпного палива і сприяє зростанню рівня викидів CO₂ в країнах, що розвиваються. Вчені вбачають вихід у розвитку низьковуглецевих технологій та заохоченні довгострокових інвестицій у відновлювальну енергетику [3]. Chen J.-H. та Huang Y.-F. довели значну кореляцію між викидами CO₂ та споживанням нафти, газу та вугілля, а також вплив поточного економічного зростання на майбутні викиди [4]. Saidi K. та Hammami S. встановили наявність значного впливу споживання вичерпного палива на збільшення викидів CO₂ для 58 країн світу загалом та для чотирьох регіонів: Європи, Північної Азії, Латинської Америки та Карибського регіону [5].

Загалом, експерти вважають, що уповільнення глобального потепління можливо лише за дуже амбітної мети переходу на 94-100% відновлювальних джерел енергії до 2050 р. Група учених розробила дорожню карту переходу 139 країн світу до 2050 р. повністю на споживання альтернативної енергії. Вони встановили, що завдяки такому переходу відбуватиметься зменшення смертності від забруднення навколишнього середовища; зниження витрат на боротьбу з глобальним потеплінням; зниження витрат на енергоспоживання; створення «зелених» робочих місць; стабілізація цін на енергоносії; зниження енергозалежності країн; децентралізація світового енергопостачання; розширення доступу до споживання енергії тих, хто знаходиться в стані енергетичної бідності [6].

У роботі Маляренко В.А. системно дослідила стан, напрямки та перспективи розвитку базових напрямків енергетики і технологій виробництва енергії, з урахуванням їх взаємодії з довкіллям [7]. Аналіз основних

тенденцій розвитку світової та української енергетики, роль та позиціонування України на світових енергетичних ринках визначались українським центром економічних і політичних досліджень імені А.Разумкова [8]. Проте у науковій літературі практично відсутні дослідження проблеми впливу ринку відновлювальної енергетики на розв'язання екологічних проблем, пов'язаних з викидами CO₂.

Статистичну базу дослідження склали статистичні бази даних та звіти Міжнародного енергетичного агентства, енергетичного комітету Європейського Союзу, статистичного щорічника світової енергетики, Світового банку, аналітичного центру REN21, статистичного огляду світової енергетики.

Мета роботи. На основі дослідження ринків відновлювальної енергетики визначити можливість розв'язання глобальних проблем сучасності.

Виклад основних результатів дослідження. Глобальні проблеми сучасності генеруються глобальними ризиками, які щорічно групуються Світовим економічним форумом за п'ятьма групами: економічні, екологічні, геополітичні, соціальні, технологічні. Такий поділ носить досить умовний характер, оскільки окремі ризики зазвичай одночасно впливають на різні сфери. У 2019 р. експерти форуму визначили 30 головних загроз людству та 13 тенденцій, що можуть впливати на ступінь їх дієвості або змінювати їх питому вагу [9]. Із 10 найімовірніших ризиків 2019 р. експерти визначили 5 екологічних. Перші три ризики: екстремальні погодні явища, неготовність до кліматичних змін, стихійні лиха – є екологічними і підсилюються тенденціями зміни клімату та деградації навколишнього середовища. Зміни клімату напряму або опосередковано пов'язані із діяльністю людини, змінюють склад планетарної атмосфери на додачу до природної мінливості клімату. Деградація навколишнього середовища полягає у погіршенні якості повітря, ґрунтів та води завдяки підвищенню концентрації забруднювальних речовин та інших видів діяльності людини.

Переорієнтація глобальних ризиків з економічного на екологічне підґрунтя відбувалась поступово. У післякризових 2009 та 2010 рр. 80% експертів вважали найвпливовішими глобальними ризиками – економічні, у 2013 та 2014 рр. по 40% експертів відзначили економічні і екологічні. З 2017 р. економічні ризики вже не відзначаються як найвпливовіші, натомість щороку 60% експертів вважають такими саме екологічні ризики. Таким чином, більшість глобальних проблем сучасності формуються в екологічній сфері і прямо або опосередковано пов'язані з прагненням людства до економічного розвитку.

Екологічна складова економічного розвитку у вигляді конкретних вимірюваних критеріїв доєдналась до економічної складової лише при формуванні концепції сталого розвитку. До того часу екологи досліджували та попереджали суспільство про можливість екологічних негараздів, пов'язаних, в першу чергу, із надмірно активним використанням вичерпного палива. В економічному сенсі попередження екологів використовувались більшою мірою як дієвий елемент маркетингу на світових ринках для спекулятивного збільшення цін і збагачення виробників вичерпного палива.

Економічна теорія зазначає, що діяльність комерційних підприємств несе в собі негативні екстерналії

не тільки у вигляді неоплатних шкідливих викидів від безпосередньої діяльності, а ще і за рахунок стимулювання видобутку викопної енергії. Якщо перші негативні ефекти регулюють і контролюють держави через встановлення норм шкідливих викидів підприємств, то ефективних державних стимулів переорієнтації підприємств на використання відновлювальної енергії довгий час не створювалось. В такій ситуації попит на викопне паливо продовжує зростати, а одиничні підприємства, що вирішили перейти на чисті технології, потерпають від конкуренції з боку традиційних підприємств [1].

З іншого боку відновлювальна енергетика несе суспільству безліч позитивних екстерналій, таких як розв'язання екологічних проблем, забезпечення диверсифікації енергопостачання або навіть енерго незалежності держав. Тобто, відновлювальна енергія є класичним суспільним благом і це означає, що суспільство може користуватись позитивними зовнішніми ефектами від її використання без оплати цих позитивних ефектів. Таким чином, інвестори не можуть в повній мірі отримати користь від виробництва відновлювальної енергетики, в результаті чого виробництво та споживання її знаходиться нижче соціально значимих рівнів. Тобто, ефективний розвиток відновлювальної енергетики можливий лише за умови втручання держави у врегулювання позитивних екстерналій. Теоретично можливими є три напрямки такого врегулювання: стимулювання приватних інвестицій у виробництво, субсидування виробництва або безпосередньо виробництво державою таких благ. Стимулювання приватних інвестицій ефективно використовується в світовій економіці саме для виробництва альтернативної енергетики.

При переважному поточному використанні викопного палива в світі існує чітка кореляція між темпами зростання світового ВВП, приростом споживання первинної енергії та викидами CO₂ від енергетичного сектору (рис. 1). Середні темпи зростання споживання первинної енергії в середньому за 10 років з 2007 по 2017 рр. склали 1,5%, приріст 2018 р. склав 2,9%. У 2009 р. кризове падіння споживання первинної електроенергії склало 1,4%, а падіння світового ВВП – 1,7%.

Три світові регіони: Азійсько-тихоокеанський, Північна Америка і Європа споживають близько 80% всієї

енергії виробленої в світі. Найбільший приріст у споживанні енергії відбувся за 2007-2018 рр. на Середньому Сході та у Азійсько-тихоокеанському регіоні. В Європі та Північній Америці натомість спостерігалось незначне зниження споживання, що пояснюється використанням інноваційних технологій енергозбереження та вищою за світову ефективністю використання енергії. Загальносвітове значення енергоємності ВВП складає 5 МДж/дол. США, європейське – 4 МДж/дол. США, азійсько-тихоокеанське – 6 МДж/дол. США, африканське – 7 МДж/дол. США [11].

Викиди CO₂, пов'язані з енергетикою, можна розкласти відповідно до змін чотирьох факторів: населення, ВВП на душу населення, енергоємність ВВП та вуглецева інтенсивність економіки. Зниження енергоємності ВВП в світі значно призупинило зростання викидів, інспірованих збільшенням населення та ВВП в у період з 1970 по 2010 рр. Також, наприкінці минулого сторіччя знижувалась вуглецева інтенсивність економіки завдяки переходу з вугілля на природний газ та розширенню ядерної енергетики [12, с. 33]. З початком нового століття, збільшення вуглецевої інтенсивності пов'язують з розширенням використання вугілля в світі. Останні п'ять років інтенсивний розвиток відновлювальної енергетики разом із зменшенням частки вугілля у світовому енергоспоживанні знову привело до зниження вуглецевої інтенсивності. Але сучасне загальне зростання попиту на енергію в світі перевищує зростання виробництва відновлювальної енергетики, тому поки не вдається ефективно декарбонізувати енергетичний сектор. За підрахунками експертів, для компенсації зростаючого попиту на енергію і підтримки викидів CO₂ на рівні 2015 р. за останні три роки відновлювальна генерація мала б зростати більш ніж утричі швидше за реальне її зростання [10, с. 9].

Вплив енергетичних технологій на клімат вимірюють за допомогою інтенсивності викидів вуглецю як кількості CO₂ на одиницю згенерованої енергії. Технології використання викопного палива характеризуються високою інтенсивністю викидів вуглецю при згоранні, в той час як відновлювальні технології мають дуже низьку інтенсивність або зовсім не провокують викиди вуглецю при генерації електроенергії (рис. 2). Тому, на розвиток відновлювальної енергетики, а саме:

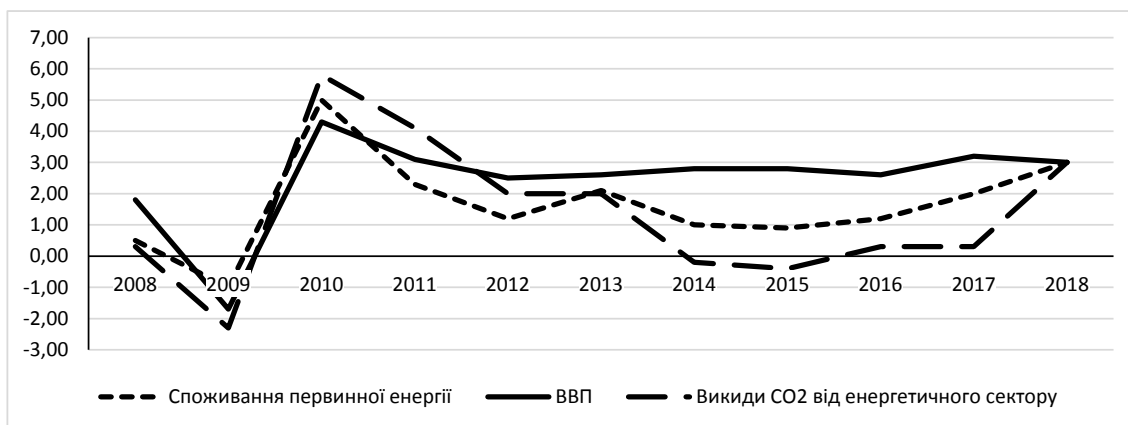


Рис. 1. Темпи зростання світового ВВП, споживання первинної енергії та викидів CO₂ від енергетичного сектору, 2008-2018 рр. %

Джерело: складено авторами за даними [10 с. 8, 11]

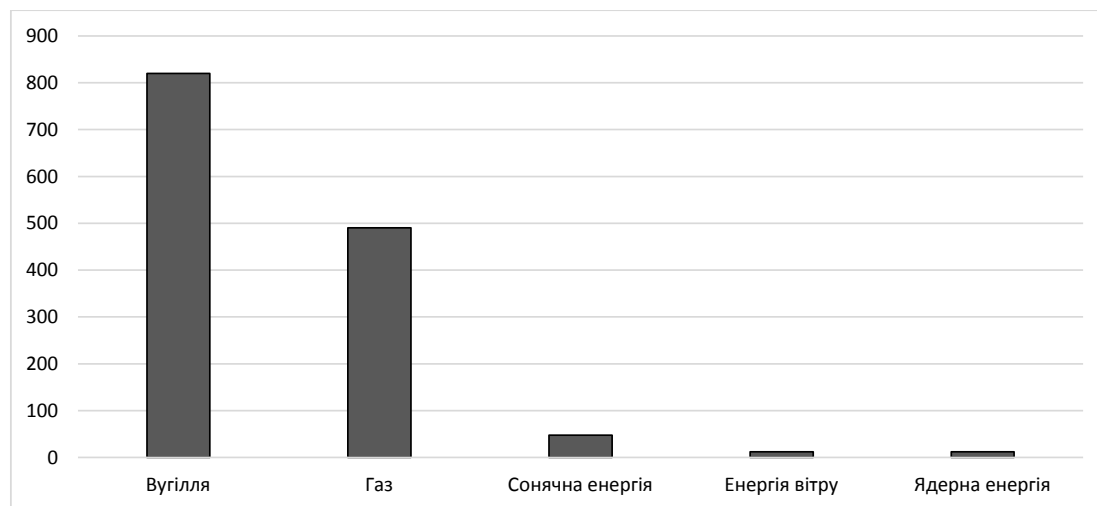


Рис. 2. Вуглецева інтенсивність деяких технологій виробництва електроенергії, CO₂/кВт·год

Джерело: [12]

сонячної та вітряної, розраховує світ у зниженні ймовірності настання глобальних екологічних ризиків.

Потенційно, на кожний квадратний метр Землі припадає в середньому 1700 кВт·год сонячної енергії щорічно. Запаси вітрових ресурсів величезні і їх в основному рівномірно розподілено по всіх континентах.

Використання реального потенціалу розвитку відновлювальної енергетики разом із заходами по підвищення енергоефективності та електрифікації кінцевих споживачів можуть забезпечити близько 90% скорочення викидів CO₂, пов'язаних із енергетикою [14, с. 17]. Розвиток відновлювальної енергетики передбачає впровадження відновлювальних технологій в енергетичному секторі і організацію інфраструктури їх кінцевого споживання. Заходи щодо підвищення енергоефективності стосуються всіх напрямків кінцевого використання енергії в промисловості, транспорті та опаленні будівель. Заходи з електрифікації мають спрямовуватися на електрифікацію опалення та транспорту.

В світовій структурі споживання первинної енергії поки переважає нафта, частка якої постійно знижується з 1990 р. і у 2018 р. становила 34% [10, с. 11]. Другим за часткою у споживанні є вугілля з найнижчим з 15 років показником – 27%, з майже половиною генерації викидів CO₂ (рис. 3). Частка природного газу постійно збільшується і досягла у 2018 р. 24%. Частка гідро– та атомної енергії останніми роками є незмінною і складає відповідно 7% та 4%.

У 2018 р. частка відновлювальної енергетики, що збільшувалась найдинамічніше, зросла до 4% і майже порівнялась з атомною, відповідно: 611,3 млн т н.е. – атомна енергія та 561,3 млн т н.е. – відновлювальна. В структурі відновлювальної енергетики поки переважає енергія віру – 51%, але за темпами зростання лідером є сонячна енергія – 28,9% приросту за 2018 р. (рис. 4) [10, с. 9, 52].

Останніми роками спостерігається бурхливий розвиток відновлювальної енергетики: у 2007 р. у світі генерувалося всього 8 ГВт сонячної енергії, у 2018 р.

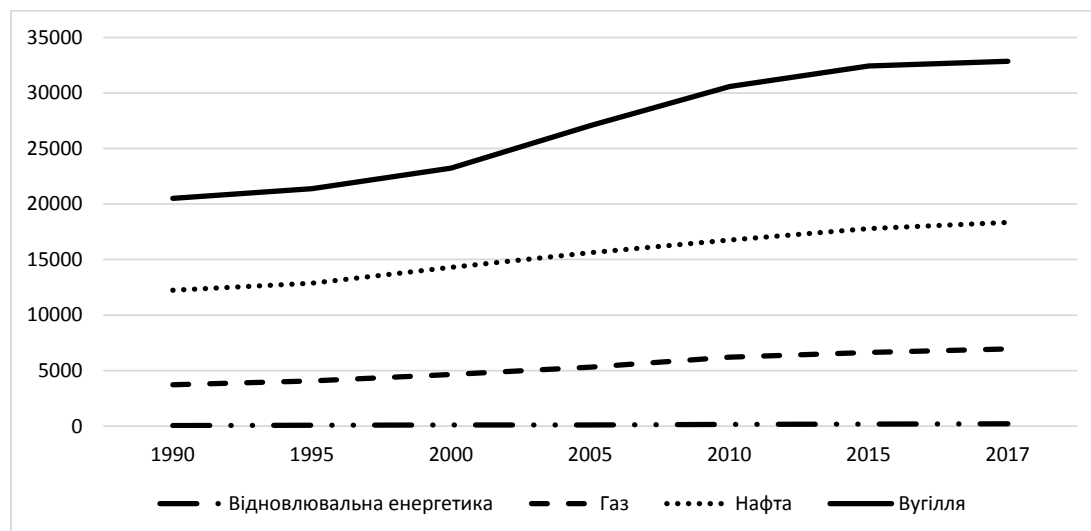


Рис. 3. Динаміка викидів CO₂ за енергетичними ресурсами, 1990-2017 рр., Мт CO₂

Джерело: складено авторами за даними [13]

вже майже 505 ГВт. Потужність вітряної енергетики з 2007 р. збільшилася з менш ніж 100 ГВт до 591 ГВт 2018 р. У 2018 р. потужність відновлювальної енергії без урахування гідроенергетики (1246 ГВт) вперше перевищила потужність гідроенергетики (1132 ГВт).

КНР є світовим лідером як у виробництві відновлювальної енергетики так і у забрудненні навколишнього середовища CO₂. Китай у 2018 р. генерував майже 28% всіх світових викидів CO₂, тож 47% генерації електроенергії із вугілля припадає на Китай [10, с. 58,59]. Для порівняння, за допомогою вугілля в КНР у 2018 р. було вироблено 4732 ТВт·год електроенергії, а за допомогою відновлювальних технологій – 634 ТВт·год (25% світової відновлювальної генерації). КНР також відіграє ключову роль у створенні нових відновлювальних потужностей і може змінювати загальносвітові інвестиційні тенденції. Так, інвестиції КНР у відновлювальну енергетику знизились у 2018 р. порівняно з 2017 р. на 4% (91 млрд дол. США) і навіть при зростанні інвестицій всього іншого світу це призвело до зниження загальносвітового інвестування за 2018 р. на 11,5% [15, с. 148].

Особливістю ринків відновлювальної енергетики є практична відсутність міжнародної торгівлі такою енергією. Це пов'язано, з одного боку, з відсутністю інфраструктури для міжнародної торгівлі, а інколи, навіть для торгівлі в межах однієї країни. З іншого боку, правила торгівлі та навіть роль товарів для відновлювальної енергетики ще не сформовані у СОТ. Бурхливий розвиток альтернативної енергетики зумовив необхідність доповнень та змін у Гармонізованій системі опису та кодування товарів, оскільки, наприклад, більшість товарів з сонячними технологіями є частиною більш широких товарних груп. Сонячні батареї, що складають переважну більшість обсягу міжнародної торгівлі, пов'язаної з сонячною енергетикою, реєструються по коду ГС 854140, який також включає світлодіоди та інші світлочутливі напівпровідникові пристрої. Така неврегульованість ускладнює як статистику міжнародної торгівлі такими товарами, так і саму торгівлю, оскільки унеможливає стимулювання ввезення в країни сонячних батарей для реалізації програм розвитку відновлювальної енерге-

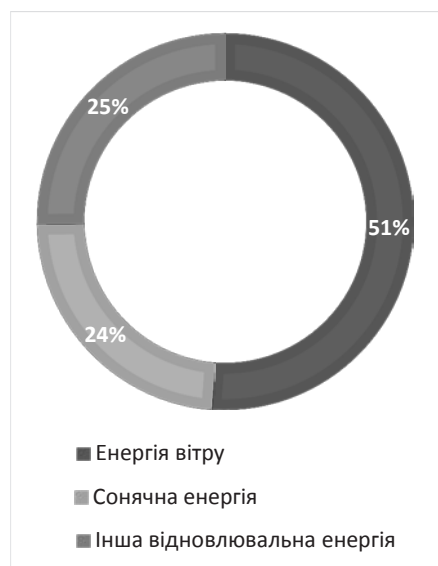


Рис. 4. Структура генерації відновлювальної енергетики в світі без урахування гідроенергетики, 2018 р., ТВт·год

Джерело: [10]

тики. Тобто, сонячні батареї як відносно новий товар у системі міжнародної торгівлі, з одного боку, потребує уточнення в Гармонізованій системі, а, з іншого боку, вимагає ретельної уваги, оскільки розвиток торгівлі ними відбиває певні геополітичні точки напруження у міжнародних економічних відносинах. Якщо у викопній енергетиці вираш від міжнародної торгівлі отримують країни, що мають надлишкові енергетичні ресурси, то у відновлювальній енергетиці, виграють ті країни, що виробляють обладнання для генерації. На прикладі сонячної енергетики, яка до речі, за прогнозами експертів, у 2050 р. буде переважати в структурі світової енергетики, можна побачити процес формування основних гравців такого ринку і вже відчуті певну протидію їх формуванню.

КНР активно формує свою лідерську позицію на світовому ринку обладнання для сонячної енергетики.

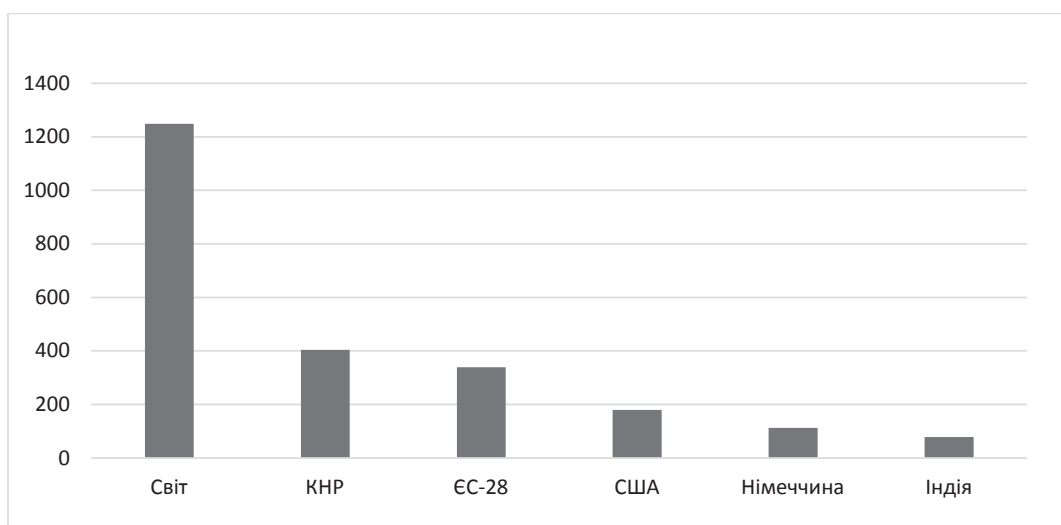


Рис. 5. Потужність відновлювальної енергетики в світі і окремих країнах, 2018 р., ГВт

Джерело: [10]

У 2019 р. із 10 топових світових виробників сонячних батарей визначених Bloomberg: JinkoSolar; CanadianSolar; RisenEnergy; JASolar; HanwhaQCells; TrinaSolar; Longi; GCLSystems; Talesun; Seraphim – тільки дві не китайські: HanwhaQCells належить не КНР, але виробництво розташовано також в Китаї і CanadianSolar, заснована китайцем [16]. Виробництво сонячних панелей на початку цього століття намагались організувати безліч країн, що реалізують програми розвитку відновлювальної енергетики. Інвестиції у виробництво сонячних панелей в деяких країнах захищено законодавчо через можливість використання на території країни тільки власні панелі. Але, такий захист вже сьогодні стає елементом не стимулювання виробництва сонячної енергії, а навпаки. Так, сонячні батареї казахського заводу «AstanaSolar» у 8 раз дорожче за китайські із вартістю доставки до Казахстану. У 2016 р. Індія прогнала спір «Індія – Сонячні батареї» і СОТ визнала порушення принципу національного режиму у вимозі по використанню виробниками тільки національних компонентів для сонячних батарей та модулів як передумови закупівлі електроенергії індійським урядом. Вартість китайських сонячних панелей постійно знижується, що викликає вже не побоювання інших виробників, а достатньо різкий опір, наприклад, у вигляді додаткового 30% мита на китайські сонячні батареї, введеного США у 2018 р. вже після того, як СОТ визнала у 2014 р. неправомірність такого заходу.

Таким чином, перед світом постає задача активізувати виробництво альтернативної енергії задля ефективного заміщення споживання викопної енергетики.

Деякі країни досягли значних успіхів у озелененні своєї енергетики, але існує низка загальних перешкод, на подолання яких необхідно звертати увагу при формуванні міжнародних та національних концепцій переходу на відновлювальну енергетику.

Висновки. Ринки відновлювальної енергетики за останні роки дуже активно розвиваються і обсяг спожитої енергії із відновлювальних джерел вже досяг рівня спожитої атомної енергії в світі. Потенціал використання сонця, вітру та інших відновлювальних джерел величезний, що приводить до розуміння можливості заміщення шкідливої навколишньому середовищу викопної енергії. Вуглецева інтенсивність відновлювальної енергії майже в 100 разів нижча за аналогічний показник вугілля, яким генерується майже 14 500 МтСО₂. Оскільки більшість сучасних глобальних проблеми людства генеруються змінам клімату та деградацією навколишнього середовища, перехід економіки на відновлювальну енергетику сприятиме їх розв'язанню. Але розвиток ринків відновлювальної енергетики, що знаходиться у стадії становлення, в свою чергу генерує проблеми в міжнародних економічних відносинах з приводу формування позицій ключових світових гравців на ринках обладнання для генерації такої енергії, а також створення стимулів для подальшого розвитку та врегулювання позитивних екстерналій. Ефективне врегулювання проблем розвитку державами та міжнародними організаціями дасть можливість декарбонізувати економіку і уповільнити антропогенну деградацію навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Stern, N. The Economics of Climate Change: The Stern Review // Cambridge University Press. 2007. 576 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mudancasclimaticas.cptec.inpe.br/~rmclima/pdfs/destaques/sternreview_report_complete.pdf
2. The Paris Agreement. UNFCCC // Conference of the Parties on its Twenty-first session, FCCC/CP/2015/L.9/Rev.1., 12 December 2015. 32 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/109r01.pdf>
3. Aye G.C. & Edoja P.E. Effect of economic growth on CO2 emission in developing countries: Evidence from a dynamic panel threshold model // Cogent Economics & Finance, Vol. 5, No. 1, 24 September. 2017. 22 p. doi.org/10.1080/23322039.2017.1379239 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23322039.2017.1379239?needAccess=true>
4. Chen, J.-H. & Huang, Y.-F. Nonlinear environment and economic growth nexus: A panel smooth transition regression approach // Journal of International and Global Economic Studies, 7(2). 2014. P. 1–16. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pdfs.semanticscholar.org/5f75/ec68b3f5555eeca695e66f8f46a6dfdedb80.pdf>
5. Saidi, K. & Hammami, S. The impact of CO2 emissions and economic growth on energy consumption in 58 countries // Energy Reports, 1, 2015. P. 62–70. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S235248471500013X?token=571C06C303B87837D8612568730293C9A4DF0AD95E9C763A4F5D78DF16C17F9CC591A0273362D418C562450CEA829A4B>
6. Jacobson, M.Z. et al. 100% Clean and Renewable Wind, Water, and Sunlight All-Sector Energy Roadmaps for 139 Countries of the World // Joule 1, 6 September. 2017. P. 108–121 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web.stanford.edu/group/efmh/jacobson/Articles/I/CountriesWWS.pdf>
7. Маляренко, В.А. Енергетика і навколишнє середовище : навч. видання / В. А. Маляренко. – Х.: Видавництво САГА, 2008. 364 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/5282/1/e-book.pdf>
8. Роль і місце української енергетики у світових енергетичних процесах // Центр Разумкова. 2018. 90 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_ENERGY_PRINT.pdf
9. The Global Risks Report, 14th Ed. // World Economic Forum. Geneva, 2019. 114 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf
10. BP 2019 Statistical Review of World Energy. London, SALTERBAXTER MSLGROUP. 2019. 64 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf>
11. The World Bank. 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/>
12. Schlömer S., T. Bruckner & L. Fulton. Special Report on Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation // Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, USA. Annex III: 1329-1356 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ipcc_wg3_ar5_annex-iii.pdf
13. International Energy Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iea.org/data-and-statistics?country=WORLD&fuel=CO2%20emissions&indicator=CO2%20emissions%20by%20energy%20source> (дата звернення: 20.12.19). – Назва з екрана.

14. Climate Change and Renewable Energy: National policies and the role of communities, cities and regions (Report to the G20 Climate Sustainability Working Group (CSWG)) // International Renewable Energy Agency. IRENA, Abu Dhabi, 2019. 60 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2019/Jun/IRENA_G20_climate_sustainability_2019.pdf
15. Renewables 2019 // Global Status Report. REN21, Paris, France, 2019. 336 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ren21.net/wp-content/uploads/2019/05/gsr_2019_full_report_en.pdf
16. Latest Tier 1 Solar Panels List 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://review.solar/latest-tier-1-solar-panels-list-2019/> (дата звернення: 20.12.19). – Назва з екрана.

References:

1. Stern, N. (2007). The Economics of Climate Change: The Stern Review. Cambridge University Press, 576. Retrieved from: http://mudancasclimaticas.cptec.inpe.br/~rmclima/pdfs/destaques/sternreview_report_complete.pdf
2. The Paris Agreement (2015). UNFCCC, Conference of the Parties on its Twenty-first session, FCCC/CP/2015/L.9/Rev.1., Nov. 15, 32. Retrieved from: <https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/109r01.pdf>
3. Aye, G.C. & Edoja, P.E. (2017). Effect of economic growth on CO2 emission in developing countries: Evidence from a dynamic panel threshold model. Cogent Economics & Finance, Vol. 5, No. 1, 24 September, 22. Retrieved from: <https://tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23322039.2017.1379239?needAccess=true>
4. Chen, J.-H. & Huang, Y.-F. (2014). Nonlinear environment and economic growth nexus: A panel smooth transition regression approach/ Journal of International and Global Economic Studies, 7(2), 1–16. Retrieved from: <https://pdfs.semanticscholar.org/5f75/ec68b3f5555eeca695e66f8f46a6dfdadb80.pdf>
5. Saidi, K. & Hammami, S. (2015). The impact of CO2 emissions and economic growth on energy consumption in 58 countries. Energy Reports, 1, 62–70. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.egy.2015.01.003>
6. Jacobson, M.Z. et al. (2017). 100% Clean and Renewable Wind, Water, and Sunlight All-Sector Energy Roadmaps for 139 Countries of the World. Joule 1: September 6, 108–121. Retrieved from: <https://web.stanford.edu/group/efmh/jacobson/Articles/I/CountriesWWS.pdf>
7. Malyarenko, V.A. (2008). Enerhetyka i navkolyshnye seredovyshche [Energy and the environment]. KH.: Vidavnistvo SAGA [X.: SAGA Publishing House], 364. Retrieved from: <http://eprints.kname.edu.ua/5282/1/e-book.pdf> [in Ukrainian]
8. (2018). Rol' i mistse ukraïns'koyi enerhetyky u svitovykh enerhetychnykh protsesakh [The role and place of Ukrainian energy in the world energy processes]. Kyev: Tsentrazumkova – Kyiv: The Razumkov Centre, 90. Retrieved from: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_ENERGY_PRINT.pdf [in Ukrainian]
9. The Global Risks Report (2019). World Economic Forum, 14th Ed. Geneva, 114. Retrieved from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf
10. (2019). BP 2019 Statistical Review of World Energy. London, SALTERBAXTER MSLGROUP, 64. Retrieved from: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf>
11. (2019). The World Bank. Retrieved from: <https://data.worldbank.org/indicator/>
12. (n.d.). Schlömer S., T. Bruckner & L. Fulton. Special Report on Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation. Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, USA. Annex III, 1329-1356. Retrieved from: https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ipcc_wg3_ar5_annex-iii.pdf
13. (n.d.). International Energy Agency. Retrieved from: <https://www.iea.org/data-and-statistics?country=WORLD&fuel=CO2%20emissions&indicator=CO2%20emissions%20by%20energy%20source>
14. IRENA (2019). Climate Change and Renewable Energy: National policies and the role of communities, cities and regions (Report to the G20 Climate Sustainability Working Group (CSWG)). International Renewable Energy Agency, Abu Dhabi, 60. Retrieved from: https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2019/Jun/IRENA_G20_climate_sustainability_2019.pdf
15. REN21. (2019). Renewables 2019 Global Status Report, 336. Retrieved from: https://www.ren21.net/wp-content/uploads/2019/05/gsr_2019_full_report_en.pdf
16. Latest Tier 1 Solar Panels List 2019. Retrieved from: <https://review.solar/latest-tier-1-solar-panels-list-2019/>

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 150, 2019

Українською, російською та англійською мовами

Відповідальний редактор: *Вертелецька О.М.*

Технічний редактор: *Морозова С.А.*

Підписано до друку 24.10.2019 р.

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 11,16

Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а

Телефони: +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.