

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Серія
«Економіка та менеджмент»

Збірник наукових праць
Випуск 16 (62)

Луцьк 2019

УДК 33+65.012.32

Рекомендовано як фахове видання,
в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук
*Затверджено наказом Міністерством освіти і науки України
від 12.05.2015 р. №528*

*Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» : Збірник наукових праць.
Луцький національний технічний університет. Випуск 16 (62). Редкол.: відп. д.е.н., професор
Вавдійок Н. С. Луцьк, 2018. 176 с.*

У збірнику розглядаються теоретичні та прикладні засади розвитку економіки та менеджменту. Збірник розрахований на фахівців з економіки, менеджменту, працівників органів державної влади та місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів, докторантів і студентів.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії:

Вавдійок Н. С. д.е.н., професор

Заступник голови редакційної колегії:

Шубалий О. М. д.е.н., професор

Члени редакційної колегії:

<i>Вахович І. М.</i>	д.е.н, професор	<i>Перерва П. Г.</i>	д.е.н, професор
<i>Благул І. С.</i>	д.е.н, професор	<i>Рудь Н. Т.</i>	д.е.н, професор
<i>Забарна Е. М.</i>	д.е.н, професор	<i>Черчик Л. М.</i>	д.е.н, професор
<i>Карлова О. А.</i>	д.е.н, професор	<i>Іван Баранчик</i>	PhD, професор (Чехія)
<i>Ковальська Л. Л.</i>	д.е.н, професор	<i>Міхал Балог</i>	PhD, професор (Словакія)
<i>Коцій О. В.</i>	д.е.н, професор	<i>Анета Бобенік-Хінтосова</i>	PhD, професор (Словакія)
<i>Кривов'язук І. В.</i>	к.е.н, професор	<i>Паата Брекашвілі</i>	PhD, професор (Грузія)
<i>Матвійчук Л. Ю.</i>	д.е.н., професор	<i>Паула Одете Фернандес</i>	PhD, професор (Потругалія)
<i>Морохова В. О.</i>	к.е.н, професор	<i>Ліліана Чімпоєш</i>	PhD, професор (Молдова)

Рецензенти:

Олексів І. Б. доктор економічних наук, професор
Карпенко О. О. доктор економічних наук, професор

Рекомендовано до друку Вченою радою Луцького національного технічного університету (протокол №3 від «19» листопада 2019 р.).

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №15522-4094 ІПР.

Тексти статей представлено у авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Луцький національний технічний університет, 2019

ЗМІСТ

<i>Абрамова І. О., Стрижеус Л. В.</i>	5
Методичні засади оцінки системи мотивації персоналу підприємства	
<i>Вавдіюк Н. С., Рудь К. І., Селівончик О. А.</i>	16
Оцінка альтернативних сукупних вигод і витрат від фінансового правопорушення	
<i>Вавдіюк Н. С., Корецька Н. І.</i>	24
Стратегії та тактики бренд-менеджменту Луцького НТУ	
<i>Вахновська Н. А., Макачук Б. В.</i>	36
Фіскальні чинники впливу на інвестиційний клімат в Україні	
<i>Купіра М. І., Гудемчук В. М.</i>	46
Теоретичний аспект управління ліквідністю підприємства	
<i>Корольчук Л. В.</i>	51
Роль стратегічного планування в розвитку транскордонного регіону як єдиної глобальної логістичної системи	
<i>Косінський П. М.</i>	60
Особливості формування системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів	
<i>Коцій О. В.</i>	67
Розвиток логістичного забезпечення в Україні	
<i>Кулініч Т. В., Кутна Х. О.</i>	74
Розроблення та використання системи таргетованого управління для організацій сфери водопостачання	
<i>Куцай Н. С., Семенюк І. В.</i>	81
Фактори впливу та тенденції інноваційного розвитку АПК	
<i>Нагірська К. Є., Костечко В. В.</i>	90
Аграрні розписки як боргові цінні папери в агробізнесі: обліковий аспект	
<i>Писаренко Т. М., Смолярчук І. А.</i>	99
Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України	
<i>Полінкевич О. М.</i>	105
Управління вартістю підприємств через підвищення фізичної активності та сон у працівників	
<i>Рудь Н. Т.</i>	113
Роль стартапів у проривних напрямках наукових досліджень	

<i>Сало І. А.</i>	124
Товарне виробництво плодогідної продукції в Україні <i>Смолич Д. В., Станкевич Ю. М.</i>	131
Інноваційна корпоративна культура як інструмент адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища <i>Тендюк А. О., Медведєва О. І.</i>	141
Методичний підхід до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства промисловості будівельних матеріалів <i>Шубала І. В., Гордійчук А. І.</i>	151
Оцінка впливу демографічних процесів на розвиток людського капіталу у регіоні <i>Шубалий О. М., Шоцька К. О.</i>	159
Порівняльний аналіз гендерної рівності у сфері зайнятості за різними ознаками <i>Горин Г. В.</i>	167
Чинники, що впливають на розвиток суб'єктів господарювання для економіки прикордонних регіонів України у глобальних ланцюгах доданої вартості	

УДК 658.5

Абрамова І. О., к.е.н., старший викладач,

Стрижеус Л. В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто та систематизовано існуючі методичні підходи до оцінки системи мотивації персоналу, визначено їхні переваги та недоліки; розглянуто прикладні рекомендації щодо формування та оцінювання системи мотивації персоналу.

Ключові слова: персонал; менеджмент; підприємство; мотивація; методичний підхід.

Abramova I., Stryzheus L.

METHODICAL PRINCIPLES FOR EVALUATION OF ENTERPRISE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM

In a market economy, the competitiveness of an enterprise depends on the ability to adapt quickly to changing environmental factors. At the same time, the achievement of this goal depends on the internal factors of the enterprise development. In particular, the human factor that is crucial for a business entity to succeed in competition. However, in order for human resources to provide the enterprise with effective development, it is important to use effective technologies to motivate employees.

However, management's lack of understanding of the importance of motivation; inability to determine the motivational priorities of a particular company, to ensure that the results of work are linked to staff evaluation, and the methods of motivation – to the actual social needs of employees; the absence of effective incentives adapted to market relations, specific conditions of work, consistent with the needs, interests and requests of employees, necessitates the development of new approaches to the motivation of staff at domestic enterprises in modern socio-economic conditions of development.

In the same time, much of the theoretical and practical issues of staff motivation in terms of market relations require in-depth study, as the conceptual and terminological consistency of staff motivation is rather contradictory, which is due to the fact that understanding content, exploring methods, principles and principles management is still in the formation stage.

The article examines and systematizes the existing methodological approaches to the evaluation of the personnel motivation system, identifies their advantages and disadvantages; Applied recommendations for the formation and evaluation of the staff motivation system are considered.

Keywords: staff; management; enterprise; motivation; methodical approach.

Абрамова І. О., Стрижеус Л. В.

Абрамова И. А., Стрыжеус Л. В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены и систематизированы существующие методические подходы к оценке системы мотивации персонала, определены их преимущества и недостатки; рассмотрены прикладные рекомендации по формированию и оценке системы мотивации персонала.

Ключевые слова: персонал менеджмент предприятие; мотивация; методический подход.

Постановка проблеми у загальному її вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Проблеми оцінки системи мотивації в Україні останнім часом набули значної актуальності. Однак, незважаючи на зростаючий інтерес із боку вітчизняних науковців і практиків до її розв'язання, в економічній літературі на сьогодні відсутні ґрунтовні дослідження, цілком присвячені методиці оцінки системи мотивації персоналу, які б дозволяли ідентифікувати рівень вмотивованості працівників та визначати мотиви та стимули, які формулюють мотиваційні механізми та забезпечують ефективність роботи працівника. Тому існує необхідність подальшого дослідження методичних підходів до оцінки системи мотивації персоналу. Варто зазначити, що методики, які стосуються оцінки персоналу, трудових ресурсів, фактично ототожнюються з методикою оцінки системи мотивації, оскільки містять елементи оцінки найважливіших факторів мотивації працівників.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вагомий теоретико-методологічний внесок у формування розуміння поняття «мотивація» належить наступним вітчизняним науковцям: А. Афонін, Д. Богиня, О. Грішнова, В. Данюк, Г. Дмитренко, А. Колот, Н. Мазур, І. Петрова, М. Семикіна, А. Тибінь, Л. Червінська та інші. Вагомий внесок у дослідження і розвиток теорій мотивації належить зарубіжним вченим: В. Вруму, Б. Генкіну, Ф. Герцбергу, В. Дятлову, О. Єгоршину, А. Кибанову, Д. Мак-Клеланду, Є. Маслоу, А. Маслоу, Дж. Обер-Кріє, В. Петті, С. Синку, А. Сміту, Т. Соломанідіній, Ф. Тейлору, В. Травіну, Е. Уткіну та іншим. Водночас значна частина теоретичних і практичних питань мотивації персоналу в умовах ринкових відносин потребує докладнішого опрацювання.

Цілі статті: розробка методологічних положень щодо формування і оцінки системи мотивації персоналу.

Викладення основного матеріалу досліджень з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Значна кількість науковців виокремлюють оцінку персоналу в якості одного з найважливіших факторів мотивації. Відносити оцінку до основних засобів діагностики стану людських ресурсів, що є основою моделювання стратегії розвитку персоналу підприємства, пропонують А. Пушкарь та А. Жеманюк [1]. А. Колот [2] розглядаючи організаційно-економічні аспекти мотивації праці виділяють оцінку персоналу як один з найвагоміших факторів мотиваційного впливу.

Петрова І. [3], досліджуючи місце оцінки персоналу в системі мотивації праці, зауважує на мотиваційну мету оцінки, яка передбачає взаємозв'язок матеріальних і моральних винагород, заохочення і покарання з трудовою поведінкою і результатами праці і, отже, орієнтує персонал на покращення діяльності для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Систематизацію існуючих методичних підходів до оцінки системи мотивації персоналу підприємства подано у таблиці 1.

Розгляд публікацій стосовно методик оцінки системи мотивації персоналу засвідчив, що для оцінки ефективності системи мотивації персоналу використовують показники рівня матеріального стимулювання (формування і використання матеріальних стимулів праці, рівень та розподіл заробітної плати) та якості умов праці працівників (управлінського персоналу, робітників основного та допоміжного виробництва); рівень задоволення мотиваційних потреб працівників; рівень можливостей керівників підприємства за рівнями управління (інституційним, управлінським, технічним) задовольняти соціально-економічні потреби підлеглих (працівників); рівень продуктивності праці; рівень участі працівників (управлінського персоналу, робітників) у власності і/або в управлінні підприємства; рівень соціально-психологічного клімату на підприємстві; рівень конфліктності в трудовому колективі; рівень плинності кадрів тощо.

На нашу думку, методика аналізу й оцінки мотивації персоналу повинна містити наступні етапи (рис. 1).

Таблиця 1

Методики оцінки системи мотивації персоналу

Автори методики	Суть методики	Розрахункова формула
1	2	3
О. В. Стахів [4]	«Оцінка мотивації праці персоналу (на прикладі промислових підприємств)», мотивація повинна забезпечувати досягнення нових цілей підприємства за рахунок задоволення нових мотиваційних потреб персоналу через: 1) досягнення цілей у сфері якості (вимога стандарту ISO 9001); 2) задоволення основних (першочергових) потреб персоналу і встановлення мотиваційного потенціалу	–
В. В. Онікієнко [5]	«Методологічні проблеми оцінки ефективності мотивації конкурентоспроможності у сфері праці»: 1) процеси стабілізації соціально-трудових відносин та зниження рівня конфліктності в трудовому колективі; 3) розвиток корпоративних цінностей; 4) покращення соціально-психологічного клімату; 5) зростання рівня інноваційної активності; 6) розвиток людського капіталу та капіталу відносин на засадах інвестування; 7) постійне поліпшення якості умов трудового життя персоналу; 8) підвищення сили соціальної мотивації працівників (трудового колективу)	Економічна та соціальна ефективність у сукупності формують соціально-економічну ефективність мотивації праці персоналу на підприємстві, і розраховується за формулою (1): $E = D (\Sigma Z + \Sigma C) m$, (1) де E_m – ефективність мотивації; D – дохід (прибуток) підприємства; ΣZ – витрати на економічну мотивацію праці; ΣC – витрати на соціальну мотивацію праці

1	2	3
О. М. Гуцан [6]	Ключовими компонентами оцінки рівня мотивації робітника підприємства є: 1) рівень ієрархічності (підприємство загалом; структурний або географічний підрозділ підприємства; ділянка; робітник); 2) рівень охоплення (персонал загалом; керівники, фахівці, службовці; робітники основного та допоміжного виробництва); 3) механізми оцінювання (кількісна оцінка; якісна оцінка); 4) напрями оцінювання (індивідуальний; колективний); 5) методи отримання повної та достовірної інформації за визначеним змістом (порівняння; вимірювання; експеримент; опитування; тестування; експертний; моделювання тощо)	–
С. Ф. Горбань [7]	діагностику мотивації персоналу доцільно проводити у наступні етапи: 1) збір, обробка і аналіз інформації про підприємство (структурні підрозділи, працівників) та визначення цілей і завдань самої мотиваційної системи; 2) дослідження стану мотиваційної системи управління; 3) формування висновків про стан існуючої системи мотивації персоналу та розроблення рекомендацій щодо можливих шляхів з її удосконалення	–
Ш. Річі і П. Мартін [8]	12-факторної моделі «Мотиваційний профіль», яка інтерпретує результати у формі гістограм. Серед можливих мотиваційних факторів було виділено 12 основних: фактор 1 – високий заробіток, фактор 2 – фізичні умови праці, фактор 3 – структурування роботи, фактор 4 – соціальні контакти, фактор 5 – стійкі взаємовідносини, фактор 6 – визнання, фактор 7 – прагнення до досягнень, фактор 8 – влада і впливовість, фактор 9 – різноманітність і зміни, фактор 10 – креативність, фактор 11 – самовдосконалення і фактор 12 – цікава та корисна робота. З'ясувати ставлення кожного з працівників до 12 мотиваційних факторів (мотиваторів) можна через спеціальне тестування.	–

Примітка. Сформовано автором на основі даних джерел: [4–8]



Рис. 1. Методика оцінки системи мотивації персоналу

Примітка. Сформовано автором

На *першому етапі* обирають мету, завдання та методи оцінки системи мотивації персоналу. Основна мета аналітичних досліджень – це оцінка мотивації персоналу та виявлення проблем у системі мотивації персоналу.

Відповідно до мети об'єктом дослідження є процес мотивації праці. Предмет аналізу – методичні засади оцінки системи мотивації персоналу.

Завдання аналітичного дослідження передбачають:

- аналіз трудових ресурсів;
- оцінку ціннісних орієнтацій працівників;
- оцінку реалізації функції мотивації.

Відповідно на другому етапі відбувається обґрунтування напрямків оцінки.

Детально розглянувши та проаналізувавши існуючі методичні підходи до оцінки системи мотивації персоналу, використовуючи напрацювання й надбання науковців стосовно обґрунтування методик оцінки системи мотивації персоналу, на нашу думку, аналіз системи мотивації персоналу повинен містити наступні напрямки оцінки:

- аналіз трудових ресурсів;
- оцінку реалізації функції мотивація;
- оцінку системи цінностей персоналу.

Забезпеченість підприємства необхідними трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку [9].

Основними напрямками аналізу трудових ресурсів є:

- аналіз рівня забезпечення трудовими ресурсами;
- аналіз руху персоналу підприємства;
- аналіз використання робочого часу;
- аналіз продуктивності праці персоналу;
- аналіз розвитку персоналу;
- аналіз оплати праці;
- оцінка впливу трудових факторів на загальні результати виробничої діяльності підприємства;
- оцінка ефективності кадрової політики.

Для оцінки реалізації функції мотивація використаємо методику оцінки використання мотиваційного потенціалу розвитку, яка передбачає аналіз показників підприємства за наступними напрямками [9]:

1. Оцінка матеріальних стимулів працівників підприємства.
2. Оцінка моральних стимулів працівників.
3. Оцінка стимулів професійно-кваліфікаційного росту працівників підприємства.
4. Оцінка умов праці працівників підприємства.
5. Оцінка взаємостосунків і психологічного клімату в колективі.
6. Оцінка соціального благоустрою і соціального забезпечення працівників підприємства.

Безперечно, методи досягнення ефективної мотивації до праці різноманітні і в першу чергу залежать від людських потреб, норм і цінностей. У зв'язку з важливо чітко розуміти структуру мотиваційних потреб. Для того, щоб компетентно вибудувувати мотиваційну політику організації, слід проводити інтермітуючі дослідження серед співробітників. Багато сучасних підходів типологічної моделі мотивації визначають загальну спрямованість поведінки працівника в рамках концепції прогнозування трудової поведінки на підставі структури мотивації, тобто виділяють декілька мотиваційних типів, які в цілому визначають поведінку

співробітника. Вивчення відповідності співробітників одному або декільком типам являє собою визначення мотиваційного профілю. Поняття «мотиваційний профіль» запровадили у наукову практику вже П. Мартін, Ш. Річі для позначення узагальненого результату опитування працівників щодо вагомості дванадцяти ключових мотиваторів. На думку Р. Мартіна і Ш. Річі, мотиваційний профіль особистості – це індивідуальне сполучення найбільш і найменш актуальних потреб для конкретної людини [8].

Якісний аналіз результатів дає можливість оцінити ідеали, ієрархію життєвих цілей, цінностей, які людина розглядає як норми поведінки.

На *третьому етапі* обирають методи дослідження. Серед основних методів, що будуть використовуватись у процесі аналітичного дослідження, слід виокремити наступні: логічно-теоретичний (при дослідженні сутності мотивації праці); системного аналізу і синтезу, узагальнення (при дослідженні проблемних аспектів підвищення мотивації праці на підприємстві), анкетування (проведення аналізу системи цінності працівників).

На *четвертому етапі* здійснюється підбір показників оцінки.

Для оцінки реалізації функції мотивація пропонується використання системи показників, що подана у таблиці 2.

Висновки. Запропонована методика оцінки системи менеджменту підприємства дасть можливість виявити проблеми у системі мотивації та запропонувати ефективні шляхи удосконалення мотиваційного процесу на підприємстві.

1. Пушкарь А. И., Жеманюк А. П. Методологические аспекты формирования механизма стратегического развития организации. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2003. Вип. 178. С 324–329.
2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу. Навч.-метод. посібник. Київ : КНЕУ, 1998. 224 с.
3. Петрова І. Л. Оцінка персоналу в системі мотивації праці. *Регіональні перспективи*. 2002. №3–4. С. 261–263.
4. Стахів О. В. Оцінка мотиваційного потенціалу персоналу підприємства, його моніторинг і застосування в контексті реалізації вимог стандарту ISO. *Україна: аспекти праці*. 2007. № 8. С.244–250.
5. Онікієнко В. В. Методологічні проблеми оцінки ефективності мотивації конкурентоспроможності у сфері праці. *Демографія та соціальна економіка*. 2006. № 1. С. 157–165.

Таблиця 2

Основні показники системи мотивації персоналу

Напрямок діагностики	Показники	Формула для розрахунку
1	2	3
Оцінювання матеріальних стимулів працівників підприємства	Коефіцієнт, що відображає вагомість витрат на оплату праці в сукупних ресурсах підприємства ($K_{воп}$):	$K_{воп} = \frac{\Phi_{оп}}{ВР}$ де $\Phi_{оп}$ – фонд оплати праці персоналу підприємства, тис. грн.; $ВР$ – виручка від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) підприємства, тис. грн.
	Коефіцієнт заборгованості з виплати заробітної плати працівникам підприємства ($K_{ззп}$):	$K_{ззп} = \frac{Ч_{сер.обл.} - Ч_{ззп}}{Ч_{сер.обл.}}$ де $Ч_{ззп}$ – кількість працівників підприємства, яким не виплачено заробітну плату, осіб; $Ч_{сер.обл.}$ – середньооблікова чисельність працівників підприємства, осіб.
	Коефіцієнт, що відображає вагомість преміальних виплат у структурі витрат на оплату праці персоналу підприємства ($K_{прв}$):	$K_{прв} = \frac{В_{пр}}{\Phi_{оп} + \Phi_{пр}}$ де $В_{пр}$ – величина премій і винагород, що виплачуються працівникам підприємства, тис. грн.; $\Phi_{пр}$ – преміальний фонд, який формується з прибутку підприємства, тис. грн.
	Коефіцієнт, що відображає вагомість заохочувальних і компенсаційних виплат у структурі витрат на оплату праці персоналу підприємства ($K_{зкв}$):	$K_{зкв} = \frac{В_{зкв}}{\Phi_{оп}}$ де $В_{зкв}$ – величина заохочувальних і компенсаційних виплат, що виплачуються працівникам підприємства (наприклад, матеріальна допомога, соціальні пільги індивідуального характеру тощо), тис. грн.
	Коефіцієнт участі працівників у прибутках підприємства ($K_{упр}$):	$K_{упр} = \frac{П_{пр}}{Пр}$ де $П_{пр}$ – частина прибутку, яка розподіляється між працівниками (наприклад, виплати з прибутку за участь в капіталі або ж за результати діяльності тощо), тис. грн.; $Пр$ – прибуток підприємства, тис. грн.

1	2	3
Оцінювання моральних стимулів працівників	Коефіцієнт публічного визнання працівників підприємства ($K_{пв}$)	$K_{пв} = \frac{Ч_{пв}}{Ч_{сер.обл.}}$ де $Ч_{пв}$ – кількість працівників підприємства, які були представлені до державних і нагород, почесних звань, оголошені почесними працівниками тощо, осіб
	Коефіцієнт, що відображає вагомість витрат на професійну підготовку працівників у структурі витрат підприємства на утримання робочої сили ($K_{енпв}$)	$K_{енпв} = \frac{В_{пн}}{В_{урс}}$ де $В_{пн}$ – обсяг витрат на професійну підготовку працівників підприємства, тис грн. $В_{урс}$ – обсяг витрат підприємства на утримання робочої сили, тис. грн.
Оцінювання умов праці працівників підприємств	Коефіцієнт відповідності умов праці санітарно-гігієнічним нормам ($K_{сгн}$):	$K_{сгн} = \frac{Ч_{сер.обл.} - Ч_{шун}}{Ч_{сер.обл.}}$ де $Ч_{шун}$ – кількість працівників підприємства, умови праці яких не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, осіб.
	Коефіцієнт професійних захворювань і виробничого травматизму працівників підприємства ($K_{пз}$):	$K_{пз} = \frac{Ч_{сер.обл.} - Ч_{пз}}{Ч_{сер.обл.}}$ де $Ч_{пз}$ – кількість працівників підприємства, що страждають на професійні захворювання або ж потерпіли від виробничого травматизму на підприємстві, осіб.

1	2	3
	Коефіцієнт користування привілеями гнучкого місця та графіка роботи ($K_{\text{ГМ}}$):	$K_{\text{ГМ}} = \frac{Ч_{\text{ГМ}}}{Ч_{\text{сер.обл.}}}$, де $Ч_{\text{ГМ}}$ – кількість працівників підприємства, що користуються привілеями гнучкого місця та графіка роботи, осіб.
Оцінювання взаємостосунків і психологічного клімату в колективі	Коефіцієнт, що відображає вагомість витрат на культурно-побутове обслуговування і працівників у структурі витрат підприємства на утримання робочої сили ($K_{\text{вкв}}$):	$K_{\text{вкв}} = \frac{В_{\text{кпо}}}{В_{\text{урс}}}$ де $В_{\text{кпо}}$ – обсяг витрат на культурно-побутове обслуговування працівників підприємства. тис. грн.
	Коефіцієнт дисципліни праці ($K_{\text{дисц}}$):	$K_{\text{дисц}} = \frac{Ч_{\text{сер.обл.}} - Ч_{\text{тр.дисц.}}}{Ч_{\text{сер.обл.}}}$, $Ч_{\text{тр.дисц.}}$ – кількість порушників трудової дисципліни, осіб.
	Коефіцієнт стабільності кадрів підприємства ($K_{\text{стаб.кадр.}}$):	$K_{\text{стаб.кадр.}} = \frac{Ч_{\text{сер.обл.}} - Ч_{\text{виб.}}}{Ч_{\text{сер.обл.}}}$, де $Ч_{\text{виб.}}$ – кількість працівників, що вибули (звільнились) через плинність кадрів (за власним бажанням (окрім виходу на пенсію, призову в ряди Збройних Сил, вступу до вищого навчального закладу), за згодою сторін, за ініціативою керівництва внаслідок порушення трудової дисципліни тощо), осіб.
	Коефіцієнт сталості кадрового складу підприємства ($K_{\text{ст}}$):	$K_{\text{ст}} = \frac{Ч_{\text{обл.}}}{Ч_{\text{сер.обл.}}}$, де $Ч_{\text{обл.}}$ – кількість працівників, які перебувають в обліковому складі протягом усього року, осіб;

Примітка. Сформовано автором на основі даних джерела [9]

6. Гуцан О. М. Розробка комплексного методичного підходу до оцінки факторів мотивації *Вісник Дніпропетровського університету*. Сер. Економіка. Т. 22. Вип. 8(2). С. 169–175.
7. Горбань С. Ф. Діагностика мотивації праці персоналу на підприємстві. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2012. Т.1. Вип. 1. С. 69–74.
8. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учеб. пособ. для вузов. / пер. с англ, под ред. проф. Е.А. Климова. Москва : ЮНИТИ–ДАНА, 2004. 399с. URL: <http://consult-dnd.com.ua/d/741334/d/test-upravlenie-motivaciey-richi-i-martin.doc> (дата звернення 25.03.2019).
9. Управлінський аналіз: навч. посібн. / З. В. Герасимчук та ін. – Луцьк : «Вежа», 2013. 998 с.

УДК 338.054.23

Вавдіюк Н. С., д.е.н., професор,

Рудь К. І., аспірант,

Селівончик О. А., магістр

Луцький національний технічний університет

ОЦІНКА АЛЬТЕРНАТИВНИХ СУКУПНИХ ВИГОД І ВИТРАТ ВІД ФІНАНСОВОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ

У статті оцінено сукупні витрати і вигоди реалізації фінансового правопорушення суб'єктами господарювання, здійснено прогноз альтернативних сукупних витрат і вигод від фінансового правопорушення. Сформовано і доведено гіпотезу: зі зростанням встановлених сум матеріальних збитків та зниженням відшкодованих зростатиме кількість і частота вчинених фінансових правопорушень і навпаки.

Ключові слова: фінансове правопорушення, управління фінансових правопорушенням, ефективність фінансового правопорушення.

Vavdiiuk N., Rud K., Selivonchik O.

ESTIMATION OF ALTERNATIVE TOTAL BENEFITS AND COSTS FROM FINANCIAL OFFENSE

The article evaluates the aggregate costs and benefits of the financial offense by economic entities, estimates the alternative aggregate costs and benefits of the financial

offense. The primary objective of financial malpractice management is the deliberate impact of the entity on the managed entity to achieve the objectives of minimizing financial misconduct.

The effectiveness of the financial management organization's management system is the ability to perform management functions in such a way that the organization achieves its goals by responding promptly to changes in the external and internal environment.

The hypothesis has been formed and proved: with the increase of the established amounts of material losses and the decrease of the compensated, the number and frequency of the committed financial offenses will increase and vice versa. The aggregate established losses of the national economy from the unlawful financial activities of economic entities for January-September 2019 increased by UAH 618216,4 thousand, or 21.3 times. In 2018, they decreased by 3.11% compared to 2017, while in 2017 they decreased by 45.4%. Accordingly, from 2016 to 2018, there was a steady decline in the amount of established material losses, and during January-September 2019 there was an increase due to the detection of financial offenses against other types of lending. And the amount of compensation for material losses has been steadily decreasing, in 2019 it is almost 2.5 times lower than in 2017. The value of the approximation reliability is 0.9191, which indicates a high coincidence of the calculated line with the initial data, which confirms the hypothesis. The straight drop line on the chart shows the decrease in the amount of material loss.

This makes it possible to conclude that the amount of reimbursed amounts for established offenses will be reduced and in 2020 the amounts of reimbursed amounts for financial offenses will decrease and will amount to only UAH 2111 thousand. This will be due to the tendency to reduce the level of financial penalties due to financial offenses committed. The calculated linear trend equation with a high enough probability describes the projected output series of the dynamics of the amounts of compensation for material offenses for financial offenses for the following years.

The expected losses from the implementation of the financial offense do not exceed the benefits accordingly, the principle of «payback of the financial offense» is implemented.

Keywords: financial offense, financial offense management, financial offense effectiveness.

Вавдюк Н.С., Рудь К.И., Селивончик А.А.

ОЦЕНКА АЛЬТЕРНАТИВНЫХ СОВОКУПНЫХ ВЫГОД И ИЗДЕРЖЕК ОТ ФИНАНСОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ

В статье оцинено совокупные затраты и выгоды реализации финансового правонарушения субъектами хозяйствования, осуществлен прогноз альтернативных совокупных затрат и выгоды от финансового правонарушения. Сформирован и доказана гипотеза: с ростом установленных сумм материального ущерба и снижением возмещенных расти количество и частота совершенных финансовых правонарушений и наоборот.

Ключевые слова: финансовое правонарушение, управления финансовыми правонарушениями, эффективность финансового правонарушения.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Зростання кількості фінансових правопорушень призводить до набуття неправомірних переваг суб'єктів господарювання, а це не сприяє розвитку національної економіки. Враховуючи небезпечність фінансових правопорушень науковий аналіз їх стану та методів управління є актуальним і заслуговує на дослідження.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження економічних та фінансових правопорушень здійснювали зарубіжні та вітчизняні вчені: І.Базярук, Г. Беккер, Н. Вавдіюк, Х. Воті, О. Георгіу, К. Ескрідж, У. Ландес, Дж. Стіглер, Л. Філіпс та ін. Вченими сформовано поняття економічних і фінансових правопорушень, наведено методи оцінки та інструменти протидії. Недослідженими залишаються питання оцінки ефективності управління фінансовими правопорушеннями.

Цілі статті: здійснення оцінки альтернативних вигод і витрат від фінансового правопорушення за Г. Беккером.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основним завданням управління протидії фінансовим правопорушенням є цілеспрямований вплив суб'єкта управління на керований об'єкт для забезпечення досягнення цілей мінімізації фінансових правопорушень.

Ефективність системи управління організацією протидії фінансовим правопорушенням – здатність виконувати управлінські функції так, щоб організація досягла свої цілей, оперативно реагуючи на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища [1, с. 31–39].

Оцінку процесу управління фінансовими правопорушення пропонуємо провести за моделлю Г. Беккера, який довів, що суб'єкт господарювання вчинятиме правопорушення в тому випадку, якщо очікувана користь від цієї протиправної дії перевищує корисність, яку він міг би отримати, реалізуючи правомірну діяльність [2, с. 168–213].

Відповідно, суб'єкт господарювання орієнтується на функцію очікуваної корисності фінансового правопорушення, приймаючи рішення його здійснення чи нездійснення [2, с. 168–213]:

$$EU = (1 - p)U(W_i) + pU(W_i - F) = U(W_i - pF) \quad (1)$$

де EU – очікувана корисність від реалізації фінансового правопорушення;

W_i – прибуток від фінансового правопорушення;

U – функція корисності фінансового правопорушення;

p – ймовірність відшкодування за встановленим фінансовим правопорушенням;

F – обсяг фінансової санкції.

Показник функція корисності фінансового правопорушення U містить і оцінку ступеня ризику вчинення фінансового правопорушення. Враховуючи різне ставлення суб'єктів господарювання до ризику Г. Беккер стверджує, що на схильних до ризику суб'єктів господарювання більш стримуючий ефект надає ймовірність викриття фінансового правопорушення, ніж ступінь нарахованої штрафної санкції. А для нейтральних до ризику суб'єктів господарювання – навпаки, стримуючим ефектом буде збільшення розміру штрафної санкції та збільшення ймовірності покарання за фінансове правопорушення.

Отже, для несхильних до ризику суб'єктів фінансового правопорушення стримуючим ефектом є збільшення розміру фінансової санкції, а для схильних до ризику, навпаки – збільшення ймовірності викриття.

Скороченню рівня фінансових правопорушень сприятиме зростання ймовірності понесення відповідальності та нарахованих фінансових санкцій.

Розглянемо абсолютні величини еластичності очікуваної корисності суб'єкта фінансового правопорушення за ймовірністю встановленої відповідальності і нарахування фінансових санкцій відповідно ($\partial EU/\partial p < 0$; $\partial EU/\partial F < 0$) [2, с. 168–213]:

$$\eta_p^{EU} \equiv \frac{\partial EU}{\partial p} \frac{p}{EU} = [U(W_i) - U(W_i - F)] \frac{p}{EU}; \quad (2)$$

$$\eta_F^{EU} \equiv \frac{\partial EU}{\partial F} \frac{F}{EU} = pU'(W_i - F) \frac{F}{EU}.$$

Еластичність очікуваної корисності за ймовірністю покарання буде вище його еластичності за ступенем тяжкості в тому випадку, якщо [12, с. 168–213]:

$$\frac{U(W_i) - U(W_i - F)}{F} > U'(W_i - F). \quad (3)$$

Ця умова не виконується для несхильних до ризику суб'єктів фінансових правопорушень, для яких $U''(W_i - F) < 0$.

Отже, кількість фінансових правопорушень реалізованих суб'єктом господарювання за певний проміжок часу (θ_j), залежатиме від ступеня тяжкості та від ймовірності отримання альтернативних доходів від легальної фінансової діяльності [2, с. 168–213]:

$$\theta_j = \theta_j(p, F, U_j). \quad (4)$$

При цьому кількість реалізованих фінансових правопорушень j -тим суб'єктом господарювання за певний проміжок часу обернено пропорційний тяжкості встановленої відповідальності і його ймовірності [2, с. 168–213]:

$$\theta_p = \frac{\partial \theta_j}{\partial p} < 0, \quad (5)$$
$$\theta_F = \frac{\partial \theta_j}{\partial F} < 0.$$

Найважливішим фактором, не відображених в моделі Г.Беккера, є альтернативні доходи суб'єкта господарювання від легальної діяльності. Ці доходи втрачатимуться, якщо фінансове правопорушення буде виявлене та доведене. Якщо ввести цей фактор в модель Г. Беккера, то представлена вище формула очікуваної корисності суб'єкта фінансового правопорушення буде виглядати наступним чином:

$$EU = pU(W_i - F) + (1 - p)U(W_i + W_i), \quad (6)$$

де W_i – поточний дохід суб'єкта фінансового правопорушення від легальної діяльності.

Припустимо, суб'єкт фінансового правопорушення буде здійснювати неправомірну фінансову діяльність відповідно до позитивних чи негативних стимулів, а кількість і частота

вчинених фінансових правопорушень залежатиме від обсягів встановлених та відшкодованих сум матеріальних збитків. У моделі Г. Беккера встановлено, що перед суб'єктами господарювання поставатиме альтернатива: або обиратиметься господарювання із вчиненням фінансового правопорушення, отримуючи очікувану корисність від реалізації фінансового правопорушення (EU) через порівняння альтернативних витрат від отриманого доходу суб'єкта фінансового правопорушення від легальної діяльності та обсягу фінансових санкцій (який можна отримати через порівняння обсягів встановлених (F_v) та відшкодованих (F_r) сум матеріальних збитків ($W_i - F$), тобто: $(W_i - F) > 0$, або й надалі здійснюватиметься правомірну фінансову діяльність, коли $(W_i - F) \leq 0$.

Якщо звернутися до рівняння ефективного управління фінансовими правопорушеннями, то необхідно, щоб $(W_i - F) \geq 0$; $(F_v - F_r) = 0$; $(W_i) \leq (F)$.

Сформуємо гіпотезу: зі зростанням встановлених сум матеріальних збитків та зниженням відшкодованих зростатиме кількість і частота вчинених фінансових правопорушень і навпаки.

Розглянемо в моделі альтернативні вигоди від реалізації фінансового правопорушення суб'єктами господарювання в національній економіці в 2017–2019 роках в таблиці 1.

Таблиця 1

Модель порівняння альтернативних вигод і витрат
від реалізації фінансового правопорушення

Рік	F_v	R^2	F_r	$(W_i) \leq (F)$
2017	31472,41	0,9191	8145,05	$31472,41 > 8145,05$
2018	30490,61		7108,04	$30490,61 > 7108,04$
2019 (січень-вересень)	648706,96		3879,15	$648706,96 > 3879,15$

Примітка. Розраховано автором на основі даних джерел: [3–6]

Модель управління фінансовими правопорушеннями за Г.Беккером протягом дослідженого періоду є неоптимізованою, умови $(W_i - F) \geq 0$; $(F_v - F_r) = 0$; $(W_i) \leq (F)$ не виконуються.

Сукупні встановлені втрати національної економіки від протиправної фінансової діяльності суб'єктів господарювання за січень-вересень 2019 року зросли на 618216,4 тис. грн., або в 21,3 рази. У 2018 році знизились на 3,11% у порівнянні з 2017 роком, у 2017 році при цьому зменшення відбулось на 45,4%. Відповідно, у період 2016–2018 років відбувалось постійне зниження обсягів встановлених сум матеріальних збитків, а протягом січня-вересня 2019 року відбулось зростання за рахунок виявлення фінансових правопорушень щодо інших видів кредитування. А обсяги відшкодованих сум матеріальних збитків постійно зменшувались, у 2019 році майже у 2,5 рази є меншими, ніж у 2017 році.

Розрахуємо рівняння тренду за методом найменших квадратів, який дозволяє встановити залежність однієї змінної від другої, відшуканні таких параметрів моделі тренду, які описують тенденцію розвитку обсягів відшкодованих сум матеріальних збитків. Розрахунок зводиться до знаходження оптимальної моделі, при якій сума квадратичних відхилень між спостережуваними фактичними величинами й відповідними їм розрахунковими величинами тренду буде мінімальною (найменшою).

Додаємо величину достовірності апроксимації і отримуємо рівняння лінії тренду в Excel, з якого здійснимо прогноз:

$$y = -2133x + 10643, \quad (7)$$

де -2133 – показник нахилу;
10643 – зміщення;
у – послідовність значень;
х – номер періоду: 1 – 2017 рік; 2 – 2018 рік; 3 – 2019 рік;
4 – 2020 рік (прогноз).

Величина достовірності апроксимації дорівнює 0,9191, що вказує на високий збіг розрахункової прямої з вихідними даними, що підтверджує гіпотезу. Пряма спадна лінія на графіку відображає зниження обсягів обсяги відшкодованих сум матеріальних збитків.

Це дозволяє зробити висновок про зменшення обсягу відшкодованих сум за встановленими правопорушеннями і у 2020 році обсяги відшкодованих сум за фінансовими правопорушеннями знизяться і становитимуть лише 2111 тис. грн. Це відбуватиметься

внаслідок виявленої тенденції до зниження рівня стягнення фінансових санкцій внаслідок вчинених фінансових правопорушень (рис. 1).

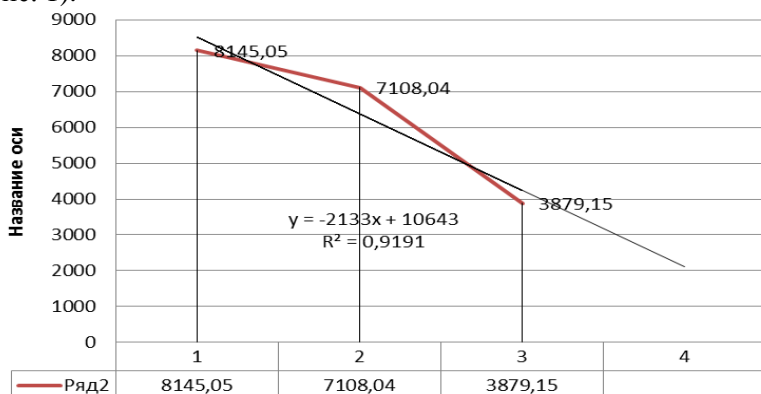


Рис. 1. Модель оцінки рівняння тренду за методом найменших квадратів обсягів відшкодованих сум матеріальних збитків за фінансовими правопорушеннями
Примітка. Розраховано автором

Отже, розраховане лінійне рівняння тренду з достатньо високою ймовірністю описує прогнозований вихідний ряд динаміки обсягів відшкодованих сум матеріальних збитків за фінансовими правопорушеннями на наступні роки.

Очікувані втрати від реалізації фінансового правопорушення не перевищують вигоди відповідно, реалізовується принцип «окупності фінансового правопорушення».

Рівняння 7 є основним при формуванні стратегічних заходів протидії фінансового правопорушення. З даного рівняння очевидно, що ступінь тяжкості і суспільної небезпеки та забезпеченості відшкодування фінансового правопорушення, є так званими благами-субститутами, які можуть взаємозамінювати та взаємодоповнювати один одного: призначення відшкодування при низькому значенні повернення відшкодування фінансового правопорушення надає такий самий стримуючий ефект, що і накладення арешту на майно при низькому рівні повернення відшкодування за вчинене фінансове правопорушення.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про необхідність перегляду умов невідворотності

покарання і підвищення ефективності реалізації функцій управління фінансовими правопорушеннями в частині відшкодування сум матеріальних збитків.

1. Вавдіюк Н.С. Управлінський аналіз фінансових правопорушень. Зб. наук. пр. «Економічні науки». Серія «Економіка та менеджмент». Випуск 15(58). Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 31–39.
2. Becker G. S. Crime and punishment: an economic approach. Journal of Political Economy, 1968. Vol. 76. №2. P. 169–217.
3. Звіт про кримінальні правопорушення, вчинені на підприємствах, установах, організаціях за видами економічної діяльності за грудень 2016 року. URL: https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir_id=110381&libid=100820&c=edit&_c=fo#
4. Звіт про кримінальні правопорушення, вчинені на підприємствах, установах, організаціях за видами економічної діяльності за грудень 2017 року. URL: https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir_id=110381&libid=100820&c=edit&_c=fo#
5. Звіт про кримінальні правопорушення, вчинені на підприємствах, установах, організаціях за видами економічної діяльності за грудень 2018 року. URL: https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir_id=110381&libid=100820&c=edit&_c=fo#
6. Звіт про кримінальні правопорушення, вчинені на підприємствах, установах, організаціях за видами економічної діяльності за вересень 2019 року. URL: https://www.gp.gov.ua/ua/stst2011.html?dir_id=110381&libid=100820&c=edit&_c=fo#

УДК 378:659.127.6

Вавдіюк Н. С., д.е.н., професор,

Корецька Н. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ЛУЦЬКОГО НТУ

У статті розглянуто теоретичні основи поняття бренд-менеджменту закладу вищої освіти. Визначено залежність між обсягом залучених студентів на навчання, отриманих фінансових находження від оплати за освітню послугу та вартістю бренду ОПІ. Розподілено суббренди ОПІ в Луцькому НТУ та сформовано матрицю їх позиціонування. Встановлено, що бренд-менеджмент

ЗВО залежить від обраної стратегії, а ефективність реалізації стратегії від оцінки сприйняття бренду і навпаки. Запропоновано стратегічні альтернативи управління суббрендами ОПП в Луцькому НТУ (вибірковий бренд; престижний бренд; доступний бренд; тупиковий бренд) та тактики бренд-менеджменту.

Ключові слова: бренд-менеджмент, стратегії бренду, тактики бренду, суббренд.

Vavdiuk N., Koretska N.

BRAND MANAGEMENT STRATEGIES AND TACTICS OF LUTSK NTU

The theoretical bases of the concept of brand management of a higher education institution are considered in the article. The dependence between the amount of students involved in studying, the received financial proceeds from payment for educational service and the cost of OPP brand is determined. To develop a brand positioning strategy, we form a matrix of positioning of Lutsk NTU sub-brand by 2 indicators: the degree of prestige of educational service in the market segment and the relative share of the market occupied by the sub-brand OPP. Suppose that the higher the degree of prestige of an educational service, the higher the level of profitability. Having estimated the profitability indicators of Lutsk NTU brand by sub-brands of OPP at the beginning of the 2018-2019 academic year, it was found that the highest level of potential revenues from payment for educational service is: 192 Construction and civil engineering – 8.7%; 133 Sectoral machine building – 7.2%; 076 Entrepreneurship, Trade and Stock Exchange and 122 Computer Science – 5.8%, respectively; 131 Applied Mechanics – 5.5%; 141 Electricity, Electrical Engineering and Electromechanics and 073 Management – 5.2%, respectively; 071 Accounting and taxation – 4.7%; 275.03 Transport technologies (by road) – 4.6%; 123 Computer Engineering – 4.3%. The lowest level of potential income from payment for educational service is: 113 Applied mathematics – 0.43%; 152 Metrology and information and measurement equipment – 0.46%. OPP sub-brands have slightly higher value of potential revenues in Lutsk NTU: 035.10 Philology (applied linguistics), 125 Cyber security, 205 Forestry, 232 Social security, 191 Architecture and urban planning. It is worth noting that these specialties have recently opened at Lutsk NTU and are not accredited at the first and second educational levels, but show a positive dynamics of cash flow for the provided educational services.

OPP sub-brands in Lutsk NTU are distributed and the matrix of their positioning is formed. Depending on the results of the sub-brand survey to strengthen the corporate brand management strategy of Lutsk NTU, we will formulate appropriate strategies: if the degree of prestige of the educational service is low and the relative share of the market is high, then the Lutsk NTU sub-brand is accessible; if the degree of prestige of the educational service is high and the relative market share is low, then the Lutsk NTU sub-brand is selective; if the degree of prestige of educational service and relative market share are low, then Lutsk NTU sub-brand is deadlocked; if the degree of prestige of educational service and relative market share are high, then Lutsk NTU sub-brand is prestigious. It has been established that HEI brand management depends on the strategy chosen, and the effectiveness of strategy implementation on the evaluation of brand perception and vice versa. Strategic alternatives to OPP subnet management at Lutsk

NTU (selective brand; prestigious brand; accessible brand; deadlocked brand) and brand management tactics are proposed.

Keywords: brand management, brand strategies, brand tactics, sub-brand.

Вавдиюк Н. С., Корецкая Н. И.

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА ЛУЦКОГО НТУ

В статье рассмотрены теоретические основы понятия бренд-менеджмента учреждения высшего образования. Определена зависимость между объемом привлеченных студентов на обучение и полученных финансовых нахождений от оплаты за образовательную услугу, сформирована таким образом и стоимость бренда ОПП. Распределены суббренды ОПП в Луцком НТУ и сформировано матрицу их позиционирования. Установлено, что бренд-менеджмент ЗВО зависит от выбранной стратегии, а эффективность реализации стратегии от оценки восприятия бренда и наоборот. Предложены стратегические альтернативы управления суббрендами ОПП в Луцком НТУ (выборочный бренд; престижный бренд; доступен бренд; тупиковый бренд) и тактики бренд-менеджмента.

Ключевые слова: бренд-менеджмент, стратегии бренда, тактики бренда, суббренд.

Постанова проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Вища освіта відноситься до сфери надання послуг, тому до закладів вищої освіти (далі ЗВО) можуть застосовуватися усі принципи брендингу освітніх послуг. При цьому споживачами освітніх послуг є студенти, а бенефіціарами – роботодавці та громадські організації.

Бренд-менеджмент ЗВО є інноваційним видом управління, який охоплює функції, методи з формування бренд-архітектури та реалізації стратегій бренду. Саме ефективна система управління брендом ЗВО дозволяє підвищити рівень капіталізації бренду, його вартість, підвищити резерви самофінансування, посилити імідж та престиж. І зважаючи на те, що в Україні студенти вибирають свій майбутній заклад вищої освіти на основі престижності, оцінки та інтерпретації інформації про нього, то об'єктивізація та монети-зація академічної репутації ЗВО як бренду є актуальними і нині.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження проблематики брендингу здійснювали вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. Аакер, Дж. Альба, Д. Амольд, Л. Арпан, С. Блейн, Л. Волкова, В. Домнін, Г. Карл,

К. Келлер, Д. Ключко, С. Леві, Д. Огілві, А. Рейні, Дж. Річі, Р. Руекерт, Дж. Суліван, Р. Срівастава, Н. Тарасова, А. Чатопадхая, А. Шокер та ін. Так, вченими сформовано поняття бренду, визначено функції бренду, основні стратегії брендингу. Проте, недослідженими залишаються питання підвищення ефективності реалізації стратегії бренд-менеджменту освітнього закладу, формування метрик оцінки його ефективності.

Цілі статті: розглянути теоретичні основи бренд-менеджменту ЗВО; визначити вплив на вартість бренду ОПП; сформувати матрицю позиціонування суббрендів ОПП в Луцькому НТУ; сформувати стратегічні альтернативи управління суббрендами ОПП в Луцькому НТУ.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Інтерес до брендингу ЗВО значно зріс протягом останніх десяти років, що обумовлено інтенсивним формуванням глобального освітнього ринку. В свою чергу, це вимагає від вітчизняних ЗВО активізації роботи з брендингу своїх можливостей на ринку освітніх послуг, формування стратегій підвищення їх конкурентоспроможності, впровадження інновацій в систему управління задля збільшення контингенту абітурієнтів та досягнення стандартів якості вищої освіти.

Бренд менеджмент – це управлінський процес, який має на меті створення обличчя тієї чи іншої організації, за допомогою чого він буде пізнаваний серед клієнтів та у світі, призведе до реалізації наміченої мети, використовуючи для цього необхідні взаємо-пов'язані заходи, організовуючи і регулюючи процес за допомогою зворотнього зв'язку [5].

Отже, роль бренду освітньої установи є важливою, адже ЗВО надаючи максимум корисної інформації, гарантуючи стабільну якість і асортимент освітніх послуг; створюють довгострокові, позитивні відносини з споживачами освітніх послуг і відображають систему цінностей, традицій, норм [6, с. 13].

Формування успішного бренду вирішує ряд поставлених перед ЗВО завдань: сприяє створенню бар'єрів для конкурентів; дозволяє освоювати нові ринку і полегшує виведення на ринок нових послуг.

Бренд-менеджмент ЗВО – це діяльність зі створення тривалої прихильності до ЗВО на основі повідомлень для споживача, стимулювання підняття престижу того чи іншого ЗВО, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють конкретний ЗВО серед конкурентів і створюють його образ. Він включає змістовну характеристику бренду, функціональні та емоційні асоціації абітурієнтів, словесний знак, візуальний образ закладу в сприйнятті абітурієнта, популярність ЗВО, індивідуальність і цінність бренду ЗВО, ступінь його присутності в цільовій аудиторії абітурієнтів.

Нині бренди ЗВО досліджуються науковцями і практиками як «доволі складні концептуальні конструкції, побудовані шляхом поєднання усіх типів взаємодій, які має з ними споживач. І однією з умов створення унікальності бренду ЗВО є спільне використання всіх атрибутів бренду (табл. 1) – набору сенсорних характеристик, що дозволяють ідентифікувати даний бренд, а також залишити слід в уявленні споживача, який мав з ним контакт [7].

Таблиця 1

Характеристика атрибутів бренду ЗВО

Назва	Характеристика
Назва бренду	Найперше і найважливіше враження про послугу. Всі імена, як правило асоційовані іміджем, який може бути культурним, лінгвістичним або особистим. Назву для бренду слід вибирати дуже обережно, так як вона передає важливу інформацію всім зацікавленим особам
Легенда	Мета і основне призначення легенди бренду полягає в донесенні до споживача закодованого в вербальних образах і асоціаціях позиціонування бренду відповідно до вимог та рекомендацій. Легенда бренду легко запам'ятовується і допомагає в створенні позитивного образу бренду
Логотип	Це «графічне вираження» імені закладу. Якщо логотип не здатний комунікувати і виражати заклад, його можна віднести до категорії втрачених можливостей
Фірмові кольори	На колір припадає близько 80% всієї інформації, яка міститься в зображенні
Фірмові шрифти	Розроблений графічний малюнок алфавітних, цифрових та інших знаків, зазвичай відповідає певному стилю письма. Є важливим елементом для створення фірмового стилю і «координації дизайну» в цілому
Ідея	Повний і детальний опис ідеї бренду
Подача	Детальна характеристика подачі бренду, донесення його до потенційного споживача

Примітка. Сформовано на основі даних джерела [8, с. 29]

Здійснимо аналіз ролі бренду Луцького НТУ, метою діяльності якого є розвиток науки, культури, освіти, соціальної та виробничої сфер, підвищення інтелектуального і освітнього рівня населення регіону. Основними напрямками діяльності університету є: освітня діяльність; наукова діяльність; міжнародна діяльність; реалізація державної молодіжної політики; фінансово-господарська діяльність та соціальний захист.

В основі філософії бренду Луцького НТУ лежить ідеологія споживання: чітке розуміння сенсу бренду на ринку. ЗВО має вдало розроблений логотип, на якому графічно зображено центральний корпус університету, прапор України із написом латиною «Docendo discimus», що перекладається «Навчаючи – вчимось». Бренд університету поєднує історію, відомості про відомих випускників, відкриття та досягнення зроблених в його стінах тощо. Отже, бренд несе в собі певну обіцянку цільовій аудиторії.

Серед цільової аудиторії Луцького НТУ виділимо: студентів (існуючі та потенційні абітурієнти); батьки студентів; адміністрація; професорсько-викладацький склад, інші співробітники (бібліотекарі, технічний персонал); роботодавці; ЗВО-конкуренти; посередницькі структури на ринку освітніх продуктів і послуг (служби зайнятості, біржі праці, асоціації освітніх установ тощо); служби з працевлаштування і зайнятості населення; органи влади.

Університет здійснює підготовку фахівців на 7-и факультетах, яким підпорядковані 35 кафедр. Освітня діяльність проводиться за діючою ліцензією Міністерства освіти і науки України за першим (бакалаврським) рівнем; другим (магістерським) рівнем; третім (освітньо-науковим) рівнем.

Припустимо, що чим вищий ступінь престижності освітньої послуги ОПП, тим вищим буде рівень прибутковості. Оцінивши показники прибутковості бренду Луцького НТУ за суббрендами ОПП на початок 2018–2019 навчального року встановлено, що найвищий рівень потенціальних надходжень від оплати за освітню послугу мають: 192 Будівництво та цивільна інженерія – 8,7%; 133 Галузеве машино-будування – 7,2%; 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність та 122 Комп'ютерні науки – 5,8% відповідно; 131 Прикладна механіка – 5,5%; 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка та 073 Менеджмент – 5,2% відповідно; 071 Облік і оподаткування – 4,7%; 275.03 Транспортні

технології (на автомобільному транспорті) – 4,6%; 123 Комп'ютерна інженерія – 4,3%. Найнижчий рівень потенціальних надходжень від оплати за освітню послугу мають: 113 Прикладна математика – 0,43%; 152 Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка – 0,46%.

Суббренди ОПП мають дещо вище значення потенціальних надходжень в Луцькому НТУ: 035.10 Філологія (прикладна лінгвістика), 125 Кібербезпека, 205 Лісове господарство, 232 Соціальне забезпечення, 191 Архітектура та містобудування. Варто відзначити, що вказані спеціальності відкрились нещодавно в Луцькому НТУ та неакредитовані за першим і другим освітніми рівнями, проте демонструють позитивну динаміку знаходження грошових коштів за надані освітні послуги.

Для розробки стратегії позиціонування бренду сформуємо матрицю позиціонування суббренду Луцького НТУ за 2-а показниками: ступінь престижності освітньої послуги в сегменті ринку і відносна частка ринку, яку займає суббренд ОПП.

Всі точки одновимірного простору можна задати при обраному початку координат одним числом. Матриця позиціонування суббрендів ОПП можлива за наступним розподілом: (8; 8). Обов'язковим елементом системи координат в матриці позиціонування суббрендів ОПП є початок координат – точка, від якої ведеться відлік відстаней – 0. Іншим обов'язковим елементом є одиниця довжини, яка дозволяє відраховувати відстані, які свідчитимуть про належності ОПП до квадратів вибору стратегій суббрендів. Для двовимірного простору, що буде характеризувати квадранти:

з точками $x(0;2)$ і $y(0;2)$ можлива ситуація тупикового бренду;

з точками $x(0;2)$ і $y(2;8)$ можлива ситуація вибіркового бренду;

з точками $x(2;8)$ і $y(0;2)$ можлива ситуація доступного бренду;

з точками $x(2;8)$ і $y(2;8)$ можлива ситуація престижного бренду.

Отже, у матриці передбачено чотири варіанти позиціонування стратегій суббрендів ОПП в Луцькому НТУ: вибіркового бренду; престижний бренд; доступний бренд; тупиковий бренд. Надалі для аналізу слід враховувати і середній рівень приросту контингенту за ОПП (ROS): для вибіркового бренду складатиме від 15 до 20%,

престижного – більше 20%, доступного – 5–10%, тупикового – менше 5%.

За результатами розподілу суббрендів ОПП в Луцькому НТУ найбільша їх кількість зосереджена в квадрантах тупикового та успішного бренду, декілька ОПП належать до квадрантів вибіркового та доступного брендів. Зі зростанням обсягу залучених студентів на навчання та отриманих фінансових находження від оплати за освітню послугу зростатиме вартість бренду ОПП та престижність освітньої послуги ЗВО, що приведе до зростання вартості бренду ЗВО і навпаки.

Залежно від отриманих результатів за суббрендами для посилення корпоративної стратегії бренд-менеджменту Луцького НТУ сформуємо відповідні стратегії (рис. 1; 2):

– якщо ступінь престижності освітньої послуги низький, а відносна частка ринку – висока, то суббренд Луцького НТУ є доступним;

– якщо ступінь престижності освітньої послуги високий, а відносна частка ринку – низька, то суббренд Луцького НТУ є вибіркоким;

– якщо ступінь престижності освітньої послуги та відносної частки ринку є низькими, то суббренд Луцького НТУ є тупиковим;

– якщо ступінь престижності освітньої послуги та відносної частки ринку є високими, то суббренд Луцького НТУ є престижним.



Рис. 1. Матриця позиціонування суббрендів ОПП в Луцькому НТУ

Примітка. Сформовано авторами

Рівень престижності освітньої послуги, %	$\chi(2,8)$	101 Екологія Стратегія вибіркового бренду	192 Будівництво та цивільна інженерія; 133 Галузеве машинобудування; 122 Комп'ютерні науки; 131 Прикладна механіка; 073 Менеджмент; 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка; 275.03 Транспортні технології (на автомобільному транспорті); 071 Облік і оподаткування; 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології; 274 Автомобільний транспорт; 123 Комп'ютерна інженерія; 022 Дизайн; 072 Фінанси, банківська справа та страхування; 015.10 Професійна освіта (комп'ютерні технології в управлінні та навчання) Стратегія престижного бренду
	$\chi(0,2)$	182 Технологія легкої промисловості; 113 Прикладна математика; 125 Кібербезпека; 152 Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка; 205 Лісове господарство; 191 Архітектура та містобудування; 263 Цивільна безпека; 153 Мікро- та наносистемна техніка; 232 Соціальне забезпечення; 181 Харчові технології; 172 Телекомунікації та радіотехніка; 171 Електроніка; 241 Готельно-ресторанна справа; 014.11 Середня освіта (фізична культура); 121 Інженерія програмного забезпечення; 292 Міжнародні економічні відносини Стратегія виходу з тупикового бренду	051 Економіка; 075 Маркетинг; 132 Матеріалознавство; 242 Туризм Стратегія доступного бренду
	(0,2)		(2,8)
Відносна частка ринку освітніх послуг, %			

Рис. 2. Матриця позиціонування суббрендів ОПП в Луцькому НТУ
Примітка. Сформовано авторами

Відносна частка ринку освітніх послуг, яку займає суббренд ОПП в Луцькому НТУ по-різному впливає на прибутковість освітньої послуги і залежить від її престижності. Чим вище ступінь престижності освітньої послуги, тим вищим є рівень прибутковості. На рисунку 10 сформовано 4 варіанти позиціонування стратегій: стратегія вибіркового бренду; стратегія престижного бренду; стратегія доступного бренду; стратегія виходу з тупикового бренду.

Стратегія виходу з тупикового бренду орієнтована на встановлення низької ціни для невеликої частки ринку споживачів. Вона містить альтернативні тактики: закриття набору на ОПП і вихід з ринку освітніх послуг; низьких цін; репозиціонування чи ребрендинг суббренду ОПП.

Реалізація стратегії вибіркового бренду доцільна з застосуванням тактик високих цін; цільового маркетингу; інноваційних підходів у просуванні. Якщо реалізація стратегії вибіркового суббренду ОПП орієнтована на високу якість надання освітніх послуг і незначну частку ринку, то прагнення збільшити ринкову частку за рахунок зниження ціни є небезпечним. Кращою ціновою стратегією для такого бренду є проходження за ціновим лідером і підтримка високої ціни. Крім того, необхідно постійне впровадження інновацій в поєднанні з нішевим маркетингом:

залучати невелику чисельність студентів і працювати на підтримкою високого ступеня їх лояльності з метою стати лідером в субсегменті. Важливим для таких брендів є їх позиціонування як інноваційних освітніх продуктів, за що абітурієнти та студенти будуть готові платити високу ціну.

Стратегії престижного бренду: інноваційні підходи в навчанні; високі бар'єри входу на ринок; дотримання співвідношення «ціна-якість». Споживачі престижних суббрендів ОПП характеризуються високим ступенем лояльності і готовністю платити високі ціни за умови, що інновації спрямовані на атрибути удосконалення освітньої послуги, що є основним джерелом цінності для них. Тому важливим елементом для реалізації стратегії престижних суббрендів є обґрунтована ціна. Інновації стають головним елементом, який допомагатиме суббренду ОПП утримувати конкурентні позиції. Впровадження нових ОПП може сприяти підтримці лояльності існуючих студентів і залучати нових. Ризики: престижний суббренд ОПП може втратити лояльність споживачів, якщо ціна на освітню послугу буде підніматися без пропозиції нової цінності для абітурієнта або процес інновації занадто сповільниться. До того ж ситуація на ринку освітніх послуг може змінитися і престижна освітня послуга, що має старі освітньо-професійні характеристики, не буде відповідати очікуванням споживачів.

Одним з важливих моментів є ціновий інтервал між стратегіями престижного і доступного бренду. Якщо ціновий розрив між брендами є досить істотним, то висока ймовірність появи на цьому ринку ще одного конкурента із середньою ціною. У такій ситуації абітурієнти та студенти будуть більш лояльні до дорогого бренду, якщо його ціна не надто перевищуватиме ціну доступного бренду.

Стратегія доступного бренду реалізовується за привабливою ціною і орієнтована на захоплення більшої частини ринку. Таку стратегію доцільно реалізовувати з тактиками низьких цін; збиткового лідера. Необхідно визначитись з цільовою аудиторією абітурієнтів та реалізовувати інструменти нішевого маркетингу. Зростання престижності освітньої послуги за ОПП дозволить отримати значні находи з обсягів наданих послуг, збільшити рентабельність через зростання цінності суббренду для цільового сегмента.

Представимо тактики бренд-менеджменту Луцького НТУ
(табл. 2).

Таблиця 2

Тактики бренд-менеджменту Луцького НТУ

Тактики	Види	Особливості реалізації	Рекомендовано для суббренду
1. За характером участі	Активна; Пасивна	Спосіб участі та рівень задіяності в організаційному процесі	Стратегія активних учасників
2. За типами заходів	Наукові; Профорієнтаційні; Святкові; Соціально-культурні; Іміджеві	Основна мети задля якої організовуються event-заходи	Застосування кожного виду для підтримки балансу між науковими та розважальними заходами
3. За способом просування в мережі Інтернет	Соціальні мережі; розсилки листа-запрошення	Інтернет-технології; Соціальні веб-сайти (Facebook, Google+, Instsgramе) та розсилка листів-запрошення є найбільш економічними та ефективними методами просування	Рекомендовано приділяти більшу увагу рекламуванню в соціальних мережах, активно оновлювати інформацію
4. За способом управління прибутком	Максимізація добробуту; максимізація ринкової вартості; підтримка конкурентоспроможності; забезпечення ліквідності та платоспроможності; самофінансування	Прибуток не є безпосереднім об'єктом управління, адже його абсолютна величина залежить від зміни абсолютних величин інших фінансових показників діяльності ЗВО	Доцільно застосовувати стратегію підтримки прийнятного рівня самофінансування
5. За способами оплати	Безкоштовні; Платні	Самофінансування, платні заходи	Встановлення оптимальної ціни

Примітка. Складено авторами

Для просування бренду Луцького НТУ на ринок освітніх послуг можна використовувати різні тактики, вибір яких залежатиме

від варіанту позиціонування стратегій, а також від кошторису, який планується на здійснення всіх цих заходів.

Висновки. Отже, бренд-менеджмент ЗВО охоплює діяльність зі створення тривалої прихильності до закладу на основі спільного впливу на споживача задля стимулювання підняття його престижу. При цьому атрибутами бренду ЗВО є набір сенсорних характеристик, що дозволяють ідентифікувати бренд, а також впливати на споживача, який мав контакт з цим брендом, і головна їх особливість полягає в можливості апелювання не тільки до раціонального мислення, а й до підсвідомих уявлень, асоціативних зв'язків, забезпечуючи запам'ятовування і усвідомлення основних атрибутів бренду ЗВО, розширення поля впливу його архетипів.

Встановлено, що зі зростанням обсягу залучених студентів на навчання та отриманих фінансових находження від оплати за освітню послугу зростатиме вартість бренду ОПП і навпаки. Відносна частка ринку освітніх послуг, яку займає суббренд ОПП в Луцькому НТУ, по-різному впливатиме на прибутковість освітньої послуги і залежатиме від її престижності та затребуваності серед абітурієнтів. За результатами розподілу суббрендів ОПП в Луцькому НТУ найбільша їх кількість зосереджена в квадрантах тупикового та успішного бренду, декілька ОПП належать до квадрантів вибіркового та доступного брендів.

Бренд-менеджмент ЗВО залежить від обраної стратегії, а ефективність реалізації стратегії від оцінки сприйняття бренду і навпаки. Стратегія бренд-менеджменту Луцького НТУ – це корпоративна стратегія в поєднанні з декількома індивідуальними суббрендами. Відповідно, для Луцького НТУ за шириною бренду доцільно використовувати корпоративний бренд, за довжиною бренду Луцького НТУ – класичний бренд, який сприятиме формуванню високої довіри до бренду. За глибиною бренду для Луцького НТУ – це національний бренд, що дозволить знизити маркетингові витрати, досягти значної економії при збільшенні масштабів надання освітніх послуг. Залежно від отриманих результатів дослідження за суббрендами можливими є формування відповідних стратегій для посилення корпоративної стратегії бренд-менеджменту Луцького НТУ. Запропоновано стратегічні альтернативи управління суббрендами ОПП в Луцькому НТУ (вибірковий бренд; престижний бренд; доступний бренд; тупиковий бренд) та тактики бренд-менеджменту.

1. Огилви Д. Откровения рекламного агента; [пер. с англ. Н. Г. Яцок]. М. : Эксмо, 2007. 160 с.
2. Ламбен Ж.–Ж. Стратегический маркетинг. СПб. : «Наука», 1996. 156 с.
3. Cotler F. Lateral Marketing: New Techniques for Finding Breakthrough Ideas. М. : Neva, 2004. 192 p.
4. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. СПб. : Питер, 2006. 12-е изд. С. 304.
5. Arnold D., (1992), *The Handbook of Brand Management*, Century Business, London.
6. Афанасьев А. Ю. Зачем нужны бренды в образовании? Менеджмент в образовании. 2012, №1. С. 11–15.
7. Bock D.E., Poole S.M., & Joseph, M. (2014). Does branding impact student recruitment? A critical evaluation. *Journal of Marketing for Higher Education*, 24(1), P. 11–21.
8. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. СПб. : Питер, 2002. С. 29.

УДК 332.02

Вахновська Н. А., к.е.н., доцент,

Макарчук Б. В., магістр

Луцький національний технічний університет

ФІСКАЛЬНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ

У публікації підлягають розгляду питання сутності інвестиційного клімату та факторів, що його визначають, подано оцінку стану інвестиційної активності в Україні за останні 5 років і ефективності податкового регулювання інвестицій в Україні. Обґрунтовано можливі напрями активізації інвестиційної активності засобами податкового впливу.

Ключові слова: інвестиційний клімат, податкове регулювання, податкові переваги, податкове навантаження.

Vakhnovska N., Makarchuk B.

FISCAL FACTORS INFLUENCE ON INVESTMENT CLIMATE IN UKRAINE

At present, Ukraine is in a situation of acute military conflict and systemic crisis, which makes it an absolutely unattractive investment country. Taxes are the main levers that a country can use to create an investment climate, because taxes are a major budgetary source.

Вахновська Н. А., Макарчук Б. В.

Factors affecting the investment climate can be divided into two types. Objective factors are natural climatic conditions, availability of raw materials, access to the sea, geographical location, arable land, demographic situation and more. Subjective factors are macroeconomic indicators, regulatory factors, taxation, information support, market environment, political factors, social and socio-cultural factors, organizational and other factors.

In order to stimulate investment, the state resorts to various types of tax preferences, which cause tax losses, the size of which is very high. The main purpose of tax regulation of investments is to use certain incentive instruments to increase the investment activity of all subjects of economic relations. This should help to increase the volume of investment resources in the economy, the number of innovative enterprises, the profitability of economic entities, income of the population, the level of gross domestic product.

According to the study, Ukraine receives significantly more foreign investment than it invests. Changing the tax burden affects the foreign investment process. But even its considerable reduction does not guarantee a sharp inflow of foreign capital. This is related to the political and economic problems of the country.

According to the tax regulation of investments, the most effective are the benefits from the income tax. However, significant losses of the state budget revenues from the provision of VAT benefits do not affect the volume of capital investments.

The tax burden is not the only tax instrument affecting investment. Others include tax breaks, tax credits, and accelerated depreciation. Only complex changes in the tax system can increase the country's investment attractiveness.

Key words: investment climate, tax regulation, tax preferences, tax burden.

Вахновская Н. А., Макарчук Б. В.

ФИСКАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В УКРАИНЕ

В публикации подлежат рассмотрению вопросы сущности инвестиционного климата и определяющих его факторов; дана оценка состояния инвестиционной активности в Украине за последние пять лет и эффективности налогового регулирования инвестиций в Украину. Обоснованно возможные направления активизации инвестиционной активности средствами налогового воздействия.

Ключевые слова: инвестиционный климат, налоговое регулирование, налоговые преференции, налоговая нагрузка.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. На даний час Україна перебуває в умовах гострого військового конфлікту та системної кризи, що робить її абсолютно інвестиційно непривабливою країною. Основними важелями, які може використати країна для створення інвестиційного клімату є податкові, адже податки є основним бюджетотворюючим

джерелом. Різні форми і методи оподаткування є гнучкими до змін, що дозволяє податковим інструментам бути ефективними як в довгостроковому, так і в короткостроковому періоді. Податкове стимулювання в системній державній підтримці інвестиційного процесу розвитку національної економіки використовується не так давно та потребує більшої уваги в сучасних умовах. Сучасна практика трансформації податкової системи переконує в тому, що процеси наукового пояснення необхідності реформ продовжують підмінятися безперспективною зміною видів податків або їх окремих елементів. Складність вітчизняної податкової системи визначається еkleктичним поєднанням з основною метою – забезпечення максимального рівня податкових надходжень, як основної складової дохідної частини бюджету. Це призвело до того, що акумулювання доходів бюджетів за рахунок сплати податків відокремилося від процесу господарювання вітчизняних платників податків та обумовило появу бар'єру для активного іноземного інвестування. Саме тому дослідження даної теми потребує особливої уваги.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Наукова основа для трансформації податкової системи в контексті оптимального врахування інтересів усіх суб'єктів оподаткування закладено відомими вітчизняними та зарубіжними вченими-економістами. Серед зарубіжних вчених варто відзначити праці В. Аскирадзе, С. Валендук, А. Сміта, К. Швабий. До вітчизняних науковців, які займаються проблемами податкової системи і процесу іноземного інвестування, можна віднести О. Василика, В. Величка, О. Гончаренка, Н. Демчишак, О. Дубовика А. Крисоватого, М. Карліна, М. Мармуль, В. Рейнську, А. Соколовську, Д. Серебрянського, І. Цимбалюк та ін. Проте обґрунтування впливу податкового регулювання на інвестиції та вибір найбільш доцільних інструментів їх стимулювання, а також деякі інші питання стосовно підвищення ефективності вітчизняного процесу оподаткування і стимулювання інвестицій розроблені недостатньо та потребують додаткових наукових пошуків.

Цілі статті: розкрити сутність інвестиційного клімату та факторів, що його визначають; обґрунтувати можливі напрями активізації інвестиційної активності засобами податкового впливу.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Під

інвестиційним кліматом держави розуміють сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, культурно-історичних, організаційно-правових і географічних факторів, що притаманні певній країні, і обумовлюють інвестиційну діяльність вітчизняних та іноземних інвесторів. Тобто інвестиційний клімат – це сукупність факторів, які враховують потенційні інвестори при прийнятті рішення щодо інвестування [1, с. 67–69].

Оцінки інвестиційного клімату коливаються в межах від «сприятливої» до «несприятливої». Сприятливим вважається клімат, який сприяє активній діяльності інвесторів, стимулюючий приплив капіталу. Несприятливий клімат підвищує ризик для інвесторів, що веде до витоку капіталу і загасання інвестиційної діяльності.

Фактори, що впливають на інвестиційний клімат, умовно можна розділити на два види.

1. Об'єктивні чинники (природно-кліматичні умови, наявність сировинних ресурсів, вихід до моря, географічне положення, площі орних земель, демографічна ситуація і т. д.). Головна особливість об'єктивних чинників в тому, що їх або взагалі не можна змінити прийнятними методами (вихід до моря), або для їх зміни потрібні значні ресурси і тривалий проміжок часу (поліпшення демографічної ситуації, пошук і розробка родовищ корисних копалин) [2, с. 54].

2. Суб'єктивні чинники (пов'язані з діяльністю людей).

Оскільки вплив об'єктивних чинників на інвестиційний клімат змінити складно, то при аналізі інвестиційного клімату головна увага приділяється суб'єктивним чинникам, до основних з яких можна віднести:

– макроекономічні показники (динаміка ВВП, рівень інфляції та відсоткових ставок, частка заощаджень у ВВП);

– нормативно-правові чинники (якість і стабільність законодавчої бази, відповідність федерального і регіонального законодавства, політика центральних і місцевих властей, захист прав власності, захист інтересів інвесторів, рівень монополізації в економіці, відкритість економіки, рівень дотримання законності і правопорядку, адміністративні бар'єри входу на інвестиційний ринок, рівень корпоративного управління);

– оподаткування (якість податкової системи та рівень податкового тягаря);

– інформаційне забезпечення (формування системи інформаційного забезпечення, повнота і доступність інформації про інвестиційні можливості в країні в цілому, про компанії зокрема, актуальність відомостей, довіра до джерела інформації, проведення рекламно-інформаційних кампаній в ЗМІ, організація інвестиційних виставок, презентацій, семінарів, інвестиційних місій);

– ринкове середовище (розвиненість конкуренції, ринкова інфраструктура, ємність місцевого ринку, обсяги експортних товарів, присутність іноземного капіталу) [3];

– політичні фактори (взаємини Федерального центру і властей, довіра населення до влади, соціальна стабільність, національно-релігійні відносини);

– соціальні та соціально-культурні фактори (рівень життя населення, житлово-побутові умови, рівень медичного обслуговування, поширеність алкоголізму і наркоманії, рівень злочинності, величина реальної заробітної плати, міграція, ставлення населення до вітчизняних та іноземних підприємств);

– організаційно-правові чинники (ставлення влади до іноземних інвесторів, дотримання законодавства владними структурами, рівень оперативності при прийнятті рішень про реєстрацію підприємств, доступність, рівень професіоналізму місцевої адміністрації, ефективність діяльності правоохоронних органів, умови переміщення товарів, капіталів і робочої сили, ділові якості і етика місцевих підприємств);

– фінансові фактори (доходи бюджету та позабюджетних фондів, доступність фінансових коштів з федерального і регіонального бюджетів, доступність кредиту в іноземній валюті, ставка банківського відсотка, розвиненість міжбанківського співробітництва, кредити банків на 1000 чоловік населення, питома вага довгострокових кредитів, сума вкладів на душу населення, частка збиткових підприємств);

– непередбачуваність, непрозорість країни для інвесторів (непрозорість країни для інвесторів розуміється як відсутність чітких, наділених у формальні процедури загальноприйнятих правил ведення діяльності на світових і національних ринках капіталу). Кількісна оцінка непрозорості розроблена відомою аудиторською компанією Price Waterhouse Coopers [4]. Оцінка проводиться за такими критеріями, як непрозорість законодавчої

бази, системи економіки і фінансової політики, стандартів бухгалтерії та відносин в бізнесі. За кожним критерієм країні присвоюється певна кількість балів (від 0 до 150) і виводиться середньо-арифметична величина, так званий індекс непрозорості (opacity index). Чим нижче індекс непрозорості, тим більш сприятливим вважається інвестиційний клімат в країні;

– заборгованість за зовнішніми зобов'язаннями міжнародним економічним і фінансовим організаціям. Даний фактор відіграє важливу роль у характеристиці інвестиційного клімату в країні. Найповніше відбивається в показнику платоспроможності, обумовленому відомим діловим журналом Euromoney [5].

Інтегральний показник платоспроможності країни включає дев'ять складових: політичний ризик, економічні перспективи, показник зовнішньої заборгованості, борг через дефолт або реструктуризація боргу, кредитний рейтинг, доступ до банківських ресурсів, доступ до короткострокових фінансових ресурсів, доступ на ринки капіталів, доступ до форфейтингових послуг. Ретельний аналіз зазначених чинників дозволяє потенційним інвесторам адекватно оцінювати доцільність направлення інвестицій у ту чи іншу країну, галузь, конкретне підприємство.

З метою стимулювання інвестицій держава вдається до різного роду податкових преференцій, які переважно обумовлюють податкові втрати, розмір яких, подекуди, дуже високий. З одного боку, такі втрати виправдані зважаючи на важливість певних галузей, які їх отримують, а з іншого боку, окрім втрат, застосування податкових інструментів стимуляційного характеру має на меті отримання позитивних соціальних та економічних ефектів.

Основною метою податкового регулювання інвестицій є застосування певних стимулюючих інструментів з метою підвищення інвестиційної активності усіх суб'єктів економічних відносин, що має супроводжуватися зростанням: обсягів інвестиційних ресурсів в економіку, кількості інноваційно-активних підприємств, рентабельності суб'єктів господарювання, доходів населення, рівня ВВП та ін. Тобто, введення того, чи іншого податкового інструменту стимуляційного характеру має приносити позитивні результати, на зразок тих, що перелічені, які є кількісними та якісними вимірниками податкового впливу на інвестиційну діяльність [6].

Відомо, зниження ставки податку на прибуток підприємств, або надання пільг щодо звуження бази оподаткування має забезпечити збільшення обсягів інвестицій.

Оцінюючи податкові пільги з ПДВ, здебільшого вітчизняні вчені та науковці вважають їх неефективними, позаяк вони не забезпечують покращення фінансового стану їх отримувачів. В першу чергу, це стосується сільськогосподарських підприємств. Проте, у випадку їх скасування, не зважаючи на уникнення податкових втрат державного бюджету, можна стверджувати, що становище певних галузей ще більше погіршиться.

При цьому, варто згадати про високий рівень криміналізованості і корумпованості даного податку, що дозволяє окремим платникам (підтримуваних політичними «лоббі») скористатися специфікою розрахунку податкових зобов'язань до сплати в бюджет та, використовуючи прогалини у вітчизняному законодавстві, нелегально отримувати надприбутки.

Випадки зловживання ПДВ при здійсненні експортно-імпортних операцій широко поширені серед суб'єктів бізнесу. До них належать: «каруселі» (практика кількаразового продажу товару через фіктивні фірми); штучне завищення вартості товару перед експортом і заниження ціни імпорту; подвійний і фіктивний експорт; реалізація товарів на митній території України за цінами, які є меншими від цін придбання; «податкові ями» та ін. [2, с. 143–144].

Не сприяє стимулюванню інвестицій, зокрема населення, стандартна ставка ПДВ, яка лише підкреслює несправедливість оподаткування споживання в сучасних умовах України, позаяк, відомо, вона значно вища для населення з меншими доходами, а відтак – значно знижує їх інвестиційну активність.

Загалом питання ефективності пільгового оподаткування завжди перебуває в полі зору різних учених і практиків, позаяк вони обумовлюють недонадходження великих сум й видаються неефективними. Проте однозначно не можна стверджувати, що податкові пільги потрібно скасувати. Наприклад, податкові пільги з ПДВ, окрім того, що спрямовані на послаблення його регресійного впливу на менш заможних та соціально незахищених верств населення, стимулюють інвестиції. Прикладом цього може служити надання пільг сільськогосподарським виробникам, про які вже

згадувалося вище, та які зумовили у 2014 р. понад 18 млрд. грн. втрат державного бюджету, а також звільнення від оподаткування ПДВ операцій з постачання послуг: освіти й охорони здоров'я, яке призвело до бюджетних втрат на суму 2313,7 млн. грн.; продуктів дитячого харчування й відповідного асортименту – 5,5 млн. грн. [7].

Певний прямий зв'язок простежується між податковою знижкою з ПДФО та інвестиціями в розвиток людського капіталу, які здійснюються населенням. При збільшенні суми податкової знижки з ПДФО протягом 2010–2012 рр. збільшувався розмір інвестицій населення в розвиток людського капіталу, щоправда базисний темп їх росту відстає від темпів росту пільги з даного податку в середньому на 29,7% на протязі 2010–2012 рр. Не зважаючи на подальше зростання податкової знижки з ПДФО у 2013 р. темпи росту інвестицій громадян у розвиток людського капіталу дещо уповільнилися, склавши 136% таких інвестицій 2010 р. (для порівняння – у 2012 р. вони становили 139,1%). У 2014 р. тенденція до уповільнення темпів росту інвестицій збереглася, щоправда, в цьому ж році також уповільнилися темпи росту пільги з ПДФО [8].

Що стосується спеціальних режимів оподаткування в СЕЗ і ТПР, то очевидно, на сьогодні, вони неефективні, оскільки не лише не сприяють підвищенню інвестиційної активності, а навпаки, призводить до значних податкових втрат. Протягом 2010–2014 рр. обсяги податкових пільг, наданих суб'єктам СЕЗ і ТПР перманентно зростали й у 2014 р. склали 243,3 млн. грн., збільшившись на 64,2% порівняно з 2010 р. Натомість, абсолютно протилежною є динаміка інвестицій, які зменшувалися протягом усього аналізованого періоду, становивши у 2014 р. всього 20,1% інвестицій 2010 р. Це вплинуло на податкові надходження, динаміка темпу росту яких також спадна, та значення якого (як і базисного темпу росту інвестицій) сгинуло мінімального

Ситуація, зменшення обсягу інвестицій та зростання податкових пільг, є віддзеркаленням корупції та свідчить лише про наявність фактів ухилення від оподаткування й підтримки певних пролобійованих груп платників податків за допомогою СЕЗ і ТПР, які вичерпали свій фіскальний та інвестиційний потенціал. Відтак, на сьогодні, особливого значення набувають питання заборони їх функціонування в Україні та пошуку нових інструментів податкового регулювання, які забезпечили б

вивільнення інвестиційного потенціалу фізичних і юридичних осіб й «притік» інвестицій. Перш за все їх потрібно надавати у відповідності до законодавства СOT, а по – друге, стратегічно перспективним підприємствам, для використання цих активів на модернізацію основних фондів, які необхідно проводити невідкладно тому, що саме це дасть змогу подолати кризові явища і налагодити процес виробництва.

Згідно проведеного дослідження Україна отримує значно більше іноземних інвестицій ніж інвестує сама, в 2016 р. відбулося зниження іноземних інвестицій та вже у 2017–2018 рр. ситуація покращилася. Зміна податкового навантаження значно впливає на процес іноземного інвестування, та навіть його значне зменшення не гарантує різкого припливу іноземного капіталу, що пов'язане з політичними та економічними проблемами країни.

Отже, за оцінкою податкового регулювання інвестицій встановлено, що найбільш ефективними в плані стимулювання інвестицій юридичних осіб є пільги з податку на прибуток, натомість значні втрати доходів державного бюджету від надання пільг з ПДВ не впливають на обсяги капітальних інвестицій. Доцільно надавати пільги літакобудуванню, суднобудуванню, сільському господарству з огляду на стратегічну важливість даних галузей. Потребує удосконалення механізм податкового стимулювання інвестиційної діяльності фізичних осіб за всіма видами, позаяк податкова знижка з ПДФО є єдиним стимулом до здійснення інвестицій населенням.

При встановленні взаємозв'язку між зміною податкового навантаження в Україні та кількістю іноземних інвестицій виявилось, що велике податкове навантаження в 2014–2015 рр. спричинило незначне зниження кількості інвестицій в Україні. У період 2014–2018 рр. Україна почала значно знижувати податкове навантаження на бізнес з метою поліпшення податкового клімату. В результаті зниження податкового навантаження з 51,9% до 38,8% інвестиційна активність збільшилася, але не в таких же розмірах. У 2018 р. загальне податкове навантаження в Україні становить 37,8%, в Європейському союзі (ЄС) – 40,5%, тоді як загальний світовий показник складає 39,6%.

Висновки. Отже, проведені дослідження свідчать, що в Україні за 2014–2018 рр. відбувся спад інвестиційного притоку

капіталу. Найбільшими інвесторами України є Кіпр, Нідерланди, Велика Британія та Росія. В регіональному розрізі найбільше інвестується в Дніпропетровську, Донецьку, Одеську, Харківську області та місто Київ. Найменше – Тернопільська, Чернівецька та Житомирська області. Україна виступає інвестором для Кіпру, Латвії, Угорщини. Найбільшими перешкодами для інвестування в Україну є відсутність довіри до судової системи, військовий конфлікт із Росією, а також непередбачуваний валютний курс та нестабільна фінансова система.

Податкове навантаження не є єдиним податковим інструментом, що впливає на інвестиції. Серед решти, необхідно виокремити податкові пільги, податковий кредит та прискорену амортизацію. Лише комплексні зміни в податковій системі здатні підвищити інвестиційну привабливість країни загалом. Поруч з податковими реформами необхідно боротися з корупцією та політичним лобізмом, що допоможе піднятися Україні в міжнародних рейтингах інвестиційної привабливості.

1. Аскинадзе В. М., Максимова В. Ф., Петров В. С. Инвестиционное дело. Москва : Маркет ДС, 2007. 396 с.
2. Індекс привабливості України для інвесторів. Офіційний сайт Міністерства внутрішніх справ України. URL: https://mvs.gov.ua/ua/infographic/ministerstvo_vnutrishnih_sprav/STRATEGIYA_ROZVITKU.htm
3. Рейнська В. Б. Податки як необхідний інструмент існування держави. Актуальні проблеми економіки: Теоретичні та практичні аспекти: матер. всеукр.наук.-практ. конференції. Дніпропетровськ : НО «Перспектива», 2012. С. 63–71.
4. Pricewaterhouse Coopers. URL: <https://www.pwc.com.ua/uk.html>
5. Шоленищева Є. Ю. Особливості формування та реалізації державної інвестиційної політики в різних країнах світу. *Вісник Національного університету цивільного захисту України*. 2016. Вип. 1. С. 115–122.
6. Соколовська А. М. Податкова політика в Україні у контексті її впливу на розвиток економіки. К.: Вид-во «Знання-Прес» 2013. №9. 96 с.
7. Податковий кодекс України. Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 658.153.012.7

Купира М. І., к.е.н., старший викладач,

Гудемчук В. М.

Луцький національний технічний університет

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто наукові підходи до визначення ліквідності підприємства. Відповідно до наведених підходів в процесі дослідження узагальнено визначення поняття ліквідність. Набуло подальшого розвитку розгляд ліквідності як здатність підприємства вчасно перетворювати свої активи в грошові кошти та за допомогою них в повному обсязі розраховуватися за своїми зобов'язаннями.

Ключові слова: ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, фінансова криза.

Kupira M., Gudemchuk V.

THE THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE LIQUIDITY MANAGEMENT

In the article the scientific going is considered near determination of liquidity of enterprise. In accordance with the resulted approaches in the process of research generalized of determination of concept there is liquidity. Purchased subsequent development consideration of liquidity as in time to convert ability of enterprise the assets in a money and by them in full to settle accounts after the obligations.

In modern market conditions leaders must be well-informed about the results of activity of enterprise for his subsequent development and developments of effective administrative decisions. To get necessary information it is necessary to conduct the analysis of activity both in general and after separate links. Opinions of the Ukrainian and foreign scientists in relation to the concept of liquidity of assets are alike, however much each has adding to the generally accepted explanation of this economic phenomenon. During the estimation of liquidity of enterprise of analysis the sufficientness of circulating assets is subject for redemption of current liabilities (floating creditor debt). For leaders and proprietors of enterprise the insufficient level of liquidity can mean the decline of level of profitability, loss of control and partial or complete loss of investments of capital.

Thus, important pre-condition of application of correct antikrizovikh measures is authentication depths of financial crisis, which are necessary pre-condition of correct and timely reaction on it. Research of liquidity of enterprise is important direction of study of the financial state of enterprise which serves as pre-condition of warning of financial crisis.

Купира М. І., Гудемчук В. М.

Купира М.И., Гудемчук В.М.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено научные подходы к определению ликвидности предприятия. Согласно приведенным подходам в процессе исследования обобщено определение понятия ликвидность. Получило дальнейшего развития рассмотрение ликвидности как способность предприятия своевременно превращать свои активы в денежные средства и с помощью них в полном объеме рассчитываться по своим обязательствам.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость, финансовый кризис.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. У ринкових умовах господарювання одним із показників, що визначає фінансовий стан підприємства є ліквідність. Ліквідність підприємства характеризує його частку оборотних активів, що припадають на одиницю поточних зобов'язань. Від такого співвідношення залежить можливість розрахуватись за своїми поточними зобов'язаннями, тобто характеризує спроможність суб'єктів господарювання забезпечувати своєчасний, повний, гарантований розрахунок перед постачальниками і кредиторами.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання ліквідності підприємства досліджувало безліч вчених-економістів як вітчизняних, так і зарубіжних, зокрема Бланк І., Брігхем Юджин Ф., Коновалова О., Коробов М., Котляр М., Мних Є., Прикіна Л., Тарасенко Н., Федорович Р. Разом з тим, актуальними залишаються подальші дослідження ліквідності, оскільки вітчизняні підприємства не використовують усіх резервів.

Цілі статті: проведення дослідження теоретичного аспекту управління ліквідністю підприємства та подання власного бачення ідентифікації даної категорії.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних ринкових умовах керівники повинні бути обізнаними про

результати діяльності підприємства для подальшого його розвитку і розробок ефективних управлінських рішень.

Щоб отримати потрібну інформацію необхідно провести аналіз діяльності як в загальному, так і за окремими ланками.

Розрахунок показників ліквідності дасть змогу побачити, як швидко активи підприємства перетворюються в гроші і чи здатне підприємство вчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями.

Думки українських та зарубіжних учених щодо поняття ліквідності активів схожі, проте у кожного є своє доповнення до загальноприйнятого пояснення даного економічного явища.

На думку М. Котляра, ліквідність активу – це здатність активів до трансформації у грошові засоби. Ступінь ліквідності активу визначається проміжком часу, необхідним для його перетворення у грошову форму. Чим менше потрібно часу для інкасації певного активу, тим вища його ліквідність [1].

Шеремет О. О. розуміє під ліквідністю підприємства його здатність розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями шляхом перетворення активів на гроші і розглядає ліквідність з двох позицій [2]:

- 1) як час, необхідний для продажу активу;
- 2) як суму, одержану від продажу активу.

На нашу думку, ліквідність не доцільно розглядати з даних двох позицій окремо, ліквідність – це загальна сукупність затраченого часу на перетворення активу в гроші.

Тарасенко Н. В. під ліквідністю розуміє спроможність підприємства перетворювати свої активи на гроші без втрати їх ринкової вартості для покриття всіх необхідних платежів в міру настання строків на швидкість здійснення цього перетворення [6].

На думку Федоровича Р.В., ліквідність – це здатність підприємства оперативно перетворити свої активи в кошти, необхідні для нормальної фінансово-господарської діяльності і погашення короткострокових зобов'язань підприємства [7]. У даному визначенні акцент робиться на оперативність перетворення активів у кошти підприємства.

Коробов М. Я. вважає, що ліквідність – це здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання перед усіма контрагентами і державою. Ліквідність обумовлюється також можливістю розрахуватися за своїми зобов'язаннями за

певний час за допомогою перетворення своїх активів на гроші [8]. Прикіна Л. В. вважає, що ліквідність підприємства – це його здатність швидко виконувати свої фінансові зобов'язання, а при необхідності і швидко реалізовувати свої засоби [3]. Брігхем Ю. Д. вказує на те, що ліквідність – це визначене співвідношення величини заборгованості до засобів, які можуть бути використані для її погашення [4].

Найбільш вдалим, на нашу думку, є визначення ліквідності підприємства Бланка І. О., який вказує на ліквідність, як на спроможність окремих видів майнових цінностей бути швидко перетвореними у грошову форму без втрати своєї поточної вартості в умовах усталеної кон'юнктури ринку, характеризуючи її як функцію часу (строку можливого продажу) і ризику (можливої вартості майна за умов терміновості його продажу) [5].

Тобто підсумувавши думки відомих вчених-економістів, можна дійти до загального визначення. Ліквідність – це здатність підприємства вчасно перетворювати свої активи в грошові кошти та за допомогою них в повному обсязі розраховуватися за своїми зобов'язаннями.

Під час оцінки ліквідності підприємства аналізу підлягає достатність оборотних активів для погашення поточних зобов'язань (короткострокової кредиторської заборгованості). Для керівників та власників підприємства недостатній рівень ліквідності може означати зниження рівня прибутковості, втрату контролю та часткову або повну втрату вкладень капіталу.

Для кредиторів недостатня ліквідність боржника свідчить про затримку у сплаті відсотків та основної суми боргу. Поточний стан ліквідності підприємства може впливати на відносини з клієнтами та постачальниками товарів та послуг. Такі зміни призводять до неспроможності підприємства виконати умови договорів та призвести до втрати зв'язків з постачальниками.

Доведено, що на рівень фінансового забезпечення підприємства здійснює вплив низка зовнішніх та внутрішніх факторів. Зовнішні фактори слабо піддаються регулюванню з боку менеджерів підприємства, внутрішні – піддаються безпосередньому впливу управлінців. Саме внутрішнє фінансове середовище підприємства акумулює увесь спектр фінансових проблем,

фінансовий потенціал і фінансові загрози забезпеченню реалізації інтересів суб'єктів господарювання.

Тому необхідно оцінити їх вплив на рівень фінансового забезпечення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності з врахуванням зовнішнього впливу на рівень фінансової безпеки.

Головною проблемою ефективного існування підприємств в Україні на сьогодні є відсутність комплексної оцінки ліквідності, яка б дійсно давала можливість керівнику підприємства виявляти слабкі місця та приймати правильні стратегічні та управлінські рішення в напрямку збільшення кількості замовлень та контрактів з продажу продукції; ритмічності виробництва, повного завантаження потужностей; зменшення собівартості та різкого підвищення продуктивності праці; зменшення розміру неліквідних оборотних засобів; ліквідації внутрішньовиробничих конфліктів та зменшення плінності кадрів; зменшення тиску на ціни.

Висновки. Отже, важливою передумовою застосування правильних антикризових заходів є ідентифікація глибини фінансової кризи, що є необхідною передумовою правильної та своєчасної реакції на неї. Дослідження ліквідності підприємства є важливим напрямком вивчення фінансового стану підприємства, що слугує передумовою попередження фінансової кризи.

1. Котляр М. Аналіз ліквідності як важливий етап оцінки фінансової стійкості. *Вісник ТНЕУ*. 2008. №4. С. 124.
2. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз : навч. посібн. К., 2003. 160 с.
3. Прикіна Л. В. Економічний аналіз : навч. посібн. М., 2002. 360 с.
4. Брігхем Юджин Ф. Енциклопедія фінансового менеджменту. М. : ОАО, вид-во «Економіка», 1998. 823 с.
5. Бланк І. А. Основи фінансового менеджменту. в 2-х т. Т.1. К., 1999. 590 с.
6. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства : навч. посібн. К. : Алерта, 2003. 486 с.
7. Федорович Р. В. Економічний аналіз : навч. посібн. Тернопіль, 2010. 624 с.
8. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посібн. 2-е вид.. К., 2001. 378 с.

УДК 332.14

Корольчук Л. В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ ЯК ЄДИНОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

В статті розкрито сутність стратегічного планування та його необхідність в рамках формування глобальних логістичних систем; визначено етапи стратегічного планування розвитку транскордонного регіону як єдиної глобальної логістичної системи.

Ключові слова: транскордонне співробітництво, транскордонний регіон, логістична система, глобальна логістика, логістична стратегія, стратегічне управління логістикою.

Korolchuck L.

THE ROLE OF STRATEGIC PLANNING IN THE DEVELOPMENT OF THE CROSS-BORDER REGION AS A COMMON GLOBAL LOGISTIC SYSTEM

The article reveals the essence of strategic planning and its importance in the formation of global logistics systems, the stages of strategic planning of cross-border region as a single global logistics system.

Global logistics reflects a trend characterized by the movement of entrepreneurial activity from its specialization in individual countries and regions to a multi-organized world market economy. The micromodel of such a global space is the cross-border region, which essence and economic nature, as well as the possibility of increasing competitive advantages as a subject of international economic relations, require a coordinated approach to the organization of logistic operations within a common logistic system, which will be shaped by the economies of the regions participants in cross-border cooperation. The development of logistics infrastructure is one of the prerequisites for enhancing the dynamics of international trade, the investment attractiveness of regions and cross-border cooperation.

Interest in the study of strategic behavior, which allows any system to survive in the long-term competition, has grown dramatically in recent decades. Today dictates the need for management that would adapt the logistics system to a rapidly changing environment.

Strategic logistics management is a systematic process of finding opportunities to act, forecasting the consequences of these actions, developing a logistics project, formulating management decisions, specific actions and timing for

Корольчук Л. В.

their implementation in order to achieve the goals set in the future; is a highly professional management activity with its logistical structural specialization, aimed at the survival of the logistic system of the enterprise in an uncertain environment.

It is investigated the logistic issues should be integrated into the overall socio-economic development strategy of the cross-border region. In the market analysis and policy-making process, it is necessary to identify customer needs and select distribution channels. When evaluating the various policy alternatives and subsequently identifying the most competitive strategies, it is important to consider all factors associated with the delivery, storage and promotion of goods.

Integration of business entities into multi-level logistics platforms is one of the important conditions for improving the functioning of infrastructure of the economy of the border regions in terms of integration into a single cross-border economic space. Coordination of efforts of state authorities and market entities on the basis of macrologistic platforms will allow to streamline the process of movement of material resources, to significantly reduce costs in all its phases, and thereby to facilitate the optimal integration of the state's economy into the system of international economic relations.

Keywords: cross-border cooperation, cross-border region, logistic system, global logistics, sourcing, strategic logistics management.

Корольчук Л. В.

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕГИОНА КАК ЕДИНОЙ ГЛОБАЛЬНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В статье раскрыта сущность стратегического планирования и его необходимость в рамках формирования глобальных логистических систем, определены этапы стратегического планирования развития трансграничного региона как единой глобальной логистической системы.

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, трансграничный регион, логистическая система, глобальная логистика, логистическая стратегия, стратегическое управление логистикой.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Глобальна логістика відображає тенденцію, яка характеризується рухом підприємницької діяльності від її спеціалізації в окремих країнах і регіонах до мультиорганізованого світового ринкового господарства. Мікромоделлю такого глобального простору виступає транскордонний регіон (ТКР), сутність та економічна природа якого, а також ймовірність нарощення конкурентних переваг в якості суб'єкта міжнародних економічних відносин потребують узгодженого підходу до організації логістичних операцій в рамках

єдиної логістичної системи, яку і формуватимуть економіки регіонів-учасників транскордонного співробітництва (ТКС). Розвиток логістичної інфраструктури є однією із передумов активізації динаміки міжнародної торгівлі, інвестиційної привабливості регіонів та транскордонного співробітництва.

Інтерес до вивчення стратегічного поведінки, що дозволяє будь-якій системі виживати в конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі, різко зріс в останні десятиріччя. Сьогоднішній день диктує необхідність такого управління, яке забезпечувало б адаптацію логістичної системи до швидко змінного навколишнього середовища.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Активний розвиток транскордонного співробітництва регіонів у Європі зумовив появу широкого кола наукових вітчизняних та зарубіжних досліджень у цій сфері. Вивченню проблем глобальної логістики та ТКС, зокрема функціонування транскордонних логістичних кластерів присвячені праці Микитюк М., Кузьміна В., Мороз О., Мікули Н., Писаренко С. та ін. Проте питання організації глобальних логістичних систем в рамках ТКР, як необхідної передумови їх розвитку лишається відкритим.

Цілі статті: дослідити необхідність і сутність стратегічного планування в рамках формування глобальних логістичних систем; визначити етапи стратегічного планування розвитку ТКР як єдиної глобальної логістичної системи.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стратегічне управління логістикою – це систематичний процес пошуку можливостей діяти, прогнозування наслідків цих дій, розробки логістичного проекту, формування управлінських рішень, конкретних заходів та термінів їх виконання для досягнення поставлених цілей в майбутньому; високопрофесійна управлінська діяльність зі своєю логістичною структурною спеціалізацією, спрямована на виживання логістичної системи підприємства в невизначеному зовнішньому середовищі.

Стратегічне планування в рамках формування глобальних логістичних систем здійснюється в кілька етапів:

– формулювання логістичної місії;

- оцінка факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- оцінка стратегічних альтернатив;
- реалізація обраної стратегії.

Розглянемо дані етапи детальніше.

Перший етап. Завдання логістики в ТКР не можна розглядати у відриві від стратегічних цілей міжрегіонального бізнесу. При формулюванні логістичної місії транскордонний орган повинен відповісти на 2 основні питання: що є пріоритетом розвитку ТКР в даний час і які основні напрямки його розвитку? Таким чином, логістична місія – це той вихідний фундамент, який визначає всі стратегічні і тактичні цілі та завдання ТКР і прийняті на їх основі управлінські рішення.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин для більшості підприємств у заявлених ними місіях так чи інакше присутня мета максимального задоволення вимог споживачів до якості товарів і послуг, що спричинено поширеною за кордоном філософією загального управління якістю. Глобалізація економіки призвела до того, що сучасні споживачі виходять з набору очікувань, встановленого відповідно з характеристиками продукції найкращих компаній у світі, вимагають більш високої якості товарів і послуг за більш низькою ціною, очікують швидкої реакції на їх запити і т. п. Підприємства оцінюються споживачем не тільки з точки зору якості їх продукції і сервісу, але й здатності поставляти готову продукцію вчасно, в невеликих обсягах до безпосереднього місця споживання.

Потенціал глобальної логістики як раз і дозволяє реалізувати цільові установки підприємств прикордонних регіонів в рамках їх місії, будучи стратегічним чинником в умовах посилення конкуренції на міжнародному ринку. Логістична місія формується за допомогою «Семи R»: «ensuring the availability of the right product, in the right quantity and the right condition, at the right place, at the right time, for the right customer, at the right cost», що можна перекласти як «забезпечення наявності потрібного продукту в необхідній кількості і заданої якості в потрібному місці у встановлений час для конкретного споживача з найменшими витратами». Підприємства прикордонних регіонів-учасників ТКС повинні розробляти логістичну місію, яка не суперечить загальній маркетинговій і виробничій стратегії ТКР.

Метою глобальної логістики в ТКР повинно бути забезпечення загального менеджменту матеріальних і сервісних потоків як основи для досягнення довготривалого успіху в бізнесі. Відсутність місії та чіткої стратегії глобальної логістики призведе до зниження активізації ТКС в результаті послаблення економіко-виробничих зв'язків між підприємствами ТКР.

Другий етап. Фактори зовнішнього середовища ТКР можна розділити на політичні, економічні, правові, технологічні, соціальні та екологічні [6].

1. Політичні фактори, відображаючи загальну політичну ситуацію в країнах-учасниках ТКС і у світі, чинять істотний вплив на організацію бізнесу в ТКР, наприклад у плані прийняття стратегічних рішень по розширенню або згортанню бізнесу, інвестиційної та фінансової політики, збутової політики, експортно-імпорتنних операцій і т. д.

2. Економічні фактори варто розглядати в багатоаспектному плані:

– на рівні економіки країн-учасниць ТКР в цілому в розрізі макроекономічних показників та індикаторів (курсу національної валюти, рівня інфляції, середнього темпу приросту ВВП, темпів розвитку промислового виробництва, біржових індикаторів і т. д.);

– на галузевому і регіональному рівнях (темпи і обмеження розвитку окремих галузей і територій, динаміка реструктуризації, інвестиційна політика в галузях і прикордонних регіонах, що формують ТКР, динаміка галузевої продуктивності праці і т. д.);

– у розрізі ринків факторів виробництва (ринків праці, землекористування, капіталу), фінансового ринку, банківської системи;

– у розрізі аналізу попиту і пропозиції на ринку кінцевих товарів і послуг, аналізу можливих конкурентів і т. д.

3. Правові фактори визначаються законодавчими нормами. Основою правової бази глобальної логістики в рамках ТКР є національне законодавство країн-партнерів, міжнародне право, а також міжрегіональні домовленості в процесі транскордонної співпраці регіонів.

4. Група технологічних факторів, що мають важливе значення для глобальної логістики, характеризується як загальний рівень науково-технічного потенціалу країн-учасниць ТКС, так і

технологічний рівень окремих галузей та інфраструктури економіки прикордонних регіонів. Важву роль для просування логістичної концепції відіграє рівень розвитку транспорту і телекомунікацій, інформаційно-комп'ютерних систем, гнучких автоматизованих виробництв, транспортних та вантажопереробних засобів, електроніки і мікропроцесорної техніки і т. д. Принципове значення має впровадження нових (інноваційних) технологій і технічних засобів, що забезпечують ефективну реалізацію логістичних функцій.

5. Для розвитку глобальної логістики пріоритетне значення мають соціальні фактори (міграція населення, динаміка структури робочого і вільного часу, структура трудових ресурсів, рівень культури і т. п.) у співпрацюючих країнах та регіонах.

6. Екологічні фактори, пов'язані насамперед з розвитком транспорту і транспортних комунікацій в плані зменшення їх шкідливого впливу на навколишнє середовище. Так, у США, Японії, країнах ЄС прийняті різні програми захисту навколишнього середовища, які безпосередньо впливають на формування глобальної логістичної системи і прийняття логістичних рішень.

Серед факторів внутрішнього середовища ТКР можна виділити функціональні сфери виробництва, маркетингу, фінансів, використовувані трудові ресурси, а також вплив транскордонного органу на розвиток пріоритетних галузей економіки ТКР [6].

Деталізація логістичного середовища ТКР представлена на рисунку 1.



Рис. 1. Логістичне середовище ТКР

Третій етап полягає у встановленні пріоритетів та вибору однієї домінуючої логістичної стратегії з набору можливих альтернатив. При цьому принципове значення має рання ідентифікація необхідних ресурсів для виконання стратегії і джерел їх отримання.

Розрізняють наступні види логістичних стратегій [2]:

– стратегія диференціації – намагання підприємства стати унікальним, володіти особливими якостями, відмінними від конкурентів;

– стратегії удосконалення системи обслуговування споживача засновані на припущенні, що покращення якості продукції та сервісу призводить до підвищення рівня рентабельності фірми від розширення ринку збуту і максимізації обсягів продажів. Такі стратегії сприяють зміцненню ринкових позицій фірми і підвищують її імідж. Вадливим моментом при реалізації даної стратегії є дотримання оптимального співвідношення між підвищенням рівня сервісу та затратами на дані зміни, аби уникнути надмірних додаткових витрат;

– стратегія лідерства за витратами – стратегія лідерства на ринку за рахунок зниження логістичних витрат по ланцюгу поставок. Стратегія зменшення витрат орієнтована на скорочення операційних складових витрат, пов'язаних в основному з транспортуванням і запасами продукції. В даному випадку постає вибір серед можливих варіантів системи «складування-транспортування» шляхом кращого розміщення складів, оптимізації рівнів запасів, вибору ефективних способів перевезень і маршрутів і т.п. В той час, обмежується рівень надання сервісних послуг, поки не знайдені оптимальні загальні витрати, при перманентній орієнтації на максимізацію прибутку;

– стратегія фокусування – зосередженість підприємства на задоволенні потреб клієнтів одного сегменту або певної групи покупців, не намагаючись охопити ринок повністю. Першочерговим завданням такої стратегії є задоволення потреб клієнтів обраного цільового сегмента кращим чином, ніж це роблять конкуренти. Основою стратегії фокусування може бути як диференціація, так і лідерство по витратах, або обидва підходи, але тільки в рамках цільового сегмента чи групи. Така стратегія дозволяє розширити

частку ринку, але в цільовому сегменті, чого не передбачається в межах всього ринку;

– маркетингова стратегія «витягування» (pull strategy) товару через канал розподілу по своїй суті взаємопов'язана з потужною рекламною кампанією в засобах масової інформації, організовану фірмою-виробником. Реклама виконує тут функцію стимулювання попиту покупців, які цікавляться рекламованим товаром у роздрібних продавців, що є сигналом для виробника, часто через оптовиків. Отже, попит, який стимулюється рекламою ніби «витягує» товар у фірми-виробника. Як правило, стратегія «витягування» не передбачає створення великих запасів готової продукції в розподільчій мережі, незалежно від приналежності до каналу розподілу;

– маркетингова стратегія «проштовхування» (push strategy) – це співробітництво між виробником готової продукції та оптовими і роздрібними торговими посередниками. В даному випадку товар ніби «виштовхується» з виробництва в розподільчі канали посередників, при чому стимулювання попиту на даний процес майже не впливає. При цьому, витрати на рекламу розподіляються між посередниками і виробником готової продукції. Виробник, як правило, встановлює спеціальні дисконти або створюючи додаткові запаси у роздрібних торговців, стимулює просування на ринок і продаж своїх товарів. Успіх фірми при такому підході забезпечить ефективне регулювання запасів готової продукції в розподільчих каналах оптових і роздрібних торгових партнерів;

– «худа» стратегія базується на принципі управління витратами при виробництві аналогічної з конкурентами продукції. Метою стратегії є економія на задіяних у виробництві ресурсах: людях, просторі, запасів, обладнання, часу тощо. Для цього «худа» стратегія покликана уникати непродуктивних витрат ресурсів;

– динамічна стратегія передбачає забезпечення високої якості обслуговування споживачів, миттєве реагування на появу нових або зміна колишніх умов.

В економічній літературі можна зустріти два аспекти динамічності:

1) швидкість реагування на зовнішні умови: полягає у намаганні фірми уважно відстежувати запити споживачів і оперативно на них реагувати;

2) спроможність корегувати логістичні характеристики, враховуючи запити споживачів.

Підприємства, що застосовують динамічну стратегію, своїми пріоритетними завданнями ставлять наступне: повне задоволення запитів споживачів; створення зручного доступу споживачів до підприємства; швидке реагування на мінливі запити; проектування логістики на максимальне задоволення потреб споживачів; проведення післяпродажних перевірок на предмет виявлення настроїв споживачів після здійснення покупки; підготовка майбутніх угод, налагодження системи контактів зі своїми споживачами і потенційними покупцями тощо.

Кожна із розглянутих вище стратегій може реалізуватися в рамках ТКР як глобальної логістичної системи, виходячи з існуючих можливостей та пріоритетів.

Нарешті, *четвертий заключний етап* полягає в розробці безпосередньо стратегічного логістичного плану з визначенням агрегованих показників як в цілому для логістичної системи, так і для окремих рівнів менеджменту.

У сфері ТКС регіонів особливого значення має координація планів як інтегрований підхід до планування роботи логістичної системи, тобто розробка взаємопов'язаних планів обробки матеріального потоку, стандартів і технічних умов на виконання логістичних процедур.

Питання логістики повинні включатися у спільну стратегію соціально-економічного розвитку ТКР. Так, у процесі аналізу ринку і визначення політики необхідно виявити потреби покупців і вибрати канали розподілів. У процесі оцінки різних стратегічних альтернатив політики та вибору конкурентної стратегії важливо врахувати всі фактори, пов'язані з поставкою, зберіганням і пропусанням товарів.

Висновки. Отже, об'єднання суб'єктів господарювання в різнорівневі логістичні платформи – одна з важливих умов підвищення ефективності функціонування інфраструктури економіки прикордонних регіонів в умовах інтеграції в єдиний транскордонний економічний простір. Узгодження зусиль державних органів і ринкових суб'єктів на базі макрологістичних

платформ дозволить раціоналізувати процес руху матеріальних ресурсів, істотно знизити витрати у всіх його фазах, і тим самим сприятиме оптимальній інтеграції економіки держави в систему міжнародних економічних зв'язків.

1. Аникин Б. А. Логистика : учебн. 3-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2002. 367 с.
2. Василенко В. А. Ткаченко Т. І. Стратегічне управління: навч. посібн. К. : Знання, 2003. 110 с.
3. Мартиняк І. Розвиток логістичної інфраструктури в Україні. URL: http://confiapv.at.ua/publ/konf_14_15_grudnja_2011_r/sekcija_5_ekonomichni_nauk_i/rozvitok_logistichnoji_infrastrukturi_v_ukrajini/29-1-0-1454
4. Микитюк М. В., Кузьміна В. В. Єврологістика та Україна. URL: <http://intkonf.org/>
5. Миротин Л. Б., Сергеев В. И. Основы логистики : учеб. пособ. М. : ИНФРА-М, 2000. 200 с.
6. Пічугіна Т. С., Ткачова С. С., Ткаченко О. П. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. Харк. держ. ун-т харч. та торг. Х. : ХДУХТ, 2008. 215 с.
7. Сергеев В. И., Кизим А. А., Эльяшевич П. А. и др. Глобальные логистические системы : учеб. пособ. Под общ. ред. В.И. Сергеева. Спб. : Издательский дом «Бизнес-пресса», 2001. 240 с.
8. Trade logistics facilitation: key to competitiveness an overview of the world bank trade logistics and facilitation portfolio. URL: <http://siteresources.worldbank.org>.

УДК 332.2

Косінський П. М., аспірант

Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБКИ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

У статті подано підходи вчених до визначення поняття «система». Обґрунтовано, що для розвитку комплексних виробництв із поглибленою переробки природних ресурсів, що знаходяться в межах того чи іншого регіону необхідно сформувати ефективну систему економічного стимулювання. Наведено переваги та недоліки виробництв із поглибленої переробки природних ресурсів. Визначено мету та завдання системи економічного стимулювання

розвитку переробки природних ресурсів в нашій державі. Сформовано відповідні висновки.

Ключові слова: система, економічне стимулювання, додана вартість, комплексні виробництва з повним циклом переробки, природні ресурси.

Kosinskyi P.

FEATURES OF FORMATION OF ECONOMIC SYSTEM OF STIMULATION OF DEVELOPMENT OF NATURAL RESOURCES PROCESSING

The article presents the approaches of scientists to the definition of «system». It is justified that for the development of complex industries for advanced processing of natural resources located within the region, it is necessary to create an effective system of economic incentives.

The advantages and disadvantages of advanced processing of natural resources are presented, on the basis of which it is concluded that their development will increase the socio-ecological and economic level of our country's economy and will contribute to the sustainable development of their regions.

It is revealed that the main advantage of having and developing the production of a full cycle of advanced processing of natural resources will be the preservation and increase of added value, which will increase the financial revenues to the budgets of local territorial communities and state budgets, in particular, increase of profits of processing enterprises, GDP growth and more. It is shown that in addition to the development of state-of-the-art processing, it is necessary to extend the stages (process) of processing, as this will increase the value chain.

The formation of the goals and objectives of the system of economic stimulation of the development of natural resources processing will be influenced by certain environmental factors.

The purpose and objectives of the system of economic stimulation of the development of natural resources processing in our country have been determined. The relevant conclusions are drawn.

Keywords: system, economic incentives, value added, full cyclical integrated production, natural resources.

Косинский П. Н.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБОТКИ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

В статье представлены подходы ученых к определению понятия «система». Обосновано, что для развития комплексных производств с углубленной переработки природных ресурсов, находящихся в пределах того или иного региона необходимо сформировать эффективную систему экономического стимулирования. Приведены преимущества и недостатки производств с углубленной переработки природных ресурсов. Определены цели и задачи

системы экономического стимулирования развития переработки природных ресурсов в нашей стране. Сформированы соответствующие выводы.

Ключевые слова: система, экономическое стимулирование, добавленная стоимость, комплексные производства с полным циклом переработки, природные ресурсы.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Формування нової система економічного стимулювання в природно-ресурсній сфері повинне вплинути на покращення механізму регулювання природокористування та охорони навколишнього природного середовища і передбачає вдосконалення наявних методів, інструментів стимулювання. Система економічного стимулювання повинна забезпечити комплексне використання природних ресурсів у всіх сферах економіки.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичні основи побудови систем і системного аналізу, управління соціально-економічними системами регіону відображені в працях, зокрема Білощицької С. В., Олексієнко М. М., Курілко О. М. Остапчука Ю. О., Гнатіва П. С., Дудника І. М. та ін. [1–5]. В них вчені надають різні визначення поняття «система» та викладають теоретичні основи побудови систем.

Цілі статті: визначення доцільності побудови систем економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів, виявлення основних; визначення основних переваг і недоліків комплексних виробництв з переробки місцевих природних ресурсів; формування мети та завдань системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В науковій літературі поняття система є досить поширеним.

Система – це комплекс метасистем, підсистем, елементів, компонентів та їх властивостей, взаємодія між якими зумовлює появу якісно нової цінності [6].

Гнатів П. С. [3] вважає, що поняття системи охоплює деякий ідеальний об'єкт, що є множиною умовно неподільних (цілісних) елементів, між якими з'ясовані певні відношення (зв'язки).

Але наявність зв'язків ще не говорить про формування системи. Наприклад, як стверджує Дудник І. М. [4], у світі все взаємозалежне, але одного лише зв'язку для розуміння системності не достатньо, необхідно підкреслити специфіку взаємодії елементів сукупності.

Для розвитку комплексних виробництв із поглибленою переробки природних ресурсів, що знаходяться в межах того чи іншого регіону необхідно сформувати ефективну систему економічного стимулювання.

Система економічного стимулювання в природно-ресурсній сфері повинна вплинути на покращення механізму регулювання природокористування та охорони навколишнього природного середовища і передбачає вдосконалення наявних методів, інструментів стимулювання, а також забезпечити комплексне використання природних ресурсів у всіх сферах економіки.

Проте перш, ніж приступити до формування ефективної системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів в нашій державі потрібно визначити переваги та недоліки даних виробництв, доцільність їх створення та розвитку. Переваги та недоліки розвитку переробних виробництв на базі місцевих природно-ресурсних комплексів в Україні наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки розвитку переробних виробництв
на базі місцевих природно-ресурсних комплексів в Україні

Переваги	Недоліки
1	2
1. Посилення економічної незалежності, капіталізація розвитку економіки, розвиток бізнесу, зростання експортного потенціалу, зменшення залежності від імпорту, стабільна ситуація в економіці держави, підвищення рівня конкурентоспроможності готових виробів (товарів) національного виробництва.	1. Величезні затрати фінансових ресурсів – «де знайти кошти на розвиток та реконструкцію?». Тривалий період окупності коштів на відновлення та розвиток переробних підприємств, галузей. Величезний ризик зазнати збитків, як для вітчизняного, так і для іноземного інвестора.
2. Збереження доданої вартості всередині країни, її зростання, збільшення надходжень до місцевих та державного бюджетів.	2. Можливість загрози розірвання договорів на поставку сировинної продукції та погіршення відносин з іноземними партнерами.

продовж. табл. 1

1	2
3. Підвищення соціального добробуту, створення нових робочих місць, суттєве зниження рівня імміграції населення працездатного віку за кордон.	3. Загроза не реалізувати на практиці розроблені програми та проекти відновлення та розвитку переробних виробництв під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища держави.
4. Можливість освоєння та розвитку нових суміжних із переробної промисловістю галузей, відновлення та реконструкція колись успішних промислових підприємств, виведення із стану стагнації суміжних із ними підприємств та галузей, отримання синергетичного ефекту в різних виробничих сферах.	4. Загроза втрати значної частки природно-ресурсного капіталу держави внаслідок великих інвестиційних надходжень в проекти розвитку переробних виробництв, приватизації цих виробництв іноземними суб'єктами господарювання тощо.
5. Інноваційний, науково-технічний розвиток, модернізація виробничих підприємств.	
6. Реалізація на практиці концепції «зеленої економіки», покращення екологічного стану навколишнього середовища.	
7. Оптимальне раціональне використання природних ресурсів, їх збереження та відтворення.	
8. Розвиток внутрішніх та зовнішніх промислових та споживчих ринків, розвиток торгівлі, розвиток фінансових ринків, розвиток ринку інвестицій.	
9. Підвищення рівня продовольчої безпеки.	

Основною перевагою наявності та розвитку виробництв повного циклу із поглибленої переробки природних ресурсів буде збереження та збільшення розміру доданої вартості, що сприятиме збільшенню фінансових надходжень до бюджетів місцевих територіальних громад і державного бюджетів зокрема, збільшенню прибутків переробних підприємств, зростанню ВВП тощо. Дані фінансові надходження можна буде використати, в першу чергу, на задоволення пріоритетних потреб сіл, міст, регіонів і відповідно країни загалом.

Тому крім розвитку саме поглибленої переробки потрібно розширювати стадії (процес) переробки, адже це сприятиме збільшенню ланцюга доданої вартості. Додана вартість буде відображатися у ціні готового виробу.

Формування будь-якої системи починається з визначення її мети та цілей (завдань). Перед тим як її сформувати потрібно закласти бажану концепцію розвитку подій. Тобто, мається на увазі, що формуванню системи повинне щось передувати – вона не береться безслідно просто так.

Таким чином метою системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів стане створення та розвиток підприємств, що займаються повною переробкою продуктів природно-ресурсної сфери для вдалого сприяння соціально-економічному та екологічному процвітанню регіонів та держави загалом.

Завдання системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів відображені в таблиці 2.

Таблиця 2

Завдання системи економічного стимулювання
розвитку переробки природних ресурсів

Завдання	Зміст
1	2
Фінансово-економічні завдання	залучення фінансових інвестицій у розвиток переробних виробництв; збільшення фінансових надходження до місцевого та державного бюджетів (за рахунок збільшення кількості доданих вартостей, їх розміру); забезпечення економічного зростання в державі та окремих її регіонах; формування в регіонах високоефективних конкурентоспроможних галузей виробництва; формування на основі природного капіталу фінансової основи забезпечення сталого розвитку території шляхом акумуляції природної ренти у фондах суверенного добробуту, розширення щодо цього рекомендованого переліку місцевих податків і зборів, надання прав регіонам вводити в межах даного переліку нові; збалансування участі природних активів як у суспільному виробництві так і формуванні фіскальних джерел надходження у бюджет за різними видами ресурсів, підвищення загальної податкової віддачі від фіскального потенціалу; забезпечення повноцінної віддачі від природно-ресурсного капіталу разом з іншими видами капіталів
Організаційно-управлінські завдання	забезпечення системи необхідними ресурсами: фінансовими, матеріально-технічними, кадровими; створення ефективного нормативно-правового механізму в сфері природокористування; перехід від агресивного управління природними ресурсами до інтегрованого керування цілісними природно-господарськими комплексами в системі корпоративної

1	2
	економіки; активізація поряд із традиційним господарським механізмом природокористування проектних підходів до природно-ресурсного менеджменту; диференційована децентралізація управління природними ресурсами в регіонах, яке враховуватиме їх специфіку та потреби на основі селективного підходу до господарських режимів залежно від специфіки природно-ресурсного потенціалу за забезпеченості природним багатством
Соціальні завдання	створення нових робочих місць; розширене виробництво національних споживчих товарів; повернення заробітчан із-за кордону; збільшення фінансових надходжень до соціальних фондів; забезпечення соціальних гарантій, соціальний захист населення
Екологічні завдання	формування ефективного механізму раціонального природокористування; впровадження засад концепції «зеленої економіки»; підвищення екологічної безпеки регіонів та країни загалом; підтримка наявних запасів поновлювальних природних ресурсів; попередження негативних наслідків природокористування; вибір найбільш ощадливих методів, технологій в природокористуванні; розвиток альтернативних відновлювальних джерел енергетики; забезпечення безвідходного виробництва, зменшення викидів шкідливих речовин у навколишнє природне середовище

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [4; 7; 8]

На формування мети і завдань системи економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів впливатимуть певні фактори зовнішнього середовища.

Висновки. Отже, система економічного стимулювання розвитку переробки природних ресурсів повинна спонукати суб'єктів господарської діяльності до розвитку комплексних виробництв з повним циклом поглибленої переробки. Адже, розширення процесу переробки природних ресурсів (збільшення його стадій) внаслідок створення та активного розвитку переробних виробництв формує довший ланцюг доданої вартості, в результаті чого: збільшуються податкові надходження до бюджету, створюються нові робочі місця, раціонально використовуються і заощаджуються природні ресурси, створюється замкнений цикл виробництва у сфері переробки природних ресурсів тощо.

Саме наявність певного виду природних ресурсів та їх кількість, політико-правове, економічне та соціальне становище,

що склалось у державі визначає особливості формування системи економічного стимулювання переробки природних ресурсів.

1. Білощицька С. В., Олексієнко М. М., Курілко О. М., Остапчук Ю. О. Застосування математичного апарату теорії несилової взаємодії до побудови систем підготовки прийняття рішень в управлінні проектами. *Управління розвитком складних систем*. 2010. Вип. 4. С. 30–34.
2. Гнатів П. С., Хірівський П. Р. Теорія систем і системний аналіз в екології : навч. посібн. Львів: Камула, 2010. 204 с.
3. Дудник І. М. Вступ до загальної теорії систем. Київ: Кондор, 2009. 205 с.
4. Управління соціально-економічними системами регіонального рівня: теорія та практика : монографія / заг. ред. О. М. Шубалий. Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2016. 340 с.
5. Косінський П. М. Формування ефективної системи стимулювання економічного розвитку переробних виробництв на базі місцевих природно-ресурсних комплексів. Напрями та сучасні чинники розвитку міжнародних відносин : економічні та політичні аспекти : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 8 вересня 2017 р.). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2017. С. 78–82.
6. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.
7. Луців Н. Г. Принципи екологічної політики для стимулювання ефективного рекреаційного природокористування. *Регіональна економіка*. 2009. №3. С. 152–158.
8. Криворак А. Новый курс Украины. Каким он должен быть. *Економіст*. №11, листопад. 2018. С. 32–36.

УДК 658.7(477)

Коцій О. В., д.е.н., професор

Луцький національний технічний університет

РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

В статті розглянуто питання підвищення рівня логістичного забезпечення в Україні. Виявлено незадовільний рівень використання логістичного потенціалу і низький рівень логістичної ефективності в національній економіці. Визначено основні проблеми в Україні у логістичній сфері та розроблено пропозиції щодо їх вирішення.

Ключові слова: логістика, логістичне забезпечення, логістична ефективність, індекс ефективності логістики, логістичний потенціал, національна економіка.

Koschiy O.

DEVELOPMENT OF LOGISTIC SECURITY IN UKRAINE

The article deals with increasing the level of logistics in Ukraine. The unsatisfactory level of utilization of logistical potential in the national economy has been revealed, the logistic activity in Ukraine has been evaluated. The value of the Logistics Efficiency Index showed that it is below average in Ukraine. This showed the existence of a number of problems in the field of logistics in the national economy. Particularly problematic areas in logistics for Ukraine are infrastructure and customs procedures, a somewhat better position for timely delivery and cargo tracking. The main problems in Ukraine in the logistics sector are the lack of adequate transport infrastructure, the shortage of hub logistics centers, the low efficiency of the use of fixed assets, the poor level of the communication system, the lack of relationships between enterprises and logistics firms, the lack of manufacturing and manufacturing companies, legislative non-regulation, shortage of highly qualified specialists, etc. In order to solve the existing problems in the logistics sector of the national economy, attention should be paid to the intensification of the development of innovative technologies, the study and implementation of foreign experience in logistics activities, the construction of logistics centers and infrastructure development throughout the country, the training of highly qualified personnel.

Key words: logistics, logistics, logistics efficiency, logistics efficiency index, logistics potential, national economy.

Кошій О.В.

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены вопросы повышения уровня логистического обеспечения в Украине. Выявлено неудовлетворительный уровень использования логистического потенциала и низкого уровня логистической эффективности в национальной экономике. Определены основные проблемы в Украине в сфере логистики и разработаны предложения по их решению.

Ключевые слова: логистика, логистическое обеспечение, логистическая эффективность, индекс эффективности логистики, логистический потенциал, национальная экономика.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Нині перед кожною країною стоїть проблема підвищення її конкурентоспроможності на світовій арені. Важливу роль у забезпеченні високої її конкурентоспроможності відіграє спроможність доставляти товари на зарубіжні ринки на найбільш вигідних умовах. При цьому важливу роль відіграє доступність, якість та

вартість логістичних послуг. Це актуалізує питання логістичного забезпечення в національній економіці.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми розвитку та підвищення ефективності логістичної діяльності присвятили праці Гусак Ю. Е., Ковтюк Ю. І., Марченко В. М., Молнар О. С., Негода А. В., Палійчук Є. С., Скворода Е. В. тощо.

Цілі статті: пошук шляхів удосконалення логістичного забезпечення та підвищення логістичної ефективності в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Україна має величезний логістичний потенціал, який може її вивести в коло найбільш логістично розвинених країн світу. Однак, поки цей потенціал реалізується слабо, що пов'язано, перш за все, з недооцінкою як органами державної влади, так і учасниками ринку того факту, що логістика є рушійною силою (мотором) економіки як на макрорівні, так і на рівні суб'єктів господарювання [1].

Для виявлення причин низького рівня розвитку логістики в Україні проведемо її оцінювання. Важливим показником, який характеризує дану сферу в країні є індекс ефективності логістики (LPI). LPI є інструментом інтерактивного еталонного тестування, який створений для того, щоб допомогти країнам визначити проблеми та можливості, з якими вони стикаються у своїй діяльності в області торгової логістики, і що вони можуть зробити для підвищення їх ефективності.

LPI заснований на всесвітньому опитуванні операторів на місцях (глобальні експедитори і експрес-перевізники). Опитування складається з двох частин: визначається міжнародний індекс LPI (респонденти оцінюють критерії, що відображають ефективність логістичної системи щодо 8 країн, з якими працює логістична компанія) і внутрішній (респонденти оцінюють логістичну систему країни, в якій працюють). Під час розрахунку індексу LPI кожен респондент оцінює за 5-бальною шкалою кожен із 6 позицій логістичної системи, що відображає ефективність [2].

Індекс LPI оцінюється респондентами за п'ятибальною шкалою: від 1 – найгірше значення до 5 – найкраще значення. LPI складається як з якісних, так і кількісних показників і допомагає створювати профілі логістики для цих країн. Він вимірює

продуктивність уздовж логістичного ланцюжка поставок в країні. Рейтинг LPI включає 6 критеріїв, за якими проводяться на даний час дослідження: митні процедури; інфраструктура; міжнародне транспортування вантажів; логістична компетентність; відстеження вантажів; своєчасність доставки. LPI розраховується за формулою:

$$LPI = (C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5 + C_6)/N, \quad (1)$$

де LPI – середнє зважене оцінок ефективності логістичної системи країни;

C1, C2, C3, C4, C5, C6 – оцінки ефективності;

N – загальна кількість оцінок.

Рейтинг країн світу за LPI представлений в таблиці 1.

Таблиця 1

Глобальний рейтинг логістичної ефективності
у 2018 р., бали

Країни	Рейтинг	Значення LPI	митні процедури	інфраструктура	міжнародне транспортування вантажів	логістична компетентність	відстеження вантажів	своєчасність доставки
Німеччина	1	4,20	4,09	4,37	3,86	4,31	4,24	4,39
Швеція	2	4,05	4,05	4,24	3,92	3,98	3,88	4,28
Бельгія	3	4,04	3,66	3,98	3,99	4,13	4,05	4,41
Австрія	4	4,03	3,71	4,18	3,88	4,08	4,09	4,25
Японія	5	4,03	3,99	4,25	3,59	4,09	4,05	4,25
США	14	3,89	3,78	4,05	3,51	3,87	4,09	4,08
Сербія	65	2,84	2,60	2,60	2,97	2,70	2,79	3,33
Україна	66	2,83	2,49	2,22	2,83	2,84	3,11	3,42
Єгипет	67	2,82	2,60	2,82	2,79	2,82	2,72	3,19
Афганістан	160	1,95	1,73	1,81	2,10	1,92	1,70	2,38

Примітка. Сформовано автором на основі даних джерела: [3]

Дана таблиці 1 свідчать, що у 2018 р. лідерами за логістичною ефективністю виявилися Німеччина (1 місце), Швеція (2 місце) та Бельгія (3 місце). Україна посіла в даному рейтингу 66 місце. Її найближчими сусідами стали Сербія (65 місце) та Єгипет (67 місце). Аутсайдером даного рейтингу став Афганістан (160 місце).

Виходячи з того, що максимальне значення LPI у 2018 р. було 4,20 бали, а мінімальне 1,95 бали, то можна виділити наступні

групи країн: країни з високим значенням LPI (3,76–4,2 бали); країни з вищим середнього значенням LPI (3,4–3,75 бали), з країни з середнім значенням LPI (2,86–3,3 бали); країни з нижчим середнього значенням LPI (2,5–2,85 бали); країни з низьким значенням LPI (1,95–2,4 бали).

Виходячи із запропонованої шкали поділу, Україну можна віднести до країн з логістичною ефективністю нижче середнього рівня ($2,5 < 2,83 < 2,85$). Таким чином, для України характерна незадовільна логістична ефективність, що вимагає пошуку можливостей вирішення даної проблеми.

Динаміка рейтингу України за логістичною ефективністю представлена на рисунку 1.

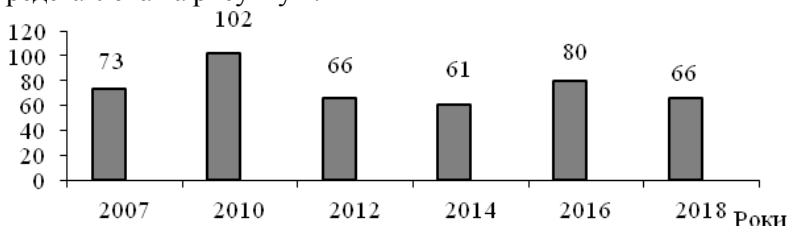


Рис. 1. Динаміка рейтингу України за логістичною ефективністю

Дані рисунку 1 свідчать, що протягом 2007–2018 рр. Україна проявляла нестійку позитивну тенденцію до покращення своєї позиції за логістичною ефективністю, що є позитивним моментом. В результаті у 2018 р. вона посіла 66 місце у рейтингу, що було на 7 позицій вище рівня 2007 р.

В той же час значні коливання позицій України у рейтингу (знизилась на 29 позицій у 2010 р. відносно рівня 2007 р., знизилась на 19 позицій у 2016 р. відносно рівня 2014 р.) викликають ряд запитань. Наймовірніше це зумовлено не лише коливаннями логістичної ефективності в країні, але і певними недоліками в розрахунку індексу (ряд авторів [4] також припускають подібне).

У 2018 р. Україна мала найнижчі показники логістичної ефективності за показниками «інфраструктура» (2,22 бали) та «митні процедури» (2,49 бали) та найвищі – за «своєчасність доставки» (3,42 бали) та «відстеження вантажів» (3,11 бали).

Для виявлення як в динаміці складові логістичної ефективності України впливають на її загальний показник проаналізуємо їх зміну протягом 2007–2018 рр. в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка рейтингу України
за логістичною ефективністю

Роки	Рейтинг	Значення LPI	митні процедури	інфраструктура	міжнародне транспортування вантажів	логістична компетентність	відстеження вантажів	своєчасність доставки
2007	73	2,55	2,22	2,35	2,53	2,41	2,53	3,31
2010	102	2,57	2,02	2,44	2,79	2,59	2,49	3,06
2012	66	2,85	2,41	2,69	2,72	2,85	3,15	3,31
2014	61	2,98	2,69	2,65	2,95	2,84	3,20	3,51
2016	80	2,74	2,30	2,49	2,59	2,55	2,96	3,51
2018	66	2,83	2,49	2,22	2,83	2,84	3,11	3,42

Примітка. Сформовано автором

Дані свідчать, що такі складові логістичної ефективності України як «митні процедури», «міжнародне транспортування вантажів», «логістична компетентність», «відстеження вантажів» та «своєчасність доставки» протягом 2007–2018 рр. проявляли нестійку позитивну тенденцію до зростання. В той же час показник «інфраструктура» проявив нестійку негативну тенденцію до зменшення.

Зокрема у 2018 р. показник «митні процедури» становив 2,49 бали, що було на 0,27 балів більше рівня 2007 р., показник «міжнародне транспортування вантажів» зріс на 0,3 бали відносно рівня 2007 р. і становив 2,83 бали, показник «логістична компетентність» дорівнював 2,84 бали (зріс на 0,43 бали відносно рівня 2007 р.), показник «відстеження вантажів» становив 3,11 бали (зріс на 0,53 бали відносно рівня 2007 р.), показник «своєчасність поставки» становив 3,42 бали (зріс на 0,11 бали відносно рівня 2007 р.). Таким чином, у 2018 р. Україна децю посилила свої позиції за логістичною ефективністю відносно 2007 р. переважно за рахунок покращення відстеження вантажів і підвищення логістичної компетентності. Показник «інфраструктура» у 2018 р. становив 2,22 бали, що було на 0,13 бали гірше рівня 2007 р. Це в свою чергу негативно відобразилось на рейтингу України за логістичною ефективністю.

Україна, не дивлячись на її вдале географічне розташування та наявність високого логістичного потенціалу, використовує його не належним чином. Наприклад, згідно даних Української логістичної асоціації дохід від логістичної діяльності в Німеччині складає 170 млрд. євро щорічно, а в Україні – лише 300 млн. При цьому фахівці оцінюють потенційний дохід України від логістичної діяльності в 300 млрд. дол. [5]. Тобто, згідно вище наведених даних, логістичний потенціал України використовується лише на 10%. Згідно оцінки Європейської логістичної асоціації, валові витрати України на логістичні операції орієнтовно становлять 35% від загальної суми витрат на виробництво, тоді як у США аналогічний показник становить 25%, а у країнах ЄС – 8–12%.

Фахівці виділяють наступні основні проблеми в Україні у логістичній сфері [5]:

- відсутність належної транспортної інфраструктури (низька якість та недостатня кількість доріг, високий рівень фізичного та морального зносу транспорту, що не дозволяє зменшити термін доставки продукції від виробника до споживача);

- дефіцит вузлових логістичних центрів (відсутність скоординованості при управлінні матеріальними потоками та при розподілі запасів);

- низька ефективність використання основних фондів (зростання витрат при транспортуванні та складуванні за рахунок простоїв, недозавантаження обладнання, нераціональне використання робочої площі);

- незадовільний рівень системи зв'язку (труднощі в процесі відстежування товару в дорозі);

- недостатність взаємозв'язків між підприємствами і логістичними фірмами;

- нестача підприємств, що виготовляють упаковку і тару;

- законодавча нерегульованість;

- дефіцит висококваліфікованих спеціалістів тощо.

Отже, виникає потреба у вирішенні проблем логістичного забезпечення в національній економіці, що в цілому позитивно відобразиться на ефективності її функціонування і конкурентоспроможності на світових ринках.

На даний момент для України пріоритетними наступні кроки в розвитку логістики: інтенсифікація розвитку інноваційних

технологій; подальша інтеграція в світове співтовариство; вивчення і впровадження зарубіжного досвіду; будівництво логістичних центрів і розвиток інфраструктури на всій території країни; підготовка висококваліфікованих кадрів тощо.

Висновки. Отже, нині виникає потреба у вдосконаленні логістичного забезпечення в Україні та підвищенні логістичної ефективності. Вирішення даної проблеми позитивно відобразиться на загальних показниках функціонування національної економіки та її конкурентоспроможності.

1. Негода А.В. Рынок логистики в Украине: тенденции и перспективы развития. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. Вип. 116(2). С. 44–53.
2. Молнар О. С., Палійчук Є. С., Ковтюк Ю. І. Методологія визначення логістичної ефективності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №19. С. 34–37.
3. International LPI. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/global/2018> (дата звернення 07.11.2019).
4. Скворода Е. В. Повышение индекса эффективности логистической системы Республики Беларусь. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-indeksa-effektivnosti-logisticheskoy-sistemy-respubliki-belarus-1> (дата звернення 08.11.2019).
5. Гусак Ю. Е., Марченко В. М. Розвиток логістичного забезпечення в Україні. URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/68014/pdf_49 (дата звернення 09.11.2019).

УДК 338.658

Кулініч Т. В., к.е.н., доцент,

Кутна Х. О., магістр

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ТАРГЕТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЙ СФЕРИ ВОДОПОСТАЧАННЯ

В статті розглянуто проблему розроблення системи таргетованого управління організаціями, що належать до галузі водопостачання і водовідведення. Показано можливості використання такої системи для підвищення ефективності функціонування організацій вказаної сфери господарювання.

Ключові слова: водопровідно-каналізаційний комплекс, стратегія, ресурси, цілі, таргетоване управління, система збалансованих показників, контролінг, бюджетування, природна монополія.

Kulinich T., Kutna Kh.

DEVELOPMENT AND USE OF TARGETED MANAGEMENT SYSTEM FOR THE WATER SUPPLY ORGANIZATIONS

Problem of development of targeted management system of organizations belong to the field of water supply and removal is considered in this article. The basis of such a targeted management system is grounded on the following instruments: the management by objectives approach of P. Drucker, development of balanced scorecard system with specialized (for water supply field) and baselines indicators, planning of their targets levels with the budgeting, and reduction of gaps between results and objectives with appropriate controlling system. The benefits of water supply and sewerage complex organizations as natural monopolies are also taken into account. Possibilities of such system using for improving the efficiency of functioning of organizations of this specified sphere are shown.

Keywords: water supply and sewerage complex, strategy, resources, objectives, targeted management, balanced scorecard system, controlling, budgeting, natural monopoly.

Кулинич Т.В., Кутна Х.О.

РАЗРАБОТКА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТАРГЕТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ВОДОСНАБЖЕНИЯ

В статье рассмотрена проблема разработки системы таргетируемого управления организациями, относящимися к сфере водоснабжения и водоотведения. Показаны возможности использования такой системы для повышения эффективности функционирования организаций указанной сферы хозяйствования.

Ключевые слова: водопроводно-канализационный комплекс, стратегия, ресурсы, цели, таргетированное управление, система сбалансированных показателей, контроллинг, бюджетирование, естественная монополия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Реформування системи управління підприємств, що належать до монополізованих галузей народного господарства, зокрема до галузі водопостачання та водовідведення, дозволяє вирішити одну з актуальних проблем задоволення потреб населення в якісних і доступних послугах, і тим самим – безпосередньо вплинути на соціально-економічний розвиток країни на національному, регіональному та локальному рівнях. Важливе місце займають підприємства, чії послуги.

Послуги організацій водопровідно-каналізаційного комплексу (ВКК) використовуються в усіх без винятку сферах життєдіяльності людей і у виробництві, саме тому діяльність цих організації носить стратегічний характер і визначає насамперед мезоекономічний розвиток регіону.

З одного боку, організації ВКК мають характер регіональних природних монополій, з іншого – держава виступає регулятором ціноутворення в сфері житлово-комунальних послуг. Існує також ціла низка зовнішніх і внутрішніх ресурсних обмежень. Так, функціонування підприємств ВКК відбувається в умовах погіршення якості води, поглиблення тенденцій марнотратного водокористування, часто незадовільного технічного стану водогосподарських споруд і експлуатованих інженерних мереж, а модернізація останніх ускладнюється низькою інвестиційною активністю: внутрішньою і обумовленою зовнішніми обмеженнями для комунальних підприємств.

Усе зазначене знижує економічну ефективність функціонування галузі водопостачання і водовідведення, а тому вимагає введення нових механізмів управління в цей природно-монопольний сектор на основі використання сучасних методик побудови системи таргетованого управління (або управління за цілями).

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Специфіка програмного-цільового управління у діяльності організацій розкрита насамперед в працях першопроходця у даному напрямку (П. Друкера) та його численних послідовників, зокрема С. Денінга [1]. Інструментарій кількісного і якісного оцінювання результативності стратегічних рішень і програм показаний у численних публікаціях, найбільш структурованими з яких є, до прикладу системи, запропоновані Капланом Р., Нортоном Д. [2], Фольмутом Х. [3].

Проте, проблема адекватного управління організаціями ВКК є досить специфічною сферою наукових і прикладних досліджень. Певні кроки в даному напрямку щодо організування, планування і контролювання діяльності підприємств ВКК зроблені науковцем Капліною М. С. в її численних працях, зокрема у [4]. Також свою лепту у вирішення даної проблеми внесли практики, безпосередньо пов'язані із розробкою і реалізацією довгострокових програм

реконструкції та розвитку систем водопостачання і водовідведення [5]. Але формування адекватного практичного алгоритму вирішення проблеми управління організаціями, що належать до галузі водопостачання і водовідведення, ще вимагає багатьох уточнень і конкретизацій, чому і буде приділено увагу в даній публікації.

Цілі статті: формування такої системи управління організаціями сфери водопостачання, яка дозволить звести до мінімуму розбіжності між встановленими стратегічними цілями і результатами, врахує специфіку даної галузі, зведе в єдиний комплекс наявний управлінський інструментарій та зробить функціонування таких організацій більш ефективним.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стратегічне управління кожною окремо взятою організацією сфери ВВК вимагає постановки стратегічних цілей, генерування і альтернативного вибору варіантів подальшого ефективного функціонування для їх досягнення. При цьому такий вибір визначається наявністю внутрішніх резервів організації. Для ефективного управління бажаним також буде сформулювати перелік цільових показників, попередньо оцінивши значущості окремих показників у їх відповідності довгостроковим перспективам у досягненні цілей стратегічного управління.

Значний вплив на формування інноваційної системи управління організаціями ВКК мала би також надати реформа житлово-комунального комплексу. Якщо держава на практиці використає заявлений програмно-цільовий підхід у реформуванні житлово-комунального господарства (ЖКГ), це означатиме необхідність чіткого визначення окремих ключових показників діяльності організацій ВКК. А це зайвий раз доводить доцільність застосування таргетованого управління.

Управління за цілями / результатами (Management by Objectives, або МВО) не є чимось радикально новим. Цей термін і концепція управління були введені в бізнес-практику Пітером Друкером ще в 1954 році. Це система, в основі якої лежать чітко сформульовані цілі компанії і кожного її співробітника, вони ж визначають її очікувані результати діяльності, до яких вона прагне досягнути [1].

Переваги управління таргетованого управління зосереджено на:

- 1) ієрархії цілей – від стратегічних до оперативних;
- 2) узгодженості цілей на всіх рівнях управління;
- 3) об'єктивності критеріїв оцінки праці;
- 4) зрозумілих і прийнятних для працівників критеріях оцінки їх праці;
- 5) постійному зворотному зв'язку і можливості оперативної оцінки і коригування діяльності співробітників, підрозділів, компанії у цілому.

Недоліками таргетованого управління є великі фінансові і трудові витрати на його реалізацію.

Етапами побудови системи таргетованого управління повинні бути:

- 1) розробка стратегії (зокрема стратегічних цілей, етапів і варіантів / шляхів їх досягнення);
- 2) реалізація такої стратегії;
- 3) управління винагородами за досягнення поставлених цілей (мінімальне відхилення від шляху їх досягнення).

Однією з сучасних методик управління за цілями є розробка збалансованої системи показників, що дозволяє побудувати модель стратегії. Своєю чергою, розробка збалансованої системи показників складається з наступних етапів: розподіл стратегічних цілей підприємства за 4-а ключовими перспективам (фінанси, клієнти, процеси, персонал (навчання і розвиток); вибір показників, що дозволяють отримувати конкретні результати за кожною ціллю; визначення цільових значень показників і ініціатив [2].

Також до методів цільового управління можна віднести управлінські підходи, засновані на формалізації цілей за допомогою відповідних показників, плануванні і контролюванні досягнення поставлених цілей через схеми контролінгу і бюджетування.

Контролінг фактично є за сутністю варіантом оберненого зв'язку в алгоритмі управління завдяки вибору програмно-організаційного і технічно-інформаційного забезпечення з метою інформаційної підтримки реалізації управлінських рішень і для підвищення їх якості. Природа контролінгу в еволюції теорій управління ускладнилась від системи обліку до системи управління [3].

Бюджетування на сьогодні розглядають як один з поширених способів планування і регулювання витрат, що можна вписати в

рамки системи контролінгу [4]. Технологія бюджетування передбачає зіставлення планових значень показників діяльності на поточний момент з фактичними для прийняття управлінських рішень.

Всі названі методи можуть бути застосовані в кожній з галузей народного господарства, проте витрати часу і ресурсів можуть істотно знизити ефективність їх впровадження. Також слід враховувати особливості і складність організування інженерної інфраструктури на підприємстві.

З урахуванням [4; 5] нами були виділені такі основні позиції, характерні для діяльності організацій ВКК:

- децентралізація відповідальності за послуги водопостачання та водовідведення і її передача на галузевий або муніципальний рівень;

- відсутність стимулювання лінійних і функціональних керівників такої організації до значного зростання ефективності системи управління;

- учасники взаємовідносин в області ВКК не зацікавлені вкладати кошти і ризикувати, розвиваючи і проводячи модернізацію виробництва задля збільшення ефективності;

- майновою основою діяльності є складна інженерна інфраструктура, що відноситься до конкретної території;

- процес водопостачання та водовідведення передбачає нерозривність і строгу послідовність процесів виробництва, транспортування і споживання води;

- процес подачі води організацією ВКК споживачеві характеризується загальнодоступністю і безперервністю;

- відсутність систем управлінського обліку і аналізу на підприємствах ВКК призводить до зниження оперативності управлінських рішень;

- головною проблемою для комунальних підприємств у сфері ціноутворення є переважно не економічно обґрунтовані тарифи, а пошук правильного співвідношення між регульованою ціною (економічно обґрунтованим тарифом), що приймає дискретне значення, і середніми виробничими витратами, що мають динамічний характер.

Отже, враховуючи все вказане вище, для побудови системи таргетованого управління в організації ВКК пропонуємо

використовувати як контролінг, так і систему збалансованих показників. Особливості стратегічного планування діяльності монополій визначають використання ними концепції ефективного управління компанією як єдиним цілим, виходячи з оцінки досягнутих результатів, а не виконаних дій.

При побудові системи контролінгу в організаціях ВКК слід групувати індикатори за такими групами: спеціалізованими (виробництво питної води, водорозподіл, водопостачання, водовідведення, очищення стічних вод) і стандартними (управління і фінанси, взаємодія зі споживачами).

З урахуванням позицій, висловлених Карликом Д. А. в його презентаціях [5], для організацій ВКК, що надають послуги населенню і належать до сфери природних монополій, система таргетованого управління має забезпечити таке:

- 1) оцінювання рівня ефективності діяльності;
- 2) зв'язок стратегії, місії та стратегічних орієнтирів з показниками поточної діяльності;
- 3) внутрішню ієрархію показників відповідно до основних бізнес-процесів і структури організації;
- 4) дотримання бюджету розподілу ресурсів за напрямками діяльності організації.

Також при побудові системи таргетованого управління необхідно враховувати високу ступінь взаємодії організації ВКК із зовнішнім середовищем. При цьому бажаним буде надання більшої свободи в регулюванні діяльності ЖКГ локальним громадам. Відповідно мають бути сформовані індикатори як для внутрішньої системи управління організацією як виробничо-господарською структурою, так і для зовнішньої системи управління (державне і / або локальне регулювання).

Якщо однією з цілей побудови системи управління організацією ВКК є забезпечення якості послуг, то тоді значна увага має бути надана оптимізації внутрішніх фінансових, людських та інформаційних ресурсів для управління бізнес-процесами.

Висновки. Таким чином, для підвищення якості управління підприємствами водопостачання та водовідведення в умовах реформування фінансово-господарської діяльності необхідно провести розробку ефективних заходів по впровадженню таргетованої системи управління, орієнтованої на підвищення ефективності використання бюджетних коштів, виділених на

утримання системи водозабезпечення населення і галузей економіки, зниження тарифів на надані послуги, з одночасним виявленням внутрішньогосподарських резервів.

1. Denning S. The Best Of Peter Drucker. Forbes, 2014 (Aug. 29). URL: <https://www.forbes.com/sites/stevedenning/2014/07/29/the-best-of-peter-drucker/#62c3> (дата звернення 1.11.2019).
2. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва : «Олимп–бизнес», 2016. 320 с.
3. Фольмут Х. Инструменты контроллинга. Киев: Омега-Л, 2007. 128 с.
4. Каплина М. С. Потенциал использования системы бюджетирования в организации управленческого учета текущей деятельности на предприятиях ВКХ. *Учет и статистика. Серия «Экономика и бизнес»*. 2010. №3(19). С. 26–32.
5. Карлик Д. А. Основные принципы разработки и реализации долгосрочных программ реконструкции и развития систем водоснабжения и водоотведения: презентация директора по проектам развития ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга». Санкт-Петербург, 2012. URL: <http://www.myshared.ru/slide/68483/> (дата звернення 1.11.2019).

УДК 330.341.1:338.436

Куцай Н. С., к.е.н., доцент,

Семенюк І. В., ст. гр. МОс-21

Луцький національний технічний університет

ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АПК

В статті розглянуто фактори впливу та тенденції інноваційного розвитку АПК. З врахуванням зазначених факторів проведено дослідження стану інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств Волинської області.

Ключові слова: фактори впливу, інноваційний розвиток, АПК, інноваційний розвиток сільськогосподарських підприємств області.

Kutsai N., Semenuk I.

INFLUENCE FACTORS AND TRENDS FOR INNOVATION AGRICULTURAL DEVELOPMENT

In our country, agriculture is the most important component of the agro-industrial complex (AIC), which means a complex of industries that have close industrial and economic ties, specializing in agricultural production, processing and storage, which provide all industries with means of production.

Innovation processes in agroindustrial complex have their own specificity. They differ in the variety of regional, sectoral, functional, technological and organizational features, one of which is that in agroindustrial complex, along with industrial means of production, live organisms – animals and plants – take an active part in the production process. Extended reproduction occurs in the interaction of various factors of influence. Therefore, the innovative development of agricultural enterprises must take into account the requirements not only of economic laws, but also of life factors.

The factor is the reason, the driving force of any process that determines its character or its individual traits. These factors can be interrelated or intersect.

All possible factors, or only individual factors, can be used in the process of measures aimed at enhancing the innovative development of agricultural enterprises. The optimal combination of factors and provides a high degree of innovative development of agricultural enterprises. At the same time, in each specific situation, priority is given to a set of factors, which allows to obtain the greatest economic effect.

1. Economic factors characterize the financial condition of a sector, the extent of its dependence on external sources of financing, and investment activity. It should be noted that the complexity and features of agricultural production are characterized by a high level of risk of innovation processes in the agricultural sector.

2. Political factors reflect the nature of political sentiment in the region and the relationship between the regional political and economic elites.

3. Infrastructural factors characterize the technological possibilities of integration of the sector in the economic environment. At present, increasing attention is being paid not only to the development of production, but also to the financial and institutional infrastructure that determine the sector's ability to generate innovation.

4. Social factors. The quality of the workforce has a strong impact on innovation in the sector, as the educational and professional levels of the workforce provide opportunities for innovation and results.

5. Organizational and economic problems at all levels of government that emerge in the course of reforms have led to a loss of functional clarity in managing the innovative development of agricultural enterprises.

6. Market factors. The transition to an innovative economy and the functioning of agricultural enterprises in the market place highlight the market relations related to the features of market research, profit planning, behavior of producers and intermediary structures in the environment of market competition.

7. Environmental factors are conditioned by the climatic conditions in which the enterprise operates. Innovative processes in agriculture should be aimed at the development of energy and resource-saving technologies for the production, storage

and processing of agricultural products, improvement of breeding methods, enhancement of breeding and genetic potential, the introduction of know-how and science-intensive technologies that contribute to the growth of production and production. quality.

Environmental factors can reduce the negative impact of economic activity on the environment, suggest optimization of rotation, non-waste production.

Taking into account these factors, the research of the state of innovative development of agricultural enterprises of Volyn region was conducted.

Key words: factors of influence, innovative development, agroindustrial complex, innovative development of agricultural enterprises of the region.

Куцай Н. С., Семенюк И. В.

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК

В статье рассмотрены факторы влияния и тенденции инновационного развития АПК. С учетом указанных факторов проведено исследование состояния инновационного развития сельскохозяйственных предприятий Волынской области.

Ключевые слова: факторы влияния, инновационное развитие, АПК, инновационное развитие сельскохозяйственных предприятий области.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. У нашій країні сільське господарство є найважливішою складовою частиною агропромислового комплексу (АПК), під яким розуміється комплекс галузей, які мають тісні виробничо-економічні зв'язки, що спеціалізуються на виробництві сільськогосподарської продукції, її переробці та зберіганні, які забезпечують всі галузі засобами виробництва.

Проведене дослідження показало, що інноваційний розвиток тісно пов'язаний з успішною діяльністю, як окремого сільськогосподарського підприємства, так і АПК в цілому. Велике значення в інноваційній діяльності мають умови і фактори, які впливають на інноваційний розвиток АПК, котрі потрібно враховувати.

Аналіз останніх досліджень у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретико-методичний та прикладний супровід формування факторів впливу та тенденцій інноваційного розвитку АПК присвячена низка праць вчених: В. Андрійчук, Д. Васильківський, О. Виханский, О. Гудзинський, М. Малік, Н. Мирошниченко, Г. Осовська, В. Пастухова, О. Писаревський, С. Руденко, С. Судомир, Н. Тарнавська, І. Тищенко, Р. Фатхутдинов, А. Феленко, А. З. Шершньова та ін.

Цілі статті: розгляд факторів впливу та тенденцій інноваційного розвитку АПК.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Інноваційні процеси в АПК мають свою специфіку. Вони відрізняються різноманіттям регіональних, галузевих, функціональних, технологічних і організаційних особливостей, одна з яких полягає в тому, що в АПК поряд з промисловими засобами виробництва активну участь в виробничому процесі беруть живі організми – тварини і рослини. Розширене відтворення протікає у взаємодії різних факторів впливу. Тому при інноваційному розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно враховувати вимоги не тільки економічних законів, а й життєвих факторів.

Фактор – це причина, рушійна сила будь-якого процесу, що визначає його характер або окремі його риси. Дані фактори можуть бути взаємопов'язані між собою або перетинатися [1].

У процесі проведення заходів, спрямованих на підвищення інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, можуть використовуватися всі можливі фактори або тільки окремі. Оптимальне поєднання факторів і забезпечує високу ступінь інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. При цьому в кожній конкретній ситуації пріоритетним стає і сукупність факторів, яка дозволяє отримати найбільший економічний ефект.

Нами проведена систематизація факторів інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства, які розглядаємо як основу для обґрунтування пріоритетних напрямів управління.

1. Економічні фактори характеризують фінансовий стан сектора, ступінь його залежності від зовнішніх джерел фінансування, а також інвестиційну активність. Слід зазначити, що складність і особливості сільськогосподарського виробництва характеризуються високим рівнем ризиків інноваційних процесів в аграрному секторі.

У зв'язку з цим проблема виживання і порятунку виробництва заслонила проблему науково-технічного прогресу. Крім того, інновації зароджуються в тих регіонах, де є сприятливий інвестиційний клімат.

2. Політичні фактори відображають характер політичних настроїв в регіоні і систему взаємовідносин між регіональною

політичною і господарською елітою. Політика регіональних влади, їх ініціативність у чималому ступені визначають напрями і суттєві ознаки інноваційного розвитку регіону.

3. Інфраструктурні фактори характеризують технологічні можливості інтеграції сектора в економічному середовищі. В даний час все більша увага приділяється не тільки розвитку виробничої, а й фінансової та інституційної інфраструктури, що визначають можливості сектора генерувати інновації.

4. Соціальні фактори. Якість робочої сили активно впливає на інноваційну діяльність в секторі, оскільки освітній і професійний рівень трудових ресурсів забезпечує можливості розвитку інновацій та їх результати.

До таких факторів можна віднести: участь підприємства у благодійних акціях для населення, будівництво житла для працівників, розвиток соціально-культурної сфери та ін.

5. Організаційно-господарські проблеми на всіх рівнях управління, що виникають в ході реформ, призвели до втрати функціональної чіткості в управлінні інноваційним розвитком сільськогосподарських підприємств.

До організаційно-господарських факторів можна віднести: організаційно-правову форму; специфіку виробництва; побудова раціональної структури управління; оптимізацію структури, обсягів виробництва і збуту продукції; кооперацію праці і капіталу всередині підприємства між підприємствами.

6. Ринкові фактори. Перехід до інноваційної економіки та функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах ринку висувають на перший план облік ринкових відносин, пов'язаних з особливостями дослідження ринку, планування прибутку, поведінки товаровиробників і посередницьких структур в середовищі ринкової конкуренції. До ринкових факторів слід віднести: маркетингові дослідження ринку сільгосппродукції; бізнес-планування збуту продукції і прибутку; завоювання ніш на продовольчих ринках; налагодження вигідних зовнішньо-економічних відносин.

7. Екологічні фактори обумовлені кліматичними умовами, в яких функціонує підприємство. Інноваційні процеси в сільському господарстві повинні бути спрямовані на освоєння енерго- і ресурсозберігаючих технологій виробництва, зберігання і переробку

сільськогосподарської продукції, вдосконалення методів селекції, підвищення селекційно-генетичного потенціалу, впровадження ноу-хау і наукомістких технологій, що сприяють зростанню обсягів виробництва продукції і поліпшення її якості.

Екологічні фактори дозволяють скоротити негативний вплив господарської діяльності на навколишнє середовище, припускають оптимізацію сівозміни, безвідходне виробництво.

З врахуванням зазначених факторів проведено дослідження стану інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств Волинської області.

Волинська область розташована у західній частині України. Вона межує з Рівненською і Львівською областями. Площа складає 20,2 тис. м². Волинська область позиціонується як аграрно-промислова. Сільськогосподарське виробництво і переробка його продукції складає більше половини внутрішнього валового продукту області. Область пишається рядом підприємств з переробки м'яса, птиці, молочних продуктів, овочів та фруктів і планує розширити асортимент та покращити якість цих продуктів як для внутрішнього споживання, так і для експорту [2].

За даними Головного управління Держгеокадастру у Волинській області в 2018 році землі сільськогосподарських підприємств становили 2014,4 тис. га, в тому числі сільськогосподарські угіддя – 1050,2 тис. га.

Процес трансформації колективних сільськогосподарських підприємств в організаційно-правові структури ринкового типу на початку 2000 року часто відбувався формально на виконання Указу Президента [3]. Тому з часом ринкові умови господарювання змусили такі підприємства провести реструктуризацію вже неформально, про що зокрема свідчать постійні зміни кількості агроформувань різних типів [4].

У січні-жовтні 2019 року індекс сільськогосподарської продукції порівняно із відповідним періодом 2018 року становив 101,4%, в тому числі у сільськогосподарських підприємств – 105,9%, у господарств населення – 98,2%.

Питома вага області у виробництві продукції сільського господарства в державі за січень-жовтень 2019 року становила 2,7%, за обсягами виробництва продукції сільського господарства область посідає 19 місце, за обсягами виробництва на одну особу

– 13 місце в державі. Обсяг виробництва продукції сільського господарства в розрахунку на 1 особу складає 6310 гривень.

Виробництвом сільськогосподарської продукції займаються близько 1000 агропідприємств, із них – 640 фермерських господарств, а також близько 150 тисяч особистих селянських господарств.

В економічно активних сільськогосподарських підприємствах області станом на 1 вересня 2019 року заборгованість із виплати заробітної плати відсутня. Середня заробітна плата у серпні 2019 року становила 9044 гривні.

Усіма категоріями господарств за січень-жовтень 2019 року вироблено 123,2 тисячі тонн м'яса в живій вазі (29% – продукція господарств населення), 327,4 тисяч тонн молока (77% – продукція населення).

Хоча в області зберігається тенденція до зменшення кількості корів, у сільськогосподарських підприємствах виробництво молока у вересні ц. р. збільшено на 4,2% і дорівнює 76,8 тисячі тонн, що вказує на збільшення продуктивності корів в аграрних підприємствах області.

Рівень інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств області перебуває в прямій залежності від технічного забезпечення виробництва і зберігання продукції. У процесі створення нових організаційно-правових структур у сільськогосподарському виробництві, на жаль, відбулося вилучення, фактично розбазарювання техніки, а та, що залишилася, застаріла і здебільшого непридатна для використання.

З метою забезпечення жителів Волинської області сільськогосподарською продукцією, створення додаткових умов для стабілізації цін на ринку продовольчих товарів у всіх районах, обласному центрі, містах, регулярно проводяться сільськогосподарські ярмарки, в яких беруть участь сільгосп-підприємства, фермерські, особисті селянські господарства та переробні підприємства, які реалізують сільськогосподарську продукцію за цінами виробників.

За січень-вересень 2019 року реалізовано продукції виробництва харчових продуктів, напоїв (у відпускних цінах без ПДВ і акцизу) на суму 5,5 млрд грн, що складає 24,3% в загальному обсязі реалізованої промислової продукції регіону [5].

Отже, для підвищення інноваційної активності суб'єктів АПК у Волинській області та інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств необхідні і консолідовані зусилля з боку як держави, так і регіональних органів влади та аграрного бізнесу, спрямовані на формування інноваційної інфраструктури. Це передбачає реалізацію наступних заходів:

- здійснення державою і бізнесом значних капітальних вкладень в сільськогосподарські підприємства, що визначають інноваційну політику в АПК;

- стимулювання впровадження результатів досліджень і розробок за допомогою надання фінансових коштів на їх покупку, оренду або лізинг;

- реорганізація системи управління АПК, його служб і відділів при муніципальних утвореннях з тим, щоб перебудувати командно-адміністративний тип державного управління агропромисловою сферою в консалтинговий-інформаційний, що забезпечує суб'єкти господарювання всіх форм власності своєчасною інформацією про поточну ситуацію на аграрному ринку, який надає консультаційні, інжинірингові та маркетингові послуги сільськогосподарським виробникам, що дозволить підвищити ефективність діяльності організацій і значно знизити інноваційно-інвестиційні ризики;

- удосконалення нормативно-правової бази інноваційного розвитку АПК;

- залучення спілок та асоціацій товаровиробників АПК до формування інститутів розвитку і реалізації державної інноваційної політики в агропромисловій сфері;

- підготовка фахівців в області інноваційного менеджменту в АПК. Розробка заходів по їх залученню і закріпленню в сільській місцевості.

Таким чином, головним у діяльності держави на сучасному етапі розвитку АПК стає формування інститутів розвитку, які сприяють переходу до інноваційно-орієнтованого розвитку.

Варто, також, зазначити що фінансування державної підтримки розвитку підприємств АПК у 2019 році за рахунок загального фонду державного бюджету збільшилося (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансування державної підтримки розвитку підприємств АПК
у 2019 році за рахунок загального фонду
державного бюджету (тис. грн)

Програма / напрям	Спрямовано у 2018 р.	Передбачено на 2019 р.	Відкрито асигнування 13.11.2019 р.	Перераховано отримувачам 13.11.2019 р.
Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів	265913,0	127160,0	104085,3	103936,4
Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств	203263,7	800000,0	279008,8	230440,6
Надання кредитів фермерським господарствам	0,0	200000,0	140000,0	140000,0
Державна підтримка галузі тваринництва, зберігання та переробки сільськогосподарської продукції, аквакультури (рибництва)	2389844,2	3500000,0	1604944,6	1600734,6
Фінансова підтримка сільгосптоваровиробників	912860,8	881790,0	641032,5	640254,1

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [6]

Дані заходи свідчать про удосконалення фінансово-кредитного механізму. По-перше, це дає змогу запровадити інтервенційні та заставні операції на продовольчих ринках. По-друге, підвищити стабілізуючі функції банківських кредитів шляхом подальшого їх здешевлення і більш повного задоволення потреби в них. По-третє, розширити державну підтримку страхового захисту сільськогосподарського виробництва. На даний час для більшості сільськогосподарських підприємств АПК питання стану фінансування державної підтримки є найскладнішою і потребує ретельного дослідження.

Висновки. Враховуючи фактори впливу та тенденції інноваційного розвитку АПК зумовлює потреби у формуванні сприятливого підприємницького середовища; дієвої державної фінансової підтримки; вдосконаленні нормативно-правової бази;

здійсненні прямої і непрямой підтримки; створенні та освоєнні інновацій; розвитку ефективних форм партнерства і кооперації; формуванні організаційно-економічних структур; підготовці кадрів у сфері інноваційної діяльності для АПК; пріоритетному розвитку матеріально технічної бази АПК; розвитку міжнародного співробітництва в галузі інновацій АПК.

1. Мирошніченко Н. А. Классификация факторов, влияющих на эффективность сельскохозяйственного производства. *Вопросы экономики и права*. 2013. №9. С 94–97.
2. Про область. Загальна інформація. URL: <http://volynrada.gov.ua/general-information> (дата звернення 14.11.2019).
3. Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектору економіки: Указ Президента України від 03.12. 1999 р. №1529/99. Урядовий кур'єр. 1999. 8 грудня. №230.
4. Феленко А. В. Форма і зміст реструктуризації сільськогосподарського підприємства. Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання. К.: ІАЕ, 2001. Т. 2. С. 199–201.
5. Департамент агропромислового розвитку Волинської облдержадміністрації. Поради аграріям. URL: <http://agrovolyn.gov.ua/advice> (дата звернення 17.11.2019).
6. Стан фінансування програм підтримки АПК у 2019 році. <https://minagro.gov.ua/ua/pidtrimka/stan-finansuvannya-program-pidtrimki-apk-u-2019-roci> (дата звернення 18.11.2019).

УДК 657

Нагірська К. Є., к.е.н., доцент,

Костечко В. В., магістр

Луцький національний технічний університет

АГРАРНІ РОЗПИСКИ ЯК БОРГОВІ ЦІННІ ПАПЕРИ В АГРОБІЗНЕСІ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

В статті розглянуто економічні взаємовідносини та розрахункові операції між кредиторами та боржниками в агробізнесі. Зважаючи на високу вартість кредитування класичними інструментами, а також непрозорий ринок фінансових послуг, надмірну бюрократизацію фінансово-кредитних відносин, запропоновано використовувати аграрні розписки як боргові цінні папери. Виявлено проблемні питання щодо визначення їх сутності та запропоновано практичні підходи щодо вдосконалення їх обліку в агробізнесі.

Нагірська К. Є., Костечко В. В.

Ключові слова: аграрні розписки, боргові цінні папери, кредитор, боржник, бухгалтерський облік, агробізнес.

Nahirska K., Kostechko V.

AGRICULTURAL RECEIPTS AS DEBT SECURITIES IN AGRIBUSINESS: THE ACCOUNTING ASPECT

The paper examines the economic relationships and transactions between creditors and debtors in agribusiness. Agriculture is a major sector of the economy, which depends on the volume of funds invested in its development. Agricultural enterprises are experiencing a shortage of working capital. This affects the timeliness of payments, level of financial stability and solvency of agricultural enterprises. The situation with financial provision of agricultural enterprises is complex. Need to find new sources of financing their activities.

The problematic issue which requires research and development of practical approaches is the organization and methodology of agricultural receipts. This determines the relevance of the research topic in modern conditions of development of agribusiness in Ukraine.

A new tool for solving the problems of lending to farmers is agricultural receipt. Despite the high cost of lending to the classic instruments, it is proposed to use agricultural receipts as debt securities. Agricultural receipts is a type of debt instruments to attract credit resources. Depending on the type of obligations they are divided into commodity and financial.

Agricultural receipts are issued to persons owning land for agricultural purposes or having the right to use this site. The principal parties to the legal relationships are farmers, distributors and traders.

Revealed the problematic issues of determining the essence of agrarian receipts, and propose practical approaches to improve their accounting in agribusiness. The main factor that hinders the attraction of credit resources – lack of accounting and taxation of transactions with agricultural receipts. This increases the risk of penalties by the fiscal authorities. In addition, there are conflicts in the procedure of collecting crop at the expense of agricultural receipts, the procedure of forced repossession of property of the debtor in enforcement proceedings. This discourages debtors and creditors can use this kind of credit instrument as an agricultural receipt.

Agrarian Receipt: is a document of the established form with the relevant details, certifying the loan relationship; provides for the obligation of the person who issued the debt security (agricultural debtor) to pay the funds within a specified period, to transfer the products in accordance with the obligation; 3) there is an opportunity to transfer the rights to third parties. The advantages of using agrarian receipts in agribusiness are: simultaneous submission of a new agrarian receipt in the State Register of encumbrances of movable property and the Register of agrarian receipts; publicity and availability of information on fulfillment of obligations on agricultural receipts; the existence of a simplified mechanism to guarantee the debtor's obligations; public oversight of agrarian receipt obligations.

The conducted researches confirm that in the conditions of unstable economic situation, deficit of own sources for replenishment of working capital before domestic agricultural producers the problem of diversification of sources of financing is urgent.

Among other things, there are a number of problems, including the lack of methodological recommendations for displaying information on agricultural receipts in the accounting system of agricultural enterprises. The solution of these problems will allow to form and receive reliable information on attraction of additional financial resources, which are necessary for the identification and use of reserves of growth of competitiveness of agricultural products, in particular, increase of efficiency of activity of the enterprises of agribusiness as a whole.

Keywords: agrarian receipts, debt securities, lender, debtor, accounting, agribusiness.

Нагирская Е. Е., Костечко В. В.

АГРАРНЫЕ РАСПИСКИ КАК ДОЛГОВЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ В АГРОБИЗНЕСЕ: УЧЕТНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассмотрены экономические взаимоотношения и расчетные операции между кредиторами и должниками в агробизнесе. Несмотря на высокую стоимость кредитования классическими инструментами, а также непрозрачный рынок финансовых услуг, избыточную бюрократизацию финансово-кредитных отношений, предложено использовать аграрные расписки как долговые ценные бумаги. Выявлены проблемные вопросы определения их сущности и предложены практические подходы по совершенствованию их учета в агробизнесе.

Ключевые слова: аграрные расписки, долговые ценные бумаги, кредитор, должник, бухгалтерский учет, агробизнес.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сільське господарство будь-якої країни є основною продовольчою галуззю народного господарства, стан якої прямо пропорційно залежить від обсягів коштів, вкладених у її розвиток. Аграрні підприємства, зважаючи на сезонність виробничого процесу, і, як наслідок, неритмічність та розбалансованість грошових потоків у часі відчуває дефіцит власних оборотних коштів. Це впливає на своєчасність розрахунків за борговими зобов'язаннями, рівень фінансової стійкості та платоспроможність підприємства. У свою чергу, ситуація із фінансовим забезпеченням цих підприємств є складною і потребує пошуку нових та удосконалення вже наявних джерел фінансування їх діяльності. Проблемним питанням, яке потребує дослідження та розробки практичних підходів є організація та методологія обліку аграрних розписок. Це зумовлює актуальність тематики дослідження в сучасних умовах розвитку агробізнесу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання фінансування

та кредитування сільськогосподарських підприємств, ведення обліку аграрних розписок висвітлено у працях таких вітчизняних науковців як: Г. Калетнік [1], С. Пчелянська [1], С. Терещук [1], Н. Правдюк [6], Н. Радченко [7], Р. Рябенко [8] та ін. Проте, існує ряд проблемних питань щодо визначення сутності та механізму впровадження боргових розписок, які не висвітлено в наукових працях. Також недостатньою є розробка практичних підходів щодо відображення операцій із аграрними розписками в бухгалтерському обліку та звітності аграрних підприємств, що підтверджує значимість даного дослідження.

Цілі статті: дослідження та обґрунтування доцільності використання аграрних розписок сільгоспідприємствами в процесі розрахунків, пропозиції щодо удосконалення методичних аспектів їх обліку в агробізнесі.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Новим інструментом для вирішення проблеми кредитування аграріїв є аграрна розписка. Відповідно до положень Закону України «Про аграрні розписки», аграрна розписка – це товаророзпорядчий документ, що фіксує безумовне зобов'язання боржника, яке забезпечується заставою, здійснити поставку сільсько-господарської продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах [2]. Тобто, аграрні розписки – це вид боргових інструментів для залучення кредитних ресурсів. Залежно від виду зобов'язання вони поділяються на товарні та фінансові (табл. 1).

Аграрні розписки видаються особам, що володіють земельною ділянкою сільськогосподарського призначення або мають право на користування цією ділянкою. Основними сторонами правовідносин виступають аграрії, дистриб'ютори та трейдери. Дистриб'ютор займається постачанням необхідних матеріалів, сировини та засобів виробництва для вирощування майбутньої продукції. Проте він не зацікавлений в отриманні с/г продукції. Саме тому з'являється третя сторона – трейдер, якому дистриб'ютор передає свої права згідно ст. 11 Закону України «Про аграрні розписки» [2]. Найявна схема є вигідною для аграрія, адже зобов'язання з поставки товару або сплати коштів фіксується до збору урожаю з можливістю перенесення на наступний рік у разі неврожаю (рис. 1).

Таблиця 1

Сутність та види аграрних розписок

Вид	Сутність	Обов'язкові реквізити
Товарна аграрна розписка	Встановлює безумовне зобов'язання боржника за аграрною розпискою здійснити поставку узгодженої сільськогосподарської продукції, якість, кількість, місце та строк поставки якої визначені аграрною розпискою	– назва «Товарна аграрна розписка»; – строк поставки сільгосппродукції; – реквізити кредитора та умови про подальшу передачу прав за аграрною розпискою; – предмет – зобов'язання здійснити поставку с/г продукції; – умови та місце поставки продукції; – опис предмета застави; – дата та місце видачі; – реквізити боржника
Фінансова аграрна розписка	Встановлює безумовне зобов'язання боржника сплатити грошову суму, розмір якої визначається за погодженою боржником і кредитором формулою з урахуванням цін на сільськогосподарську продукцію у визначеній кількості та якості	– назва «Фінансова аграрна розписка»; – строк сплати коштів; – реквізити кредитора та умови про подальшу передачу прав за аграрною розпискою; – предмет – безумовне зобов'язання сплатити грошові кошти; – умови та місце сплати грошових коштів; – опис предмета застави; – дата та місце видачі; – реквізити боржника

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [1]

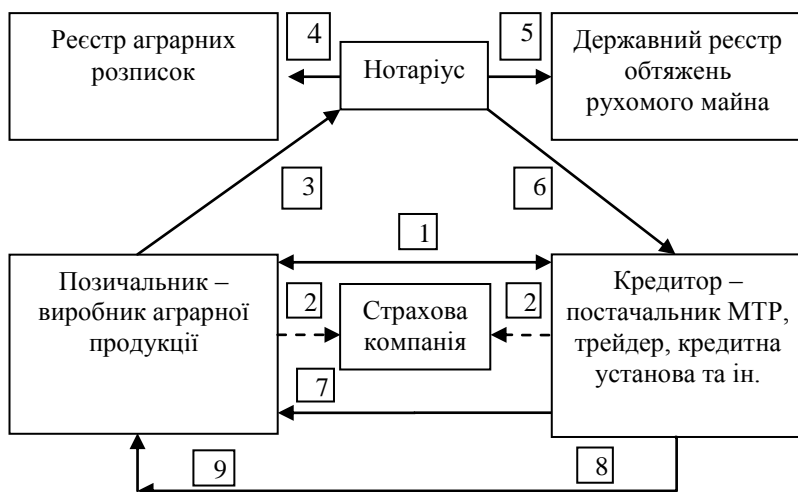


Рис. 1. Механізм кредитування аграрних товаровиробників з використанням аграрних розписок (1–9 – рух коштів і документів)
Примітка. Розроблено на основі даних джерела: [6]

Варто відмітити, що аграрні розписки підлягають нотаріальному посвідченню, а відомості про них вносяться до Реєстру аграрних розписок. Держателем Реєстру аграрних розписок є Міністерство аграрної політики та продовольства України [3]. Для адміністрування Реєстру створена спеціальна структура ДП «Аграрні реєстри», що забезпечує накопичення, оброблення, зберігання і подання інформації про видані боржниками аграрні розписки [4]. При виникненні спірних ситуацій щодо якості сільськогосподарської продукції – предмета аграрної розписки – може залучатися експертна установа.

Основний чинник, який стримує залучення кредитних ресурсів – відсутність порядку обліку та оподаткування операцій з аграрними розписками. Це підвищує ризик отримання штрафних санкцій фіскальних органів. Крім того, існують колізії в процедурі стягнення врожаю в рахунок аграрної розписки, з процедурою примусового звернення стягнення на майно боржника у виконавчому провадженні, це демотивує боржників і кредиторів використовувати такий вид кредитного інструменту як аграрна розписка.

На сьогодні існує потреба в розробці теоретико-методичних положень відображення операцій з аграрними розписками в системі бухгалтерського обліку суб'єктів фінансово-кредитних відносин. На практиці аграрні розписки часто прирівнюються до вексельної форми кредитування, однак виключаються зі складу боргових цінних паперів, що, на думку науковців [6–8], методично не вірно та не правомірно. У Законі України «Про цінні папери та фондовий ринок» [5] наводиться визначення боргових цінних паперів. Можна стверджувати, що аграрна розписка відповідає вимогам, які висуваються до боргових цінних паперів. Зокрема, аграрна розписка:

1) є документом установленої форми з відповідними реквізитами, що засвідчує відносини позики;

2) передбачає виникнення зобов'язання особи, яка видала борговий цінний папір (сільгосппідприємства-боржника), сплатити у визначений строк кошти, передати продукцію відповідно до зобов'язання;

3) існує можливість передачі прав третім особам.

Оскільки за своєю сутністю аграрна розписка відноситься до боргових цінних паперів, то й їх бухгалтерський облік має

вестись за правилами, встановленими для боргових цінних паперів (рис. 2).

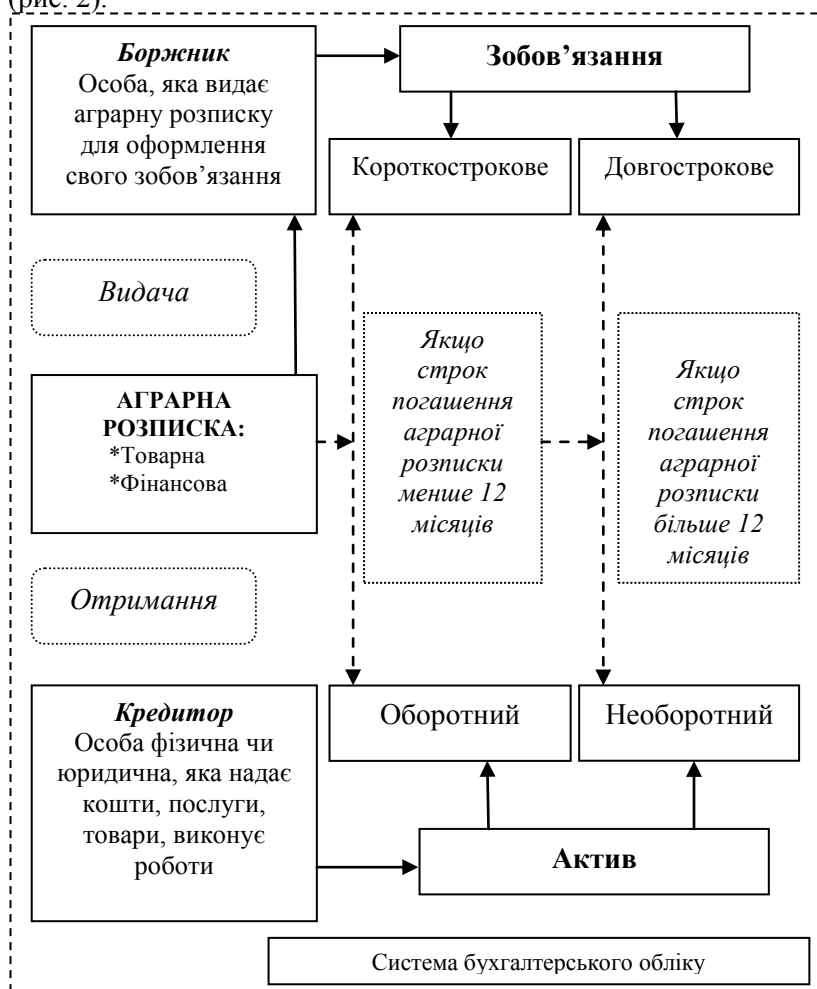


Рис. 2. Аграрні розписки як боргові цінні папери в агробізнесі: відображення в системі бухгалтерського обліку Прімітка. Розроблено на основі даних джерела: [8]

Законом України «Про аграрні розписки» передбачено, що сторони можуть домовитись про перенесення строку виконання зобов'язань на наступний рік [2].

Залежно від строків виконання зобов'язання у боржника виникає заборгованість: короткострокова або довгострокова. Для кредитора аграрна розписка є оборотним або необоротним активом, залежно від строку її погашення. Наведемо приклад відображення в бухгалтерському обліку операцій щодо виданої фінансової аграрної розписки:

- 1) отримано товар від постачальника: Д-т 281 – К-т 631;
- 2) відображено податковий кредит з ПДВ: Д-т 641 – К-т 631;
- 3) видано постачальнику фінансову аграрну розписку: Д-т 631 – К-т 621;
- 4) погашено заборгованість за виданою фінансовою аграрною розпискою: Д-т 621 - К-т 311.

Погоджуємось з пропозиціями науковця Радченко Н. Г., що для покращення обліку заборгованості за аграрними розписками доцільно ввести аналітичний облік дебіторської та кредиторської заборгованостей та використовувати субрахунки до рахунку 37 і 68 [7]. Також для обліку аграрних розписок, термін виконання яких більше одного року, доцільно використовувати рахунок 18 «Довгострокова дебіторська заборгованість та інші необоротні активи», або 55 «Інші довгострокові зобов'язання». Крім того, для контролю за загальною сумою заборгованості та строками її погашення рекомендуємо використовувати позабалансові рахунки. Боржнику доцільно використовувати рахунок 05 «Гарантії та забезпечення надані», що акумулює інформацію про наявність та рух виданих підприємством гарантій та забезпечень виконання як власних зобов'язань і платежів, так і зобов'язань та платежів інших підприємств. Відповідно для кредитора доцільно використовувати рахунок 06 «Гарантії та забезпечення отримані», що надає інформацію про наявність та рух отриманих гарантій та забезпечень виконання зобов'язань та платежів.

Для узагальнення й відображення інформації у Балансі (Звіті про фінансовий стан) підприємства пропонуємо зобов'язання за аграрними розписками відображати у II розділі активу балансу за статтею «Інша поточна дебіторська заборгованість», а з іншого боку у III розділі пасиву балансу за статтею «Інші поточні зобов'язання». Відповідно до можливості внесення змін до Плану рахунків, зміни можна внести до структури Балансу, відповідно додавши нові коди і назви рядків, що відображали б інформацію суто про аграрні розписки.

В цілому перевагами використання аграрних розписок в агробізнесі є:

1) одночасність внесення нової аграрної розписки до Державного реєстру обтяжень рухомого майна та Реєстру аграрних розписок;

2) публічність та доступність інформації про виконання зобов'язання за аграрними розписками;

3) наявність спрощеного механізму гарантування виконання зобов'язання боржником;

4) публічний контроль за виконанням зобов'язань за аграрною розпискою.

Висновки. Проведені дослідження підтверджують, що в умовах нестабільної економічної ситуації, дефіциту власних джерел для поповнення оборотних коштів перед вітчизняними сільгоспвиробниками актуальною є проблема диверсифікації джерел фінансування. Одним із альтернативних варіантів вирішення цієї проблеми, запропонованих законодавцями, є кредитування аграрного сектору через введення в обіг аграрних розписок. Втім, задля впровадження та повноцінного їх використання необхідно на законодавчому рівні захистити інтереси всіх учасників цих відносин, врахувати дії форс-мажорних та непереборних обставин, від яких сільськогосподарські виробники втрачають майбутні врожаї. Поміж іншим існує ряд проблем, зокрема відсутні методичні рекомендації з відображення інформації про аграрні розписки в системі бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств. Вирішення цих проблем дозволить формувати і отримувати достовірну інформацію про залучення додаткових фінансових ресурсів, що необхідні для виявлення та використання резервів зростання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, зокрема, підвищення ефективності діяльності підприємств агробізнесу в цілому.

1. Калетнік Г. М., Пчелянська С. М., Терещук С. М. Аграрна розписка як альтернативний варіант фінансового забезпечення аграрного виробництва. *Збірник наукових праць ВНАУ*. Серія: Економічні науки. 2012. №4(70). Т. 2. С. 74–79.
2. Про аграрні розписки : Закон України від 06.11.2012р. №5479-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5479-17>. (дата звернення: 20.11.2019).
3. Про затвердження Порядку ведення Реєстру аграрних розписок : Постанова КМУ від 17.07.2013 р. №665. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/665-2013-п> (дата звернення: 20.11.2019).

4. Про створення державного підприємства «Аграрні реєстри» : Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 23.01.2014 р. №29. URL: <http://document.ua/pro-stvorennja-derzhavnogo-pidприємства-agrarni-reestri-doc182254.html> (дата звернення: 20.11.2019).
5. Про цінні папери та фондovий ринок : Закон України від 23.02.2006 р. №3480-kV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15> (дата звернення: 20.11.2019).
6. Правдюк Н. Л. Аграрні розписки як альтернативна форма кредитування сільськогосподарських підприємств: обліковий аспект. *Облік і фінанси*. 2016. №4. С. 69–78.
7. Радченко Н. Г. Аграрні розписки як альтернативна форма кредитування сільськогосподарських підприємств. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. 2017. №1(1). С. 356–361.
8. Рябенко Р. Бухгалтерський облік операцій із аграрними розписками. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/uxgalterskij-uchet-operacij-sagrarnymiraspiskami> (дата звернення: 20.11.2019).

УДК 657

Писаренко Т. М., к.е.н., доцент,

Смолярчук І. А.

Луцький національний технічний університет

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті досліджено основні тенденції розвитку торговельної галузі в Україні. Наведено показники динаміки та структури роздрібного й оптового товарообороту підприємств торгівлі за 2005–2018 роки.

Ключові слова: торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, товарооборот.

Pisarenko T., Smoliarchuk I.

ANALYSIS OF THE MODERN STATE OF DEVELOPMENT OF THE TRADE INDUSTRY OF UKRAINE

Domestic trade is a type of economic activity, the object of which is the process of buying and selling commodity products in the domestic market of economic entities of all forms of ownership, whose main task is to meet the needs of consumers through the supply and sale of a wide range of goods.

Писаренко Т. М., Смолярчук І. А.

Trade plays an important role, in particular as a mediator between producers and consumers, participates in the balance between production and consumption, the formation of a significant share of gross value added in Ukraine, as well as the important social role that lies in securing employment and generating its income.

The number of employees in the wholesale and retail trade is constantly increasing. The overall volume of trade in Ukraine tends to increase. In the structure of the general turnover of Ukraine, the wholesale turnover is 74.98%, retail – 25.02%.

The simultaneous increase in the volume of trade and the decrease in the number of business entities in the trading industry indicates that the overwhelming number of enterprises have switched from retail to wholesale, or indicates that larger market participants have absorbed their smaller competitors, which increased the sales figures (turnover). In general, the dynamics of the increase in the total volume of trade turnover of trade enterprises for 2015–2018 is a positive factor in the development of economic processes in the country.

The positive dynamics of the development of the trade industry influenced the financial results of economic activity of Ukrainian trade enterprises. The percentage of enterprises in the industry that made profit in the period under review exceeds the percentage of unprofitable enterprises, which indicates a positive trend in the development of the industry.

Therefore, the trade industry is essential for the development of the national economy. It creates new jobs for the active population of Ukraine.

To enhance the efficiency of the trading industry, it is necessary to implement methods of innovation, automation. The state, in turn, should stimulate the development of the sector through state support and improvement of the investment climate.

Keywords: trade, wholesale trade, retail trade, turnover.

Писаренко Т. Н., Смолярчук И. А.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

В статье исследованы основные тенденции развития торговой отрасли Украины. Приведены показатели динамики и структуры розничного и оптового товарооборота предприятий торговли за 2005-2018 годы.

Ключевые слова: торговля, оптовая торговля, розничная торговля и, товарооборот.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Внесок кожної сфери діяльності у розвиток економічної системи України є доволі вагомим. Трансформаційні процеси, які відбуваються в державі та пов'язані з євроінтеграцією не обійшли стороною сферу торговельної галузі.

Нині господарювання торговельних підприємств України спостерігається зниження рівня їх рентабельності, що означає

збитковість багатьох з них і зумовлює необхідність дослідження тенденцій розвитку торговельної галузі.

Ефективний розвиток торгівлі, як і будь-якої іншої галузі, неможливий без аналізу статистичних даних та прогнозування оптимальних показників діяльності підприємств цієї галузі.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженню питань розвитку торговельної галузі в різні періоди в своїх роботах приділяли увагу такі науковці, як Л. Веретін, І. Брітченко, В. Радаєва, І. Мельник, А. Савощенко, Я. Гончарук та інші.

Оскільки торговельна галузь динамічно змінюється і є важливим сектором економіки України, то тема залишається актуальною.

Цілі статті: дослідження тенденцій розвитку торговельної галузі України.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сучасному етапі розвитку внутрішньої торгівлі України відбуваються складні процеси та глибокі трансформаційні зміни: демонополізація, лібералізація, структурна перебудова, економічна інтеграція, інтернаціоналізація оптового і роздрібного секторів, глобалізація усіх внутрішніх товарних ринків [1].

Внутрішня торгівля – вид економічної діяльності об'єктом якої є процес купівлі-продажу товарної продукції на внутрішньому ринку країни суб'єктами господарювання всіх форм власності, основним завданням яких є задоволення потреб споживачів шляхом пропозиції та реалізації широкого асортименту товарів.

Торгівля виконує важливу роль, зокрема є посередником між виробниками та споживачами, бере участь в дотриманні балансу між виробництвом і споживанням, формуванні суттєвої частки валової доданої вартості в Україні, а також важливу соціальну роль, яка полягає в забезпеченні зайнятості населення і формуванні його доходів. Для прикладу наведемо кількість працівників, зайнятих у галузі оптової та роздрібної торгівлі. За даними Державного комітету статистики України у 2015 році чисельність населення, працюючого у торговельній сфері складала 3510,7 тис. осіб (21,4% загальної кількості зайнятих працівників), у 2016 р. – 3516,2 тис. осіб (21,6%), у 2017 р. – 3525,8 тис. осіб (21,8%), у 2018 р. – 3654,7 тис. осіб (22,3%) (рис. 1).

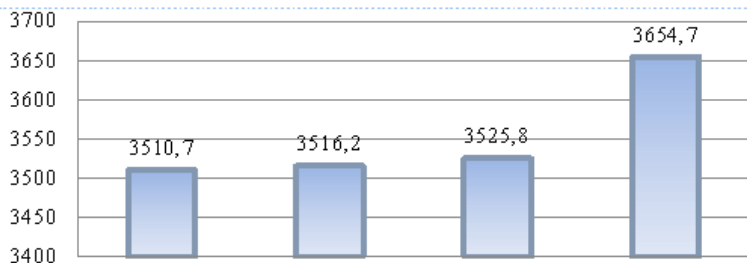


Рис. 1. Динаміка зайнятості економічно активного населення в галузі торгівлі за 2015–2018 роки

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [3]

Аналізуючи дані таблиці, можемо стверджувати, що тенденція до зростання кількості зайнятого населення в галузі торгівлі, свідчить про її розвиток. Вдосконалення засобів маркетингу, менеджменту й управління фінансами на торговельних підприємствах позитивно вплинуло на розвиток торговельної галузі в Україні. Про це свідчить динаміка оптового та роздрібного товарообороту України за 2015–2018 роки, наведена на рисунку 2.

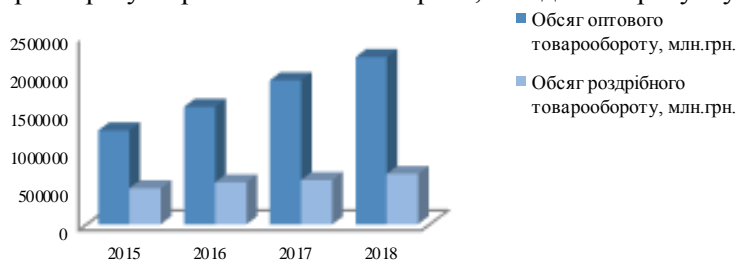


Рис. 2. Динаміка оптового та роздрібного товарообороту України за 2015–2018 роки

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [3]

В структурі загального товарообороту України оптовий товарооборот становить 74,98%, роздрібний – 25,02%. Це пояснюється тим, що основним призначенням оптового постачання товарів є розподіл товарів на ринку, а роздрібний товарооборот напряму залежить від оптового. Загальний обсяг товарообороту в Україні має тенденцію до зростання, і протягом кожного досліджуваного року збільшується: у 2016 році на 455087,4 млн.

грн. (27,47%), у 2017 році на 18,14% та 15,58% у 2018 році, не зважаючи на те, що кількість суб'єктів господарювання торговельної галузі в Україні з кожним роком зменшувалась (рис. 3).

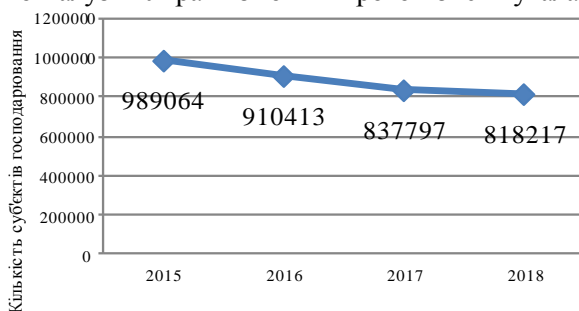


Рис. 3. Кількість суб'єктів господарювання торговельної галузі в Україні

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [3]

Одночасне зростання обсягів товарообороту та зменшення кількості суб'єктів господарювання торговельної галузі, вказує на те, що переважна кількість підприємств, перейшли з роздрібною формою торгівлі на оптову, або вказує на те, що крупніші учасники ринку поглинули своїх дрібних конкурентів, чим збільшили показники продажу товарів (товарообороту).

Загалом динаміка збільшення загального обсягу товарообороту підприємств торгівлі за 2015–2018 рр. є позитивним чинником розвитку економічних процесів в країні.

Позитивна динаміка розвитку торговельної галузі вплинула на фінансові результати господарської діяльності торговельних підприємств України. Відсоток підприємств, які отримали прибуток протягом досліджуваних років зазнавав незначних змін. Так, у 2016 р. 76,9% торговельних підприємств України були прибутковими, і лише 23,1% залишалися збитковими. Відсоток підприємств галузі, які отримали прибуток в досліджуваному періоді перевищує відсоток збиткових підприємств, що свідчить про позитивну тенденцію розвитку галузі (рис. 4).

Статистичні дані вказують, що внутрішня торгівля є однією з визначальних сфер економіки України, оскільки за деякими показниками посідає друге – третє місце в країні [4].

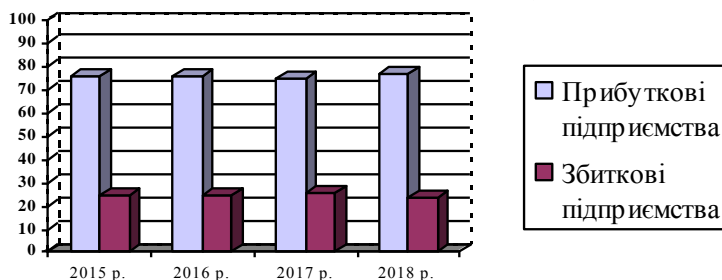


Рис. 4. Фінансові результати господарської діяльності торговельних підприємств України
Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [3]

Висновки. В ході дослідження нами встановлено, що торговельна галузь відіграє важливе значення для розвитку національної економіки. Вона створює нові робочі місця для активного населення України.

Для посилення ефективності функціонування торговельної галузі необхідно впроваджувати методи інновації, автоматизації. Держава, в свою чергу, повинна стимулювати розвиток галузі шляхом державної підтримки і покращення інвестиційного клімату.

1. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України. *Вісник Донецького державного університету економіки і ім. М. Туган-Барановського*. 2005. №4. С. 145–153.
2. Голошубова Н. Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку. *Економіка України*. 2008. №9. С. 74–85.
3. Матеріали Державного комітету статистики України: URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 25.11.2019 р.).
4. Рейтинг крупнейшей компаний Украины – Ритейл: URL: <http://retailstudio.org/stats/> (дата звернення 25.11.2019 р.).

УДК 658:005.5

Полінкевич О. М., д.е.н., професор

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ ПІДВИЩЕННЯ ФІЗИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ТА СОН У ПРАЦІВНИКІВ

В статті зазначено, що в умовах неоіндустріальної економіки зростає роль управління вартістю бізнесу через підвищення фізичної активності, створення сприятливих умов праці, забезпечення виконання процесів за максимально коротким часом з мінімальними витратами та високою якістю. Запропоновано використовувати клієнтоорієнтований підхід, який спроможний підвищити вартість підприємства та забезпечить зниження фінансового навантаження на підприємство, бюджет фонду соціального страхування України. Наведено приклади взаємозв'язку між вартістю підприємства та фізичною активністю і сном у страховій компанії Aetna, Американській академії медицини сну, Великій Британії у Rand Corporation, доброчинному фонді Wellcome Trust з «перемикачем сну», Сіднейському Університету, Американському Національному інституті раку. Запропоновано заходи підвищення фізичної активності та сну, через які підприємства управлятимуть своєю вартістю.

Ключові слова: вартість підприємства, управління, сон, фізична активність, продуктивність праці, стейкхолдери.

Polinkevych O.

MANAGING THE VALUE OF ENTERPRISES THROUGH INCREASING PHYSICAL ACTIVITY AND DREAMS IN EMPLOYEES

The article points out that in the conditions of neo-industrial economy the role of managing the value of business is increasing through increasing physical activity, creating favorable working conditions, ensuring the execution of processes in the shortest possible time with minimal costs and high quality. It is proposed to use a client-oriented approach, which is able to increase the value of the enterprise and ensure the reduction of financial burden on the enterprise, the budget of the social insurance fund of Ukraine. Examples are given of the relationship between enterprise value and physical activity and sleep at Aetna Insurance Company, the American Academy of Sleep Medicine, the United Kingdom at Rand Corporation, the Wellcome Trust Charitable Foundation with the Sleep Switch, the University of Sydney, the American National Institute. Measures to increase physical activity and sleep through which businesses will manage their value are suggested.

Полінкевич О. М.

Given the complex nature of the financial burden, the multifaceted nature of its content, as well as the lack of sound approaches to the combination of physical activity and sleep with the cost of the enterprise, there is a need to study the value management of the enterprise through increasing physical activity and sleep in employees. This will increase labor productivity and reduce the burden on the temporary disability benefit fund of the enterprise.

The management of the cost of physical activity and sleep is significantly limited due to its low level of indicativeness and manageability. Cost management at the micro level should be focused on maximizing the fundamental stakeholder value of the enterprise, which characterizes its aggregate value from the point of view of the efficiency of financial and economic activity and the level of relationships with stakeholders. Features of modern models of valuation of enterprises cause the corresponding problems of their use in value management at the micro level. Such problems are the lack of adequacy of valuation of the market value of enterprises for the purposes of value management, transfer to the process of managing the cost of deficiencies in enterprise management by the criterion of profit maximization, difficulty in determining cash flows, ignoring the benefits of many stakeholder groups. Improvement of indicators and models of valuation of enterprises should provide for determination of the indicator of fundamental stakeholder value of enterprises on the basis of a broader understanding of their value. Employees of the company are stakeholders, so in order to manage the value of the company should pay more attention to their physical activity and sleep, which will increase productivity. The main measures should be: 1) formation of physical culture as an element of corporate culture of the enterprise; 2) conducting regular competitions between units in the form of locomotive activity during lunch breaks or introducing weekly "health days"; 3) stimulate employees to sleep for at least 7-8 hours at home by concluding additional agreements related to reduced working hours or bonuses; 4) the introduction of lunchtime sleep in the workplace as a form of relaxation in specially designated rooms under the supervision of specialists.

Keywords: enterprise value, management, sleep, physical activity, labor productivity, stakeholders.

Полинкевич О.Н.

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИЙ ЧЕРЕЗ ПОВЫШЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ И СНА В РАБОТНИКОВ

В статье указано, что в условиях неоиндустриальной экономики возрастает роль управления стоимостью бизнеса через повышение физической активности, создания благоприятных условий труда, обеспечения выполнения процессов за максимально короткое время с минимальными затратами и высоким качеством. Предложено использовать клиентоориентированный подход, который способен повысить стоимость предприятия и обеспечить снижение финансовой нагрузки на предприятие, бюджет фонда социального страхования Украины. Приведены примеры взаимосвязи между стоимостью предприятия и физической активностью

и сном в страховой компании Aetna, Американской академии медицины сна, Великобритании в Rand Corporation, благотворительном фонде Wellcome Trust с «переключателем сна», Сиднейском Университета, Американском Национальном институте рака. Предложены меры повышения физической активности и сна, через которые предприятия управляют своей стоимости.

Ключевые слова: стоимость предприятия, управления, сон, физическая активность, производительность труда, стейкхолдеры.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В умовах неоіндустріальної економіки зростає роль управління вартістю бізнесу через підвищення фізичної активності, створення сприятливих умов праці, забезпечення виконання процесів за максимально короткий час з мінімальними витратами та високою якістю. Досягнути цього можна через розробку політики управління створення комфортних та ефективних умов праці не лише під час робочого дня, але й поза ним. Для цього варто запровадити практику моніторингу рівня здоров'я працівників з метою їхнього підтримання на відповідному рівні та покращення. Такий клієнтоорієнтований підхід спроможний підвищити вартість підприємства та забезпечить зниження фінансового навантаження на підприємство, бюджет фонду соціального страхування України.

Зважаючи на це варто приділити увагу управлінню вартістю підприємств через підвищення рівня фізичної активності та покращення якості сну у працівників завдяки чому покращиться продуктивність праці та конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Значимий внесок у розвиток проблематики управління вартістю підприємств на основі максимізації їх ринкової вартості та ринкової капіталізації розглядаються у працях таких вчених як Д. Весселс [12], М. Гоедхарт [12], Т. Коллер [12], Т. Коупленд [4]. У працях Марчишина Є. І., Мельник В. В., Гречишин О. М. оцінювалася важкість праці як психофізіологічний небезпечний та шкідливий чинник виробництва [5], Цьось В. Шевчук А., Касарда О. описували рухову активність у мотиваційно-ціннісних орієнтаціях студентів [9], Давидов О. І. вивчав проблеми та перспективи застосування концепції управління вартістю підприємств в Україні [1].

Проте, в їхніх працях проводилося дослідження лише окремих аспектів, які стосуються управління вартістю підприємства або фізичною активністю. Проте до сьогодні відсутній комплексний підхід до цих двох понять.

Цілі статті. Враховуючи складну природу фінансового навантаження, поліаспектність його змістовного наповнення, а також відсутність виважених підходів до поєднання фізичної активності та сну з вартістю підприємства, виникає необхідність дослідження управління вартості підприємства через підвищення фізичної активності та сну у працівників. Це забезпечить зростання продуктивності праці та зменшить навантаження на фонд виплат з тимчасової непрацездатності з коштів підприємства. Поза дослідженнями вчених залишається багато суперечливих і водночас актуальних питань щодо цієї проблеми. Тому вважаємо необхідним сконцентрувати увагу і обґрунтувати авторську позицію щодо цього питання.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Персонал страхової компанії Aetna вважає, що здоровий сон працівників принесе їм 300 дол. США на рік. Ця американська компанія турбується про те, щоб недосипання не позначилось на продуктивності працівників. Відповідно до цього з працівниками укладають додаткову угоду, за якою вони отримають винагороду, якщо спатимуть не менше ніж сім годин щоночі. Працівники компанії можуть заробити 25 дол. США, якщо 20 ночей поспіль відпочиватимуть по сім годин чи більше; потім ці періоди можна повторювати, але не більше ніж на 300 дол. США за рік. Цю програму вперше запровадили у 2009 році. Минулого року в ній взяли участь близько 12 тис. працівників компанії із 25 тис. – це на 2 тис. більше, ніж у 2014 р. Лише у США, середньостатистичний працівник щороку втрачає від браку сну продуктивність, еквівалентну 11,3 робочим дням або 2280 дол. США, свідчить дослідження, проведене у 2011 р. Американською академією медицини сну. За цими розрахунками, економіка США щороку втрачає через це 63,2 млрд дол. США. Щодо Європи, тут у 2015 р. провела дослідження корпорація Rand – і виявила, що «працівники, які сплять менше ніж сім-вісім годин на ніч, значно більше втрачають у продуктивності, ніж ті, хто в

середньому спить понад 8 годин» [2]. Аудиторська компанія PricewaterhouseCoopers (PwC) включила розділ про важливість сну в свій навчальний курс з стресостійкості. Цей курс, який пройшли 4,5 тис. британських працівників, навчав їх правилам підтримання доброї фізичної та розумової форми в умовах напруженої та прискореної праці. Сон надзвичайно впливає на продуктивність. Дослідження медичної школи Стенфордського університету виявило, що баскетболісти визначних команд університетської ліги покращили результативність своєї гри, після того як протягом 5–7 тижнів спали по 10 год. на добу. У Великій Британії, дослідники з Rand Corporation проаналізували дані про 21 822 працівників і знайшли, що продуктивність тих, хто спить по 7–8 год. щоночі, значно вища від тих, хто спить менш ніж п'ять годин. У опитуванні взяли участь понад 7 тис. дорослих американців було відзначено, що ті, хто більше спить, загалом почуваються більш задоволеними життям, ніж ті, хто спить менше (за їхніми власними словами) [3]. Ожиріння, діабет, хвороби серця, рак є наслідком недосипання та роботи у нічні зміни. Мозок людей, які протягом 10 років працюють на нічних змінах швидше старішає, ніж у звичайному режимі, зокрема на 6,5 додаткових років. У них погіршилася пам'ять і уповільнилось мислення. У масштабному американському дослідженні науковці спостерігали за 75 тис. жінок-медсестер протягом 22 років. Було встановлено, що кожна десята працівниця з тих, хто чергував на різних змінах щонайменше шість років, помирає передчасно. Доброчинний фонд Wellcome Trust виділив професору Расселу Фостеру та його дослідницькій групі з Оксфордського університету 3 млн фунтів (майже 4,7 млн дол. США) на дослідження і перевірку нового відкриття, яке прозвали «перемикачем сну». Як стверджують автори відкриття, так звані «вентролатеральні передоптичні ядра» можуть вмикати чи вимикати усі частини нервової системи, що відповідають за неспання. Якщо гіпотеза підтвердиться, то винайдуть медикамент, що дозволить людському організму ігнорувати цикли світла та темряви. А до того часу нічна робота лишатиметься викликом для нашої природи [7]. У профілактиці стомлення і перевтоми працівника значна роль належить організації раціонального режиму праці та відпочинку. Фізіологи обґрунтували такі умови підвищення

працездатності, що сприяють ефективному попередженню стомлення [5, с. 35]:

- 1) у будь-яку роботу потрібно входити поступово;
- 2) умовою успішної працездатності є розміреність і ритмічність;
- 3) послідовність і плановість виконання завдань;
- 4) недбалість і квапливість у праці є неприпустимим;
- 5) фізіологічно обгрунтоване чергування праці і відпочинку, а також зміна форм діяльності (найефективнішим є відпочинок, пов'язаний з активним діяльним станом);
- 6) сприятливе відношення суспільства до праці (мотивація праці і соціальні умови).

У дослідженнях встановлено, що більшості студентам (54%) не вистачає вільного часу щоб підвищувати фізичну активність, що підкреслює нераціональний розподіл видів діяльності в способі життя. 72% респондентів вважала свій рівень фізичної підготовленості середнім, 10,84% – високим. Загалом 60% молоді виконували фізичні вправи для зменшення маси тіла й лише 27,43% – для збільшення. Медичні апарати для корекції маси тіла застосовували лише 2,16% опитаних. Бажання займатися різними видами рухової активності в майбутньому виявила лише чверть студентів [9, с. 86]. Вважаємо, що така ситуація є насторожуючою. Оскільки жоден із представників молоді не розглядав фізичну активність як спосіб підвищення продуктивності праці. Тим паче, ще нижчою є фізична активність у людей зрілого віку.

Вчені з Сіднейського Університету опублікували результати дослідження, яке тривало протягом восьми років. В дослідженні приймали участь приблизно 200 тис. людей віком від 45 до 75 років. Результати показали, що навіть невелике збільшення інтенсивності фізичних навантажень (до 30%) знижує ризик смертності на 9%, а при підвищенні більше ніж на 30% – ризик зменшується на 13% [11]. Співробітники American National Cancer Institute Shady Grove (Американського Національного інституту раку) зібрали дані опублікованих раніше досліджень і порівняли їх. Вони оцінювали Метаболічний еквівалент (MET) – одиницю виміру фізичного навантаження. Дослідження показало, що профілактикою збільшення смертності від раку і серцево-судинних

захворювань є фізична активність в межах 20–75 MET годин/тиждень, що відповідає 4–15 годинам швидкої ходьби або 3–10 годинам гри в волейбол на тиждень. При перевищенні 75 MET годин/тиждень ризик смертності від серцево-судинних захворювань починає збільшуватися, але смертність від раку все ще зменшується [8]. У Швеції проводилося дослідження, в результаті якого було відібрано 2205 чоловіків у віці 50 років; дослідження тривало протягом 35 років. Мета дослідження – дослідити вплив факторів (одним з яких був рівень фізичної активності) на тривалість життя. Результати показали, що серед чоловіків, які мали низький рівень фізичної активності, спостерігалась більша смертність [9].

Низька фізична активність населення як розвинених, так і країн світу обходить світовій економіці приблизно в 67,5 млрд дол. США на рік, свідчать дані дослідження. Вперше вчені зробили спробу оцінити економічні наслідки малорухомості. У дослідженні стверджується, що всі суми є результатом надто консервативного аналізу, і фактичний збиток може бути вищим. Вчені оцінювали витрати на підтримку здоров'я, підірваного низькою фізичною активністю, збиток від зниження продуктивності праці і тривалість життя з поправкою на роки можливої інвалідності. Близько 58,8 млрд дол. США представляють витрати, пов'язані з охороною здоров'я, ще 13,7 млрд дол. США – втрати продуктивності праці. Більше 40% загальної суми (27,8 млрд дол. США) припадає на США. У країнах, що розвиваються, економічний збиток значно менший, ніж у розвинених, однак жителі держав з низьким рівнем доходів на душу населення частіше страждають від різних захворювань, пов'язаних з малорухливим способом життя. В дослідженні були розглянуті дані з 142 країн, в яких проживають 93,2% світового населення [6].

Висновки. Отже, управління вартістю за критерієм фізичної активності та сну істотно обмежені у зв'язку з низьким рівнем її індикативності та керованості. Вартісне управління на мікрорівні має бути орієнтованим на максимізацію фундаментальної стейкхолдерської вартості підприємства, яка характеризує його сукупну цінність з позицій ефективності фінансово-господарської діяльності та рівня взаємовідносин з стейкхолдерами. Особливості сучасних моделей оцінювання вартості підприємств обумовлюють відповідні проблеми їх використання у вартісному управлінні на мікрорівні. Такими проблемами є недостатня відповідність оцінювання

ринкової вартості підприємств цілям вартісного управління, перенесення на процес управління вартістю недоліків управління підприємствами за критерієм максимізації прибутку, складнощі щодо визначення грошових потоків, ігнорування вигід багатьох груп стейкхолдерів. Удосконалення показників та моделей оцінювання вартості підприємств має передбачати визначення показника фундаментальної стейкхолдерської вартості підприємств на основі більш широкого розуміння їх цінності. Працівники підприємства є стейкхолдерами, тому з метою управління вартістю підприємства варто більше уваги приділяти їх фізичній активності та сну, що дозволить підвищити продуктивність праці. Основним заходами мають стати:

1) формування фізичної культури як елементу корпоративної культури підприємства;

2) проведення регулярних змагань між підрозділами у формі рухової активності під час обідніх перерв або запровадити щотижневі «дні здоров'я»;

3) стимулювати працівників до сну не менше 7–8 годин вдома через укладення додаткових угод, пов'язаних із скороченням робочого часу або преміюванням;

4) впровадження обіднього сну на робочих місцях як форми релаксу у спеціально відведених приміщеннях під наглядом фахівців.

1. Давидов О. І. Проблеми та перспективи застосування концепції управління вартістю підприємств в Україні. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016, №1. С. 170–182. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_170_182.pdf (дата звернення 18.11.2019).
2. Сілверберг Д. Компанія, що платить працівникам за сон. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/07/160702_sleep_pay_or (дата звернення 18.11.2019).
3. Хоуп К. Хто більше спить, той краще працює? URL: https://www.bbc.com/ukrainian/health/2016/08/160828_sleep_work_ko (дата звернення 18.11.2019).
4. Коупленд Т., Коллер Т., Муррін Дж. Стоймость компаний: оценка и управление. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. 576 с.
5. Марчишина С. І., Мельник В. В., Гречишин О. М. Важкість праці як психофізіологічний небезпечний та шкідливий чинник виробництва. *Охорона праці*. 2015. №3–4 (148–149) березень–квітень. С. 31–35.
6. Низька фізична активність населення обходиться світовій економіці приблизно в \$67,5 млрд на рік – ЗМІ. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/381245/nyzka-fizychna-aktyvnist-naselennya-obhodytsya-svitovij-ekonomitsi-ryblyzno-v-67-5-mlrd-na-rik-zmi> (дата звернення 31.07.2016).

7. Работа в нічні зміни вкорочує людям вік. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/health/2015/07/150728_night_vj_shifts_damage_it (дата звернення 05.09.2019).
8. Фізична активність і тривалість життя. URL: <http://cmtscience.com/articles/fizicheska-aktivnost-i-prodolzhitelnost-zhizni> (дата звернення 18.11.2019).
9. Цьось В., Шевчук А., Касарда О. Рухова активність у мотиваційно-ціннісних орієнтаціях студентів. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві* : збірник наукових праць. 2014. №4 (28). С. 83–87.
10. Byberg L., Melhus H., Gedeberg R., Sundström J., Ahlbom A., Zethelius B., Berglund L. G., Wolk A., Michaëlsson K. Total mortality after changes in leisure time physical activity in 50 year old men: 35 year follow-up of population based cohort URL: <http://www.bmj.com/content/338/bmj.b688.full>.
11. Gebel K., Ding D., Chey T., Stamatakis E., Brown W. J., Bauman A. E. Effect of Moderate to Vigorous Physical Activity on All-Cause Mortality in Middle-aged and Older Australians. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25844882>.
12. Koller T., Goedhart M., Wessels D. Valuation: measuring and managing the value of companies. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2010. 862 p.

УДК 373.61

Рудь Н. Т., д.е.н., професор

Луцький національний технічний університет

РОЛЬ СТАРТАПІВ У ПРОРИВНИХ НАПРЯМКАХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У статті показано, що інновації та наукові дослідження є ефективним засобом подолання кризових явищ, просування на ринок конкурентоспроможної продукції та розвитку ринку високих технологій. Це досить сприятливе середовище для формування стартапів. Відмічено недостатність фінансування інноваційного бізнесу, відсутність у молоді знань з формування, осмислення ідеї, можливостей її реалізації. Вказано на необхідність переорієнтація системи освіти та науки з теоретичної до практичної сторони, поєднання науки та підприємництва.

Виділено основні ознаки стартапів як економічної категорії та форми інноваційного підприємництва. Вдосконалено основні характеристики. Вказано стадії розвитку стартапів. Сформульовано принципи формування дієздатного стартапу. Наведено приклади відомих компаній, що зародились саме як стартапи. Відмічено два основні підходи до їх реалізації. Вказано на необхідність розробки регіональних програм підтримки інноваційних стартапів. Важливо створити мережу технопарків, бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів по всій країні,

надаючи їм фінансування та обладнання, а також відповідну підготовку кадрів у регіонах.

Ключові слова: освіта, наука, інновації, підприємництво, стартап, фінансування, бізнес-план.

Rud N.

THE ROLE OF STARTUPS IN THE BREAKDOWN OF SCIENTIFIC RESEARCH

The article shows that innovations and research are an effective way of overcoming crisis phenomena, promoting competitive products and developing high technology markets. This is a good environment for startups. The lack of financing of innovative business, the lack of knowledge in the formation of young people, comprehension of the idea, opportunities for its implementation were noted. The necessity of reorientation of the education and science system from the theoretical to the practical side, the combination of science and entrepreneurship is pointed out. It is a condition for rapid and efficient development of innovations in market conditions.

The main features of startups as an economic category and a form of innovative entrepreneurship are highlighted: novelty and uniqueness of the idea; company flexibility; fast start-up period; dependence on the founder, his intelligence; the need for real investment; high investment risk; sale of this business model. The basic characteristics have been improved, namely, teamwork, successful and timely involvement of resources, development of the concept of market activity. The stages of development of startups are indicated. The principles of formation of a capable startup are formulated. The following are examples of startups, such well known IT companies as Apple, Microsoft, Google, Skype, Blogger, YouTube, which originated as startups. There are two main approaches to their implementation: copying a successful foreign resource; Creating an online business based on new, unique ideas. The need to develop regional programs to support innovative start-ups, which will create new jobs and reduce the unemployment rate in a specific region; enhance innovation; introduce tax incentives for beginners and investors; create favorable conditions for attracting foreign investment in Ukraine. It is important to create a network of technoparks, business incubators and innovation centers across the country, providing them with funding and equipment, as well as appropriate training in the regions.

Keywords: education, science, innovation, entrepreneurship, startup, financing, business plan.

Рудь Н.Т.

РОЛЬ СТАРТАПОВ В ПРОРЫВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье показано, что инновации и научные исследования являются эффективным средством преодоления кризисных явлений, продвижение на рынок

конкурентоспособной продукции и развития рынка высоких технологий. Это достаточно благоприятную среду для формирования стартапов. Отмечено недостаточность финансирования инновационного бизнеса, отсутствие у молодежи знаний по формированию, осмыслению идеи, возможностей ее реализации. Указано на необходимость переориентации системы образования и науки с теоретической к практической стороне, сочетание науки и предпринимательства.

Выделены основные признаки стартапов как экономической категории и формы инновационного предпринимательства. Усовершенствована основные характеристики. Указано стадии развития стартапов. Сформулированы принципы формирования дееспособного стартапа. Приведены примеры известных компаний, зародились именно как стартапы. Отмечено два основных подхода к их реализации. Указано на необходимость разработки региональных программ поддержки инновационных стартапов. Важно создать сеть технопарков, бизнес-инкубаторов и инновационных центров по всей стране, предоставляя им финансирование и оборудование, а также соответствующую подготовку кадров в регионах.

Ключевые слова: образование, наука, инновации, предпринимательство, стартап, финансирование, бизнес-план.

Постанова проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.
Сучасне українське середовище в останні роки стає одним із найбільших осередків формування стартапів в останні роки. Зумовлено це тим, що саме інновації та наукові дослідження є ефективним засобом подолання кризових явищ, просування на ринок конкурентоспроможної продукції та розвитку ринку високих технологій. Проте, для прикладу, упродовж 2017 року наукові дослідження і розробки в Україні виконували лише 963 організації, частка виконавців НДР (дослідників, техніків і допоміжного персоналу) у загальній кількості зайнятого населення становила 0,58%, у тому числі дослідників – 0,37%, в той ж час у Фінляндії ці показники досягали 3,21% і 2,35% відповідно. Це свідчить про те, що нинішня ситуація України є досить слабкою і потребує негайного вирішення.

Однією із основних проблем в інноваційному бізнесі є недостатність фінансування. Навіть якщо є просто неймовірна ідея, організувати виробництво та просування продукту без потрібного відповідного фінансування неможливо. В сучасних реаліях, фінансову допомогу отримують лише кращі проекти. Зазвичай, різноманітні конкурси допомагають звести інвесторів з власниками такого проекту. Інвесторами, зазвичай, стають

венчурні фонди або бізнес-ангели. В результаті, навіть враховуючи досить жорсткі умови, більшість стартапів не доживають і до стадії зростання.

Крім того, однією із слабких ланок у даній сфері є часткова відсутність у молоді знань з формування, осмислення ідеї, можливостей її реалізації. Вирішення даної проблеми потребує участі навчальних закладів та переорієнтація системи освіти та науки з теоретичної до практичної сторони.

Варто відзначити, що вирішення даних проблем дасть поштовх для розвитку економіки держави в цілому. Тому, ми вбачаємо у стартапах можливість для подальшого становлення економіки України однією з найпотужніших серед країн Європи. Однією із найбільш пріоритетних цілей має стати формування інноваційної економіки, що надає можливість для ефективного соціально-економічного розвитку країни. Покладатись, при цьому, варто на досвід найбільших інноваційних країн світу, який свідчить, що саме розвиток малого бізнесу є рушійною силою інноваційного підприємництва. Для цього, необхідно встановити чіткий взаємозв'язок між наукою та підприємництвом, що дасть змогу швидко і ефективно впроваджувати інновації в ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми організації та розвитку інноваційних підприємств і стартапів досліджували такі науковці як О. В. Попко, В. І. Колесник, Ю. В. Терешко, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Богатирьова, М. О. Кравченко, О. В. Корнух, Л. В. Маханько та інші. На нашу думку, наявні дослідження даної тематики мають дещо теоретичний характер і ми бачимо сенс проведення досліджень з практичної точки зору та аналізу даного питання.

Цілі статті: виявлення та вивчення основних проблем, які виникають в провідних українських стартапів, визначення основних складових та встановлення їх ролі в економіці країни.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Як відомо, рушійною силою в сучасній економіці виступає підприємництво, а особливо – інноваційне. Економічний розвиток підприємства все більше залежить від рівня його інноваційного розвитку. В останні роки досить великої популярності здобув термін «стартап», який окреслює саме сферу створення нових технологій. Чіткого

визначення даного терміну немає, проте думки багатьох вчених сходяться на тому, що стартапом є процес розроблення проривної технології, абсолютно новий бізнес-проект, що базується на інноваційних ідеях або технологіях та вносить суттєві корективи в життя людей [1, с. 19].

Основи розвитку стартапів лежать в області досліджень підприємництва і інноваційної активності загалом. Підприємницька та інноваційна активність є тісно пов'язаними між собою. Підприємець, новатор, який створює новації і виводить їх на ринок, забезпечує інноваційне лідерство, яке переходить від індивідів до великих фірм у міру дозрівання суспільства. Таким чином, інноваційна діяльність бере свій початок в інноваційному підприємстві, а якщо бути ще більш точними – в інноваційних стартапах.

Варто відзначити, що через новизну поняття, в Україні відсутня офіційна статистика, відповідна державна політика та пряме законодавче регулювання у сфері стартапів. Саме тому, бачимо за доцільне охарактеризувати основні ознаки стартапів як економічної категорії та форми інноваційного підприємництва [2, с. 57]:

- новизна та унікальність ідеї;
- гнучкість компанії та вміння безболісно адаптуватись до нових умов;
- швидкий період запуску компанії;
- залежність від засновника, його інтелекту;
- потреба у реальних інвестиціях задля практичної реалізації даної ідеї;
- високий ризик щодо інвестицій, а тому дуже часто власники співпрацюють з венчурними інституціями;
- основною метою, зазвичай, є продаж даної бізнес-моделі;
- наявність такої бізнес-моделі, яка б могла трансформувати ідею в реально працюючий бізнес, при цьому важливим аспектом має виступати її майбутнє масштабування.

Стартапи не мають обмежень щодо галузей економіки, проте найчастіше їх ототожнюють з технологічними компаніями (зокрема – у сфері інтернет та інформаційними технологіями). Розмір даної компанії теж не є ознакою стартапу. Також, стартапом

може виступати не тільки компанія, а й окремих проект в її межах, якщо він містить вищезазначені характеристики.

Для прикладу, наразі такі досить відомі ІТ-компанії як Apple, Microsoft, Google, Skype, Blogger, YouTube зародились саме як стартапи. Основними причинами їх лідерських позицій зараз стали такі ознаки як упевненість власників у власній ідеї, гнучкість та мобільність, вдалий період входу в ринок, здатність швидко знаходити нові джерела фінансування. Ідеальним прикладом стартапу є такий гігант як Google, який був заснований 20 років тому в гаражі 2-ма студентами університету в м. Стенфорд – Л. Пейджем та С. Брином лише як навчальний проект [3, с. 440].



Рис. 1. Характерні ознаки стартапів

Примітка. Розроблено на основі даних джерела: [5, с. 27]

Як було сказано раніше, стартап – це ідея, саме від її рівня залежить життєздатність компанії. Наразі, більшість ідей ми

переймаємо із зарубіжного досвіду та адаптуємо їх під вітчизняні умови. Генерація власних ідей та їх впровадження потребує набагато більше ресурсів та сил, що відлякує наших дослідників. Проте, існують й інші деталі ефективного стартапу.

Другою складовою, на нашу думку, виступає *команда*, в обов'язки якої входить генерація та розвиток цієї ідеї, втілення в інноваційний продукт, розробка стратегії розвитку стартапу, управління ним.

По-третє, стартап – це *вдале та, головне, своєчасне залучення ресурсів*, які необхідні. На кожному з етапів його розвитку необхідно мати чітку інвестиційну політику, яка обов'язково буде направлена на максимізацію прибутку.

Крім того, стартапом є *концепція ринкової діяльності*, вміння засновника вбачати у змінах джерело доходу, а також – це постійний аналітичний процес виявлення ринкових можливостей, функція інноваційного менеджменту, спрямована на знаходження напрямків інноваційної діяльності задля її комерціалізації.

Важливим аспектом успішного створення стартапу виступає його бізнес-план, що дозволяє проаналізувати та оцінити ідею, її прибутковість, перспективність, гнучкість та мобільність.

Узагальнюючи, ефективним стартапом є не тільки створений та впроваджений проект, а команда, яка його створює, чим задовольняє потреби споживачів, яка постійно розвивається, не зупиняється на досягнутому, швидко вчиться на своїх помилках. Її не зламають помилки та невдачі, ця команда знає, що провал – це досвід, який допоможе в майбутньому створити істинно ідеальний продукт, який буде орієнтованим на велику аудиторію та матиме успішну комерційну історію. Ефективна команда завжди володіє гнучкістю, за рахунок якої компанія, що орієнтується на потреби споживачів, зможе швидко мобілізувати ресурси та підлаштуватись під зовнішнє середовище.

Стартап, базою якого виступає інноваційна ідея, має досить-таки обмежений період існування, що включає діяльність зі створення прототипу новачії, проведення первинних досліджень ринку, пошуку шляхів входу в ринок, а також надання компанії офіційного статусу.

Процес формування ідеї та подальше створення стартапу є досить нелегким періодом у його житті, проте саме цей період

визначає конкурентоспроможність даної ідеї, її основні характеристики.

Зазвичай стартап в процесі свого розвитку проходить кілька типових стадій. Однак його розвиток не є лінійним процесом і деякі зі стадій проект може «перестрибувати».

На думку О. В. Корнух [5, с. 29], життєвий цикл стартапу поділяється на три стадії:

- Pre-StartUp стадія – від моменту зародження ідеї до випуску бета-версії проекту;
- запуск проекту в експлуатацію – безпосередньо StartUp стадія;
- Post-StartUp стадія – від стадії зростання до виходу з бізнесу.

Таблиця 1

Характеристика стадій розвитку стартапу

Стадія стартапу	Характеристика
1	2
Pre – StartUp стадія	
Стадія pre-seed	Існує ідея та визначено, що саме треба покупцям, проте ще немає чіткого уявлення про те, як цю ідею краще реалізувати технічно і як її слід просувати, щоб вона приносила гроші, або ж є, але тільки в узагальненому вигляді.
Seed стадія	Вивчається ринок, складається план стартапу, розробляється технічне завдання, створюється і тестується прототип, йде пошук перших інвесторів та підготовка до пуску проекту.
Прототип	Створення технічного завдання та проектування інтерфейсів
Робочий прототип	Створення продукту або проекту з самими основними функціями
Альфа-версія проекту (продукту)	Продукт (проект) вже готовий, але ще не протестований. В процесі випробування, в інтерфейс вносяться деякі дрібні корективи, які не були враховані при розробці та створенні технічного завдання. Ведуться переговори з першими клієнтами.
Закрита бета-версія проекту (продукту)	Інноваційний проект вже має вигляд, близький до того, яким його задумували стартапери, у проекту (продукту) з'являється невелика кількість користувачів, запрошених засновниками стартапу для того, щоб випробувати сервіс і повідомити про недоробки і можливі поліпшення.
Публічна бета-версія проекту (продукту)	Ведеться помірно активне залучення користувачів, яким необхідні послуги, що пропонує проект. Часто публічна бета-версія відбувається шляхом розповсюдження обмеженої кількості запрошень. Укладаються договори з першими клієнтами.

продовж. табл. 1

1	2
Запуск проекту в експлуатацію (продукту в виробництво)	
Startup стадія	Вирішальна стадія для будь-якого проекту – рання і пізня startup стадія – стадія запуску і початковий період його роботи.
Post StartUp стадія	
Стадія зростання	Стартап займає на ринку стійке становище і впевнено рухається до завоювання ніші, яка була намічена на стадії написання бізнес-плану.
Стадія розширення	Стартап наблизився до виконання бізнес-плану на первинному цільовому ринку і починає збільшувати кордон за рахунок завоювання інших ринків. Розширювати бізнес компанія може як одноособово, так і за рахунок купівлі інших підприємств.
Стадія виходу	Вихід з бізнесу бізнес-ангелів та венчурних інвесторів може відбуватися через продаж фірми стратегічним інвесторам, через розміщення акцій компанії на біржі (вихід на IPO) і через приватне розміщення (продаж акцій підприємства). Венчурні фонди фінансують перспективні стартапи, які на початковій стадії росту, як правило, завжди демонструють стрімке зростання, а до стадії виходу зростання стартапу уповільнюється, хоча сам бізнес стає більш стабільним. Одним з варіантів «виходу» стартаперів та інвесторів може бути припинення бізнесу і банкрутство підприємства

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [5, с. 29]

Взявши до уваги усе вищесказане, можемо сформулювати певні принципи, які допоможуть в створенні дієздатного стартапу:

1. Взаємодія між усіма ключовими ланками у процесі запуску стартапу. Спочатку ідея інноватора має зацікавити інвестора, в результаті – об'єднання сил та необхідність у ефективному управлінні інноваційним проектом.

2. Публічність усіх сторін – інноватора, інвестора, керівників проекту, задля максимально відкритого спілкування та плідної співпраці.

3. Створення бізнес-плану, який буде практичним керівництвом з реалізації бізнес-ідеї, саме він допоможе у майбутньому розвитку проекту – аналізувати проведену роботу, коригувати плани розвитку, співставляти фактичні показники з до плановими, відслідковувати рентабельність проекту.

4. Постійний аналіз ринку, його змін, реакції та дослідження попиту на даний продукт.

5. Презентація проекту аудиторії, якій потрібно приділяти максимум уваги. Це зумовлено тим, що в сучасному світі без

представлення і реклами практично нереально зробити ефективний стартап. Саме презентація має привернути увагу до стартапу – зацікавити інвесторів, змусити говорити про себе споживачів тощо.

6. Безпосередньо, маркетинг стартапу – просування, систематична активність у питаннях розробки, підтримання постійного контакту з цільовою аудиторією, спілкування та впровадження майбутніх ідей, які вдасться отримати від реальних користувачів продукту.

На вітчизняному ринку Інтернет-стартапів спостерігаємо 2 основні підходи до їх реалізації:

– копіювання успішного зарубіжного ресурсу. Ця стратегія заснована на розумінні, що продукт затребуваний покупцями (багато потреб є універсальними), розумінні того, яким чином треба його розвивати для досягнення запланованих фінансових результатів. Тоді в проекті використовується перевірена бізнес-модель, чужа ідея адаптується до нового ринку. Такий проект є менш ризикованим порівняно з неапробованими раніше ідеями. Багато російських венчурних фондів розглядають для інвестування тільки проекти-аналоги західних ресурсів. Наприклад, за даними на кінець 2012 р., провідна російська венчурна компанія «Fast Lane Ventures» запустила 20 Інтернет-проектів за цією стратегією. Усі проекти в портфелі цього інвестора є аналогами провідних світових Інтернет-проектів;

– створення онлайн-бізнесу на основі нових, унікальних ідей. Ця стратегія має ряд суттєвих переваг: можливість монополізувати ринок, винайти новий продукт або послугу, яких очікує суспільство, а, отже, «зняти вершки», відсутність конкуренції тощо. Проте, існує і значна кількість небезпек. Для залучення споживачів до нового продукту вимагаються масштабні витрати на рекламу й маркетинг, зазвичай недоступні початківцю. Нерідко суспільство не є готовим прийняти цікавий продукт, оскільки він випереджає розвиток самого суспільства, відповідно сегмент цільової аудиторії є надто малим для стрімкого розвитку стартапу. Крім того, є ризик, що реальний попит не виправдає первинних прогнозів. На думку експертів, понад 50% компаній, заснованих на новаторських ідеях, зазнають краху в завоюванні ринку [6, с. 649].

Успішною є комбінація підходів, коли стартап першим виходить на новий, але добре прогнозований ринок і реалізує на

ньому перевірену бізнес-модель. Вибір стратегії реалізації проекту здебільшого визначається можливостями, які пропонує Інтернет-ринок [8, с. 42].

Враховуючи той факт, що в Україні є 5 провідних технологічних вузлів: у Києві, Харкові, Дніпропетровську, Львові, Одесі, – створення регіональних програм підтримки інноваційних стартапів (на прикладі Польщі та Чехії) матиме кілька переваг для України [9, с. 82].

По-перше, такі програми дозволять створити нові робочі місця і скоротять рівень безробіття в конкретному регіоні. По-друге, це посилить розвиток інновацій у конкретному регіоні чи території. По-третє, запровадження податкових пільг для початківців та інвесторів створить сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій в Україну. Але для реалізації програми повинні бути чіткі критерії (наприклад, на основі стратегічних пріоритетних напрямів розвитку інноваційної діяльності) та період часу, на основі якого буде надаватися підтримка компаніям та інвесторам, а також запровадження щорічної перевірки їх діяльності. Важливо також розробити мережу технопарків, бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів по всій країні, надаючи їм фінансування та обладнання, а також відповідну підготовку кадрів у регіонах [10, с. 413].

Висновки. Отже, в процесі аналізу багатьох стартапів у сфері ІТ, нам вдалось виявити синергетичний ефект між основними складовими – ідеєю, командою, ресурсами та просуванням (маркетингом). Саме вони є неодмінними складовими, без яких неможливо створити ефективний стартап та досягти його комерціалізації за умови відповідності дій і правил.

1. Попко О. В., Мальчик М. В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_43.
2. Колесник В. І. Управління стартапами в Україні: проблеми та перспективи. 2017. URL: <http://journals.gsjp.eu/index.php/file/article/view/744/784>.
3. Терешко Ю. В., Тардаскіна Т. М., Богатирьова Л. Д. Особливості розвитку інтернет-стартапів в Україні: реалії та перспективи. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці*. 2015. URL: <https://goo.gl/qmJssA>.
4. Кравченко М. О., Кураєв Д.О. Перспективи застосування краудфандінгу, краудінвестингу для фінансування стартап-проектів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. С. 127–131.

5. Корнух О. В., Маханько Л. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2014/8.pdf
6. Гладка Л. І., Колеснік Є. О. Українські стартапи: сучасний стан розвитку інноваційного підприємництва. «Young Scientist». 2017. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/150.pdf>
7. Kurchenko O. The experience of support of innovative start-ups in Poland, Slovenia and Czechia: lessons for Ukraine 2016. URL: http://www.ees.uni.opole.pl/content/04_16/ees_16_4_fulltext_17.pdf
8. Вітліна М. О., Глібок С. В.. Організаційні форми створення стартапів. 2018. URL: <http://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/Vitlina.pdf>.
9. Курченко О. О. Становлення та розвиток стартапів в Україні: проблеми та шляхи вирішення. *Український соціум*. 2016. URL: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2-2016/80-87.pdf>
10. Brdulak A. Why startups help go city smart. *Journal of International Scientific Publications*. 2017. URL: <https://ideas.repec.org/a/isp/journal/v11y2017i1p408-415.html>.

УДК 338.439.4: 634.1.076: 634.7

Сало І. А., д.е.н., ст. наук. спів.

Український інститут експертизи сортів рослин

ТОВАРНЕ ВИРОБНИЦТВО ПЛОДОЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Проаналізовано основні показники виробництва плодів і ягід, їх видову структуру. Визначено напрями використання продукції сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення. Встановлено обсяги товарної пропозиції плодів і ягід, місткість ринку та потреби, зважаючи на недостатній рівень їх споживання.

Ключові слова: виробництво, плоди, ягоди, канали реалізації, споживання, потреби.

Salo I.

COMMODITY PRODUCTION OF FRUITS AND SMALL FRUITS PRODUCTS IN UKRAINE

Commodity of fruit and berry products in the categories of farms (agricultural enterprises and households) is significantly different. After all, the activities of the first is aimed at profit, while the purpose of others is, first of all, ensuring the production of their own needs. These operators occupy different positions on the domestic market of fruits and berries by volume of supply, demand, quality of products, etc. Given this, the study of the volumes, the specific structure of the production of fruit-rich products, the provision of population, marketability in modern economic conditions is relevant.

The main producers of fruits and berries in Ukraine are households. However, their established share in the formation of the product offer is insignificant, since the activity is directed, first of all, to the provision of their own needs. Recorded by the volumes of apples production in 2018 due to favorable soil-climatic conditions. For a long time, agricultural enterprises sell of fruit and berry products mainly to intermediary structures (up to 65%), which results in the concentration of a significant share of profits in the trading loop rather than in the primary (directly from the producer).

Among the strategic directions of the development of the field of gardening should highlight the following: an increase in the production of high quality fruits in specialized agricultural enterprises, in particular, economic partnerships that can provide healthy competition in the market; the formation of standard batches of domestic fruits of various assortment and assortment in the required volumes (depending on consumer demand and the potential of the market infrastructure potential) to meet both domestic needs and export potential expansion; the development of relations between commodity producers and procuring organizations (intermediaries) should be the basis of the commercial policy of the gardening enterprises and be directed at the concentration of primary profits in the primary chain – the direct producers of fruits, which is possible due to the proper development of the trading structure – wholesale fruit and vegetable markets of the world standard and cooperation between small commodity producers; pricing in the domestic fruit market should be aimed at ensuring the price availability of fruit consumption, covering production costs and the possibility of expanding supply; the mutually agreed economic links between the gardening industry and the industrial resource markets should be aimed at providing gardening enterprises with material and technical resources (machinery, fuel, pesticides, fertilizers, etc.) on the principles of equivalence; the use of innovative ecologically safe fruit-growing technologies in gardening enterprises in order to obtain maximum profits with minimal production costs; direction of foreign economic activity on the development of trade relations with other countries and finding its own niche in the world market; investment activity, aimed at attracting capital, in particular, foreign ones. With the formation of stable, stable, aimed at eliminating the shadow mechanisms of doing business in an entrepreneurial atmosphere in the country and effective regulatory framework, it is possible to further create joint gardening enterprises based in part on foreign capital.

Key words: production, fruits, small fruits, sales channels, consumption, needs.

Сало И. А.

ТОВАРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ

Проанализированы основные показатели производства плодов и ягод, их видовая структура. Определены направления использования продукции сельскохозяйственными предприятиями и хозяйствами населения. Установлены объемы товарного предложения плодов и ягод, емкость рынка и потребности, учитываемая недостаточный уровень их потребления.

Ключевые слова: производство, плоды, ягоды, каналы реализации, потребления, потребности.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Виробництво плодоягідної продукції, через свою біологічну специфіку, суттєво залежить від коливань кон'юнктури ринку. Адже більшість видів плодів і ягід отримується раз на рік впродовж відповідного періоду, виробництво не може швидко переорієнтуватися, повернення капіталовкладень є віддаленим у часі, свіжі плоди і ягоди не зберігаються тривалий період, суттєвий вплив на продуктивність насаджень ґрунтово-кліматичних умов (заморозків, посухи, градобію тощо).

Товарність плодоягідної продукції у категоріях господарств (сільськогосподарські підприємства і господарства населення) суттєво відрізняється. Адже діяльність перших спрямована на отримання прибутку, тоді як цілком інших є, перш за все, забезпечення продукцією власних потреб. Ці оператори займають різні позиції на вітчизняному ринку плодів і ягід за обсягами пропозиції, попитом, якістю продукції тощо. З огляду на це актуальними є дослідження обсягів, видової структури виробництва плодоягідної продукції, забезпечення населення, товарності в сучасних економічних умовах.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичними і практичними економічними дослідженнями в садівництві займалися Л. Барабаш, П. Дуброва, О. Єрмаков, Л. Костюк, Т. Маркіна, Ф. Олещенко, І. Омельченко, В. Рульєв, Г. Сатіна, Л. Самиренко, Д. Чухно, О. Шестопаль, П. Шитт, А. Шумейко, В. Юрчишин та ін. Науковий доробок і практичне використання результатів досліджень згаданих авторів,

зокрема, теоретичні основи розвитку економіки садівництва, а також становлення ринку садівницької продукції та організаційно-економічний механізм його функціонування; методика дослідження ринку плодів та ягід; нормативи інвестицій та собівартості, цін підтримки; рекомендації щодо формування та функціонування ринку і державного регулювання ринкових відносин тощо є дуже важливими. Однак, незважаючи на високу цінність плодів і ягід у харчуванні населення, залишаються все ще невирішеними питання оптимального споживання (хоча б до рівня встановлених раціональних норм споживання) і формування товарної пропозиції.

Цілі статті: розкрити тенденції виробництва, використання плодоягідної продукції всіма категоріями господарств і встановити потреби в ній.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В Україні основними виробниками плодів і ягід є господарства населення – в 2018 р. 2014,7 тис. т (78,5%) (табл.) Площі плодоносних насаджень цих виробників в 2,9 рази більші за сільськогосподарські підприємства – 147,8 тис. га (74,5%). Урожайність складає в динаміці 10–13 т/га, тоді як в промислових підприємствах в 2 рази менше. Найвищим рівнем урожайності плодів і ягід у всіх категоріях господарств відзначився 2018 р. Цього року отримали рекордний урожай яблук – 1457,5 млн т (у сільськогосподарських підприємствах 504,6 млн т і в господарствах населення 952,9 млн т), що в 1,4 рази більше за 2017 р. Через сприятливі ґрунтово-кліматичні умови в 2018 р. урожайність яблук за всіма категоріями господарств становила 16,0 т/га, що більше за попередній рік на 35,7%.

У структурі виробництва плодів і ягід найбільша частка із зерняткових плодів у яблук – 56,8% (1457 тис. т), кісточкових у вишні – 8,5% (219) та сливи – 7,7% (198), ягід у суниці – 1,2% (30) (табл. 1, рис. 1).

Сільськогосподарські підприємства практично всю вирощену продукцію реалізують за різними напрямками – 341 тис. т. Щорічні залишки продукції, що зберігаються в холодильниках становлять до 120 тис. т. Основними каналами реалізації плодів і ягід є: комерційні структури – 60–65%, переробні підприємства – 20–25%, на ринку – 10–15%.

Таблиця 1

Показники виробництва плодів і ягід
за усіма категоріями господарств в Україні

Роки	Всі категорії господарств	в тому числі:			
		сільськогосподарські підприємства	у % до всіх категорій господарств	господарства населення	у % до всіх категорій господарств
Площа плодоносних насаджень, тис. га					
2012	223,4	71,8	32,1	151,6	67,9
2015	206,0	74,8	36,3	147,8	71,7
2018	198,5	50,7	25,5	147,8	74,5
Урожайність, т /га					
2012	9,0	4,1	45,6	10,8	120,2
2015	10,5	5,4	51,4	11,8	112,7
2018	12,9	10,8	83,7	13,6	105,7
Валовий збір, тис. т					
2012	2008,7	299,8	14,9	1639,7	81,6
2015	2152,8	332,0	15,4	1741,1	80,9
2018	2566,2	551,5	21,5	2014,7	78,5

Примітка. Розраховано за даними Держстату України [1]

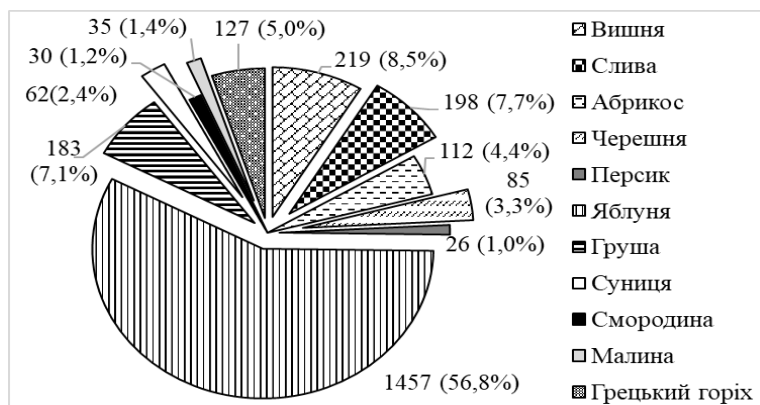


Рис. 1. Структура виробництва плодів і ягід у 2018 р., тис. т

Примітка. Розраховано за даними Держстату України [1]

Основна частка плодів, вирощених господарствами населення, використовується для власного споживання – у 2018 р. 1230 тис. т або 65% (рис. 2). Продаж на ринку становить до 20%, а це 341 тис. т. Зауважимо, що частка обсягів реалізації плодів

господарствами населення на ринку, з огляду на низьку купівельну спроможність населення, зокрема, сільського, може, в окремих регіонах, сягати і більше 50%, особливо зерняткових та горіхів. До речі, вчені, досліджуючи ринок плодів сусідньої країни – Росії, зауважують, що товарність у господарствах населення повинна становити не менше 70% [2, с. 39].

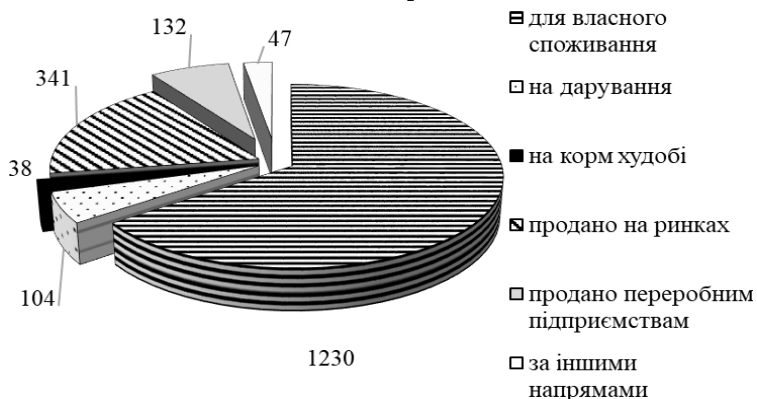


Рис. 2. Використання плодоягідної продукції господарствами населення у 2018 р., тис. т
Примітка. Розраховано за даними Держстату України і результатами досліджень автора [1]

Відтак рівень товарної пропозиції плодів і ягід у 2018 р., включно з імпортними поставками, становить – 1563 тис. т. Місткість внутрішнього ринку (за мінусом експорту) склала – 1411 тис. т. Зважаючи на низький рівень споживання плодів і ягід (до 50 кг на особу в рік) відносно норми споживання у 82 кг, незначне коливання обсягів експортно-імпортних поставок, існує необхідність розширення виробництва різних видів цієї продукції [3]. Встановлена потреба в плодах і ягодах вітчизняного виробництва для раціонального забезпечення населення України склала 3,5 млн т. Тобто існує необхідність додаткового формування загальної пропозиції вітчизняних плодів і ягід обсягом до 1,5 млн т (враховуючи розширення експортних поставок).

Серед стратегічних напрямів розвитку галузі садівництва слід виділити основні [4]: збільшення обсягів виробництва високоякісних плодів у спеціалізованих сільськогосподарських

підприємствах, зокрема, господарських товариствах, які можуть забезпечити здорову конкуренцію на ринку; формування стандартних партій вітчизняних плодів різного асортименту і сортименту в необхідних обсягах (залежно від попиту споживачів та потенційної можливості інфраструктури ринку) для задоволення як внутрішніх потреб, так і нарощування експортного потенціалу; розвиток взаємовідносин між товаровиробниками і закупівельними організаціями (посередниками) повинен бути основою комерційної політики садівницьких підприємств і спрямовуватися на зосередження основних прибутків у первинній ланці – безпосередніх виробників плодів, що можливо за належного розвитку торговельної структури – оптових плодоовочевих ринків світового зразку та кооперації між дрібними товаровиробниками; ціноутворення на вітчизняному ринку плодів має спрямовуватися на забезпечення цінової доступності споживання плодів, покриття виробничих витрат і можливості розширення пропозиції; взаємоузгоджені економічні зв'язки між галуззю садівництва та ринками промислових ресурсів повинні спрямовуватися на забезпечення садівницьких підприємств матеріально-технічними ресурсами (технікою, паливом, отрутохімікатами, добривами тощо) на принципах еквівалентності; використання інноваційних екологобезпечних технологій вирощування плодів у садівницьких підприємствах з метою отримання максимальних прибутків при мінімальних витратах виробництва; спрямування зовнішньоекономічної діяльності на розвиток торговельних відносин з іншими країнами і знаходження власної ніші на світовому ринку; інвестиційна діяльність, спрямована на залучення капіталу, зокрема, іноземного. З формуванням стабільної, стійкої, спрямованої на ліквідацію тіньових механізмів ведення бізнесу підприємницької атмосфери в країні та ефективно діючої нормативно-правової бази є можливість подальшого створення спільних садівницьких підприємств, заснованих частково на іноземному капіталі.

Висновки. Основними виробниками плодів і ягід в Україні є господарства населення. Однак встановлена їх частка у формуванні товарної пропозиції незначна, оскільки діяльність спрямована, в першу чергу, на забезпечення власних потреб. Рекордним виявився за обсягами виробництва яблук 2018 р. через сприятливі ґрунтово-кліматичні умови. Сільськогоспо-

дарські підприємства тривалий час реалізують плодоягідну продукцію переважно посередницьким структурам (до 65%), що зумовлює концентрацію значної частки прибутків в торгівельній ланці, а не в первинній (безпосередньо у виробника). Вважаємо, що садівницькі підприємства ще на початкових стадіях вирощування плодів і ягід повинні ставити питання гарантії використання продукції – переробки, зберігання чи транспортування і реалізації у свіжому вигляді. Для господарств населення слід організувати закупівлі надлишків продукції, зокрема, для переробки. Це ще раз переконує в необхідності створення обслуговуючих кооперативів. Наразі встановлені додаткові потреби у виробництві плодів і ягід, крім оптимізації споживання, включають і розширення експорту.

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Кашин В. И. Научные основы адаптивного садоводства : монография. Москва : Колос, 1995. 335 с.
3. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України ; за ред. О. М. Прокопенко. Київ : Держстат, 2018. 59 с.
4. Сало І. А. Розвиток ринку плодів в Україні : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2013. 394 с.

УДК 331.101:331.107

Смолич Д. В., к.е.н., доцент,

Станкевич Ю.М., магістр

Луцький національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розглянуто роль корпоративної культури у діяльності підприємства. Досліджено сутність поняття корпоративна культура, визначені структурні елементи корпоративної культури та їх характеристика. Детально з'ясовано поняття інноваційна корпоративна культура. Виокремлено складові інноваційної культури підприємства. Наведено модель інноваційної корпоративної культури. Розглянуто механізми зміни корпоративної культури на тій чи іншій стадії життєвого циклу підприємства.

Смолич Д. В., Станкевич Ю. М.

Ключові слова: корпоративна культура, інноваційна корпоративна культура, мотивація персоналу, корпоративні заходи, модель.

Smolych D., Stankevich Y.

INNOVATIVE CORPORATE CULTURE AS A TOOL FOR ADAPTING THE ENTERPRISE TO CHANGES IN THE ENVIRONMENT

The article deals with the role of corporate culture in the enterprise. Corporate culture is basically an invisible part of the organization. The impact on corporate employees is quite large, however, managing corporate culture is difficult. Generally, the basic rules and regulations are laid down by businesses through regulation. In general, there are two types of corporate culture: conservative and innovative, which allows not only to respond promptly to changes in the internal and external environment, but also to receive from them an additional effect.

The structural elements of corporate culture and their characteristics are defined in the article. In particular, ideology as a system-building element; regulatory and procedural component as a mechanism that ensures the promotion of employees to this goal and increase their loyalty to the organization; it includes procedures and rules governing the way in which tasks are organized in the organization; content component (reflects intergroup and interpersonal relationships, general ethical principles, traditions); image of the organization (based on the ideas about it, formed by employees, partners, clients of the organization, representatives of the media and other people, and the formation of this image is significantly influenced by: style of work of people, symbolism, attributes of the organization, prestigious corporate information).

The concept of innovative corporate culture and its regulatory functions is explained in detail. Innovative culture is a system of values that correspond to the innovative development of society, state, regions, industries, enterprises, institutions, organizations and reflect the individual-psychological qualities, other important social values of the person, which contribute to the formation and development of innovatively active personality. Defining the innovative culture of an organization (enterprise or institution) allows to distinguish its components, the main of which are: the system of motivation of the staff of the innovation organization (team of the innovation project) for active innovation activity; a system of organizing innovation activities that ensures mutually consistent creative collaboration between the staff of the innovation organization to create and disseminate innovation. At the present stage of development, the organization is the main function of management, accordingly, the subsystem of the organization must play a leading role in the formation and development of innovative culture; system of acquisition, updating, development and transfer of knowledge and experience, formation and modification of stereotypes of innovative behavior of personnel. It is suggested to assess the state of innovation culture of a particular organization by comparing it with certain criteria with the best enterprises in the market or to analyze them in dynamics.

The study provides a model of innovative corporate culture. The mechanisms of change of corporate culture at one or another stage of the life cycle of the enterprise are distinguished.

Keywords: corporate culture, innovative corporate culture, staff motivation, corporate events, model.

Смолич Д. В., Станкевич Ю. М.

ИННОВАЦИОННАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ К ИЗМЕНЕНИЯМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

В статье рассмотрена роль корпоративной культуры в деятельности предприятия. Определена сущность понятия корпоративная культура, определенные структурные элементы корпоративной культуры и их характеристика. Подробно выяснено понятие инновационная корпоративная культура. Выделены составляющие инновационной культуры предприятия. Представлена модель инновационной корпоративной культуры. Выделены механизмы изменения корпоративной культуры на той или иной стадии жизненного цикла предприятия.

Ключевые слова: корпоративная культура, инновационная корпоративная культура, мотивация персонала, корпоративные мероприятия, модель.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Діяльність будь якого підприємства нині вимагає міцного підґрунтя в матеріальних, фінансових і людських ресурсах, проте, без корпоративної культури, яка, на перший погляд є не обов'язковим та не визначальним аспектом в господарській діяльності, організація не зможе досягти гармонії, здорового психологічного клімату в колективі та максимального економічного ефекту. Досвід багатьох успішних підприємств свідчить, що корпоративна культура, дозволяє забезпечити високу ефективність господарської діяльності, проте вимагає постійного удосконалення та використання інноваційних підходів для адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

Аналіз останніх досліджень у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичні аспекти питання корпоративної культури досліджували: К. Голд, В. Томілов, В. Погребняк, Є. Смірнов, М. Мескон, Є. Жак, Р. Кричевський, М. Злобін, М. Сакстон. Проблематику інноваційної корпоративної культури, піднято в працях таких науковців: А. Карпов. О. Богорош, Е. Шейн. Разом з тим, актуальним залишається дослідження розвитку та зміни корпоративної культури, з урахуванням інноваційної

складової, у взаємозв'язку із зміною умов господарювання підприємства.

Цілі статті: дослідження поняття корпоративна культура та інтеграція інноваційних підходів у процес формування та розвитку корпоративної культури.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Корпоративна культура – це в основному невидима частина організації, основні правила і положення якої закріплюються підприємствами за допомогою регламентацій, принципів у кодексах, деклараціях, стратегіях компаній.

Корпоративна культура існує на підсвідомому рівні кожної людини, яка бере участь в діяльності підприємства [1].

Оскільки існує велика кількість інтерпретацій поняття «корпоративна культура» як в іноземній, так і у вітчизняній літературі, запропоновано п'ять підходів для їх систематизації:

– функціональні визначення корпоративної культури описують функції культури в організації: як механізму регуляції поведінки і передачі цінностей між працівниками;

– психологічні визначення описують особливості адаптації працівника до організаційного середовища, формування звичок та навчання працівника;

– описові визначення корпоративної культури включають перелічення усіх елементів корпоративної культури – вичерпний список усього, що охоплює корпоративна культура на думку авторів таких визначень;

– історико-генетичні визначення корпоративної культури – автори, що пропонують визначення даного характеру, включають до поняття корпоративної культури процеси соціального та культурного наслідування, традиції;

– нормативні визначення корпоративної культури – даний тип визначень об'єднує в собі ті інтерпретації культури, які орієнтовані на норми і зразки поведінки, загальноприйняті або очікувані схеми вчинків і дій працівників організації [2].

На наш погляд, корпоративна культура – це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників.

Загальна мета організаційної культури – створення в організаціях здорового психологічного клімату для об'єднання працівників в єдиний колектив, що сповідує певні етичні, моральні та культурні цінності.

Корпоративна культура включає як суб'єктивні, так і об'єктивні елементи. До суб'єктивних елементів культури належать вірування, цінності, історії, міфи та легенди, пов'язані з діяльністю організації та життям її засновників, звичаї, складені норми спілкування, гасла та інші елементи.

Об'єктивні елементи культури показують матеріальний бік життя організації. Це, наприклад, кольорова гамма, що відповідає фірмовому стилю компанії, зручність і оформлення інтер'єрів, зовнішній вигляд будівель, устаткування, меблі.

Прийнято виокремлювати три рівні корпоративної культури.

Перший рівень, характеризує, з одного боку, певні зовнішні факти, що лежать на поверхні такі як архітектура, поведінка, жести, ставлення, технологія, гасла, а з іншого – все те, що можна відчувати та сприймати за допомогою почуттів людини.

Другий рівень, передбачає вивчення цінностей і вірувань, їх сприйняття має свідомий характер.

Третій рівень включає базові припущення, що визначають поведінку: ставлення до колег, особисті припущення до роботи.

Досліджуючи корпоративну культуру підприємства потрібно виявити її основні складові, що чинять значний вплив на функціонування організації. Науковці виокремлюють наступні структурні елементи традиційної корпоративної культури [3]:

– ідеологію як систему, що утворює певні елементи (визначає певну місію організації, її базові цілі, принципи й заповіді функціонування, кодекс поведінки співробітників, що дозволяє підвищувати рівень згуртованості співробітників та якість соціального контролю);

– нормативно-процедурну складову як механізм, що забезпечує просунення працівників до поставленої мети й підвищення їх лояльності до організації; вона включає процедури та правила, котрі регулюють способи вирішення поставлених в організації завдань;

– змістову складову (відображає міжгрупові й міжособистісні відносини, загальні етичні принципи, традиції, легенди, міфи, загальну атмосферу всередині організації);

– імідж організації (ґрунтується на уявленнях про неї, що склалися у працівників, партнерів, клієнтів організації, представників ЗМІ та інших людей).

І цілому нині виділяють 2 різновиди корпоративної культури: консервативну та інноваційну, яка дозволяє не лише оперативно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, але й отримувати від них додатковий ефект.

В умовах динамічного ринкового середовища та стрімкого розвитку високих технологій конкурентоспроможність і ефективна інноваційна діяльність підприємств забезпечується за рахунок інтелектуальних активів, розвитку яких і сприяє корпоративна культура організації.

Доцільним є подальше дослідження поняття інноваційної корпоративної культури підприємства.

Згідно з ЗУ «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [4] інноваційна культура розглядається як складова інноваційного потенціалу, що характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально-психологічної підготовки особистості і суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах.

Інноваційна культура – це система цінностей, що становлять інноваційному розвитку суспільства, держави, регіонів, галузей економіки, підприємств і відображають найважливіші соціальні цінності людини, які сприяють формуванню і розвитку інноваційно активної особистості [5]. Розглянемо які елементи включає інноваційна корпоративна культура на прикладі інноваційної моделі.

Модель інноваційної корпоративної культури, подано на рисунку 1.

Наведена модель об'єднує внутрішню культуру, релігію, зовнішнє позиціонування і маркетингову концепцію. Модель цілком відповідає сучасним стандартам міжнародних компаній, в яких інноваційний розвиток корпоративної культури активно розвивається і просувається.

Інноваційна культура організації складається з інноваційної культури кожного співробітника: допитливості, творчих інтересів, прагнення до лідерства, самовдосконалення, вміння генерувати ідеї, освіти і професійних знань, від їх взаємовідносин, технічних і фінансових можливостей.

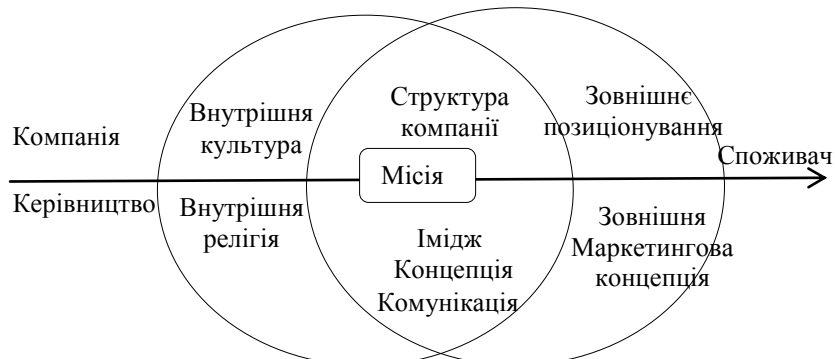


Рис. 1. Модель інноваційної корпоративної культури [6].

Важливим аспектом при дослідженні корпоративної культури є аналіз інструментів підтримки культури.

Зокрема, вчені виокремлюють наступні групи методів підтримки організаційної культури:

- об'єкти і предмети уваги, оцінки, контроль з боку менеджерів. Своїми діями, що повторюються, менеджер орієнтує працівників на те, що важливе і що від них очікується;

- реакція керівництва на критичні ситуації та організаційні кризи. У таких ситуаціях менеджери та їх підлеглі розкривають для себе корпоративну культуру значною мірою;

- моделювання ролей, навчання та тренування. Аспекти організаційної культури засвоюються підлеглими кризь призму виконання своїх ролей;

- критерії визначення винагород та статусів. Культура в організації може вивчатися через систему нагород і привілеїв. Останні, зазвичай, прив'язані до певних зразків поведінки та визначають для працівників пріоритети, а також вказують на цінності, що мають більше значення для окремих менеджерів;

- критерії прийняття на роботу, просування та звільнення;

- організаційні символи та обрядовість. Багато цінностей, що покладені в основі культури організації, виражаються через різні ритуали, традиції.

Варто зазначити, що на сьогодні підприємства активно намагаються залучати у свою діяльність соціальні медіа ресурси для обміну поглядами, думками або знаннями усередині підприємства,

в тому числі для підтримки та розвитку корпоративної культури організації.

Роками раніше, соціальні медіа ресурси підприємства використовували в першу чергу для свого представлення в мережі інтернет або рекламування (товарів, послуг) в соціальних мережах; отримування відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання; залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів; співпраці з діловими партнерами; наймання працівників.

Доцільним вважаємо проведення огляду використання соціальних мереж серед вітчизняних підприємств. В таблиці 1 здійснимо аналіз використання вітчизняними підприємствами соціальних мереж у 2017–2018 роках і специфіку їх використання, саме з метою формування та розвитку корпоративної культури організації.

Таблиця 1

Використання соціальних мереж
для формування та розвитку корпоративної культури
вітчизняних підприємств

Кількість підприємств в Україні, які використовували соціальні мережі, одиниць		Відхилення		Кількість підприємств, які використовували соціальні мережі для обміну поглядами, думками, або знаннями в середині підприємства, одиниць		Відхилення	
		Абсолютне 2018/2017	Відносне 2018/2017			Абсолютне 2018/2017	Відносне 2018/2017
2017	2018			2017	2018		
10558	12321	1763	16,7	4615	5563	948	20,5

Примітка. Розраховано на основі джерела: [8]

Отже, як бачимо з даних таблиці 1, у 2018 році кількість підприємств в Україні, які використовували соціальні мережі для обміну поглядами, думками, або знаннями в середині підприємства, тобто для підтримки корпоративної культури зросла на 20,5%, що є позитивною тенденцією і свідчить про застосування вітчизняними підприємствами прогресивних інноваційних технологій при формуванні власної культури.

При цьому, слід зауважити, що в розрізі оцінки залежно від кількості працюючих на підприємствах, аналіз показав наступні результати: у 2018 році з 5563 підприємств, що використовували соціальні мережі для обміну поглядами, думками, або знаннями

в середині організації 3825 (68,7%) це підприємства із кількістю працюючих до 50 осіб; 1258 (22,6%) підприємства із кількістю працюючих від 50 до 249 працівників і 480 (8,7%) підприємства із кількістю працюючих від 250 працюючих. Даний аналіз свідчить про активне використання соціальних мереж при формуванні корпоративної культури саме малим і середнім бізнесом в країні.

З часом під впливом обставин культура організації може зазнавати зміни, зокрема:

- зміна об'єктів і предметів уваги з боку менеджера;
- зміна стилю управління кризою або конфліктом;
- перепроєктування ролей та зміна наголосу в програмах навчання;
- зміна критерію стимулювання;
- зміна акцентів у кадровій політиці;

Є три можливості поєднання змін у поведінці та культурі в організації: зміни в культурі без змін в поведінці (працівники можуть змінити одне чи декілька вірувань або цінностей, але при цьому вони не здатні змінити свою відповідну поведінку); зміни поведінки без змін у культурі (один або більше членів організації можуть бути переконані в тому, що організаційні зміни повинні відбутися, хоча окремі працівники можуть не хотіти цього); зміни відбуваються і в поведінці, і в культурі [8].

У процесі проведення змін у культурі організації виникає багато труднощів. Це стає помітним, коли зміни починають впливати на глибинний зміст корпоративної культури, видозмінюючи закріплені традиції.

Висновки. Організації, успішна діяльність яких визначалася переважно ефективним використанням матеріальних і фінансових ресурсів, поступово витісняються підприємствами, що усвідомлюють провідну роль трудових та нематеріальних ресурсів та розвивають корпоративну культуру.

Культура охоплює ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі оцінювання виробничих, господарських та соціальних ситуацій.

Вчасне оновлення методів підтримки корпоративної культури та швидке пристосування до змін, забезпечує корпоративній культурі ефективність реалізації її ключових цінностей. Зміни в змісті культури потрібні тоді, коли наявна культура, не сприяє змінам поведінки працівників до стану, необхідного для досягнення бажаного рівня організаційної активності. Власне тому, підприємствам слід використовувати інноваційні технології та інструменти при формуванні та підтримці власної корпоративної культури.

1. Савчук Л. М. Теоретичні аспекти впливу корпоративної культури на ефективність організації. Київ, 2011. 230 с.
2. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура та її функціональний потенціал. *Економіка, фінанси, право*. 2014. №9 (88). С. 244–249.
3. Синицька О. І. Корпоративна культура: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2012. №12. С. 229–234
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 16 січня 2003 року № 433–IV / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради*. 2003. №13) зі змінами, внесеними згідно із Законом №3076–IV (3076–15) від 04.11.2005.
5. Кам'янська О. В. Корпоративна культура в системі управління інноваційним підприємством. *Економіка та держава*. 2010. №8, С. 24.
6. Шипуліна Ю. С. Критерії та методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Бізнес Інформ*. 2008. №3, С. 58–63.
7. Статистична інформація з офіційного сайту Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Ігнат'єва І. А., Гарафонова О. І. Корпоративне управління – менеджмент. Київ, 2013. 148 с.

УДК 339.137

Тендюк А. О., к.е.н., доцент,

Медведева О. І., магістр

Луцький національний технічний університет

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПРОМИСЛОВОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

У статті розглянуто методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства промисловості будівельних матеріалів. На основі існуючих вітчизняних та зарубіжних методик сформовано методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства промисловості будівельних матеріалів, що передбачає розрахунок інтегрального рівня конкурентоспроможності за складовими та з врахуванням особливостей формування конкурентних переваг підприємства за етапами ланцюга вартості. Апробацію розробленої методики здійснено на прикладі МП «Полум'я», що є виробником будівельної керамічної цегли.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, ланцюг вартості.

Tendyuk A., Medvedieva O.

METHODICAL APPROACH TO ESTIMATING THE COMPETITIVENESS LEVEL OF ENTERPRISE OF CONSTRUCTION MATERIALS

The article discusses methodical approaches to assessing the competitiveness of a building materials industry enterprise. On the basis of existing domestic and foreign methods, a methodical approach to the assessment of the competitiveness of the enterprise of the building materials industry has been formed, which involves the calculation of the integral level of competitiveness in terms of components and taking into account the peculiarities of forming the competitive advantages of the enterprise by stages of the value chain.

The main components of the assessment of the competitiveness of the enterprise of the building materials industry, according to the proposed methodology are the assessment of the competitive position of the enterprise, diagnostics of the

Тендюк А. О., Медведева О. І.

financial condition of the enterprise, diagnostics of the competitiveness of the products of the enterprise. Increasing the competitiveness of the enterprise, in our opinion, depends primarily on the realization of competitive advantages in the main and ancillary activities in accordance with the cost theory of value of A. Smith and the cost and profit value chain of M. Porter. The methodological approach involves assessing the sources of competitive advantage formation by major and ancillary activities. A high level of competitiveness cannot be ensured by an advantage in one of its determinants; the advantage over the maximum number of aspects of competitiveness is important: production, marketing, financial, personnel, management, logistics, innovation, information. It has been found that a decline in performance in one of the links in the value chain can be offset by an identical increase in performance in the other links. In this case, the integrated level of competitiveness will increase.

The integral level of competitiveness of production of the enterprise is calculated according to the following components: efficiency of production activity, financial condition of the enterprise, efficiency of organization of promotion and sale of production, competitiveness of production. The proposed methodological approach makes it possible to comprehensively evaluate the effectiveness of work in all areas of the enterprise, affecting the formation of value of the final product for the consumer.

Using the developed methodology will be effective for those market players who want to identify and evaluate all the factors that affect its activities and determine the level of efficiency; identify the existing competitive advantages and potential opportunities for their multiplication; diagnose weaknesses in the business and identify consumers in the product and organization as a whole. The main purpose of competitiveness assessment is to develop a set of works to simultaneously overcome bottlenecks and further develop the strengths of the enterprise.

Testing of the developed methodology is carried out on the example of enterprise SE «Polumya», which is engaged in providing the Lutsk district market with high quality building ceramic brick at an affordable price.

Key words: competitiveness, product competitiveness, enterprise competitiveness, competitive advantages, value chain.

Тэндюк А. А., Мэдведева Е. И.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В статье рассмотрены методические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия промышленности строительных материалов. На основе существующих отечественных и зарубежных методик сформирован методический подход оценки конкурентоспособности предприятия промышленности строительных материалов, который предусматривает расчет интегрального уровня конкурентоспособности по составляющим и с учетом особенностей формирования конкурентных преимуществ предприятия по этапам цепочки

стоимости. Апробацию разработанной методики осуществлено на примере МП «Пламя», которая является производителем строительного керамического кирпича.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, цепочка стоимости.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Підвищення рівня конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках, подальша інтеграція України до світового господарства невпинно посилює увагу підприємств-виробників різних галузей до таких економічних категорій як «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентна перевага». Запекла конкурентна боротьба змушує гравців ринку постійно відстежувати вартість всіх видів ресурсів, рівень попиту і пропозиції, оптимізувати витрати виробництва, впроваджувати досягнення НТП, підвищувати якість продукції (послуг).

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Багато зарубіжних і вітчизняних науковців присвятили свою увагу дослідженню поняття «конкурентоспроможність підприємства», починаючи з таких всесвітньо відомих науковців, як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Дж. Кейнс, М. Портер, Й. Шумпетер та їх послідовників до таких сучасників як В.Базелевич, Г. Азоев, Л. Балабанова, О. Драган, Р. Фатхутдінов, А. Юданов, В. Ільяшенко, С. Клименко, П. Зав'ялов та багато ін.

Цілі статті: узагальнення методичних підходів і формування методики оцінки конкурентоспроможності підприємства промисловості будівельних матеріалів.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Будівельний комплекс країни, що належить до матеріальної сфери виробництва, призначений для створення та відновлення основних засобів різних учасників економіки. Будівництву належить важлива роль в якісному функціонуванні всієї економіки, тому важливим є його достатнє забезпечення всіма необхідними ресурсами: матеріальними, фінансовими, людськими, інформаційними, енергетичними тощо. Саме тому логічним є необхідність паралельного розвитку взаємопов'язаних з будівництвом галузей та підгалузей

економіки. Для будівництва характерним є високий рівень матеріаломісткості, відповідно, провідне місце в забезпеченні функціонування галузі відводиться промисловості будівельних матеріалів. Нині все більш актуальним стає дослідження розвитку ринку будівельних матеріалів, виявлення тенденції та проблемних питань [1, с. 64].

Аналіз статистичних даних про обсяги виробництва основних видів продукції галузі будівельних матеріалів свідчить про те, що галузь фактично знаходиться в стані стагнації. Зокрема, обсяги виробництва цегли невогнетривкої керамічної будівельної протягом останніх 5 років поступово знижується (табл. 1), а саме на 245 тис. м³, що пояснюється зниженням використання цегли на ринку і низьким рівнем рентабельності виробництва через дороговартісні енергоносії.

Таблиця 1

Динаміка обсягу виробництва цегли
невогнетривкої керамічної будівельної протягом 2014–2018 рр.

Продукція	Роки					Абсолютне відхилення, +/- 2018/2014
	2014	2015	2016	2017	2018	
Цегла невогнетривка керамічна будівельна, тис. м ³	2229	2192	2190	2082	1984	-245

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [2]

На противагу цьому, будівельна галузь України у 2018 році продовжила демонструвати стабільне зростання обсягів будівництва в країні (табл. 2). Зокрема, частка будівельної продукції в загальному обсязі ВВП за останні 5 років зросла на 1,12 %.

Таблиця 2

Внесок будівельної галузі в загальний обсяг ВВП України

Показники	Роки					Абсолютне відхилення 2018/2014, +/-
	2014	2015	2016	2017	2018	
Загальний обсяг ВВП, млрд грн	1566,7	1979,5	2383,2	2982,9	3558,7	1992
Будівельна продукції, млрд грн	42,3	53,5	64,4	68,2	136	93,7
Частка будівельної продукції в загальному обсязі ВВП, %	2,70	2,70	2,70	2,29	3,82	1,12

Примітка. Сформовано ана основі даних джерела: [2]

Однак, не зважаючи на нинішнє падіння обсягів виробництва цегли невогнетривкої керамічної будівельної, експерти прогнозують її подальший розвиток завдяки змінам в нормативній документації. Зокрема, з 1 вересня введені певні обмеження по висотності будівель, що може вплинути на зміну технології будівництва, а саме з монолітно-каркасної на збірний залізобетон або ж цегляні будинки. Саме тому, нині особливо актуальним є питання забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств-виробників будівельної керамічної цегли [3].

Слід зауважити, що високий рівень конкурентоспроможності не можна забезпечити за рахунок переваги в одному з її детермінантів, важливою є перевага по максимальній кількості аспектів конкурентоздатності: виробничій, маркетинговій, фінансовій, кадровій, управлінській, логістичній, інноваційній, інформаційній. Майкл Портер зауважив [4, с. 67, 89, 93], що різні суб'єкти господарювання відрізняються один від одного показниками ефективності виробничої діяльності: одні мають перевагу у використанні факторів виробництва, оскільки виключають непродуктивні витрати, впроваджують прогресивні технології, розробляють системи мотивації працівників, мають компетентний управлінський апарат тощо. Все це призводить до різниці в розмірі отриманих прибутків різними гравцями ринку, оскільки вони безпосередньо впливають на відносні позиції стосовно витрат та рівня диференціації.

В процесі створення кінцевого продукту абсолютно все має значення, тому стратегія розвитку компанії має базуватися на системі всіх видів діяльності, а не на окремих її частинах. Формування конкурентних переваг забезпечується в результаті взаємопосилення та доповнення одних видів діяльності іншими. Стратегічно важливо правильно обрати оптимальне поєднання різних видів діяльності та створити унікальний ланцюг цінності, що в майбутньому блокуватиме спроби конкурентів копіювати вашу діяльність. Секрет успіху полягає в тому, що недоліки функціонування одних операцій будуть нівельовуватись за рахунок ідеального виконання інших. Тобто цінність для споживача одного виду діяльності може бути підсилена за допомогою інших.

Зважаючи на це, нами була розроблена власна методика оцінки конкурентоспроможності підприємства, в основу якої

було покладено оцінку ефективності наявного ланцюга цінності суб'єкта дослідження. Крім того, методика передбачає оцінку впливу зовнішнього макро- та мікросередовища, оцінку рівня конкуренції на ринку та конкурентного положення на ньому підприємства, визначення інтегрального рівня конкурентоспроможності, як відправної точки для розробки ефективної стратегії розвитку в майбутньому. Методика оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства наведена на рисунку 1.



Рис. 1. Методика оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства
Примітка. Складено авторами

Використання розробленої методики буде ефективним для тих гравців ринку, що бажають визначити та оцінити усі фактори,

що впливають на його діяльність і визначають рівень ефективності; виявити наявні конкурентні переваги та потенційні можливості для їх примноження; діагностувати слабкі місця в роботі підприємства і з'ясувати загальне ставлення споживачів до продукції і організації в цілому. Основна мета здійснення оцінки конкурентоспроможності – це розробка комплексу робіт по одночасному подоланню вузьких місць і подальшому розвитку сильних сторін підприємства.

Апробацію розробленої методики ми вирішили здійснити на прикладі МП «Полум'я», що займається забезпеченням ринку Луцького району високоякісною будівельною керамічною цеглою за доступною ціною. Зважаючи на виявлені проблеми в галузі будівельних матеріалів в цілому і наявність перспективи зростання попиту на будівельну цеглу, зокрема, вважаємо особливо доцільним здійснення оцінки конкурентоспроможності обраного підприємства за розробленою методикою.

На обраному нами ринку функціонує чотири виробника будівельної керамічної цегли, ринкові частки яких відображено на рисунку 2.

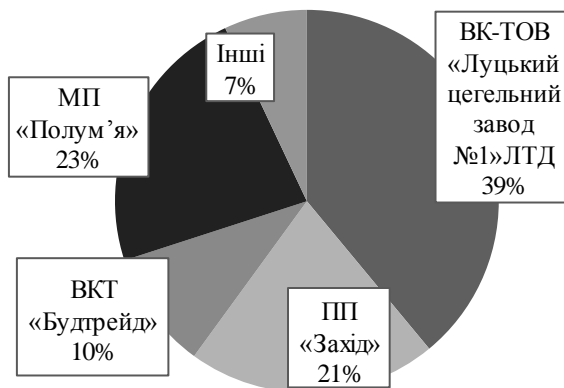


Рис. 2. Розподіл часток ринку підприємств-виробників будівельної керамічної цегли
Примітка. Складено авторами

Згідно з розподілом, на ринку є лідер – ВК-ТОВ «Луцький цегельний завод №1» ЛТД, який випереджає інших за обсягами виробництва та реалізації продукції, оскільки є найпотужнішим

серед представлених, однак ідеальну пропорцію для споживача «ціна-якість» зберігає за собою саме МП «Полум'я». Ряд переваг, що дозволяють підприємству забезпечувати високий рівень якості його продукції змогли виявити в ході здійснення оцінки особливостей управління конкурентоспроможністю на основі джерел формування його конкурентних переваг. Спираючись на думку М. Портера про важливість оцінки кожної складової та процесу, що впливають на кінцевий результат діяльності – оцінили ефективність «ланцюгу цінності» МП «Полум'я», виокремили сильні місця підприємства, що дозволяють знижувати витрати та підсилювати цінність продукту для споживача і вузькі місця, вплив яких частково знижується за рахунок переваг, однак вони все одно потребують усунення для підвищення конкурентоспроможності.

Тож, в процесі аналізу виробничої діяльності було виявлено такий недолік, як постійно зростаючий показник матеріаломісткості продукції. Насправді, така проблема є характерною для всіх виробників будівельної цегли, оскільки технологія вимагає значних затрат палива. Особливо гостро це питання стоїть зараз, враховуючи нестабільну економічну ситуацію в країні та постійне здорожчання газу. Однак, цю проблему зі зростанням матеріаломісткості дещо нівелюють виокремлені переваги у виробничій сфері, а саме:

- ефективне використання наявних ОЗ, про що свідчить зростання показника фондovіддачі та зменшення показника фондovісткості;

- забезпеченість виробництва кваліфікованими робітниками (основна частина робітників мають 4 та 5 розряди);

- висока якість продукції, яка забезпечується суворим подвійним контролем параметрів цегли на стадії виробництва та готової продукції кожної партії;

- наявність власного транспортного парку та збільшення частки транспортних засобів протягом аналізованого періоду;

- наявність найбільшої кількості ліцензій серед конкурентів, що забезпечує вищий рівень гнучкості.

Крім того, спеціально для зменшення рівня матеріаломісткості керівництво підприємства запровадило зменшення нерациональних витрат палива за рахунок впровадження жорсткого контролю за його використанням під час неповного завантаження установок чи неробочого часу.

Низький рівень плинності кадрів і високий рівень стабільності персоналу свідчить про сприятливі умови праці на підприємстві і забезпеченість його кваліфікованими досвідченими працівниками. Позитивним моментом є ріст заробітної плати протягом аналізованого періоду та вищий рівень середньої з/п одного працівника МП «Полум'я» за місяць порівняно із рівнем з/п по Волинській області. Хоча слід також зазначити, що система управління персоналом не є досконалою, робота відділу кадрів зводиться до прийому і звільненню працівників, не приділяється достатня увага розвитку персоналу, що може мати негативні наслідки в майбутньому.

В процесі аналізу маркетингової діяльності було з'ясовано, що не приділяється значна увага рекламній діяльності. Інструменти реклами досить бідні, що не дає змоги залучати нових споживачів. Однак є одна величезна перевага, що дозволяє підвищувати цінність продукції для споживача – «ідеальне» співвідношення категорій «ціна-якість». МП «Полум'я» неухильно притримується власної місії функціонування: забезпечення споживачів високоякісною будівельною цеглою за доступною ціною.

В товаророзподілі акцент робиться на інтенсивне стимулювання збуту, надання експертних консультацій та кваліфікованої допомоги за допомогою використання прямого маркетингу. Додатково підприємство має змогу надавати послуги: складування, оскільки володіє значними складськими площами; транспортування – оскільки наявне власне транспортне господарство; консультування.

Високий рівень якості продукції та надання додаткових послуг – ті параметри, що становлять найбільшу цінність для споживача. Та чи є ефективною робота самого підприємства. Відповідь на це питання зможе дати визначення інтегрального показника конкурентоспроможності (табл. 3).

Падіння показника в категорії «фінансовий стан» у 2018 році є негативним явищем, попри це інтегральний показник конкурентоспроможності показав тенденцію до зростання, що можна пояснити ефективною роботою всіх інших підсистем підприємства. Це є яскравим підтвердженням того, що недоліки в роботі певного елемента можна знизити чи усунути в кінцевому результаті за рахунок бездоганної роботи інших. Тому важливим є

зосередження уваги на всіх процесах, що впливають на кінцевий продукт та створюють цінність для споживача.

Таблиця 3

Рівень інтегрального показника
конкурентоспроможності МП «Полум'я»

Критерії	Значення критерію				
	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
Ефективності виробничої діяльності	20,938	34,8	39,7	44,025	46,668
Фінансового стану	2,567	2,675	1,820	1,480	0,93
Ефективності організації просування та збуту продукції	0,556	1,449	1,416	1,621	2,033
Конкурентоспроможності товару	1,022	1,014	1,018	1,013	1,016
Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства	2,567	3,812	3,958	4,513	8,073

Висновки. Експерти прогнозують новий етап зростання будівельної індустрії, що обумовлено: початком реалізації відкладеного попиту в комерційному будівництві 2015–2017 років, запуском Фонду Регіонального розвитку, запуском Фонду енергомісткості, зростанням доходів місцевих бюджетів на 15–20% завдяки НП «Децентралізація» [5]. Це є сигналом для підприємств-виробників будівельних матеріалів до початку ще суворішої конкурентної боротьби за споживача і лідером стане саме той суб'єкт господарювання, який зможе запропонувати найбільшу цінність для покупця, в той же момент забезпечивши найнижчий рівень витрат для себе.

1. Калініченко Л. Л., Сидорова Ю. Р. Аналіз тенденцій розвитку будівельної галузі та будівельної продукції України. *Молодий вчений*. 2017. №4.4 (44.4). С. 64–68.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 05.11.2019).
3. Будівельне сповільнення. Бізнес. URL: <https://business.ua/business/4447-budivselne-spovilnennia> (дата звернення 05.11.2019).
4. Портер М.Э. Конкуренция: пер. с англ. Москва : Вильямс, 2005. 608 с.
5. Ринок будівництва і будівельних матеріалів в Україні: результати 3 міс. 2019 і прогноз // Газобетон. URL: <https://gazobeton.org/uk/node/636> (дата звернення 09.11.2019).

УДК 331.5(477)

Шубала І. В., к.е.н., доцент,

Гордійчук А. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ОЦІНКА ВПЛИВУ ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У РЕГІОНІ

У статті проведено оцінку впливу демографічних процесів на розвиток людського капіталу на прикладі окремого регіону – Волинської області.

Ключові слова: демографічні процеси, людський капітал, постійне населення, народжуваність, смертність, тривалість життя населення.

Shubala I., Gordijchuk A.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF DEMOGRAPHIC PROCESSES ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE REGION

The purpose of the article is to evaluate the impact of demographic processes on the development of human capital on the example of a particular region – the Volyn region.

The gender dynamics of the population in the Volyn region as of the beginning of 1979–2019 has been studied. The decrease in the population of the region also leads to a decrease in the basic quantitative characteristics of its human capital. There has been a slight increase in the proportion of men in the total population of the region over a long period of time – from 46.7% in 1979 to 47.2% in 2018, which indicates an increase in the contribution of men to the region's total human capital.

A more detailed analysis of trends in population change by residence indicates a rapid decline in rural population. That is, there is a shift in the basic quantitative characteristics of human capital from rural areas to urban settlements.

There is a positive trend in reducing the number of deaths for all reasons. The biggest positive changes occurred in the reduction of the dead from diseases of the circulatory system, and there was a sharp decrease in the deaths from respiratory diseases. In general, the prospect of raising human capital in the future can be positively assessed by increasing life expectancy, especially for women.

The dynamics of fertility, mortality and natural increase (decrease) of the population in Volyn region for the years 1990–2018 is studied.

The major human capital is concentrated in the cities of Volyn region, which is also in the most productive age of 30–44 years. Whereas human capital in rural areas is less productive and belongs to more age categories. Although, on average,

60.2% of the population in the region are of working age and 76.9% are over 18 years of age. The older age group over 60 is 18.9%.

It is concluded that the basic quantitative indicators of human capital are highly dependent on the demographic processes in the region, as well as the processes of urbanization and changes in the direction of socio-economic development both at the national and regional levels. An effective government policy to support fertility, as it has been since 2005, or other negative factors, such as the intensification of the military conflict in the East of our country, may also have a positive or negative impact on the change of human capital. Therefore, it is important to look at the impact on human capital and other factors that are not only quantitative but qualitative in nature.

Keywords: demographic processes, human capital, permanent population, fertility, mortality, life expectancy.

Шубала І. В., Гордийчук А. І.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РЕГИОНЕ

В статье проведена оценка влияния демографических процессов на развитие человеческого капитала на примере отдельного региона – Волынской области.

Ключевые слова: демографические процессы, человеческий капитал, постоянное население, рождаемость, смертность, продолжительность жизни населения.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Майбутній розвиток країни та її регіонів значною мірою залежить від того, наскільки потужним є наявний людський капітал, який визначає основу для можливості реалізації різноманітних реформ на національному чи регіональному рівнях. Основи для формування та розвитку людського капіталу закладаються протягом тривалого періоду. Тому важливо, щоб органи влади різних рівнів враховували сучасні тенденції у сфері освіти і науки, розвитку сучасних технологій для закладення базових основ формування людського капіталу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. На даний час питання підвищення людського капіталу і його розвитку стали об'єктами дослідження багатьох вітчизняних вчених, які напружували значну теоретичну базу в цьому напрямі. Серед них: Кульчицький Б. В., Маказан Є. В., Нагорна Л. В., Олівєвська М. Г., Семикіна М. В., Смирнова І. І.,

Ушенко Н. В., Федулова С. О., Чорний Р. С., Шаульська Л. В., Щетинін А. І. та інші. Але для розробки конкретних заходів в рамках реалізації шляхів розвитку людського капіталу доцільно перемістити епіцентр досліджень на регіональних рівень.

Цілі статті: проведення оцінки впливу демографічних процесів на розвиток людського капіталу на прикладі окремого регіону – Волинської області.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На початковому етапі дослідження вивчено динаміку чисельності населення за статевою ознакою у Волинській області станом на початок 1979–2019 рр. (рис. 1).

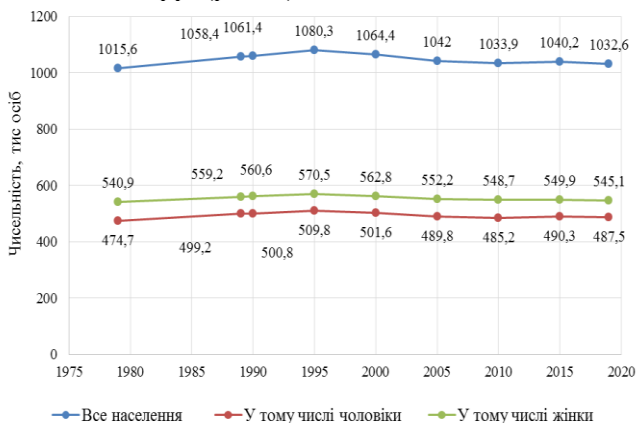


Рис. 1. Динаміка чисельності населення за статевою ознакою у Волинській області станом на початок 1979–2019 рр.
Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [1–4]

Загальна чисельність населення у Волинській області, починаючи з 80–х рр. ХХ ст., залишається на рівні понад 1 млн осіб, набувши найбільшого значення у 1995 році – 1080,3 тис осіб. Але надалі цей показник поступово зменшувався й у 2018 році досягнув 1032,6 тис осіб, або на 4,4%. Аналіз зміни чисельності за статевою ознакою свідчить про переважання на 50–60 тис осіб чисельності жінок, але їх чисельність мала тенденцію також до зменшення – з максимального рівня у 1995 році 570,5 тис осіб до 545,1 тис осіб у 2018 році, або на 4,5%. Чисельність чоловіків

також зменшувалася – з максимальних 509,8 тис осіб у 1995 році до 487,5 тис осіб у 2018 році, або на 4,4%. Тобто зменшення чисельності населення регіону призводить і до зменшення базових кількісних характеристик його людського капіталу. Протягом тривалого часового періоду спостерігається незначне збільшення питомої ваги чоловіків у загальній чисельності населення регіону – з 46,7% у 1979 році до 47,2% у 2018 році, що свідчить про зростання внеску чоловіків до загальної величини людського капіталу регіону.

Після цього доцільно проаналізувати зміну чисельності населення за місцем проживання у Волинській області станом на початок 1995–2009 рр. (рис. 2).

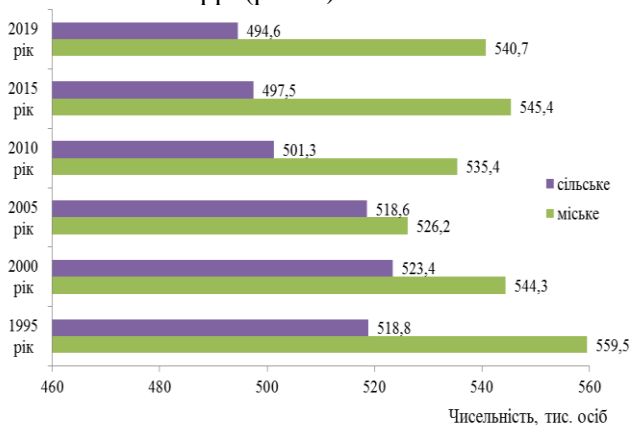


Рис. 2. Зміна чисельності населення за місцем проживання у Волинській області станом на початок 1995–2009 рр.
Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [4]

Детальніший аналіз тенденцій зміни чисельності населення за місцем проживання свідчить про стрімке зниження чисельності сільського населення – з 518,8 тис осіб на початок 1995 року до 494,6 тис осіб на початок 2019 року, або на 4,7%. В той же час, кількість міського населення, хоча й переважала сільське, але мала також тенденцію до зменшення – з 559,5 тис осіб на початок 1995 року до 540,7 тис осіб на початок 2019 року, або на 3,4%. Послабити ці негативні процеси вдалося через переселення частини сільського населення у міста. Тобто спостерігається переміщення

базових кількісних характеристик людського капіталу з сільської місцевості у міські поселення.

До основних причин смертності можна віднести хвороби системи кровообігу, а також новоутворення, хоча протягом аналізованого періоду відбулося зменшення таких випадків. Натомість у 2018 році порівняно з 2015 роком зросла кількість смертей через зовнішні причини (на 4,3%) і хвороб органів травлення (на 22,0%). Серед позитивних моментів можна відмітити зменшення смертності за цей період від деяких інфекційних та паразитарних хвороб на 12,6%.

Важливим напрямком аналізу має стати вивчення зміни кількості померлих за видами хвороб у Волинській області за 2005–2018 рр. (рис. 3).

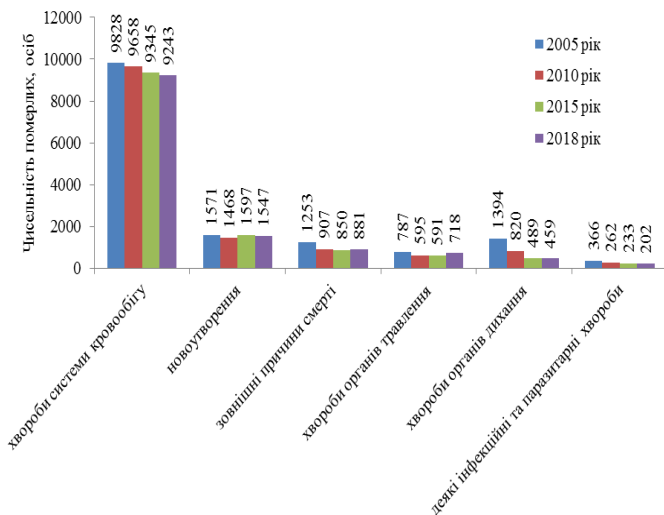


Рис. 3. Зміна кількості померлих за видами хвороб у Волинській області за 2005–2018 рр.

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [1–4]

Детальніший аналіз показує, що спостерігається позитивна динаміка зменшення кількості померлих з усіх причин. Зокрема, найбільші позитивні зрушення відбулися щодо зменшення померлих від хвороб системи кровообігу, також відбулося різке зменшення померлих від хвороб органів дихання. Відносно

стабільною є кількість померлих від новоутворень. Це свідчить, що кількісні характеристики людського капіталу залежать від ефективності системи охорони здоров'я у регіоні. В цьому контексті важливо підвищити ефективність боротьби з новоутвореннями, що дозволить підвищити й рівень людського капіталу.

Після результатів попереднього аналізу важливо також вивчити зміну середньої очікуваної тривалості життя при народженні за статтю у Волинській області за 1995–2018 рр. (рис. 4).

Загалом якість системи охорони здоров'я та комфортність умов проживання і роботи прямо впливають на зміну показника середньої очікуваної тривалості життя при народженні, який для обидвох статей протягом періоду мав тенденцію до зростання – з 68,3 років у 1995 році до 71,5 років у 2018 році, але щодо жінок він був значно вищим й також змінювався у позитивному напрямі – відповідно з 73,6 років до 77,2 років. Щодо середньої очікуваної тривалості життя для чоловіків, то рівень цього показника був значно меншим, але також мав тенденцію до зростання – з 63,1 років до 66,0 років.

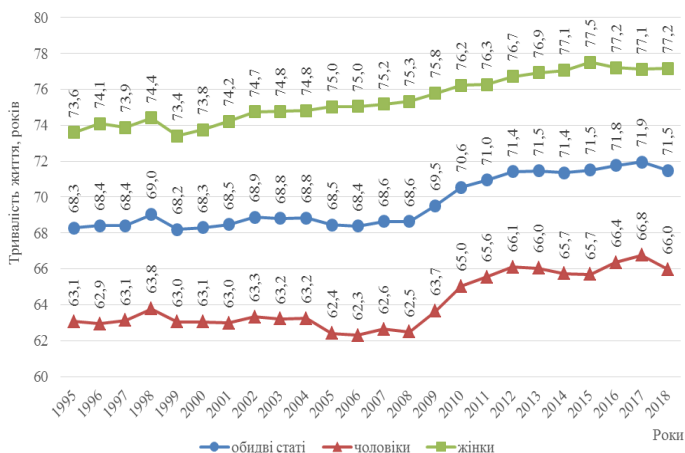


Рис. 4. Зміна середньої очікуваної тривалості життя при народженні за статтю у Волинській області за 1995–2018 рр.
Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [1–4]

Тобто загалом можна позитивно оцінити можливості щодо підвищення людського капіталу у майбутньому за рахунок

зростання середньої очікуваної тривалості життя, особливо це стосується жінок.

Наступний напрямок досліджень передбачає вивчення динаміки показників народжуваності, смертності та природного приросту (скорочення) населення у Волинській області за 1990–2018 рр. (рис. 5).

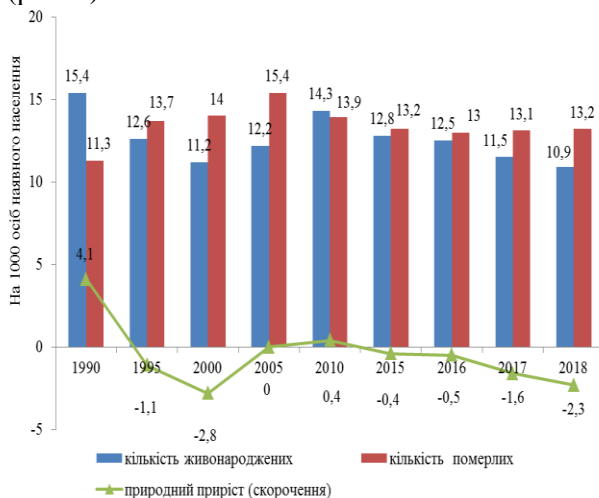


Рис. 5. Динаміка показників народжуваності, смертності та природного приросту (скорочення) населення у Волинській області за 1990–2018 рр.

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [1–4]

Значний вплив на зміну людського капіталу мають демографічні процеси. Загалом після 1990 року спостерігається негативна тенденція до зменшення рівня народжуваності, який до певного періоду (2010 року) навіть зростав, але надалі через нестабільну економічну ситуацію в країні до 2018 року зменшився до рівня 10,9 проміле, тоді як у 1990 році становив 15,4 проміле. З іншого боку, рівень смертності навпаки протягом аналізованого періоду збільшився до 13,2 проміле, тоді як у 1990 році він становив 11,3 проміле. Відповідно, природний приріст населення з позитивного значення у 1990 році (+4,1 проміле) погіршився до негативних відміток після 2015 року і у 2018 році становив (-2,3 проміле). Це є прямим свідченням наростання негативної тенденції до зменшення людського капіталу регіону.

Населення у Волинській області за місцем проживання та віковими групами розподілено нерівномірно. Найменша його кількість і частка припадає на вікову групу до 1 року – становить 1,1–1,2%. З іншого боку, найбільшою є частка населення у віці 30–34 роки та віці 70 і старшому – 8,6%.

Надалі доцільно також детальніше вивчити розподіл постійного населення за віковими групами у Волинській області станом на 1 січня 2019 року (рис. 6).

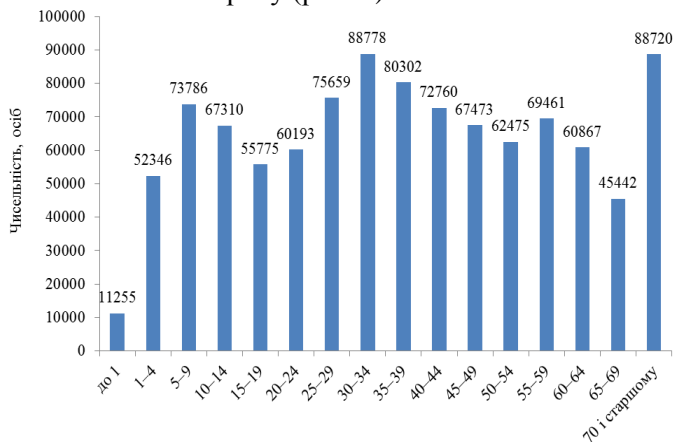


Рис. 6. Розподіл постійного населення за віковими групами у Волинській області станом на 1 січня 2019 року, осіб
Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [4]

Детальніший аналіз розподілу постійного населення за віковими групами свідчить про переважання за чисельністю населення осіб у віці понад 70 років (88720 осіб), а також осіб у віці 30–34 років (88778 осіб), тоді як найменшою є кількість населення у віці до 1 року (11255 осіб), а також у віці 65–69 років (45442 осіб) та 1–4 років (52346 осіб). Також значні негативні перепади чисельності характерні для вікових груп 15–19 років та 50–54 років. Натомість, позитивні «хвилі» зростання людського капіталу характерні для вікових груп 5–9 років, 30–34 років та 55–59 років.

Висновки. Можна констатувати, що основний людський капітал зосереджено у містах області, який також є у найбільш продуктивному віці 30–44 років. Тоді як людський капітал у

сільській місцевості менш продуктивний і належить більш вікових категорій. Хоча в середньому в області 60,2% населення перебувають у працездатному віці, а 76,9% у повнолітньому віці понад 18 років. Старша вікова категорія у віці понад 60 років становить 18,9%.

Базові кількісні показники людського капіталу перебувають у значній залежності від демографічних процесів у регіоні, а також процесів урбанізації та зміни напряму соціально-економічного розвитку як на національному, так і регіональному рівнях. Також позитивний чи негативний вплив на зміну людського капіталу може мати ефективна державна політика підтримки народжуваності, як це було після 2005 року, або інші подекуди негативні чинники, зокрема як активізація воєнного конфлікту на Сході нашої країни. Тому надалі важливо вивчити вплив й інших чинників, які мають не тільки кількісний, але й якісний характер.

1. Волинський обласний центр зайнятості: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.dcz.gov.ua/vol/control/uk/index>
2. Волинь у соціально-демографічному вимірі 2017 : стат. зб. За ред. В. Науменка. Луцьк: Головне управління статистики у Волинській області, 2018. 180 с.
3. Волинь-2018: стат. щорічн. За ред. В. Науменка. Луцьк: Головне управління статистики у Волинській області, 2019. 458 с.
4. Головне управління статистики у Волинській області: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.

УДК 396(477)

Шубалий О. М., д.е.н., професор,

Шоцька К. О.

Луцький національний технічний університет

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ ЗА РІЗНИМИ ОЗНАКАМИ

У статті проведено порівняльний аналіз забезпечення гендерної рівності у сфері зайнятості в Україні за різними ознаками: віковими групами, віком працездатності, рівнем зайнятості, рівнем освіти.

Шубалий О. М., Шоцька К. О.

Ключові слова: гендерна рівність, жінки, чоловіки, зайнятість населення, праця, вікові групи, рівень освіти.

Shubalyi O., Shots'ka K.

COMPARATIVE ANALYSIS OF GENDER EQUALITY IN EMPLOYMENT IN DIFFERENT WAYS

The article provides a comparative analysis of gender equality in employment in Ukraine on various grounds: age groups, age of working capacity, level of employment, level of education.

Issues of gender equality in the workplace remain extremely relevant to the realities of Ukraine. This concept describes a state of respect for the rights of women and men in which neither party feels inequality, oppression and misconduct of any nature whatsoever. At present, gender equality is mainly talked about because of the frequent cases of non-observance of women's rights, first and foremost, of men.

The ratio of employed men and women by age groups in Ukraine in 2010–2017 is compared. In general, there is a tendency to increase of the number of employed men in the economically active age of 15–70 years. While in working age, this ratio tends to decline. In general, the working age is still dominated by the number of employed men, where the coefficient is 1.09-1.13 units, and already at the age older than the working age women have the advantage over the number of employed. The employment rates of women are comparatively lower than men's and there is a tendency for negative deviations to increase between these indicators, indicating that there are some additional barriers to women's employment.

Ranking of regions of Ukraine by the employment rate of women in 2017 and comparison with the data for 2014 is made. The highest employment rate of women is observed in the economically developed regions of the country and Kyiv, and the lowest in the regions with low levels of remuneration. In most of the ranking regions, the central position also saw a decrease in the employment rate of women compared to 2014, indicating a worsening situation in women's employment and regionally.

A comparison of changes in the employment rate of women by level of education in Ukraine for 2015–2017 has been made. Women with incomplete higher education and vocational education have the best employment opportunities. Somewhat worse job prospects are characterized by women who have completed comprehensive secondary education. Employees with basic general secondary education, especially those with elementary or secondary education, or who have no education at all, have the least chance of employment.

Therefore, having a higher education level is a certain additional guarantee for women's employment. Therefore, as much as possible, women, despite family circumstances and child-rearing, should be encouraged to pursue higher education levels and degrees, which will allow them to find a decent place of work in the future with a decent level of remuneration.

Keywords: gender equality, women, men, employment, labor, age groups, educational level.

Шубальый А.М., Шоцкая К.О.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГЕНДЕРНОГО РАВЕНСТВА В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ ПО РАЗЛИЧНЫМ ПРИЗНАКАМ

В статье проведен сравнительный анализ обеспечения гендерного равенства в сфере занятости в Украине по разным признакам: возрастными группами в возрасте работоспособности, уровнем занятости, уровнем образования.

Ключевые слова: гендерное равенство, женщины, мужчины, занятости населения, труд, возрастные группы, уровень образования.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Питання забезпечення гендерної рівності у сфері праці залишаються надзвичайно актуальним для реалій України. Це поняття характеризує такий стан дотримання прав жінок і чоловіків, при якому жодна зі сторін не відчуває нерівності, утисків та неправомірної діяльності будь-якого характеру загалом. В теперішній час про гендерну рівність переважно говорять через нерідкі випадки недотримання перш за все прав жінок порівняно з чоловіками. Адже нерідко роботодавці не хочуть брати на роботу молодих жінок, які можуть через короткий період час піти у відпустку по догляду за дитиною, а йому потрібно буде шукати іншу людину на тимчасове вакантне місце. Також відбувається прихована дискримінація прав жінок в окремих видах економічної діяльності, а також у системі державного управління.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання забезпечення гендерної рівності у сфері праці стали об'єктами наукових досліджень багатьох вітчизняних учених: Андрусяк І., Балягузова О., Блага В., Доломан К., Гордієнко Є., Васильченко О., Власенко Н., Виноградова Л., Калачова І., Дмитренко М., Добржанська І., Збаржевецька Л., Самсонова К., Івченко Ю., Карнаух А. та інші.

Цілі статті: проведення порівняльного аналізу забезпечення гендерної рівності у сфері зайнятості за різними ознаками.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На першому етапі дослідження проведено порівняння співвідношення зайнятих чоловіків і жінок за віковими групами в Україні у 2010–2017 рр. (рис. 1).

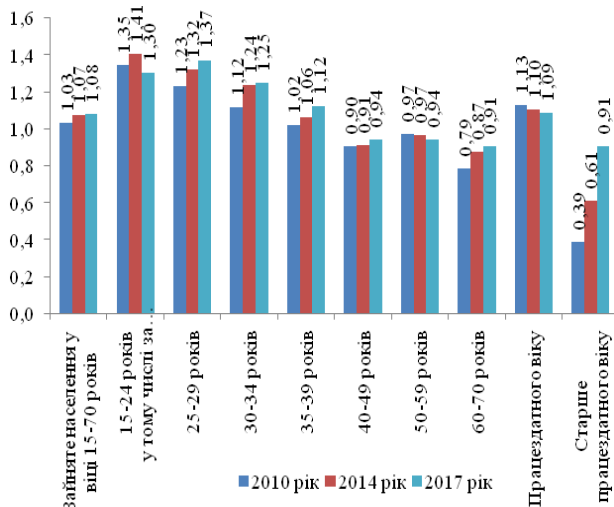


Рис. 1. Порівняння співвідношення зайнятих чоловіків і жінок за віковими групами в Україні у 2010–2017 рр.

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [10; 11; 14]

Як бачимо, загалом у віці 15–70 років перевищення кількості зайнятих чоловіків є незначним, але протягом аналізованого періоду збільшилося з 1,03 до 1,08 одиниць. Натомість найбільше значення цей показник набуває у молодому віці 15–24 років – 1,3–1,41, але має тенденцію до зменшення. Поряд з цим вже починаючи з віку 40 років частка чоловіків вже є меншою, ніж жінок, відповідно у віковій групі 60–70 років досягається найменше значення його співвідношення – 0,79–0,91 одиниць.

Загалом ще у працездатному віці зберігається переважання кількості зайнятих чоловіків, де коефіцієнт становить 1,09–1,13 одиниць, а вже у віці старшому за працездатний навпаки жінки мають перевагу за чисельністю зайнятих, хоча відбулося різке зростання цього показника з 0,39 од у 2010 році до 0,91 од у 2017 році, що свідчить про необхідність зайнятості чоловіків через низький рівень пенсійного забезпечення та соціального захисту пенсіонерів в нашій країні.

Надалі важливе значення має проведення порівняння динаміки рівня зайнятості жінок і чоловіків за віком працездатності в Україні за 2010–2017 рр. (рис. 2).

Загалом рівень зайнятості жінок протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зниження – з 54,4% у 2010 році до 51,4% у 2017 році, але щодо чоловіків ця тенденція є також негативною – з 62,9% до 61,4%. Натомість у працездатному віці, якщо рівень зайнятості жінок зменшувався – з 63,3% до 60,5%, то рівень зайнятості чоловіків навпаки – мав тенденцію до зростання – з 67,5% до 68,6%.

Також щодо жінок спостерігається різке зниження рівня зайнятості у віці старшому за працездатний – з 28,4% у 2010 році до 12,1% у 2017 році, хоча щодо чоловіків цей показник був завжди вищим, але також зменшувався – з 27% до 16,5%. Таким чином, можна зробити висновок, що показники рівня зайнятості жінок є порівняно нижчими ніж чоловіків та спостерігається тенденція до зростання негативного відхилення між цими показниками, що свідчить про наявність певних додаткових бар'єрів щодо працевлаштування жінок.

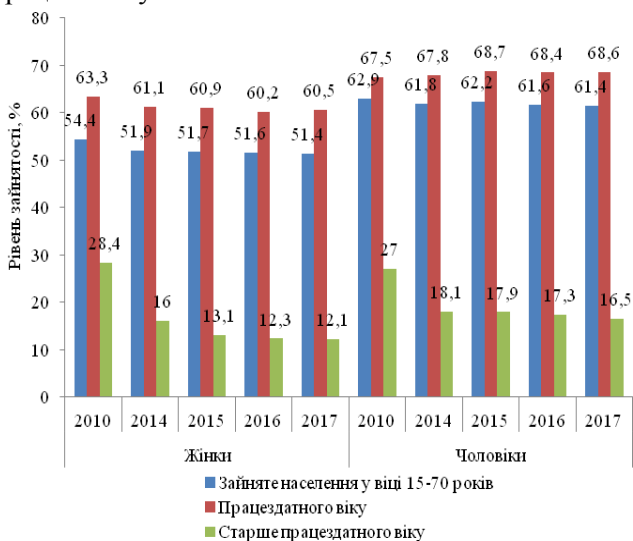


Рис. 2. Порівняння динаміки рівня зайнятості жінок і чоловіків за віком працездатності в Україні за 2010–2017 рр.

Примітка. Сформовано на основі даних джерела: [10]

Адже нерідко роботодавці під різними приводами не хочуть приймати на роботу молодих жінок через те, що вони після освоєння професії можуть піти у відпустку по догляду за дитиною, а це змусить роботодавця знову шукати працівника та проводити його професійне навчання.

На наступному етапі дослідження проведено ранжування регіонів України за рівнем зайнятості жінок (за методологією МОП) у 2017 році та порівняння з даними за 2014 рік (рис. 3).

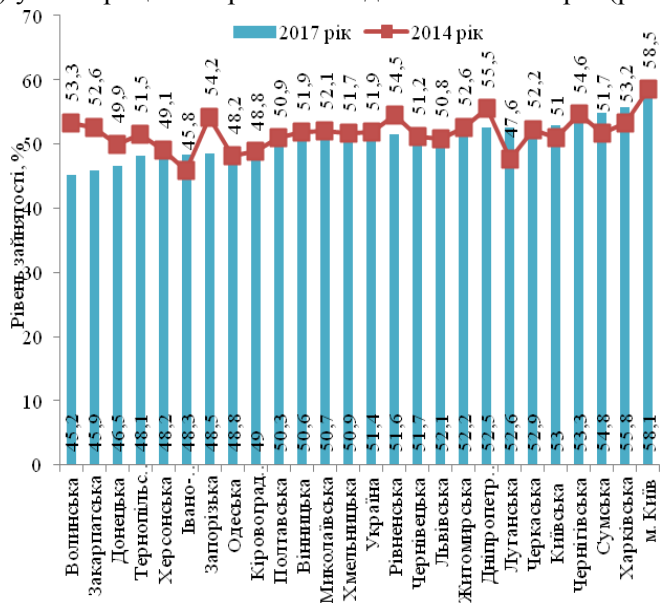


Рис. 3. Ранжування регіонів України за рівнем зайнятості жінок (за методологією МОП) у 2017 році та порівняння з даними за 2014 рік

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [10; 11; 14]

Як видно з таблиці найбільшим рівнем зайнятості жінок характеризувалися м. Київ – 58,1%, Харківська область – 55,8%, Сумська область – 54,8%. При цьому в останніх 2-х областях рівень зайнятості у 2017 році підвищився порівняно з 2014 роком.

З іншого боку, найменшим рівнем зайнятості жінок характеризувалися Волинська область – 45,2%, Закарпатська – 45,9%, Донецька – 46,5% та Тернопільська – 48,1%. При цьому у

цих областях відбулося зниження рівня зайнятості жінок порівняно з 2014 роком. В більшості регіонаів, які займають за підсумками ранжування центральні позиції також відбулося зниження рівня зайнятості жінок порівняно з даними за 2014 рік, що свідчить про погіршення ситуації щодо працевлаштування жінок й у регіональному розрізі.

Надалі доцільно детальніше зосередити увагу на проведенні порівняння зміни рівня зайнятості жінок за рівнем освіти в Україні за 2015–2017 рр. (рис. 4).

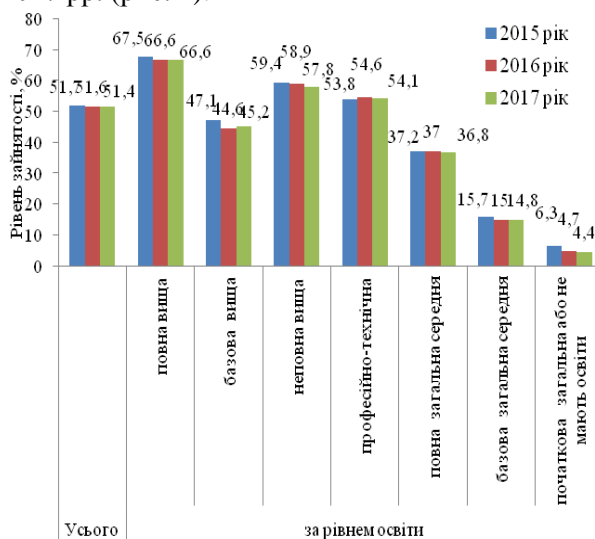


Рис. 4. Порівняння зміни рівня зайнятості жінок за рівнем освіти в Україні за 2015–2017 рр.

Примітка. Сформовано на основі даних джерел: [10; 11; 14]

На фоні загального зниження рівня зайнятості жінок протягом аналізованого періоду з 51,7% у 2015 році до 51,4% у 2017 році, також спостерігається зниження цього показника за усіма ступенями освіти. Найбільшим рівнем зайнятості відзначаються жінки, які мають вищу освіту, але цей показник зменшується з 67,5% до 66,6%. Значно нижчим рівнем зайнятості характеризуються жінки з базовою вищою освітою, але також він знижується – з 47,1% до 45,2%. Кращі можливості щодо працевлаштування мають жінки, які мають неповну вищу та професійно-технічну освіту. Деяко

гіршими шансами на працевлаштування характеризуються жінки, які мають повну загальну середню освіту. Найменші шанси на працевлаштування мають працівники з базовою загальною середньої освітою, а особливо з початковою загальною або середньою освітою чи які не мають освіти взагалі. Щодо цієї групи також спостерігається зниження рівня зайнятості з 6,3% у 2015 році до 4,4% у 2017 році.

Висновки. Проведено порівняння співвідношення зайнятих чоловіків і жінок за віковими групами в Україні у 2010–2017 рр. В цілому спостерігається тенденція до зростання рівня перевищення кількості зайнятих чоловіків у економічно активному віці 15–70 років. Тоді як у працездатному віці це співвідношення має тенденцію до зниження.

Здійснено ранжування регіонів України за рівнем зайнятості жінок у 2017 році та порівняння з даними за 2014 рік. Найбільший рівень зайнятості жінок спостерігається в економічно розвинених регіонах країни та м. Києві, а найменший – у регіонах з низьким рівнем оплати праці.

Проведено порівняння зміни рівня зайнятості жінок за рівнем освіти в Україні за 2015–2017 рр. Отже, для підвищення рівня працевлаштування доцільно здобувати повну вищу освіту. Найменше шансів працевлаштуватися мають жінки із початковим рівнем або без освіти.

Отже, наявність вищого рівня освіти є певною додатковою гарантією для забезпечення працевлаштування жінок. Тому потрібно максимально стимулювати жінок, незважаючи на сімейні обставини та виховання дітей, здобувати вищі рівні та ступені освіти, що дозволить їм у майбутньому знайти пристойне місце роботи з достойним рівнем оплати праці.

1. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Діти, жінки та сім'я в Україні 2017 : Стат. зб. К. : Держстат України, 2018. 320с.
3. Економічна активність населення України 2017 : Стат. зб. К. : Держстат України, 2018. 205 с.
4. Шубалий О. М. Аналіз дотримання гендерної рівності у сфері праці. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 6 груд. 2019 р., Частина 1. Луцьк, 2019. С. 337–339.

УДК 332.145: 334.722

Горин Г. В., провідний інженер сектор транскордонного співробітництва ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

У статті розглянуто та систематизовано існуючі чинники впливу на розвиток суб'єктів господарювання прикордонних регіонів України, визначено їхні переваги та недоліки; аналізовано пари показників, які впливають на підвищення розвитку суб'єктів господарювання для економіки регіону з використанням регресійно-кореляційного методу; розглянуто прикладні рекомендації щодо побудови ряд регресійних моделей відповідних залежностей, що засвідчують адекватність вираження основних процесів і тенденцій, високу залежність між обраними чинниками і результатуючими показниками, які цілком здатні вплинути на підвищення розвитку суб'єктів господарювання прикордонного регіону загалом.

Ключові слова: суб'єкти господарювання; прикордонні регіони України; чинники впливу; регресійні моделі; регресійно-кореляційний метод.

Норун Н.

FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC ENTITIES FOR THE ECONOMY OF THE CROSS-BORDER REGIONS OF UKRAINE IN GLOBAL VALUE CHAINS

The importance of development of economic entities for the economy of the border regions of Ukraine is defined. It makes the most of the potential of cooperation to accelerate the socio-economic development of the region. The development of economic entities in the border regions of Ukraine is a complex, long-term process, the success of which is largely determined by the sequence of actions of the central and regional authorities of Ukraine and coordination with neighboring territories of neighboring countries. Therefore, their development depends on many factors of influence.

The existing factors influencing the development of economic entities of the border regions are considered and systematized in the article. It is appropriate to include such external and internal factors in the group of factors of influence on the relation to the border regions. External factors are related to: national and world standards of investment policy; state policy of socio-economic development; innovative, investment, financial and credit, tax, monetary policy of the state; mobility of international investments, etc.

Internal factors include: the legal field; the level of economic development of the region; the level of infrastructure development of the region; demographic characteristics of the region; the level of investment, criminogenic and other risks.

The factors of influence on the attitude to the development of business entities are: staffing factor: unemployment, working conditions, availability and adequacy of skilled workers; a stable legal framework; stable economic conditions under which it is carried out: realization of development of economic entities, management of economy, which determines its quality and economic efficiency; stable advertising and information conditions.

Therefore, the development of economic entities in the region is formed by these two characteristic features. At the same time, it is interdependent in the relations «subject of economic activity – investor – region – state». Accordingly, each of the regions has the potential, its features, development opportunities.

It should be noted that the factors affecting the development of business entities need to be constantly monitored, data collection updated and information analyzed.

It is extremely important to study the influence of factors on increasing the development of economic entities for the economy of the region using the regression-correlation method, the essence of which is to analyze the statistics to identify the mathematical relationship between the input variables and the output indicators, which most fully reflect the density of influence to enhance the development of economic entities by means of a correlation coefficient.

In addition to the calculated values of the pair correlation coefficients (k_{cor}) and the coefficient of determination (d_{ter}) of the relationships between the set parameters of the regression model parameters, their significance was verified by the Student's t -distribution, Fisher's F -statistics, Darbin-Watson (DWe) and coefficients (DW) correlation ($Rsquare$).

The pair of indicators that influence the economic development of the region's economy by using the regression-correlation method are analyzed. Applied recommendations for building a series of regression models of corresponding dependencies are considered, which testify to the adequacy of expression of the main processes and trends, high dependence between the selected factors and the result indicators, which are quite capable of influencing the development of the entities of the border region in general.

Keywords: business entities; border regions of Ukraine; factors of influence; regression models; regression-correlation method.

Горин Г.В.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ПОГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПЯХ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

В статье рассмотрены и систематизированы существующие факторы влияния на развитие субъектов хозяйствования приграничных регионов Украины, определены их преимущества и недостатки; Проанализированы пары показателей, влияющих на повышение развития субъектов хозяйствования для экономики региона с использованием регрессионно-корреляционного метода; рассмотрены прикладные рекомендации по построению ряд регрессионных моделей

соответствующих зависимостей, которые свидетельствуют адекватность выражения основных процессов и тенденций, высокую зависимость между выбранными факторами и результирующими показателями, которые вполне способны повлияли на повышение развития субъектов приграничного региона в целом.

Ключевые слова: субъекты хозяйствования; приграничные регионы Украины; факторы влияния; регрессионные модели; регрессионно-корреляционный метод.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Значення розвитку суб'єктів господарювання для економіки прикордонних регіонів України є дуже великим, оскільки дає змогу використати максимально потенціал співробітництва для прискорення соціально-економічного розвитку регіону. Розвиток суб'єктів господарювання прикордонних регіонів України – складний, довготерміновий процес, успіх якого значною мірою визначається послідовністю дій центральних і регіональних органів влади України та координацією дій із суміжними територіями сусідніх країн. Тому, їх розвиток залежить від багатьох чинників впливу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженнями основ розвитку суб'єктів господарювання займалися чимало українських та зарубіжних науковців, зокрема: М. Бендиков [1], Т. Іванюта [2], А. Єпіфанов, О. Пластун, В. Домбровський [3], М. Камлик [4], О. Кириченко, П. Пригунов, Л. Гнилицька [5], О. Кравчук, П. Кравчук [6], О. Ляшенко [7], Н. Саніахметова [8], В. Франчук [9], Л. Шваб [10], Е. Ячменьова [11], К. Осаке [12] та ін. Практичні аспекти діяльності суб'єктів господарювання прикордонних регіонів України розглядаються у працях наукових дослідників, таких як: І. Норга, В. Борщевський, Х. Притула, І. Сторонянська, Н. Мікула та ін. Разом із тим чинники впливу на розвиток суб'єктів господарювання для економіки прикордонних регіонів України у глобальних ланцюгах доданої вартості не знайшла достатньо повного відображення в науковій літературі і потребує подальшого поглибленого дослідження.

Цілі статті: вивчення чинників, вплив яких визначає рівень розвитку суб'єктів господарювання для економіки прикордонних регіонів України у глобальних ланцюгах доданої вартості.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Проблема

розвитку суб'єктів господарювання та пошуку шляхів її підвищення є складною. Адже будь-який суб'єкт господарювання – це організація, що на основі юридично відокремленого майна в межах своєї господарської компетенції безпосередньо здійснюють господарську діяльність і використання її результатів або управлінську діяльність в економіці, а також функціонує у межах впливу багатьох факторів. Так, низка факторів створює певні можливості, своєчасне використання яких дозволить визначити його рівень розвитку. Деякі фактори навпаки створюють загрози розвитку суб'єкту господарювання. Мінімізація таких загроз є першочерговою метою для розвитку суб'єктів господарювання. Саме тому доцільно вивчення чинників впливу на розвитку суб'єктів господарювання.

Залежно від сили впливу чинників кожного середовища, одне з них є домінуючим над іншим і впливає на його функціонування. Таким чином, розвиток суб'єктів господарювання значною мірою залежить від впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що взаємодіють між собою. Саме тому виникає потреба у детальному вивченні детермінантів чинників впливу.

До групи чинників впливу за ознакою «відношення до прикордонних регіонів» доречно відносити наступні зовнішні та внутрішні чинники.

До *зовнішніх* чинників віднесено [2, с. 260]: 1) державні та світові стандарти інвестиційної політики; 2) державна політика соціально-економічного розвитку; 3) інноваційна, інвестиційна, фінансово-кредитна, податкова, валютна політика держави; 4) мобільність міжнародних інвестицій та ін.

До *внутрішніх* чинників належать [3, с. 204]: 1) правове поле; 2) рівень економічного розвитку регіону; 3) рівень розвитку інфраструктури регіону; 4) демографічна характеристика регіону; 5) рівень інвестиційних, криміногенних та інших ризиків.

Чинники впливу за ознакою «відношення до розвитку суб'єктів господарювання» – це:

1) кадровий фактор: рівень безробіття, умови праці, наявність та достатність кваліфікованих працівників;

2) стабільна правова база;

3) стабільні економічні умови, за яких здійснюється: реалізація розвитку суб'єктів господарювання, менеджмент господарювання, що визначає його якість і економічну ефективність;

4) стабільні рекламно-інформаційні умови.

Отже, розвитку суб'єктів господарювання регіону формується за цими 2-ма характерними ознаками. При цьому вона взаємозалежна у відносинах «суб'єкт господарської діяльності – інвестор – регіон – держава». Відповідно кожен з регіонів володіє потенціалом, його особливостями, можливостями розвитку.

Слід зазначити, чинники впливу розвитку суб'єктів господарювання необхідно постійно відстежувати, оновлювати збір даних і здійснювати аналіз інформації.

Науковий аналіз факторів, що впливають на управління ККП необхідно здійснювати у межах певної блокової системи, побудованої за наступним логічним принципом: фактори зовнішнього макросередовища – фактори зовнішнього мікросередовища – фактори внутрішнього середовища підприємства.

До фактори зовнішнього макросередовища, що спричиняють вплив варто віднести, згідно з методикою Т.Е.М.Р.Л.Е.С., наступні групи: технологічна, економічна, географічна, екологічна, соціальна та фактор державної політики.

Економічний фактор, характеризується високим темпами інфляції, що спричиняє негативний вплив на стан фінансової стабільності суб'єктів господарювання.

Вплив економічних факторів дозволяє спрогнозувати розвиток галузі, своєчасно зреагувати на рівень інфляції, рівень безробіття, тобто мінімізувати негативний вплив зовнішнього середовища за даним напрямом.

Вплив географічного чинника має вираження у рівні ефективного використання розташування суб'єктів господарювання, розвиненості та доступності до транспортних шляхів, забезпеченості та доступності до первинних енергетичних ресурсів, кліматичними умовами, наявності природної монополії на діяльність.

Вплив екологічного фактора на ефективність управління підприємством проявляється при: 1) використанні природних ресурсів для виробничих цілей; 2) забрудненні навколишнього середовища внаслідок здійснення виробничої діяльності суб'єктів господарювання; 3) погіршенні якості природних ресурсів внаслідок забруднення довкілля.

Соціальний фактор формується у межах конкретного суспільства та відображає особливості поведінки та поглядів, що

опосередковано впливає на процес прийняття управлінських рішень, характеризує структуру населення за віковими ознаками, рівнем соціальної забезпеченості та освіти, споживчим перевагами. До них доцільно віднести: рівень освіти, соціальна забезпеченість із розрахунку співвідношення середня заробітна плата/прожитковий мінімум та рівень криміналізації суспільства. Аналіз зазначених напрямів дозволить враховувати вплив зовнішнього середовища за соціальним напрямом на розвитку суб'єктів господарювання [7].

Вкрай важливими є дослідження впливу чинників на підвищення розвитку суб'єктів господарювання для економіки регіону з використанням регресійно-кореляційного методу, суть якого полягає в аналізі статистичних даних для виявлення математичної залежності між змінними вхідних та результуючих показників, що максимально повно відображають щільність зв'язку впливу на підвищення розвитку суб'єктів господарювання для економіки за допомогою коефіцієнта кореляції.

Окрім розрахованих значень коефіцієнтів парної кореляції (k_{cor}) та коефіцієнта детермінації (d_{det}) взаємозв'язків між заданими показниками параметрів регресійних моделей було здійснено перевірку їх значимості за t-розподілом Стьюдента, значення F-статистики Фішера, Дарбіна-Уотсона (DW) і коефіцієнту множинної кореляції (R_{square}).

Сформуємо вихідні показники для регресійно-кореляційного аналізу впливу чинників на підвищення суб'єктів господарювання для економіки регіону (табл. 1).

Таблиця 1

Чинники впливу на розвиток суб'єктів господарювання
для регресійно-кореляційного аналізу

Вхідні	Результативні
Кількість суб'єктів господарювання, од.	Обсяг реалізованих послуг, млн. грн.
Інвестиції в основний капітал підприємств, млн. грн.	Обсяг наданих послуг підприємствами, млн. грн.
Фінансові результати підприємств, млн. грн.	Валовий регіональний продукт, млн. грн.
Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	Обсяг наданих послуг підприємствами, млн. грн.
Коефіцієнт зносу основного капіталу суб'єктів господарювання, %	Обсяг реалізованих послуг, млн. грн.

Примітка. Сформувано автором

Залежність обсягу реалізованих послуг від кількості суб'єктів господарювання прикордонних регіонів та України подамо у вигляді лінійного рівняння регресії:

$$Y_1 = -227,61 x_1 + 97181; R^2 = 0,925, \quad (1.1)$$

$$Y_2 = -202,62 x_2 + 826823; R^2 = 0,509, \quad (1.2)$$

де Y_1, Y_2 – обсяг реалізованих послуг прикордонних регіонів та України, млн. грн.;

x_1, x_2 – кількість суб'єктів господарювання відповідно, од.

Як видно з результатів розрахунків проведеного кореляційного аналізу у цій парі показників існує щільний лінійний зв'язок, про що свідчить коефіцієнт кореляції, що дорівнює $r_u = 0,970$ та $r_{zr} = 0,962$ (кореляція вважається значною при коефіцієнті $> 0,6$). Коефіцієнти детермінації $R^2 = 0,925$ для прикордонного регіону та $R^2 = 0,509$ для України вказують на те, що модель на 92% і 50% пояснює зміну обсягу реалізованих послуг залежно від кількості суб'єктів господарювання. Згідно з розрахованим t-критерієм Стьюдента, усі параметри даної залежності є значними, оскільки він перевищує табличне значення критерію, що дорівнює 2,179.

Результати розрахунку проведеного кореляційного аналізу для пари показників залежності обсягу наданих послуг підприємствами від інвестицій в основний капітал підприємств вказує на щільний лінійний зв'язок, що існує між цими факторами, про що свідчить значення коефіцієнта кореляції ($r_{zr} = 0,908$; $r_u = 0,899$) та детермінації ($R^2 = 0,825$ для прикордонного регіону; $R^2 = 0,808$ для України).

Побудовано ряд регресійних моделей відповідних залежностей, які засвідчують адекватність вираження основних процесів і тенденцій, високу залежність між обраними чинниками і результуючими показниками, що цілком здатні вплинули на підвищення розвитку суб'єктів господарювання прикордонного регіону загалом.

Висновки. Підсумовуючи проаналізовані факти, можна стверджувати, що всі фактори, що впливають на розвиток суб'єктів господарювання прикордонного регіону є взаємопов'язаними, та викликають низку актуальних питань, вирішення яких повинно бути спрямоване на:

– підвищення рівня доходів підприємств;

- покращення незадовільного стану основних фондів підприємств;
- збільшення адаптованості підприємства до впливу факторів зовнішнього середовища;
- підвищення фінансової стабільності та незалежності підприємства;
- покращення рівня якості послуг;
- збільшення рівня використання інновацій у діяльності.

Саме тому виникає об'єктивна необхідність у аналізі стану розвитку суб'єктів господарювання прикордонного регіону як результату впливу факторів.

1. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). Консультант директора. 2010. №2. С. 7–13.
2. Іванюта Т. М. Система економічної безпеки підприємства: процес формування за окремими типами, взаємозв'язок із зовнішнім середовищем, інформаційні канали та потоки. Електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/121.pdf>
3. Спіфанов А. О., Пластун О. Л., Домбровський В. С. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 295 с.
4. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посіб. К. : Атіка, 2005. 432 с.
5. Кириченко О. А., Пригунов П. Я., Гнилицька Л. В. та ін. Управління фінансово-економічною безпекою : навч. посіб. К. : Дорадо-Друк, 2010. 480 с.
6. Кравчук О. Я., Кравчук П. Я. Діагностика та механізм забезпечення корпоративної безпеки підприємства : монографія. Луцьк : Надстир'я, 2008. 256с.
7. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. Луганськ : СНУ імені В. Даля, 2011. 400 с.
8. Саніахметова Н. О. Підприємницьке право. Суб'єкти підприємництва. Кредитування. Оренда. Лізинг. Зовнішньоекономічна діяльність. Інвестиції. Антимонопольне законодавство. Захист від недобросовісної конкуренції. Реклама : навч. посіб. 2–ге вид. К. : А.С.К., 2002. 704 с.
9. Франчук В. І. Особливості організації системи економічної безпеки вітчизняних акціонерних товариств в умовах трансформаційної економіки : монографія. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2010. 440 с.
10. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : Каравела, 2007. 584 с.
11. Ячменьова В. М. Ідентифікація стійкості діяльності промислових підприємств : монографія. Сімферополь : Доля, 2007. 523 с.
12. Osakye K. Sravnytelnoe pravovedenye v skhemakh: obshchaya i osobennaya chasty. М. : Delo, 2000. 464 s

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Серія «Економіка та менеджмент»
Збірник наукових праць
Випуск 16 (62)

Комп'ютерна верстка: В. М. Тимонік

Підп. до друку 19.11.2019 р. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 10,94. Обл.-вид. арк. 10,3.
Тираж 100 прим. Зам. 3. Замовне

Адреса редакції:
43024, м. Луцьк, вул. С. Ковалевської, 29.

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – РВВ Луцького НТУ

Свідоцтво Держкомінформу України ДК №4123 від 28.07.2001 р.

