

Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця

Управління розвитком

Збірник наукових праць

№ **2** (192) 2018

видається щоквартально

Харків · ХНЕУ ім. С. Кузнеця · 2018

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.
Виготовник – ФОП Рубашкін Д. Ю.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 21225-11025 ПР від 30.01.2015 р.

Періодичність – 4 рази на рік
Мова видання – українська, російська, англійська, французька, німецька
Сайт журналу: www.md.hneu.edu.ua

Збірник наукових праць «Управління розвитком» включено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт (Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.07.2015 № 747, додаток 17)

Затверджено на засіданні вченої ради університету, протокол № 9 від 25.06.2018 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (науковий редактор)
Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Козьменко О. В. – докт. екон. наук, професор Української академії банківської справи Національного банку України
Криворотов В. В. – докт. екон. наук, професор Уральського федерального університету ім. першого Президента Росії Б. Н. Ельцина (Росія)
Левикін В. М. – докт. екон. наук, професор Харківського національного університету радіоелектроніки
Лутай Л. А. – докт. екон. наук, професор Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського
Маларець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Нижегородцев Р. М. – докт. екон. наук, зав. лабораторією Інституту проблем управління РАН (Росія)
Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (заступник головного редактора)
Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Чернов В. Г. – докт. екон. наук, професор Владимирського державного університету (Росія)
Чухрай Н. І. – докт. екон. наук, професор Національного університету «Львівська політехніка»
Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Chauchat Jean-Hugues – Professeur (HDR) de l'Université Lumière Lyon2 (France)
Chen Wei – PhD, Professor, Hebei University of Science and Technology (China)
Gang Fan – Dr., Professor, Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences; Director of China's National Economic Research Institute (China)
Hofstahler Hannes – Professor, Upper Austria University of Applied Sciences (Austria)
Hollner Helmut – FH-Prof. DL Dr Techn University of Applied Sciences FH «Technikum Wien» (Austria)
Kalashnikov Vitaliy – Economy Doctor (ED), Assistant Professor, Universidad Autónoma de Nuevo León (Mexico)
Ohrimenco Serghei – Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy of Economic Studies (Moldova)
Pucher Robert – FH-Prof. DL Dr Techn, University of Applied Sciences FH «Technikum Wien» (Austria)
Sarkisyan Agop – PhD, D.A., Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
Solarz Jan Krzysztof – Prof. nadzw. dr hab., Akademia finansów, Warszawa (Poland)
Vulanovic Milos – PhD, Assistant Professor of Finance, Western New England University (USA)
Wackowski Kazimierz – Prof. nzw. dr hab., Politechnika Warszawska (Poland)
John (Jack) William McNeill – PhD, Professor of Anthropology and Intercultural Studies, Providence University College (Canada)
Irina Yatskiv – Dr. Sc. Eng., Vice rector, Professor, Transport and Telecommunication Institute (Latvia)
Duro Benic – PhD, Full Professor with tenure, University of Dubrovnik (Croatia)
Christine Cooper – PhD MSc BA (hons), Professor, University of Strathclyde, Glasgow (UK)
Jovana Zoroja – PhD, Teaching and Research Assistant, University of Zagreb (Croatia)

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Головний редактор – Пономаренко В. С.

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд
Тел.: (057)702-07-38, 702-07-28
E-mail: vydav@hneu.edu.ua

Поштова адреса виготовника:

Україна, 61002, Харків,
вул. Маршала Бажанова, 28

Статті для публікації у збірнику наукових праць відбираються на умовах закритого («сліпого») рецензування.

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі передрукування матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 29.06.2018 р. Формат 60×90 1/8. Папір офсетний. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 8,2. Обл.-вид. арк. 10,1. Зам. № 1529. Наклад 100 пр.

Механізми регулювання економіки

Гончарук І. В. Інституційне забезпечення державного регулювання конкуренції на багатосторонніх ринках: європейський досвід.....	6
Кирилюк А. О., Шрам П. І. Оцінка ефективності та результативності державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції.....	15
Вовк К. М. Подієвий туризм як чинник розвитку Харківського регіону.....	21
Сибірцев В. В. Інституціональні проблеми та протиріччя процесу реформування національного ринку праці в Україні.....	29

Економіка підприємства та управління виробництвом

Лепейко Т. І. Хігурі Т. Провал корпоративного управління компанії SHARP як результат нехтування стратегією продажів і маркетинговими дослідженнями.....	35
Лаптев В. І. Механізм функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами.....	41
Колодизев О. М., Плєскун І. В., Агаджанян А. А. Шляхи удосконалення організації системи фінансового моніторингу в умовах геополітичних викликів сучасності.....	48
Гомон М. В. Зв'язок регулятивного потенціалу пільгового оподаткування з інноваційним потенціалом підприємства.....	54
Погрібняк Д. С. Методичний підхід до оцінки рівня організації бухгалтерського обліку в адаптивному управлінні об'єднанням підприємств.....	59
Машенко М. А. Особливості реалізації інвайронментальної безпеки.....	64
Золотарьов С. В., Шевченко В. А. Фінансово-економічні аспекти формування цінової політики підприємства.....	68
Сабадаш Л. О. Уточнення змістовної сутності економічної стійкості підприємства в сучасних умовах.....	74
Кравченко В. В. Інтернет-брендинг і перспективи розвитку інтернет-проектів у діяльності туристичних підприємств.....	80
Зубко Д. О. Формування маркетингового бюджету для підприємств із бренд-орієнтованою системою управління.....	87
Осмятченко В. О., Білобровенко Т. В. Ефективність оподаткування податком на додану вартість на макро- та мікрорівнях.....	94

Ефективність управління персоналом на підприємстві

Дем'яненко А. А. Розробка системи показників оцінювання безпеки людського розвитку.....	102
Гришина В. В. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор ефективної управлінської діяльності персоналу підприємств.....	110
Бологова О. О. Сутність організаційно-економічного забезпечення ефективності менеджменту персоналу.....	119
Тімофєєва М. І. Внутрішньо переміщені особи: особливості соціально-економічного статусу.....	126
Волкова Л. О. Методика вибору стратегії підвищення інноваційної активності персоналу.....	132

Механизмы регулирования экономики

Гончарук И. В. Институциональное обеспечение государственного регулирования конкуренции на многосторонних рынках: европейский опыт.....	6
Кирилюк А. А., Шрам П. И. Оценка эффективности и результативности государственного регулирования процессов рыночной концентрации и корпоративной интеграции	15
Вовк Е. М. Событийный туризм как фактор развития Харьковского региона.....	21
Сибирцев В. В. Институциональные проблемы и противоречия процесса реформирования национального рынка труда в Украине.....	29

Экономика предприятия и управление производством

Лепейко Т. И., Хигути Т. Провал корпоративного управления компании SHARP как результат пренебрежения стратегией продаж и маркетинговыми исследованиями.....	35
Лаптев В. И. Механизм функционирования проблемно-ориентированных системы управления человеческими ресурсами	41
Колодизев О. Н., Плескун И. В., Агаджанян А. А. Пути совершенствования организации системы финансового мониторинга в условиях геополитических вызовов современности	48
Гомон М. В. Связь регулятивного потенциала льготного налогообложения с инновационным потенциалом предприятия.....	54
Погрибняк Д. С. Методический подход к оценке уровня организации бухгалтерского учета в адаптивном управлении объединением предприятий.....	59
Мащенко М. А. Особенности реализации инвайронментальной безопасности	64
Золотарев С. В., Шевченко В. А. Финансово-экономические аспекты формирования ценовой политики предприятия	68
Сабадаш Л. А. Уточнение содержательной сущности экономической устойчивости предприятия в современных условиях	74
Кравченко В. В. Интернет-брендинг и перспективы развития интернет-проектов в деятельности туристических предприятий.....	80
Зубко Д. А. Формирование маркетингового бюджета для предприятий с бренд-ориентированной системой управления.....	87
Осмятченко В. А., Белобровенко Т. В. Эффективность обложения налогом на добавленную стоимость на макро- и микроуровнях.....	94

Эффективность управления персоналом на предприятии

Демьяненко А. А. Разработка системы показателей для определения безопасности человеческого развития	102
Гришина В. В. Информационно-коммуникационные технологии как ключевой фактор эффективной управленческой деятельности персонала предприятий.....	110
Болотова О. О. Болотова Е. О. Сущность организационно-экономического обеспечения эффективности менеджмента персонала	119
Тимофеева М. И. Внутренне перемещенные лица: особенности социально-экономического статуса	126
Волкова Л. О. Волкова Л. А. Методика выбора стратегии повышения инновационной активности персонала	132

CONTENTS

The Mechanisms of Regulation of the Economy

I. Honcharuk. Institutional support of the state regulation of competition in multi-sided markets: european experience	6
A. Kyryliuk, P. Shram. Evaluating efficiency and effectiveness of state regulation of market concentration and corporate integration	15
K. Vovk. Event tourism as a factor in the development of Kharkiv region.....	21
V. Sybirtsev. Institutional problems and contradictions in reforming the national labor market in Ukraine.....	29

Economics of Enterprise and Production Management

T. Lepeyko, T. Higuchi. The failure of corporate management of the sharp company as a result of neglecting the sales strategy and market research.....	35
V. Laptiev. The mechanism of functioning of the problem-oriented human resources management system	41
O. Kolodiziev, I. Pleskun , A. Aghajanyan. Ways to improve the organization of the system of financial monitoring under conditions of geopolitical challenges of the modern age	48
M. Homon. The relation between the regulatory potential of preferential taxation and the innovation potential of an enterprise.....	54
D. Pogribniak. A methodological approach to assessing the level of organization of accounting in administrative governance of an enterprise association.....	59
M. Mashchenko. Features of ensuring environmental security	64
S. Zolotarjov, V. Shevchenko. Financial and economic aspects of forming the price policy of an enterprise.....	68
L. Sabadash. Specifying the essence of economic sustainability of an enterprise under modern conditions	74
V. Kravchenko. Internet branding and development prospects of internet projects in activities of tourism enterprises	80
D. Zubko. Formating a marketing budget or enterprises with the brand-oriented management system	87
V. Osmatchenko, T. Belobrovenko. The efficiency of collecting value added tax at the macro and micro level	94

The effectiveness of Personnel Management at the Enterprise

A. Demianenko. The formation of a system of indicators for assessing security of human development.....	102
V. Hryshyna. Information and communication technologies as a key factor of effective managerial activity of enterprise personnel.....	110
O. Bolotova. The essence of organizational and economic support for efficient personnel management.....	119
M. Timofieieva. Internally displaced persons: peculiarities of the socioeconomic status	126
L. Volkova. A method for selecting a strategy to increase personnel innovation activity	132

Механізми регулювання економіки

JEL Classification: G18; A11; B15; L22

УДК 338.242.4

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА БАГАТОСТОРОННІХ РИНКАХ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

Гончарук І. В.

***Анотація.** Протягом останнього десятиліття ринкова капіталізація таких бізнес-платформ: Airbnb, Uber, Upwork, Facebook та інших стрімко зростає. Тенденція посилення ринкової влади платформ ставить перед економістами-теоретиками та практиками завдання щодо всебічного аналізу конкурентних відносин між бізнес-платформами та визначення необхідності їх регулювання з боку держави як на національному, так і на міжнародному рівнях. Актуальність питання регулювання багатосторонніх ринків постійно посилюється, що пов'язано зі зростанням протягом останніх років кількості антимонопольних розслідувань щодо зловживання бізнес-платформами домінуючим становищем на ринку та завдання шкоди економіці, екології, культурі або суспільству загалом. Обґрунтовано необхідність парадигмальних змін у конкурентній політиці на багатосторонніх ринках і внесення змін до чинного антимонопольного законодавства з метою запобігання зловживанню бізнес-платформами домінуючим становищем на ринку. Проаналізовано сучасні публікації з цієї проблематики та виокремлено головні способи зловживання бізнес-платформами домінуючим становищем на ринку в умовах глобалізації. Досліджено інституційне забезпечення державного регулювання бізнес-платформ на європейському рівні. Проаналізовано головні нормативно-правові акти, які забезпечують обмеження зловживання платформами домінуючим становищем на ринку. Також визначено основні відмінності у підходах ex-ante та post-ante щодо державного регулювання конкуренції на дво- та багатосторонніх ринках.*

***Ключові слова:** бізнес-платформа, багатосторонній ринок, державне регулювання конкуренції, монопольна влада, домінуюче становище на ринку.*

ІНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА МНОГОСТОРОННИХ РЫНКАХ: ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

Гончарук И. В.

***Аннотация.** В течение последнего десятилетия рыночная капитализация таких бизнес-платформ: Airbnb, Uber, Upwork, Facebook и других стремительно растет. Тенденция усиления рыночной власти платформ ставит перед экономистами-теоретиками и практиками задачи по всестороннему анализу конкурентных отношений между бизнес-платформами и определению необходимости их регулирования со стороны государства как на национальном, так и на международном уровнях. Актуальность вопроса регулирования многосторонних рынков постоянно усиливается, что связано с ростом в последние годы количества антимонопольных расследований касательно злоупотре-*

блення бизнес-платформами доминирующим положением на рынке и ущерба экономике, экологии, культуре или обществу в целом. Обоснована необходимость парадигмальных изменений в конкурентной политике на многосторонних рынках и внесения изменений в действующее антимонопольное законодательство с целью предотвращения злоупотребления бизнес-платформами доминирующим положением на рынке. Проанализированы современные публикации по этой проблематике, и выделены главные способы злоупотребления бизнес-платформами доминирующим положением на рынке в условиях глобализации. Исследовано институциональное обеспечение государственного регулирования бизнес-платформ на европейском уровне. Проанализированы главные нормативно-правовые акты, обеспечивающие ограничение злоупотребления платформами доминирующим положением на рынке. Также определены основные различия в подходах ex-ante и post-ante к государственному регулированию конкуренции на двух- и многосторонних рынках.

Ключевые слова: бизнес-платформа, многосторонний рынок, государственное регулирование конкуренции, монополия, доминирующее положение на рынке.

INSTITUTIONAL SUPPORT OF THE STATE REGULATION OF COMPETITION IN MULTI-SIDED MARKETS: EUROPEAN EXPERIENCE

I. Honcharuk

Abstract. Over the last decade, the market capitalization of such business platforms as Airbnb, Uber, Upwork, Facebook and others has been growing rapidly. Due to the trend of strengthening the market power of platforms, academic economists and practitioners are facing the task of comprehensive analysis of the competitive relationship between business platforms and the determination of the need for their regulation by the state, both at the national and international levels. The topicality of the issue of regulation of multi-sided markets is constantly increasing, which is owing to the trend of the increase in the number of antimonopoly investigations in recent years regarding the abuse of business platforms by the dominant position in the market and the damage to the economy, the environment, culture or society as a whole. The article substantiates the necessity of paradigmatic changes in the competition policy in multi-sided markets and changes in the existing antimonopoly legislation in order to prevent the abuse of business platforms' dominant market position. Modern publications on this problem are analyzed and the main ways of abusing by business platforms the dominate market position under conditions of globalization are highlighted. The institutional support of state regulation of business platforms at the European level is studied. The main regulatory legal acts, which limit the abuse by platforms of the dominant position in the market, are considered. The article also identifies the main differences in ex-ante and post-ante approaches to state regulation of competition in two- and multi-sided markets.

Keywords: business platform, multi-sided market, state regulation of competition, monopolistic power, dominant position in the market.

Аналіз багатосторонніх ринків (БР) являється однією з найважливіших тем у сучасній економічній науці. Обрана проблематика за останнє десятиліття є однією із небагатьох, які докорінно змінили погляд на антимонопольну політику в багатьох розвинених країнах світу.

В науковій літературі існує досить багато підходів щодо визначення БР. Основна ідея полягає в тому, що на ринку фірми-посередники (бізнес-платформи) продають різні товари (послуги) двом або більше групам споживачів, кожна група купує необхідний товар (послугу), при цьому споживання, хоча б однієї групи, здійснює зовнішній ефект на іншу; так що попит на послуги фірми-посередника з боку усіх груп взаємозалежний (зміна ціни використання платформи для будь-якої сторони ринку спричиняє зміну кількості учасників ринкового обміну на обох сторонах ринках, тобто зміну кількості угод на ринку) [27, с. 13–14], [12, с. 26–29].

В умовах розвитку цифрових технологій та БР конкуренція між ринковими суб'єктами також зазнає значних змін. Конкуренція між виробниками, продавцями та рекламодавцями посилюється, ринок перетворюється у висококонкурентне середовище, найбільш дієвими стають нецінові методи конкуренції, зокрема, довіра, конфіденційність, якість товарів і наданих послуг.

Однак, аналізуючи конкурентні відносини з точки зору бізнес-платформ, що являються ключовими суб'єктами на БР, оскільки забезпечують створення мережевих ефектів, то ринок характеризується домінуванням декількох фірм, яким вдалося сконцентрувати економічну владу.

Тенденція посилення ринкової влади платформ ставить перед економістами-теоретиками та практиками завдання щодо всебічного аналізу конкурентних відносин бізнес-платформ на сучасних ринках і визначення необхідності їх регулювання, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Проблематику БР досить широко висвітлено у зарубіжній науковій літературі, їй присвячено значну кількість наукових публікацій.

Загальний аналіз властивостей та особливостей дво- та багатосторонніх ринків представлений у роботах: Д. Гейла та Л. Шеплі (1962), М. Армстронга (2006), Ж. Рочета та Ж. Тіроля (2003), Р. Розона (2005), Д. Еванса (2009), Е. Рота та Г. Скарфа (1985), Н. Розанової (2015), А. Ігнатюк (2016) та ін.

Аналізу конкуренції бізнес-платформ на БР присвячені роботи таких науковців, як: О. Коваленко (2016), А. Ігнатюк (2017), Н. Джаст (2018), Дж. Паркер (2016), М. Агравал (2016), М. Балдіна, І. Баскакова (2016) та ін.

Необхідність державного регулювання діяльності бізнес-платформ аналізується у працях: Дж. Паркера (2016), А. Шлейфера (2005), Х. Коскі (2005), Т. Кречмера (2005), Д. Еванс (2012), А. Косніта-Ленглейс (2018), П. Аффельбта (2013) та ін.

Однак унаслідок новизни наукового напрямку на цьому етапі науковцями досить поверхнево проаналізовано інституційне забезпечення державного регулювання бізнес-платформ, що зумовлює актуальність цього дослідження.

Метою роботи є аналіз інституційного забезпечення державного регулювання бізнес-платформ на БР на європейському рівні.

Методологічною основою роботи є загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження. Зокрема, методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, логічний та описовий методи були використані при дослідженні та узагальненні наукових поглядів щодо необхідності державного регулювання БР; статистичний, системний, методи порівняння та логічного узагальнення – при вивченні законодавчої бази на європейському рівні щодо регулювання конкуренції на БР.

Становлення бізнес-платформ як суб'єктів дво- та багатосторонніх ринків трансформують ринкові відносини шляхом використання унікальних технологій, що забезпечують: мінімізацію транзакційних витрат, розширення товарних і географічних меж ринків, підвищення ефективності процесу обміну та використання активів, зниження цін на товари та послуги, зростання суспільного добробуту та ін. За допомогою цих переваг бізнес-платформи швидкими темпами здобувають лідерство на ринку, а їх ринкова вартість постійно зростає.

Ще вчора платформи-монополісти розцінювалися як такі, що забезпечують зростання сукупного добробуту усіх учасників, а вже сьогодні ці фірми звинувачуються в тому, що вони є антиконкурентними, такими, що зловживають монопольним становищем і руйнують демократію.

Ситуація на ринку, де одна або декілька фірм (бізнес-платформ) отримали стійку перевагу, в науковій літературі отримала назву «переможець отримує все».

Дж. Паркер (2016) стверджує, що ситуація «переможець отримує все» виникає на ринках, де комбінація особливих сил спонукає користувачів збиратися на одній платформі та не використовувати інші. Науковець зазначає, що до таких сил належать: економія на пропозиції зростання, сильні мережеві ефекти, висока вартість розміщення на різних платформах або перехід на іншу платформу, неможливість нішевої спеціалізації [21, с. 215–243].

На сьогодні науковці та представники органів державної влади все більше схиляються до необхідності інституційних змін з метою регулювання економічних відносин на БР.

Х. Коскі та Т. Кречмер (2005) вперше розробили механізм адаптації чинної законодавчої бази до сучасних умов, що характеризуються стрімким розвитком бізнес-платформ. Ця схема передбачає, що ринки з сильними мережевими ефектами можуть спричинити появу нових провалів ринку, а метою держави є недопущення зловживання домінуючим становищем і створення перешкод впровадженню нових технологій [16].

Д. Еванс (2012) у своїй праці «Управління поганою поведінкою користувачів багатосторонніх платформ» стверджує, перед тим, як вносити зміни у законодавчі акти, необхідно визначити: чи має бізнес-платформа або ринок діючу внутрішню систему регулювання; чи використовується система регулювання для скорочення негативних зовнішніх ефектів, які шкодять платформі, чи для обмеження конкуренції та зловживання домінуючим становищем на ринку; якщо внутрішня система регулювання націлена на зловживання домінуючим становищем, то необхідні відповідні дії з боку владних структур [5, с.1203–1210].

Дж. Паркер, М. ван Альстін та С. Чаударі (2016) у своїх працях стверджують, що державне регулювання БР повинно бути помірним і досить виваженим, оскільки БР часто самостійно ліквідують провали ринку без участі держави. А в тих випадках, коли монополісти на БР зловживають домінуючим становищем, необхідно зважити позитивні та негативні наслідки для суспільства в цілому, оскільки часто в короткостроковій перспективі монополісти можуть обмежувати конкуренцію на ринку, однак в довгостроковому періоді такі дії призведуть до зростання соціального добробуту [21, с. 260–280].

На нашу думку, платформа-монополіст на БР зберігає домінуюче становище шляхом:

- постійного вдосконалення технологій, що забезпечують створення стійких мережевих ефектів;
- вдосконалення способів задоволення потреб найбільш чутливої групи учасників;
- стимулювання зростання попиту відразу усіх груп учасників;
- забезпечення конфіденційності та безпеки даних;
- укладання ексклюзивних контрактів;
- безоплатний вхід на ринок кожної із груп учасників;

- «прив'язування» кінцевих споживачів шляхом укладання контрактів з виробниками товарів-комплементів.
- злиття та поглинання бізнес-платформ, що пропонують товари (послуги)-субститути або вдосконалений варіант технології;
- створення нових товарів і послуг, розробка яких потребує значних інвестицій.

Розглядаючи законодавчу базу стосовно регулювання конкуренції на БР, варто зауважити, що всі закони, нормативно-правові акти та ін. документи стосуються виключно діяльності бізнес-платформ як нового суб'єкта, що має ключове значення та забезпечує ефективне функціонування БР.

В епоху становлення та розвитку бізнес-платформ конкурентне законодавство тісно переплітається з законодавством щодо захисту персональних даних і конфіденційності. Ґрунтуючись на попередній практиці прийняття рішень Європейським Судом стосовно захисту персональних даних і конфіденційності, Європейська комісія зазначає, що потенційні проблеми, пов'язані з порушенням конфіденційності та неправомірним використанням особистих даних користувачів, не повинні бути предметом застосування антимонопольного законодавства.

У випадку порушення політики конфіденційності або неправомірного використання особистих даних домінуюча платформа не буде піддаватися аналізу можливого зловживання домінуючим становищем. Однак науковці зазначають, що забезпечення високого рівня конфіденційності на сьогодні є одним із основних методів нецінової конкуренції, а акумулювання великої бази персональних даних використовуються платформами для досягнення ринкової влади та можуть слугувати засобом зловживання монопольним становищем на ринку. Саме тому, на нашу думку, при неправомірному використанні персональних даних учасників бізнес-платформ може бути паралельно розпочато розслідування антимонопольними органами щодо зловживання домінуючим становищем на ринку [16].

Швидкий розвиток БР привертає увагу до бізнес-платформ на Європейському рівні. Європейська комісія почала досліджувати питання регулювання бізнес-платформ у зв'язку з швидкими змінами, що відбуваються на багатьох ринках унаслідок розвитку інновацій. Європейська комісія заявляє, що «створення правильних базових умов та правильного середовища є необхідним для збереження, розвитку та появи нових платформ в Європі».

В цей час у рамках ЄС не існує єдиної нормативно-правової бази, що регулює діяльність бізнес-платформ, зокрема, їх вплив на конкурентні відносини на БР. У червні 2000 р. ЄС прийняла Директиву «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») [4], що досить жорстко регулює питання конкуренції фірм, що здійснюють купівлю-продаж товарів і послуг через мережу Інтернет. Відповідно до цієї Директиви країнами-членами було розроблено ряд законів і нормативно-правових актів, що стосуються захисту персональних даних, прав інтелектуальної власності, прав споживачів, забезпечення конкуренції на ринках тощо. Уповноважені представники владних структур ЄС погоджуються, що поява бізнес-платформ, незважаючи на численні переваги, ставить безліч питань, включаючи фактичні / потенційні ризики, пов'язані з ціновою дискримінацією на БР, що забезпечує зростання суспільного добробуту, мережевими ефектами, зловживанням домінуючим становищем, порушенням конфіденційності, нелегальним контентом та ін., що підтверджує необхідність внесення змін до чинного законодавства у зв'язку з розвитком дво-та багатосторонніх ринків.

В 2016 р. ряд країн Європи, серед яких: Великобританія, Польща, Чеська республіка, Люксембург, Фінляндія, Швеція, Данія, Естонія, Латвія, Литва, Болгарія, направили Лист-звернення віце-президенту Європейської комісії, в якому йдеться про те, що закони про захист даних, конкурентне право та закони щодо захисту прав споживачів вже застосовуються до платформ і можуть використовуватися для їх регулювання [14]. В цьому документі зазначається: «Платформи слід, в першу чергу, розглядати як можливість, а не як загрозу. Платформи – це позитивний розвиток. Вони творчі, інноваційні та стимулюють зростання та конкурентоспроможність. Причина того, що їм вдалося досягти успіху, полягає в тому, що вони створюють переваги як для фірм, так і для споживачів. Фірми використовують платформи, щоб охопити більше клієнтів і розширити свою діяльність на нові ринки. Вони користуються новими моделями фінансування та зниженням витрат. Споживачі отримують вигоду від зростання значущості інформації та зручності, вибору та якості послуг, а також економії грошей і часу. Тому важливо, щоб платформи продовжували залишатися рушійною силою інновацій та задовольняли вимоги споживачів» [14].

Прийняття нового ex-ante законодавства, орієнтованого на регулювання бізнес-платформ як суб'єкта БР, визначається як небажане, якщо немає чітких і переконливих доказів необхідності, оскільки існує високий ризик того, що нові законодавчі акти будуть уповільнювати розвиток БР. В документі зазначається, що при можливості слід уникати запровадження законодавства, яке могло б стати бар'єром для розвитку бізнес-платформ і створення перешкод доступу учасників і зростання європейських БР. Нормативно-правові акти, що будуть цілеспрямовано регулювати бізнес-платформи, можуть здійснювати негативний вплив на інновації, конкурентоспроможність та економічне зростання усіх галузей економіки.



Також Європейська комісія у своїх дослідженнях обґрунтовує необхідність на деяких БР ослаблення регулювання бізнес-платформ із боку держави, особливо на етапі становлення, оскільки жорсткі обмеження можуть призвести до сповільнення розвитку інновацій на ринках, у зв'язку з чим споживачі будуть позбавлені переваг технологічного прогресу. Бізнес-платформи, що стимулюють розвиток технологій, таких як Інтернет речей, потребують стабільного та чіткого механізму регулювання, яке забезпечить у подальшому створення Єдиного цифрового ринку [18].

Єдиний цифровий ринок – це так званий ринок, що утвориться в майбутньому шляхом об'єднання БР у єдиний механізм, що створить динамічне та конкурентне середовище для бізнес-платформ, регулювання якого в подальшому не знадобиться, оскільки платформи самостійно ліквідуватимуть провали ринку з метою максимізації прибутку та запобігання відтоку учасників.

В 2017 р. Департамент економіки та наукової політики Європейського парламенту опублікував результати дослідження способів регулювання бізнес-платформ у рамках Європейського Союзу під назвою: «Інтернет-платформи: як адаптувати законодавчу базу до цифрової епохи?» [20]. В документі зазначається, що найбільш оптимальним рішенням щодо регулювання бізнес-платформ є ситуативний підхід, відповідно до якого саморегулювання економічних відносин, що виникають між платформою та іншими ринковими суб'єктами, являється основою розвитку БР, а регулювання необхідно здійснювати в разі виникнення негативних наслідків, які неможливо врегулювати за допомогою чинного законодавства, та стосуватиметься конкретних ситуацій на конкретному ринку.

Ще однією проблемою, яку Департамент економіки та наукової політики Європейського парламенту визначає як наслідок розвитку бізнес-платформ, є посилення розмитості у розмежуванні кінцевого споживача та фірми завдяки наданню можливості кінцевому споживачеві здійснювати підприємницьку діяльність частково. Яскравим прикладом є платформи, які були створені для здійснення операцій між приватними особами, але в процесі свого розвитку та посилення значущості на ринку, на платформі здійснюються операції між дрібними та середніми фірмами. Це робить вдосконалення законодавства щодо захисту прав споживачів, як правило, неможливим [18].

У жовтні 2015 р. група дослідників з Університету Оснабрюк (Німеччина) та Ягеллонського університету (Польща) створила робочу групу (науково-дослідницьку групу з питань права цифрових послуг) для розробки проекту Директиви для бізнес-платформ.

Метою проекту є розробка типових правил для бізнес-платформ, які встановлять баланс між суперечливими варіантами політики та демонструють, яким може бути потенційне регулювання на європейському або національному рівні. Документ буде містити критерії для визначення того, чи являється платформа лише «посередником», чи є постачальником товарів або послуг. Також цілком науково-дослідницької групи з питань права цифрових послуг є розробка переліку умов, за яких платформа нестиме відповідальність за невиконання зобов'язань перед своїми учасниками. Особлива увага приділяється забезпеченню прозорості та справедливості щодо підтримки репутації (наприклад, достовірність інформації про рейтинг платформи), що є ключовою особливістю діяльності фірм на БР [20].

Робочий варіант Директиви у вересні 2016 р. був направлений на розгляд Європейському юридичному інституту, а офіційна презентація запланована на 2018 р.

Найбільш важливим законодавчим актом, що був прийнятий Європейською Комісією, є ініціатива «Справедливість у відносинах між платформою та бізнесом», що була ухвалена 25 жовтня 2017 р., в якій визначається виникнення нового виду економічних відносин – платформа для бізнесу («P2B»), а також аналізуються зміни, що виникають внаслідок виникнення бізнес-платформ, які неможливо регулювати за допомогою чинного законодавства, й обґрунтовується необхідність регулювання на рівні ЄС [13].

Одним із найбільш важливих методів нецінової конкуренції на БР є репутація. Науковці й уповноважені представники влади найбільш розвинених країн Європи надають велике значення цьому методу та вбачають необхідність внесення змін до законів і нормативно-правових актів щодо захисту конкуренції, що мають містити вимоги:

- платформа має надавати інформацію про способи збору, обробки інформації для публікації рейтингів та оглядів;
- платформа має розповсюджувати тільки правдиву інформацію про своїх учасників і за необхідності надати підтвердження третій стороні, яка наділена владними повноваженнями;
- якщо проведення рейтингу або огляду було здійснено на комерційній основі, то цю інформацію має бути зазначено;
- розробка платформою правил опублікування відгуків (стосується подолання нового методу недобросовісної конкуренції – «тролінг»).

Незважаючи на те, що уряд Європейського Союзу активно почав досліджувати питання конкуренції на БР та регулювання діяльності бізнес-платформ як ключового суб'єкта, однак ряд країн також почали запроваджувати зміни в антимонопольній політиці на національному рівні.

Німеччина. Німеччина однією із перших відреагувала на зміни, до яких призводить четверта промислова революція, зокрема на динамічний розвиток БР, шляхом внесення змін до законодавства. З 2016 р. та 2017 р. Федеральне міністерство економіки та енергетики Німеччини оприлюднило два документи, що передбачають обґрунтування необхідності регулювання бізнес-платформ, під назвою «Зелена книга для цифрових платформ» та «Біла книга для цифрових платформ» [27], в яких розглядається сутність бізнес-платформ, їх значення для економіки Німеччини, необхідність коригування існуючої регуляторної бази, зокрема законодавства про конкуренцію та захист даних. В документі «Зелена книга для цифрових платформ» розглядаються чотири основні напрями для регулювання: «цільове ціноутворення», «суверенітет даних», «спеціальні вимоги до пошукових систем» і «прозорість». Найбільш жорсткого регулювання повинні зазнавати пошукові бізнес-платформи, що найчастіше зловживають домінуючим становищем на БР Німеччини [20].

У публікації «Біла книга для цифрових платформ» висувається пропозиція створити підхід «зроблено в Європі». Німеччина виступає за встановлення відповідної загальної нормативної бази на рівні ЄС, перегляд існуючих законів про конкуренцію, щоб запобігти новим способам зловживання домінуючим становищем на ринку, відмовляючись від індивідуального регулювання країнами-членами [27].

Німеччина стала найбільш прогресивною в питаннях захисту конкуренції на БР у світі. 9 березня 2017 р. Парламент Німеччини прийняв так звану «Дев'яту поправку до Закону про обмеження конкуренції» (ARC – Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen). Реформа набрала чинності 9 червня 2017 р. Водиться ряд змін у законодавство про конкуренцію, зокрема нові положення про домінування на БР (digital market) та «величини транзакційних тестів» у сфері контролю за злиттями [10].

Для адаптації німецького законодавства про конкуренцію у зв'язку з трансформацією класичних ринків у дво- та багатосторонні було запроваджено новий поріг контролю за злиттями і розроблено нові критерії визначення домінування фірми на ринку.

Нові вимоги зобов'язують фірми, що здійснюють злиття або поглинання, інформувати Федеральне картельне управління (Bundeskartellamt) відповідно до вартості угоди (Wert der Gegenleistung), якщо виконуються всі наступні умови:

- вартість угоди перевищує 400 млн євро;
- сукупний світовий оборот усіх зацікавлених фірм перевищує 500 млн євро;
- принаймні одна із зацікавлених фірм має внутрішній оборот у Німеччині понад 25 млн євро;
- злиття або поглинання має вагомий, стратегічне значення для розвитку бізнесу всередині країни [10; 11; 27].

Метою нових порогових значень є забезпечення контролю за придбанням молодих компаній з інноваційними бізнес-моделями, які, як очікується, матимуть значний потенціал конкурентоспроможності в майбутньому, але на момент здійснення злиття товарообіг є невеликим або взагалі відсутнім. Прикладом є поглинання WhatsApp Facebook у 2004 р., яке не потрапило під контроль антимонопольних органів.

Реформа вперше надає вагомий значення мережевим ефектам, які повинні враховуватися при визначенні домінуючого положення фірми на ринку. Також визнається той факт, що компанія, яка надає свої послуги одній із груп споживачів безкоштовно, може зловживати монополюючим становищем.

Ця поправка також вводить конкретні критерії оцінки ринкової влади фірм на БР, зокрема:

- прямі та непрямі мережеві ефекти;
- паралельне використання декількох послуг і витрат на комутацію для користувачів;
- ефект масштабу в контексті мережевих ефектів;
- доступ до конфіденційних даних;
- інноваційний конкурентний тиск [10].

Незважаючи на те, що закони ЄС мають перевагу, уряд Німеччини прийняв ряд змін до законодавства, зокрема до законів про захист конкуренції, у зв'язку з цифровізацією економіки та швидким розвитком дво- та багатосторонніх ринків. На нашу думку, такий підхід свідчить про тісну співпрацю між науковцями й органами державної влади, основним завданням яких є захист конкуренції в межах держави.

Італія. В Італії урядом була узаконена «Пропозиція № 3564» від 26 січня 2016 р., що зобов'язує бізнес-платформи надавати відповідним урядовим установам «Документ про ділову політику», який має містити в собі: умови контрактів, «чорний список» умов для бізнес-платформ, обґрунтування цінової політики, перелік випадків, коли платформа може обмежувати доступ на ринок, зобов'язання на передачу персональних даних третім особам, визначених державою, та ін. Основними цілями цього документа є забезпечення прозорості, справедливої конкуренції на БР та захист прав споживачів [20].

Франція. У Франції 7 жовтня 2016 р. був прийнятий «Закон про цифрову Республіку», в якому надається розширене тлумачення бізнес-платформи та визначається зобов'язання щодо порядку розміщення інформації про права та обов'язки сторін, систему рейтингу учасників та ін.

Після прийняття цього закону президент Франції Е. Макрон закликав Європейську Комісію подати ініціативу, що забезпечуватиме прозорість діяльності бізнес-платформ. Відповідно до вимоги президента Франції було прийнято три укази, що спрямовані на захист прав споживачів бізнес-платформ:

– Указ № 2017-1434 від 29 вересня 2017 р. – щодо інформаційних зобов'язань операторів онлайн-платформ (для застосування статті L111-7-I Кодексу Франції про споживчі права; набуває чинності з 1 січня 2018 р.);

– Указ № 2017-1436 від 29 вересня 2017 р. – про інформаційні вимоги, що стосуються інтерактивних повідомлень споживачів (для застосування статті L111-7-II Кодексу Франції про споживчі права; набуває чинності з 1 січня 2018 р.);

– Указ 2017-1435 від 29 вересня 2017 р. – про встановлення порогових зв'язків, з яких оператори інтернет-платформ розробляють і поширюють передові технології для посилення лояльності, ясності та прозорості інформації, що надається споживачам (для платформ з більш ніж 5 мільйонами відвідувачів на місяць; набуває чинності з 1 січня 2019 р.).

Відповідно до вищезазначених указів з 1 січня 2018 р. бізнес-платформи зобов'язуються надавати учасникам достовірну, прозору інформацію. У випадку невиконання зобов'язань платформи отримуватимуть адміністративний штраф, розмір якого становитиме до 375 000 євро [13; 18; 19].

Таким чином, можна зробити висновок, що, незважаючи на Директиву ЄС щодо надання переваги саморегулюванню економічних відносин, що виникають за участі бізнес-платформ для забезпечення розвитку інновацій, уряд Франції вбачає необхідність обмежувати діяльність бізнес-платформ для захисту прав споживачів і створення рівних конкурентних умов для БР і традиційних ринків.

Великобританія. Позиція Великобританії щодо необхідності регулювання БР, зокрема бізнес-платформ, на сьогодні співпадає з висновками Європейської Комісії і полягає у створенні гнучких методів регулювання, що забезпечать інноваційний розвиток цифрової економіки.

В офіційних документах Органу з питань конкуренції та маркетингу зазначається, що у зв'язку з різноманітністю бізнес-платформ законодавство «широкого спектра дії» являється неефективним. Визначається необхідність цілеспрямованого регулювання для конкретних негативних наслідків діяльності бізнес-платформ (post-ante), на відміну від передчасного регулювання (ex-ante). Основна увага повинна приділятися підтримці існуючих правил, що регулюють конкуренцію, а також посиленню законодавства у сфері: забезпечення конфіденційності, стандартизації вимог щодо справедливого ціноутворення, захисту даних і захисту прав споживачів, покращення вільної торгівлі на світовому ринку та, за необхідності, дерегулювання, з метою «захоплення» інновації та забезпечення проникнення на ринок дрібних фірм, що володіють новою технологією, яка в майбутньому може стати передовою [13; 19].

Висновки. Отже, проаналізувавши наукову літературу, що присвячена питанням державного регулювання на БР, можна зробити висновок, що всі науковці погоджуються з тим, що на сучасному етапі виникла необхідність оновлення законодавчої бази щодо недопущення зловживання монополієм становищем, з урахуванням особливостей БР. Однак між дослідниками БР точиться дискусія щодо того, якою мірою держава має регулювати ці ринки та чи необхідно обмежувати монополізм бізнес-платформ на державному рівні.

На нашу думку, монополія на БР завдяки мережевим ефектам і взаємозалежності попиту між учасниками забезпечує зростання соціального добробуту, максимізацію прибутку та інноваційний розвиток галузі. Однак бізнес-платформи мають схильність до зловживання домінуючим становищем. У рамках чинного законодавства антимонопольні органи стикаються з проблемою аналізу цих ринків та оцінкою негативних наслідків від зловживання монополієм становищем. В умовах постійного розвитку БР більшість європейських держав і міжнародних організацій активно почали впроваджувати нормативно-правові акти щодо регламентування діяльності бізнес-платформ, як на законодавчому (в межах окремої держави), так і на міжнародному рівнях.

Проаналізувавши європейський досвід державного регулювання конкуренції на дво- та багатосторонніх ринках, варто зауважити, що ряд країн уже внесли зміни до чинної законодавчої бази у зв'язку зі зловживанням бізнес-платформами домінуючим становищем на ринку. Однак як серед науковців, так і серед практиків немає єдиного погляду на те, який підхід необхідно використовувати для забезпечення розвитку конкуренції на БР – ex-ante або post-ante. На сьогодні більшість розвинених країн (Франція, Німеччина, Італія) використовують підхід post-ante, тобто порушення конкурентного законодавства на БР регулюють за допомогою прецедентів, кількість яких збільшується у міру посилення ринкової влади платформ. Однак Європейська комісія, Федеральна антимонопольна служба Росії, Американський антимонопольний інститут та інші урядові установи вбачають необхідність проведення аналізу конкурентних відносин на сучасних дво- та БР з метою обґрунтування необхідності внесення змін до чинного конкурентного законодавства (підхід ex-ante) для мінімізації негативних наслідків від зловживання бізнес-платформами домінуючим становищем на ринку.

На нашу думку, найбільш оптимальним рішенням щодо державного регулювання конкуренції на дво- та БР є поєднання post-ante та ex-ante підходів. Зокрема, це стосується країн, що розвиваються, оскільки в їх законодавстві не передбачене теоретичне обґрунтування категорій, що є основою для аналізу сучасних ринків.

Підхід ex-ante необхідно використовувати для створення категоріальної законодавчої бази, тобто введення нових термінів і категорій, наприклад: платформа, мережеві ефекти, електронний алгоритм ціноутворення. Також законодавство ex-ante необхідно розробляти для регулювання злиття і поглинання, оскільки

навіть самі дрібні стартапи на БР можуть у перспективі можуть забезпечити конкуренцію та зменшити вплив монополіста на цьому ринку.

Підхід *post-ante*, яке ґрунтується на прецедентному праві, необхідно застосовувати для обмеження монопольної влади та наслідків від її зловживання окремих платформ (Amazon, Facebook, Airbnb тощо), визначення товарних і географічних меж ринку. *Post-ante* законодавство дозволяє врахувати унікальні технологічні особливості платформ, ситуацію на ринку. Так, наприклад, рішення суду щодо порушення законодавства про конкуренцію у Франції може слугувати основою для вирішення судових спорів в інших країнах Європи.

Ще вчора платформи-монополісти розцінювалися, як такі, що забезпечують зростання суспільного добробуту, а вже сьогодні ці фірми звинувачують в тому, що вони є антиконкурентними, такими, що зловживають монопольним становищем і руйнують демократію. Антимонопольні органи застосовують штрафні санкції, органи державної влади активно почали впроваджувати зміни в антимонопольне законодавство для обмеження монополізації платформ у всіх розвинених країнах Європи.

В статті відсутній аналіз державного регулювання багатосторонніх ринків в Україні та не вказані методи вдосконалення чинного антимонопольного законодавства відповідно до державної стратегії розвитку цифрової економіки в Україні. Ця проблематика є основою для подальших досліджень.

Література: 1. Affeldt P., Filistrucchi L., Klein T. Upward pricing pressure in two-sided markets. *The Economic Journal*. 2013. № 23. P. 505–523. 2. Chisholm A. Platform regulation – antitrust law versus sector-specific legislation: evolving our tools and practices to meet the challenges of the digital economy. URL: www.gov.uk/government/speeches/alex-chisholmspeaks-about-online-platform-regulation. 3. Cosnita-Langlais A., Johansen B., Sorgard L. Upward Price Pressure in Two-Sided Markets: Incorporating Feedback Effects. *Economix Working Papers*. 2018. URL: https://economix.fr/pdf/dt/2018/WP_EcoX_2018-3.pdf. 4. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>. 5. Evans D. Governing Bad Behavior by Users of Multi-Sided Platforms. *Berkeley Technology Law Journal*. 2012. No. 27. P. 1201–1250. 6. Evans D. The Web Economy, Two-Sided Markets and Competition Policy. *Concurrences*. 2010. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1584363>. 7. Evans P., Gawer A. The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey. *The Emerging Platform Economy Series*. 2016. URL: http://www.thecge.net/wpcontent/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf. 8. Filistrucchi L., Geradin D., van Damme E., Affeldt P. Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice. *Journal of Competition Law and Economics*. 2014. No. 10. P. 293–339. 9. Gale D., Shapley L. College Admissions and the Stability of Marriage. *The American Mathematical Monthly*. 1962. No. 69. P. 9–15. 10. Germany: Ninth Amendment of the Act against Restraints of Competition enters into force. URL: http://knowledge.freshfields.com/en/Global/r/3511/germany__ninth_amendment_of_the_act_against_restraints_of. 11. Herrlinger J. J. Cornelius New Competition Law in Germany. *White and Case*. 2017. URL: <https://www.whitecase.com/publications/alert/new-competition-law-germany>. 12. Honcharuk I. The evolution of the theoretical and methodological approaches to the study of competition in multi-sided markets. *East European Science Journal*. 2018. No. 32. P. 26–30. 13. Fairness in platform-to-business relations. 2017. URL: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-5222469_en. 14. Joint Letter from the governments of eleven member states to Vice-president Andrus Ansip. 2016. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/513402/platforms-letter.pdf. 15. Just N. Governing online platforms: Competition policy in times of platformization. *Telecommunications Policy*. 2018. No. 42. P. 172–183. 16. Koski H., Kretschmer T. Entry, Standards and Competition: Firm Strategies and the Diffusion of Mobile Telephony. *Review of Industrial Organization*. 2005. No. 1 (26). P. 89–113. 17. Li Z., Agarwal A. Platform Integration and Demand Spillovers in Complementary Markets: Evidence from Facebook's Integration of Instagram. *Management Science*. 2017. No. 10 (63). P. 3438–3458. 18. Mergers: Commission approves acquisition of LinkedIn by Microsoft, subject to conditions // European Commission. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4284_en.htm. 19. Nosedá V. The EU and its bid to regulate digital platforms. URL: http://www.nctm.it/wpcontent/uploads/2017/08/20170831_Nosedá_Articolo_Communications-Law-August-2017.pdf. 20. Online Platforms: How to Adapt Regulatory Framework to the Digital Age? // Briefing for the IMCO Committee of the European Parliament. 2017. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607323/IPOL_BRI\(2017\)607323_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607323/IPOL_BRI(2017)607323_EN.pdf). 21. Parker G., Alstyne M., Choudaray P. Platform revolution: How networked markets are transforming the economy-and how to make them work for you. New York : W. W. Norton, 2016. 304 p. 22. Rochet J., Tirole J. Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*. 2003. No. 1 (4). P. 990–1029. 23. Roson R. Two-sided markets: A tentative survey. *Review of Network Economics*. 2005. No. 4 (2). P. 142–160. 24. Roth A. Common and Conflicting Interests in Two-Sided Matching Markets. *European Economic Review*. 1985. No. 1 (27). P. 75–96. 25. Shapley L., Scarf H. On Cores and Indivisibility / L. Shapley, // *Journal of Mathematical Economics*. 1974. No. 1. P. 23–37. 26. Shleifer A. Understanding Regulation. *European Financial Management*. 2005. No. 4 (11). P. 439–451. 27. White paper on digital platforms. URL: https://www.bmw.de/Redaktion/EN/Publikationen/white-paper.pdf?__blob=publicationFile&v=2. 28. Баландина М., Баскакова И. Двусторонние рынки: определение понятия, ключевые характеристики и инструменты оценки. *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2016. № 2. С. 11–18. 29. Ігнатюк А. Конкурентні відносини на ринках в умовах 4-ї промислової революції // Сучасні механізми реалізації конкурентної політики України в умовах глобалізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 17 листоп. 2016 р.). Київ, 2016. С. 52–54. 30. Ігнатюк А., Гончарук І. Розвиток багатосторонніх бізнес-платформ в умовах 4-ї промислової революції // Конкурентоспроможність



національної економіки : матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 5–6 жовт. 2017 р.). Київ, 2017. С. 34–37. **31.** Коваленко А. Многосторонняя платформа как сеть создания стоимости. *Управленец*. 2017. № 4. С. 39–42. **32.** Коваленко А. Проблематика исследований многосторонних платформ. *Современная конкуренция*. 2016. № 3. С. 64–90. **33.** Розанова Н. Сетевой рынок в современных условиях: к новой конфигурации рыночной структуры. 2015. URL: <http://www.hse.ru>. **34.** Шаститко А., Паршина Е. Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области. *Современная конкуренция*. 2016. № 1. С. 5–18.

References: **1.** Affeldt P., Filistrucchi L., Klein T. Upward pricing pressure in two-sided markets. *The Economic Journal*. 2013. No. 23. P. 505–523. **2.** Chisholm A. Platform regulation – antitrust law versus sector-specific legislation: evolving our tools and practices to meet the challenges of the digital economy. URL: www.gov.uk/government/speeches/alex-chisholmspeaks-about-online-platform-regulation. **3.** Cosnita-Langlais A., Johansen B., Sorgard L. Upward Price Pressure in Two-Sided Markets: Incorporating Feedback Effects. *Economix Working Papers*. 2018. URL: https://economix.fr/pdf/dt/2018/WP_EcoX_2018-3.pdf. **4.** Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>. **5.** Evans D. Governing Bad Behavior by Users of Multi-Sided Platforms. *Berkeley Technology Law Journal*. 2012. No. 27. P. 1201–1250. **6.** Evans D. The Web Economy, Two-Sided Markets and Competition Policy. *Concurrences*. 2010. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1584363>. **7.** Evans P., Gawer A. The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey. *The Emerging Platform Economy Series*. 2016. URL: http://www.thecge.net/wpcontent/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf. **8.** Filistrucchi L., Geradin D., van Damme E., Affeldt P. Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice. *Journal of Competition Law and Economics*. 2014. No. 10. P. 293–339. **9.** Gale D., Shapley L. College Admissions and the Stability of Marriage. *The American Mathematical Monthly*. 1962. No. 69. P. 9–15. **10.** Germany: Ninth Amendment of the Act against Restraints of Competition enters into force. URL: http://knowledge.freshfields.com/en/Global/r/3511/germany__ninth_amendment_of_the_act_against_restraints_of. **11.** Herrlinger J. J. Cornelius New Competition Law in Germany. *White and Case*. 2017. URL: <https://www.whitecase.com/publications/alert/new-competition-law-germany>. **12.** Honcharuk I. The evolution of theoretical and methodological approaches to the study of competition in multi-sided markets. *East European Science Journal*. 2018. No. 32. P. 26–30. **13.** Fairness in platform-to-business relations. 2017. URL: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-5222469_en. **14.** Joint Letter from the governments of eleven member states to Vice-president Andrus Ansip. 2016. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/513402/platforms-letter.pdf. **15.** Just N. Governing online platforms: Competition policy in times of platformization. *Telecommunications Policy*. 2018. No. 42. P. 172–183. **16.** Koski H., Kretschmer T. Entry, Standards and Competition: Firm Strategies and the Diffusion of Mobile Telephony. *Review of Industrial Organization*. 2005. No. 1 (26). P. 89–113. **17.** Li Z., Agarwal A. Platform Integration and Demand Spillovers in Complementary Markets: Evidence from Facebook's Integration of Instagram. *Management Science*. 2017. No. 10 (63). P. 3438–3458. **18.** Mergers: Commission approves acquisition of LinkedIn by Microsoft, subject to conditions // European Commission. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4284_en.htm. **19.** Nosedà V. The EU and its bid to regulate digital platforms. URL: http://www.nctm.it/wpcontent/uploads/2017/08/20170831_Nosedà_Articolo_Communications-Law-August-2017.pdf. **20.** Online Platforms: How to Adapt Regulatory Framework to the Digital Age? // Briefing for the IMCO Committee of the European Parliament. 2017. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607323/IPOL_BRI\(2017\)607323_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/607323/IPOL_BRI(2017)607323_EN.pdf). **21.** Parker G., Alstyne M., Choudaroy P. Platform revolution: How networked markets are transforming the economy-and how to make them work for you. New York : W. W. Norton, 2016. 304 p. **22.** Rochet J., Tirole J. Platform competition in two- sided markets. *Journal of the European Economic Association*. 2003. No. 1 (4). P. 990–1029. **23.** Roson R. Two-sided markets: A tentative survey. *Review of Network Economics*. 2005. No. 4 (2). P. 142–160. **24.** Roth A. Common and Conflicting Interests in Two-Sided Matching Markets. *European Economic Review*. 1985. No. 1 (27). P. 75–96. **25.** Shapley L., Scarf H. On Cores and Indivisibility / L. Shapley // *Journal of Mathematical Economics*. 1974. No. 1. P. 23–37. **26.** Shleifer A. Understanding Regulation. *European Financial Management*. 2005. No. 4 (11). P. 439–451. **27.** White paper on digital platforms. URL: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/white-paper.pdf?__blob=publicationFile&v=2. **28.** Balandina M., Baskakova I. *Dvustoronniye rynki: opredeleniye ponyatiya, klyuchevyye kharakteristiki i instrumenty otsenki* [Bilateral Markets: Definition of the Concept, Key Characteristics and Assessment Tools]. *Izvestiya Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2016. No. 2. P. 11–18. **29.** Ihnatiuk A. Konkurentni vidnosyny na rynkakh v umovakh 4-i promyslovoi revoliutsii // Suchasni mekhanizmy realizatsii konkurentnoi polityky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 17 lystop. 2016 r.). Kyiv, 2016. P. 52–54. **30.** Ihnatiuk A., Honcharuk I. Rozvytok bahatostoronnykh biznes-platform v umovakh 4-i promyslovoi revoliutsii // Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky : materialy XVII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 5–6 zhovt. 2017 r.). Kyiv, 2017. P. 34–37. **31.** Kovalenko A. *Mnogostoronnyaya platforma kak set sozdaniya stoimosti* [Multilateral Platform as a Value Creation Network]. *Upravlenets*. 2017. No. 4. P. 39–42. **32.** Kovalenko A. *Problematika issledovaniy mnogostoronnykh platform* [The Problems of Research of Multilateral Platforms]. *Sovremennaya konkurentsya*. 2016. No. 3. P. 64–90. **33.** Rozanova N. Setevoy rynek v sovremennykh usloviyakh: k novoy konfiguratsii rynochnoy struktury. 2015. URL: <http://www.hse.ru>. **34.** Shastitko A., Parshina Ye. *Rynki s dvustoronnimi setevymi effektami: spetsifikatsiya predmetnoy oblasti* [Markets with Two-way Network Effects: Specification of the Domain]. *Sovremennaya konkurentsya*. 2016. No. 1. P. 5–18.

Інформація про автора

Гончарук Інна Василівна – аспірант кафедри економічної теорії, макро- та мікроекономіки Київського національного університету ім. Тараса Шевченка (вул. Васильківська 90а, м. Київ, Україна; e-mail: inna.goncharuk2016@gmail.com).

Информация об авторе

Гончарук Инна Васильевна – аспирант кафедры экономической теории, макро- и микроэкономики Киевского национального университета им. Тараса Шевченко (ул. Васильковская 90а, г. Киев, Украина; e-mail: inna.goncharuk2016@gmail.com).

Information about the author

I. Honcharuk — Graduate student of Department of Economic Theory of the Faculty of Economics at Taras Shevchenko National University of Kyiv (90a Vasylykivska St., Kyiv, Ukraine; e-mail: inna.goncharuk2016@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
20.06.2018 р.*

JEL Classification: D42; K23; L43

УДК 658.8.03

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ РИНКОВОЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ ТА КОРПОРАТИВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

**Кирилюк А. О.
Шрам П. І.**

Анотація. Метою дослідження у роботі є узагальнення та розвиток науково-теоретичних положень щодо оцінки ефективності та результативності державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції. Визначено особливості та встановлено вимоги щодо проведення оцінки ефективності та результативності державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції. Узагальнено склад завдань і напрями реалізації державної політики регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції. Розроблено рекомендації щодо обґрунтування вибору інструментарію та підготовки заходів із формування й реалізації державної антимонопольної політики.

Ключові слова: державне регулювання, державна політика, антимонопольна політика, ефективність, результативність, ринкова концентрація, корпоративна інтеграція.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ РЫНОЧНОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ И КОРПОРАТИВНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

**Кирилюк А. А.
Шрам П. И.**

Аннотация. Целью исследования в работе является обобщение и развитие научно-теоретических положений по оценке эффективности и результативности государственного регулирования процессов рыночной концентрации и корпоративной интеграции. Определены особенности, и установлены требования по проведению оценки эффективности и результативности государственного регулирования процессов рыночной концентрации и корпоративной интеграции. Обобщены состав задач и направления реализации государственной политики регулирования процессов рыночной

© Кирилюк А. О., Шрам П. І., 2018



концентрации и корпоративной интеграции. Разработаны рекомендации по обоснованию выбора инструментария и подготовки мероприятий по формированию и реализации государственной антимонопольной политики.

Ключевые слова: государственное регулирование, государственная политика, антимонопольная политика, эффективность, результативность, рыночная концентрация, корпоративная интеграция.

EVALUATING EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS OF STATE REGULATION OF MARKET CONCENTRATION AND CORPORATE INTEGRATION

A. Kyryliuk
P. Shram

Abstract. The aim of the article is to generalize and develop the scientific and theoretical provisions for evaluating efficiency and effectiveness of state regulation of market concentration and corporate integration. The features of evaluating efficiency and effectiveness of state regulation of market concentration and corporate integration are identified and requirements for its performing are determined. The composition of tasks and directions of implementing the state policy concerning the regulation of market concentration and corporate integration is generalized. There developed recommendations on the justification tools for and preparation of measures on the formation and implementation of state antimonopoly policy.

Keywords: state regulation, state policy, antimonopoly policy, efficiency, effectiveness, market concentration, corporate integration.

Постановка проблеми. Забезпечення ефективності та дієвості реалізації реформаторських заходів, спрямованих на підтримку тенденцій щодо стабілізації та досягнення високих темпів сталого зростання національної економіки та господарства, великою мірою визначається обґрунтованістю вибору та продуктивністю використання широкого кола засобів, механізмів та інструментарію державного регулювання. Однією з ключових сфер формування державної політики регулювання економічних явищ і процесів є регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції, через реалізацію якої забезпечується вирішення найважливіших проблем і протиріч в соціально-економічному розвитку держави: підтримка та стимулювання господарської активності економічних агентів; перешкоджання монополізації ринків і запобігання зловживанням ринковою владою; подолання негативного впливу зовнішніх ефектів (екстерналій) на динаміку економічного зростання; підтримка виробництва суспільних благ і компенсація недосконалості ринкового саморегулювання при виробництві товарів і послуг суспільного значення; надання впливу на розподіл надходів та сприяння збільшенню суспільного багатства; урівноваження платіжного балансу країни та ін. Розмаїття та складність цілей та завдань державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції визначає необхідність змістовного визначення пріоритетів і спрямованості, організаційно-методичного та інструментального наповнення державної політики регулювання економічних явищ і процесів у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виокремлення невирішених частин проблеми. Різні аспекти формування державної політики у сфері регулювання конкурентних відносин і протидії монополізації ринків розглядалися у роботах авторитетних вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як О. Безух [1], Р. Брунер [10], Ю. Гайдученко [2], Н. Корчак [5], В. Лагутін [4], А. Лажу [11], А. Мовчан [6], О. Мороз [7], Г. Несволд [11], Л. Несен [7], Д. Перелла [10], С.Рід [11], Л. Філатова [7] та ін. Проте питання оцінки ефективності та результативності політики державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції висвітлюються в переважній більшості досліджень досить фрагментарно та вимагають подальшого розвитку. З іншого боку, проблематика оцінювання дієвості та ефективності заходів з державного регулювання економіки та формування відповідної державної політики, що, зокрема, достатньо уважно вивчалася у дослідженнях таких авторів, як К. Вачковські [12], Н. Гавкалова [12], В. Зінченко [3], Ю. Іванов [3], О. Іванова [3], М. Кизим [3], А. Мордовець [8], О. Попов [8], О. Соловійова [9], Т. Четова-Терашвили [3] та ін., не враховує специфічних особливостей виконання завдань держави у сфері конкурентних відносин.

Метою дослідження у роботі є узагальнення та розвиток науково-теоретичних положень щодо оцінки ефективності та результативності державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції.

Результати дослідження. Першочерговою задачею для формування дієвої державної політики, адекватної складності, та розмаїття відповідної сфери суспільного буття як об'єкта регулювання є визначення цілей держави у цій сфері (зміст яких слід вважати відображенням відповідних суспільних інтересів) та обґрунтування доцільності використання певного інструментарію забезпечення досягнення такого роду цілей.

Цілі політики держави в сфері регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції визначаються належно до напрямів реалізації відповідного регулятивного впливу, що в цілому має відповідати імперативу забезпечення належних умов для розвитку ринкової конкуренції та протидії проявам монополізму (рис. 1).

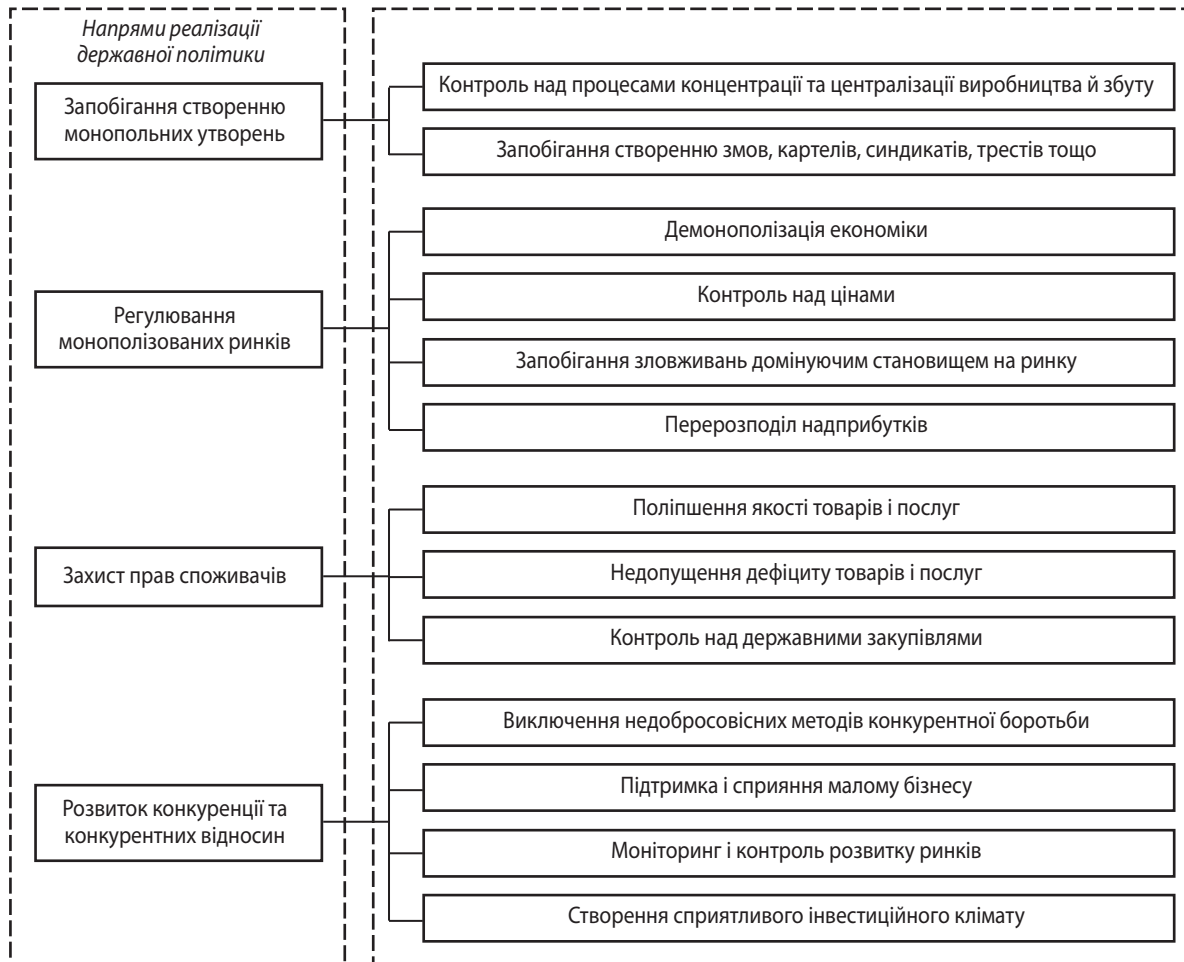


Рис. 1. Напрями та цілі реалізації державної політики у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції

Цілі держави в контексті підтримки та розвитку конкурентних ринкових відносин характеризуються надзвичайним розмаїттям, а власне державна політика у цій сфері являє собою складний механізм взаємодії багатьох елементів системи державного регулювання. Отже, державну політику регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції не можна розглядати у відриві від національної стратегії соціально-економічного розвитку та належних до неї дій держави, що визначає широкий діапазон виявлення цілей зазначеної політики. На реалізацію таких цілей активно та пасивно, прямо та опосередковано здатні справляти вплив інші елементи економічного механізму держави. Крім того, державна політика у цій сфері характеризується спрямованістю на довгострокове функціонування певної системи державних органів і впровадження розмаїтого комплексу заходів щодо підтримки певного рівня конкурентності ринкових відносин, що, своєю чергою, обумовлює практичну недосяжність певних цілей у короткостроковий період і потребує їх постійної пролонгації. Такі цілі необхідно віднести до пріоритетів реалізації політики, що потребують постійного моніторингу і контролю, оскільки не можуть бути ув'язані із отриманням конкретних кінцевих результатів. Проте цільові орієнтири державної політики в цьому контексті можуть отримати належне визначення через проміжні показники, проміжні цілі, досягнення або недосягнення яких характеризує ефективність та результативність дій держави у сфері регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції.

Таким чином, з точки зору обґрунтування напрямків і стратегічних орієнтирів державної політики, а також розробки заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей та отримання бажаних результатів,



доцільним є визначення диференціації цілей за критеріями ефективності та результативності. Необхідність такої диференціації визначається розмаїттям цілей і завдань державної політики у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції, в рамках якої частка очікуваних результатів носить досить чіткий і формалізований характер (зокрема, дозволяє визначити цільовий характер видатків, які мають бути витрачені для досягнення цих цілей), тобто такі цілі повністю відповідають критерію ефективності. Водночас інша група цілей залишається неосязною або складнішою в чіткому визначенні, тобто ця група цілей відповідає критерію результативності.

Наведені цілі державної політики обумовлюють подальші заходи, необхідні для їх досягнення та отримання певного результату, тобто визначення її результативності. Формування критеріїв оцінки результативності державної політики опирається на цілі, які переслідує політика в рамках свого функціонування та ступінь їх досягнення.

Ефективність державної політики у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції є похідною від загальної ефективності реалізації економічної стратегії держави. Її можна оцінити шляхом аналізу результативності складових державної політики.

До основних критеріїв, що характеризують ефективність державного регулювання у цій сфері, слід віднести насамперед співвідношення результатів політики з очікуваними параметрами ринкової конкуренції, а також ресурсемність цієї політики, тобто співвідношення цілей політики з коштами, витраченими на її реалізацію. Серед інших критеріїв оцінки ефективності державної політики слід відзначити забезпечення ефективності та стабільності функціонування національної економіки, що оцінюється з точки зору довгострокових пріоритетів, до яких відноситься підвищення добробуту суспільства, продуктивність використання виробничого потенціалу, комплекс неекономічних цілей довгострокового розвитку, що відповідають колективним та індивідуальним інтересам тощо.

Але проведення комплексної оцінки за окремими вищезазначеними критеріями є достатньо складним, тому ефективність конкурентної політики можна визначити через сукупність критеріїв різних її складових. Тобто необхідно визначити складові, що впливають на досягнення вищезазначених цілей та можуть бути кількісно або якісно охарактеризовані (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика напрямків оцінювання ефективності та результативності державного регулювання у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції

Цілі	Напрямки оцінювання		
	Аналіз ситуації на ринку	Антимонополюсна складова	Конкурентна складова
1	2	3	4
Контроль над процесами концентрації та централізації	Аналіз рівня концентрації та монополізації ринку	Утримання рівня концентрації та монополізації	Підвищення частки ринку малих і середніх підприємств
Запобігання створенню змов, картелів, синдикатів, трестів тощо		Зниження частки ринку провідних товаровиробників	Збільшення частки ринку малих і середніх підприємств
Демоніполізація економіки			
Контроль над цінами	Аналіз цінової політики підприємств, визначення середньоринкової ціни, що забезпечує беззбитковість підприємств галузі	Не допущення завищення цін підприємств з домінуючим положенням на ринку	Недопущення демпінгування цін з метою витіснення менших підприємств
Запобігання зловживанням домінуючим становищем на ринку	Моніторинг діяльності підприємств на предмет зловживань домінуючим положенням на ринку	Боротьба із зловживаннями домінуючим положенням на ринку	Сприяння розвитку добросовісної конкуренції на ринку
Перерозподіл надприбутків	Оцінка прибутковості підприємств галузі	Підвищення ставок оподаткування для підприємств з домінуючим положенням на ринку за умови отримання ними надприбутків	Стимулюючі інструменти
Поліпшення якості товарів і послуг	Оцінка якості товарів / послуг	Встановлення на законодавчому рівні стандартів якості товарів і послуг	Сприяння розвитку інноваційних підприємств

1	2	3	4
Недопущення дефіциту товарів і послуг	Аналіз співвідношення попиту та пропозиції на ринку	Зрівняння попиту та пропозиції на ринку	Зрівняння попиту та пропозиції на ринку
Контроль над державними закупівлями	Аналіз державних закупівель на певному ринку	Державні закупівлі з метою підтримки товаровиробників малого та середнього бізнесу	Державні закупівлі з метою підтримки товаровиробників
Виключення недобросовісних методів конкурентної боротьби	Моніторинг діяльності підприємств на предмет недобросовісних методів конкурентної боротьби	Боротьба з недобросовісними методами конкурентної боротьби	Сприяння розвитку добросовісної конкуренції на ринку
Підтримка і сприяння малому бізнесу	Аналіз кількості й ефективності функціонування підприємств малого та середнього бізнесу ринку	Контроль над злиттями та поглинаннями	Підтримка наявних підприємств на ринку та сприяння створенню нових підприємств
Моніторинг і контроль розвитку ринків	Моніторинг ситуації, що складається на кожному окремому ринку	Заходи відповідно до отриманих результатів моніторингу відповідно до загальної економічної політики	Заходи відповідно до отриманих результатів моніторингу відповідно до загальної економічної політики
Створення сприятливого інвестиційного клімату	Аналіз інвестиційної привабливості ринку	Залучення інвестицій на стратегічно важливі ринки	Залучення інвестицій на стратегічно важливі ринки

В цілому всі параметри оцінювання, які приведені в табл. 1, поділяються на 3 основні напрями: оцінка ситуації, що складається в певний період часу; характеристики розвитку конкурентного середовища.

Отже, спираючись на цілі державного регулювання у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції, визначаються напрями діяльності органів антимонопольного контролю. Першочерговою складовою є визначення ситуації, що складається на ринку щодо кожного окремого елемента регулювання. Важливим є те, що кожен елемент регулювання підлягає впливу як з боку антимонопольних, так і конкурентних заходів, що в цілому створює загальну систему антимонопольного регулювання, спрямовану як на забезпечення розвитку конкурентного середовища, так і на захист від недобросовісної конкуренції, боротьбу з домінуючим положенням, що є антимонопольною складовою. Розглядати ці складові окремо не вірно, бо саме з урахуванням обох напрямів регулювання визначається кінцевий результат діяльності всієї політики. Результативність політики залежить від отриманого результату регулювання, конкретних заходів, що проводяться органами антимонопольного контролю. Ефективність реалізації державної політики являє собою більш складний механізм, що залежить від інших складових елементів державного регулювання економіки та є похідною від загальної ефективності економічної політики держави.

Висновки. Цілі політики держави у сфері регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції визначаються належно до напрямів реалізації відповідного регулятивного впливу, що в цілому має відповідати імперативу забезпечення належних умов для розвитку ринкової конкуренції та протидії проявам монополізму. При обґрунтуванні напрямків і стратегічних орієнтирів державної політики, а також при розробці заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей та отримання бажаних результатів, доцільним є визначення диференціації цілей за критеріями ефективності та результативності. Необхідність такої диференціації визначається розмаїттям цілей і завдань державної політики у сфері регулювання конкурентних відносин та економічної інтеграції, в рамках якої частка очікуваних результатів носить досить чіткий і формалізований характер (зокрема, дозволяє визначити цільовий характер видатків, які мають бути витрачені для досягнення цих цілей), тобто такі цілі повністю відповідають критерію ефективності. Параметри оцінювання за цим підходом, поділяються на три основні напрями, що визначають пріоритети та напрями діяльності органів державного антимонопольного контролю: оцінка ситуації, що складається в цей період часу; характеристики антимонопольного регулювання; характеристики розвитку конкурентного середовища.

Напрямки подальших досліджень у сфері оцінки ефективності та результативності державного регулювання процесів ринкової концентрації та корпоративної інтеграції мають бути пов'язані з розробкою алгоритму визначення та обґрунтування складу відповідної системи показників оцінювання.

Література: 1. Безух О. В. Теоретичні проблеми правового регулювання відносин економічної конкуренції : монографія. Київ : НДІПІП НАПрН України, 2013. 270 с. 2. Гайдученко Ю. О. Конкурентна та антимонопольна політика держави



в Україні. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Економіка*. 2010. Вип. 10. С. 21–25. **3.** Кизим М. О., Іванов Ю. Б., Зінченко В. А., Іванова О. Ю., Чечетова-Терашвили Т. М. Деретулювання економіки: проблеми та перспектив. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2014. 287 с. **4.** Конкурентна політика держави в умовах трансформації національної економіки : монографія / за заг. ред. В. Д. Лагутіна. Київ : КНТЕУ, 2008. 308 с. **5.** Корчак Н. М. Державне регулювання відносин конкуренції в Україні (господарсько-правовий аспект) : монографія. Київ : Національна академія прокуратури України, 2014. 336 с. **6.** Мовчан А. В. Правове регулювання захисту економічної конкуренції в умовах європейської інтеграції. *Право.ua*. 2016. № 1. С. 127–131. **7.** Мороз О. В., Несен Л. М., Філатова Л. С. Альтернативні теорії ринку та їх використання в регулятивній політиці. *Економіка розвитку*. 2015. № 1. С. 20–25. **8.** Попов О. Є., Мордовець А. В. Обґрунтування пріоритетів державної підтримки партнерських відносин у сфері міжсекторальної взаємодії. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1 (21). С. 160–171. **9.** Соловьева О. А. Государственное регулирование предпринимательства в условиях трансформации современной экономики : монография. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2012. 156 с. **10.** Bruner R. F., Perella J. R. *Applied Mergers and Acquisitions*. Wiley, 2004. 1056 p. **11.** Reed S., Lajoux A., Nesvold H. *The Art of M&A: A Merger Acquisition Buyout Guide: 4th Edition*. McGraw-Hill Education, 2007. 1100 p. **12.** Wackowski K., Gavkalova N. *The Paradigm of the State Regulatory Policy. Економіка розвитку*. 2016. № 2. С. 40–43.

References: **1.** Bezukh O. V. *Teoretychni problemy pravovoho rehuliuвання vidnosyn ekonomichnoi konkurentsii* : monohrafiia [Theoretical Problems of Legal Regulation of Economic Competition Relations: monograph]. Kyiv : NDIPPIP NAPrN Ukrainy, 2013. 270 p. **2.** Haiduchenko Yu. O. *Konkurentna ta antymonopolna polityka derzhavy v Ukraini* [Competitive and Antimonopoly Policy of the State in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni H. S. Skovorody. Ekonomika*. 2010. Issue 10. P. 21–25. **3.** Kyzym M. O., Ivanov Yu. B., Zinchenko V. A., Ivanova O. Yu., Chechetova-Terashvyly T. M. *Derehuliuвання ekonomiky: problemy ta perspektyv*. Kharkiv : VD «ІNZhEK», 2014. 287 p. **4.** *Konkurentna polityka derzhavy v umovakh transformatsii natsionalnoi ekonomiky* : monohrafiia [Competitive Policy of the State in the Conditions of Transformation of the National Economy: monograph] / za zah. red. V. D. Lahutina. Kyiv : KNTEU, 2008. 308 p. **5.** Korchak N. M. *Derzhavne rehuliuвання vidnosyn konkurentsii v Ukraini (hospodarsko-pravovyi aspekt)* : monohrafiia [State Regulation of Competition Relations in Ukraine (Economic-Legal Aspect): monograph]. Kyiv : Natsionalna akademiia prokuratury Ukrainy, 2014. 336 p. **6.** Movchan A. V. *Pravove rehuliuвання zakhystu ekonomichnoi konkurentsii v umovakh yevropeiskoi intehtratsii* [Legal Regulation of Protection of Economic Competition in the Conditions of European Integration]. *Pravo.ua*. 2016. No. 1. P. 127–131. **7.** Moroz O. V., Nesen L. M., Filatova L. S. *Alternatyvni teorii rynku ta yikh vykorystannia v rehuliatyvniі politytsi* [Alternative Market Theories and Their Use in Regulatory Policy]. *Економіка розвитку*. 2015. No. 1. P. 20–25. **8.** Popov O. Ye., Mordovets A. V. *Obgruntuvannya priorytetiv derzhavnoi pidtrymky partnerskykh vidnosyn u sferi mizhsektoralnoi vzaemodii* [Substantiation of Priorities of State Support of Partnership Relations in the Field of Intersectoral Interaction]. *Економіка і орханізатиіа управління*. 2016. No. 1 (21). P. 160–171. **9.** Soloveva O. A. *Gosudarstvennoye regulirovaniye predprinimatelstva v usloviyakh transformatsii sovremennoy ekonomiki* : monografiya [State Regulation of Entrepreneurship in the Conditions of Transformation of Modern Economy: monograph]. Chelyabinsk : Chelyabinskiiy gosudarstvennyy universitet, 2012. 156 p. **10.** Bruner R. F., Perella J. R. *Applied Mergers and Acquisitions*. Wiley, 2004. 1056 p. **11.** Reed S., Lajoux A., Nesvold H. *The Art of M&A: A Merger Acquisition Buyout Guide: 4th Edition*. McGraw-Hill Education, 2007. 1100 p. **12.** Wackowski K., Gavkalova N. *The Paradigm of the State Regulatory Policy. Економіка розвитку*. 2016. No. 2. P. 40–43.

Інформація про авторів

Кирилюк Андрій Олександрович – аспірант кафедри політичної економії Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: andreykiriluk@yahoo.com).

Шрам Поліна Ігорівна – аспірант кафедри політичної економії Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: olegshram90@gmail.com).

Информация об авторах

Кирилюк Андрей Александрович – аспирант кафедры политической экономики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина; e-mail: andreykiriluk@yahoo.com).

Шрам Полина Игоревна – аспирант кафедры политической экономики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина; e-mail: olegshram90@gmail.com).

Information about the authors

A. Kyryliuk – Postgraduate Student of Department of Political Economy of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: andreykiriluk@yahoo.com).

P. Shram – Postgraduate Student of Department of Political Economy of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: olegshram90@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
12.06.2018 р.*

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Вовк К. М.

Анотація. Проведено аналіз впливу подієвих заходів на розвиток країн у світі. Виявлено, що організація будь-яких подій веде до зростання зайнятості населення за рахунок створення додаткових робочих місць, розширення ділових, культурних і торгових зв'язків регіонів, а також до підвищення інвестиційної привабливості території. Досліджено стан подієвого туризму в Харківському регіоні. Проведено аналіз можливостей розвитку івент-туристичної діяльності в регіоні. Наведено результати статистичного аналізу туристичних потоків у регіоні. Визначено пріоритетні напрямки стратегічного розвитку подієвого туризму в Харківському регіоні.

Ключові слова: подія, подієвий туризм, розвиток регіону.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА

Вовк Е. М.

Аннотация. Проведен анализ влияния событийных мероприятий на развитие стран в мире. Обнаружено, что организация любых событий ведет к росту занятости населения за счет создания дополнительных рабочих мест, расширения деловых, культурных и торговых связей регионов, а также к повышению инвестиционной привлекательности территории. Исследовано состояние событийного туризма в Харьковском регионе. Проведен анализ возможностей развития ивент-туристической деятельности в регионе. Приведены результаты статистического анализа туристических потоков в регионе. Определены приоритетные направления стратегического развития событийного туризма в Харьковском регионе.

Ключевые слова: событие, событийный туризм, развитие региона.

EVENT TOURISM AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF KHARKIV REGION

K. Vovk

Abstract. The analysis of the influence of events on the development of countries in the world is carried out. It is found that the organization of any events leads to an increase in the employment of population due to the creation of additional jobs, expansion of business, cultural and trade ties between regions, as well as to a growth in the investment attractiveness of the territory. The state of event tourism in Kharkiv region is studied. Possibilities for the development of event tourism activities in the region are analyzed. The results of the statistical analysis of tourist flows in the region are presented. Priority directions of the strategic development of event tourism in Kharkiv region are determined.

Keywords: event, event tourism, development of the region.

Постановка проблеми. У сучасному світі туризм розглядається як один із факторів соціально-економічного розвитку країни загалом і є одним з істотних чинників розвитку її регіонів. З цієї точки зору, подія є одним із головних мотивуючих факторів у туризмі. Івенти мають помітний вплив на розвиток маркетингової стратегії дестинації. Роль і вплив спланованих подій у сфері туризму очевидні. Подієві заходи мають безпосередній вплив на формування конкурентоздатності території, де вони проводяться.

Частка подієвого туризму в секторі туристичних послуг щорічно збільшується. Сьогодні в світі налічується кілька десятків міст, які спеціалізуються на подієвій економіці і функціонують на доходи від неї. Всесвітньо відомі: м. Давос та щорічний економічний форум, Берлін і Канни та їх кінофестивалі, наприклад, в 2009 р. економічний ефект від Каннського фестивалю склав майже 200 млн євро, було створено 3200 робочих місць та 10 % річного завантаження готелів у регіоні [1].

Подієві заходи є факторами, що стимулюють розвиток туристичної галузі. В період проведення таких заходів активізується діяльність всіх об'єктів туристичної індустрії. Так, у Великобританії, за даними ВВЕР (Партнерство Ділових візитів і Подій), люди, які відвідують заходи, разом з організаторами зборів, конференцій, фестивалів, концертів, виставок, спортивних ігор, а також пожертвувальних поїздок і заохочувальних програм, витрачають 39,1 млрд фунтів стерлінгів [2].

Особливою перевагою подієвого туризму є його позитивна економічна складова, бо розвиток саме цього сектора туристичної галузі не потребує обов'язкового використання туристично-рекреаційних ресурсів. У Відні індустрія подієвого туризму приносить в бюджет тільки у вигляді податків 36 млн євро в рік, створюючи та зберігаючи приблизно 20 тис. робочих місць [3]. У США, які є світовим лідером в цій галузі, івент-індустрія «вкладає» у ВВП країни \$ 115 млрд і створює близько 1,8 млн робочих місць [4].

Таким чином, розвиток подієвого туризму в Україні є актуальним напрямом не тільки сприяння наповненню бюджетів регіонів, але й стимулює розвиток місцевої інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розвитку туризму через призму управління знайшли своє відображення в роботах В. Азара, О. Амоші, І. Балабанова, М. Біржакова, Д. Веденіна, А. Грищук, В. Данильчука, С. Дем'яненко, В. Єрмаченка, О. Зими, В. Кифяка, М. Круглова, А. Мазаракі, О. Макари, М. Мальської, К. Наумік-Гладкої, Н. Подольчака, Ж. Поплавської, А. Терехуха, Т. Ткаченка, В. Цибуха, В. Федорченка, Г. Харріса, А. Чудновського, Л. Шульгіної.

Серед зарубіжних авторів питання розвитку саме подієвого туризму досліджуються такими вченими, як: Д. Гетц (Donald Getz), С. Пейдж (Stephen Page), А. Макдонелл (Ian McDonnell), М. Моєр (Malcolm Moir), Д. Алєн (Johnny Allen), В. О'Тул (William O'Toole) та ін. Роль подієвого туризму як чинника впливу на розвиток регіону висвітлюється в роботах Наумік-К. Гладкої, А. Парфінєнко, О. Радіонової.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. При цьому питання управління розвитком подієвого туризму з урахуванням специфіки соціально-економічного стану регіону залишається за межами публікацій. Недостатньо уваги в роботах українських дослідників приділено оцінюванню впливу подієвих заходів на розвиток території.

Метою статті є дослідження впливу подієвого туризму на розвиток Харківського регіону.

Виклад основного матеріалу. За інформацією офіційного сайту Харківської міської ради кількість людей, які приїжджають до Харкова як туристи, збільшилася у 2017 році порівняно з 2016 роком приблизно на 30 % [5]. При цьому слід зазначити, що статистика щодо туристичних потоків є приблизною, оскільки досі не існує чіткого механізму звітування про туристичні відвідування в регіоні.

Першим кроком у розвитку івент-діяльності в Харкові є розробка календаря подій, який можна було б переглянути на міському сайті. Нещодавно Харківський регіон почали презентувати на всеукраїнських і міжнародних виставках. Зокрема, Харківський регіон взяв участь у XV Міжнародній туристичній виставці-ярмарку «Тур'євроцентр – Закарпаття-2017», яка проходила в м. Ужгороді. Харків презентували як центр ділового, подієвого, історичного туризму, розважального та сімейного відпочинку [6]. Так, у червні 2017 року відбулася масштабна виставка «Харківщина: туристичні відкриття».

Але івент-діяльність потребує більш системних комплексних заходів, які б мали дійсний вплив на розвиток цієї туристичної галузі в Харківському регіоні. Сьогодні багато організаторів подієвих заходів представляють маркетинг лише складовою рекламної кампанії певної події. Але маркетинг у подієвому туризмі – це структурований і послідовний спосіб мислення щодо просування події для досягнення задоволеності клієнтів, підвищення обізнаності та, залежно від цілей заходу, прибутковості. Багато організаторів не мають можливості мислити як про продукт події, так і про необхідність задовольнити бажання замовника шляхом належного аналізу попиту, широкого планування для задоволення цих потреб, поглиблених зусиль для стимулювання попиту. Одним із вагомих недоліків таких підходів є планування короткотермінових подій або подій, концепт яких є обмеженим.

Таким чином, є актуальним розробка маркетингової та соціально-психологічної стратегії просування туристичного продукту у сфері event-туристичної діяльності в Харківському регіоні.

Після подій 2014 року рівень туристичної активності у Харківській області знизився майже в три рази (рис. 1, 2012–2015 рр.). Але у 2016 році можна спостерігати деяке зростання туристичних потоків до регіону.

Найвищий показник відвідувань Харківщини у 2012 році скоріше за все можна пояснити організацією подієвого заходу – Чемпіонату Європи з футболу. Під час підготовки до Євро-2012 була створена інфраструктура, яка була здатна забезпечити проведення такого масштабного заходу. Тоді Харків отримав прямих інвестицій від вболівальників близько 11 млн євро, мінімум 100 євро залишив кожен вболівальник, загалом їх було 110 тис. [7]. Крім того, Постановою КМУ від 14.04.2010 № 357 «Про затвердження Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» було залучено інвестиції в сумі понад 80 млрд грн з державного бюджету [8]. Також цією постановою було проголошено забезпечення збереження щороку до 700 тис. робочих місць у будівельній та інших галузях економіки, створення 15 тис. нових робочих місць для забезпечення експлуатації та обслуговування об'єктів чем-

пiонату. Таким чином, організація подiєвих заходiв, особливо мiжнародного характеру, є перспективною для розвитку не тiльки туристичної галузi, але й сумiжних галузей рiгiону.

Пiсля 2012 року Україна стала значно популярнiшим туристичним напрямком за кордоном.

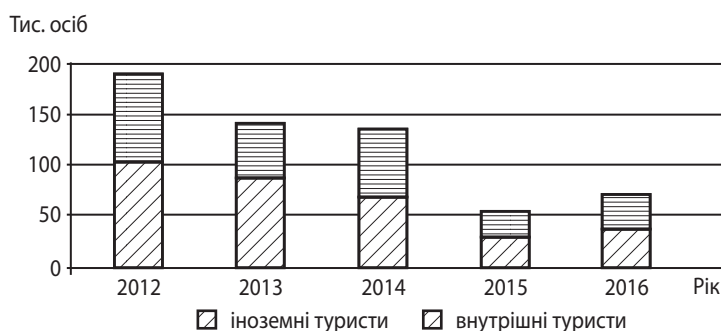


Рис. 1. Туристичні потоки Харківщини

Джерело: побудовано автором за даними Головного управління статистики у Харківській області

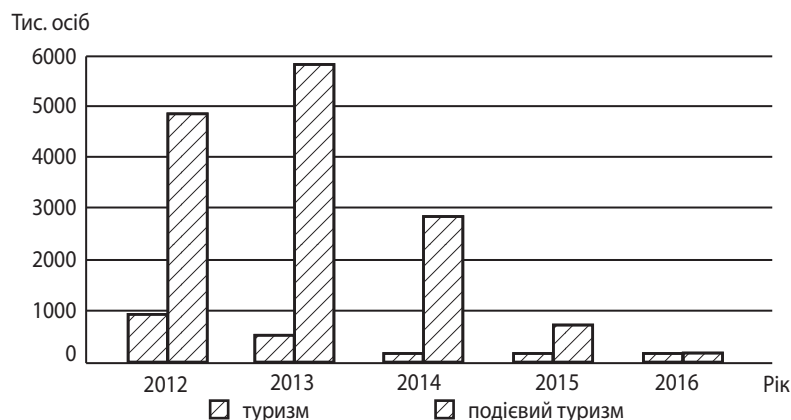


Рис. 2. В'їзд іноземних громадян в Україну

Джерело: побудовано автором за даними Головного управління статистики України

Вiдомо, що у другiй половинi 2012 року українські мiста вiдвiдали приблизно 4 мiльйони іноземцiв. Це на 20 % бiльше, нiж було гостей з-за кордону в 2011 році. В рейтингу Всесвiтнього економічного форуму за конкурентоспроможнiстю у сферi туризму Україна пiднялася з 85-го на 76-те мiсце. Крім того, вiдомi у свiтi туристичнi видання, такі як Trip Advisor, Glob Spots, National Geographic i Lonely Planet вперше в 2013 році почали радити Україну як невідомий куточок Європи [9].

Оскiльки для рiгiонiв України на сьогодні вiдсутня інформація щодо вiдвiдувань в рамках подiєвого туризму, такі данi можливо отримати шляхом лiнійної екстраполяції загальної кiлькостi іноземних вiдвiдувачiв подiєвих заходiв для України до загальної кiлькостi іноземних вiдвiдувачiв Харківського рiгiону (табл. 1).

Таблиця 1

Кiлькiсть вiдвiдувань іноземних громадян України та Харківського рiгiону

Роки вiдвiдувань	Загальна кiлькiсть іноземцiв, що в'їхали до України (тис. осіб)	Загальна кiлькiсть іноземцiв, що в'їхали до Харківського рiгiону (тис. осіб)	Загальна кiлькiсть іноземцiв, що в'їхали до України в рамках подiєвих заходiв (тис. осіб)	Екстраполяція кiлькостi вiдвiдувань в тис. осіб в рамках події для Харківського рiгiону (тис. осіб)
2012	23012,82	105,663	4853,973	22,28694
2013	24671,23	91,648	5841,772	21,70086
2014	12711,51	71,437	2814,021	15,81443
2015	12428,29	31,233	720,253	1,810037
2016	1333,396	40,429	167,891	5,09051



За результатами проведеного аналізу можна стверджувати, що Харківський регіон має великий потенціал з точки зору подієвого туризму. Для розкриття цього потенціалу необхідна розробка маркетингового та соціально-психологічного інструментарію управління кластером послуг у сфері event-туристичної діяльності.

Події можуть бути використані як основні визначні пам'ятки, навколо яких цільовий пункт може розвивати тематику, створення та упаковку зображень. Такий тип стратегії підходить для міст, таких як Харків, де відсутня велика туристична інфраструктура. У цій стратегії бажано, щоб адресат мав одну або декілька подій, щоб зображення цих подій і місця призначення ставали невіддільними та взаємно зміцнювали.

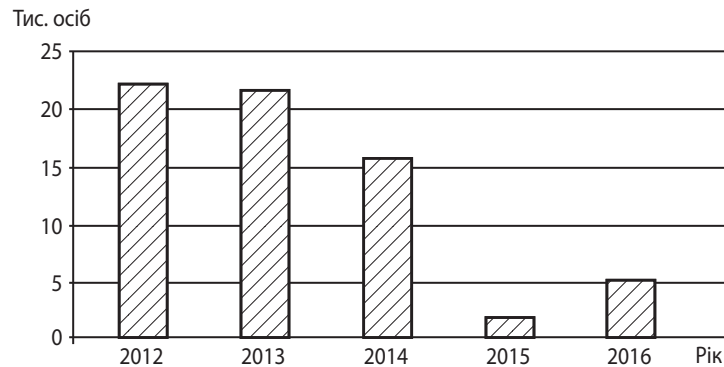


Рис. 3. Екстраполяція кількості іноземних відвідувачів подієвих заходів Харківського регіону

Згідно з нашим дослідженням Харків володіє знаннями та досвідом організації концертів та музичних подій, і саме тому вони є найбільш поширеним типом заходів, які організуються, і привертають найбільшу увагу учасників та відвідувачів подій. Для Харкова важливі культурні заходи, особливо карнавали та фестивалі, які спрямовані на велику цільову аудиторію. Стратегія проекту передбачає розробку вже існуючих заходів, що проводяться в Харкові з періодичністю один раз на рік або через два роки.

Для ефективного використання маркетингового та соціально-психологічного інструментарію у сфері event-туристичної діяльності необхідною є чітка стратегія просування туристичного продукту, а саме:

1. Виявлення, планування та формування подій, придатних для розвитку туристичної діяльності.
2. Розробка системи планування подієвих заходів у Харківській області.
3. Комплексна програма та пріоритетні напрями розвитку подієвого туризму в Харківському регіоні.

На прийняття будь-якої стратегії впливають соціально-психологічні процеси, що відбуваються у суспільстві і відображають домінуючі інтереси, потреби, очікування, що пов'язані з цим суспільством. У процесі підготовки певного подієвого заходу використовується діагностика як метод соціальної психології. Процес діагностики можна умовно поділити на етапи:

- аналіз первинної інформації щодо контенту події;
- визначення масштабів та способу проведення подієвого заходу;
- аналіз результатів діагностики та визначення конкретних івент-туристичних заходів.

Інструментаріями діагностики є:

- спостереження;
- методи опитування (інтерв'ювання, анкетування, фокус-група);
- методи аналізу документів (статистичний, фінансовий звіти тощо);
- експертна оцінка (оцінка потенційного впливу заходу);
- аналіз соціуму (готовність соціуму до проведення певного заходу).

Найбільш ефективним буде просування туристичного продукту у разі використання як маркетингового, так і соціально-психологічного інструментарію.

Для просування подієвих заходів, як правило, використовують основні маркетингові інструменти: друк прес-релізів, пост-релізів, висвітлення ходу проведення заходу у провідних і галузевих засобах масової інформації, проведення рекламних кампаній на телебаченні та радіо, проведення прес-конференцій, організація інформаційних турів для представників ЗМІ та професіоналів. Залежно від контенту запланованого заходу, вибіркової аудиторії використовують певний канал зв'язку з майбутнім споживачем. Не завжди є ефективними традиційні ЗМІ. Так, за результатами досліджень Gallup Media, з 1997 року довіра американців до мас-медіа неухильно падала і досягла найнижчої точки за всю історію спостережень – в 2016 році лише 33 % Північний етап розвитку суспільства зі своїми політичними, економічними та соціальними проблемами висуває нові вимоги до особистості, актуалізує її певні соціально-психологічні властивості, необхідні для успішного розвитку.

Одним із ефективних індикаторів соціально-психологічної ситуації у суспільстві є індикатор ділової активності, який опосередковано є показником не тільки потенційної можливості організації подієвих заходів, а й споживання продуктів івент-туристичної діяльності, оскільки малі та середні підприємства на сьогодні є основними роботодавцями. Щорічна оцінка ділового клімату (ABCA, Annual Business Climate Assessment) – це щорічне дослідження малого та середнього бізнесу, яке дозволяє здійснювати моніторинг змін, що відбуваються у діловому середовищі. Це – інструмент виявлення бар'єрів на шляху розвитку малого та середнього бізнесу, формування переліку пріоритетних економічних, правових і регуляторних заходів (реформ) для покращення середовища ведення бізнесу в Україні. Дослідження проводяться ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» в рамках програми «Лідерство в економічному врядуванні», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) Центральний індекс дослідження, «Індекс ділового клімату», для 2016 року дорівнює «+0,06» за шкалою від -1 до +1. Він зріс на 5 пунктів порівняно з 2015 роком, коли його значення становило «+0,01». Основні складники індексу: очікування та оцінка підприємцями поточної ситуації, плани розвитку бізнесу на наступні 2 роки.

Результати дослідження свідчать, що оцінки стану ділового середовища покращилися, а оптимізм МСП щодо найближчих планів зріс. Водночас «темпи зростання» оптимізму щодо дворічних планів дещо зменшилися у 2016 році порівняно з 2015 роком [10]. Низький попит став найбільшою перешкодою для зростання бізнесу у 2016 році, перевищивши за важливістю несприятливу політичну ситуацію, яка була головною перешкодою для бізнесу у 2015 році. Рівень довіри бізнесу до державної політики залишається низьким. МСП скоріше вважають державу перешкодою для ведення бізнесу чи навіть «ворогом» бізнесу, ніж партнером. Зі збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, хто вважає державу ворогом, і збільшується частка тих, хто вважає державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. Підприємці довіряють більшою мірою представникам приватного сектора, ніж органам державної влади та громадським організаціям.

Таким чином, при організації подієвого заходу важливим є контент запланованої події, івент-аналіз, територія проведення, кінцева мета.

При цьому особливу увагу слід приділяти частоті та рівню інтенсивності подій. У цьому зв'язку джерела інформації необхідно обробляти з метою чіткої класифікації акцій і їх тривалості у часі. Така методика має назву «івент-аналіз», або «аналіз подій» [11].

Оскільки спортивні заходи мають визначальний вплив на концепцію розвитку регіону, був проведений івент-аналіз цього сектора в м. Харкові за період з 2013–2017 рр. Такий вид заходів добре піддається плануванню та прогнозуванню, є перспективним з точки зору включення як частини стратегії івент-туристичної діяльності.

Для аналізу були використані дані Єдиного календаря подій фізкультурно-оздоровчих і спортивних заходів України [12]. Були виділені олімпійські види спорту як такі, що проводяться регулярно. Проаналізовано участь нашого міста у проведенні цих заходів.

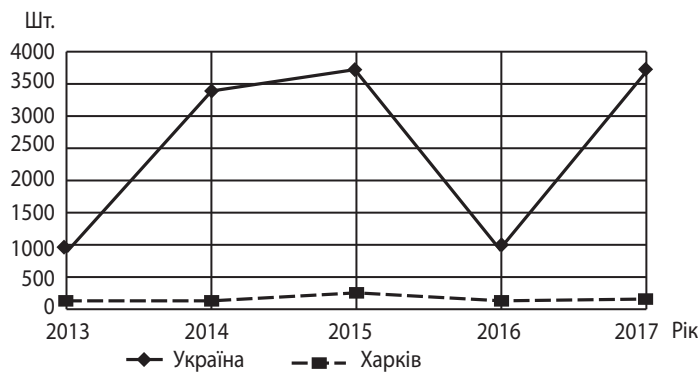


Рис. 4. Графік кількості заходів із олімпійських літніх видів спорту за 2013–2017 рр.

Джерело: побудовано автором на підставі звітів Міністерства молоді та спорту України

Як бачимо, частка м. Харкова у загальній кількості спортивних заходів літніх олімпійських видів спорту є не дуже великою, близько 6% за 5 років (рис. 6). Найбільший показник припадає на 2016 рік, але це обумовлено зниженням загальної кількості заходів по Україні в цей рік.

Проведення будь-яких заходів передбачає організацію певної інфраструктури. Загалом Харків має розвинену спортивну базу. Так, стадіон «Металіст», СК Залізничників, басейн «Спартак», спортивний комплекс НТУ «ХПІ» є основними місцями проведення міських, обласних і міжнародних змагань.

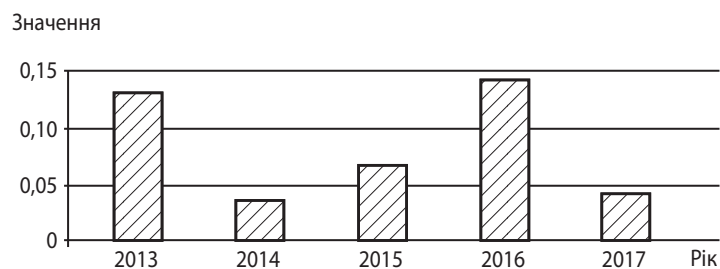


Рис. 5. Діаграма відносної кількості заходів із олімпійських літніх видів спорту за 2013–2017 рр.

Джерело: побудовано автором на підставі звітів Міністерства молоді та спорту України



Рис. 6. Діаграма частки м. Харкова у загальній кількості заходів із олімпійських літніх видів спорту в Україні за 2013–2017 рр.

Джерело: побудовано автором на підставі звітів Міністерства молоді та спорту України

Під час проведення івент-аналізу треба враховувати також кількість учасників заходу, оскільки масштаб заходів є дуже різним.

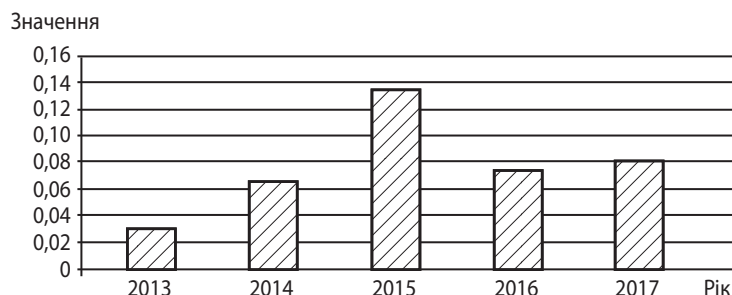


Рис. 7. Діаграма відносної кількості учасників, які брали участь у заходах із олімпійських літніх видів спорту за 2013–2017 рр.

Відсоткова частка кількості учасників у заходах, що були проведені у м. Харкові, становить 7 % від загальної кількості учасників по Україні за 5 років (рис. 8).

Загалом Харків має значний відсоток у загальній кількості змагань по Україні, здатен прийняти та організувати змагання не тільки регіонального, але й міжнародного характеру. Це слід враховувати під час формування стратегії розвитку івент-туристичної діяльності.

Трохи інша картина стосовно зимових видів спорту.

Так, за проаналізований період частка м. Харкова становила лише 2 % (рис. 9). Такий стан може бути обумовлений не тільки кліматичною зоною, в якій розташований регіон, але й значним навантаженням, яке припадає на літній період.

У відсотковому співвідношенні загальна частка зимових видів спорту до літніх становить 16 % до 84 %.

Результати аналізу свідчать про низький рівень розвитку зимових видів спорту у Харківському регіоні. Зокрема, з зимових олімпійських видів дуже погано розвинений біатлон. Головною причиною є відсутність

спортивної бази. Занепад лижної бази «Темп» призвів до неможливості проведення знакових змагань, а отже, до зниження туристичних потоків.



Рис. 8. Діаграма частки м. Харкова у загальній кількості учасників заходів із олімпійських літніх видів спорту в Україні за 2013–2017 рр.

Джерело: побудовано автором на підставі звітів Міністерства молоді та спорту України

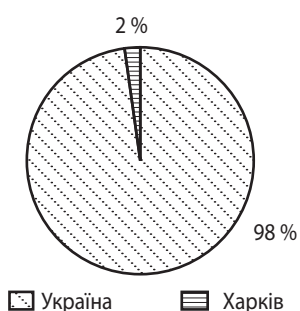


Рис. 9. Діаграма частки м. Харкова у загальній кількості заходів із олімпійських літніх видів спорту в Україні за 2013–2017 рр.



Рис. 10. Діаграма відносної кількості заходів зимових і літніх олімпійських видів спорту в Харкові за 2013–2017 рр.

З іншого боку, в Харкові існує великий потенціал до розвитку матеріальної бази туризму. В місті побудовано для любителів велоруху велодоріжку, яку планується закольцювати через Лісопарк і Саржин яр, в її початку буде створено Велодром. На Велодромі планують створити клуб за місцем проживання, який об'єднає велосипедистів, лижників і легкоатлетів. Взимку він буде використовуватися як лижна база. Крім того, адміністрація міста планує побудувати біля Саржиного яру олімпійську трасу по ВМХ, на якій можна буде проводити і чемпіонати України, і етап кубка Європи. На сьогодні в Україні немає траси ВМХ, хоча це Олімпійська дисципліна.

Таким чином, на цей час можна однозначно ствердити про незаповненість спортивної зимової ніші в Харківському регіоні.

Висновки. Таким чином, є актуальним створення регіонального інвестиційного проекту «Харків – місто подій», у якому буде використано загальну стратегію розвитку туризму, що передбачає наявність різноманітності на заходах громади. Замість того, щоб намагатися залучати та створювати нові та великі події, ця стратегія базується на наявних і нових спільних заходах. Крім того, стратегія може бути побудована на до-



стовірності, різноманітності та сильній підтримці громади для залучення та задоволення туристів. Витрати на цю стратегію є незначними, однак додаткові зусилля будуть потрібні для формування гласності та залучення туристичної індустрії тощо. Метою такого проекту є досягнення гарного поєднання подій, які зроблять місто більш привабливим.

Цілі проекту:

- просування напрямку «події туризму», підвищення його інвестиційної привабливості;
- створення єдиної інформаційної бази найцікавіших подій (календар подій);
- встановлення безпосереднього спілкування з професійними асоціаціями та профспілками, маркетинг, брендинг, туризм, регіональні об'єднання туризму, регіональні туристичні інформаційні центри з метою інформування про проект як можна більше фахівців у сфері туристичного туризму та зробити спробу їх участі в проекті як партнера;
- сприяння механізму державно-приватного партнерства у сфері подій туризму.

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є проведення комплексного аналізу вже наявних заходів у Харківському регіоні, ранжування їх за ознакою привабливості для туристів та розробка нових подієвих продуктів.

Література: 1. Глобова С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы II Международ. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). СПб. : Реноме, 2013. С. 137–140. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/77/3989/>. 2. Business visits & events. URL: <https://www.visitbritain.org/business-visits-events>. 3. Турбизнес. URL: www.tourbus.ru. 4. Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues, 2017 // World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/>. 5. Державна служба статистики України. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>. 6. В Ужгороді відкрилася Міжнародна туристична виставка-ярмарок «Тур'євроцентр-Закарпаття 2017». URL: <https://zakarpattia.net.ua/News/174357-V-Uzhhorodi-vidkrylasia-Mizhnarodna-turystychna-vystavka-%E2%80%93-iarmarok-Tur%E2%80%99ievrotsentr-Zakarpattia-2017>. 7. Олександр М. Підсумки Євро-2012: економіка. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/282761/pidsumky-yevro-2012-ekonomika>. 8. Про затвердження Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу : Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2010 № 357 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/357-2010-%D0%BF>. 9. В Україну зачастили іностранные туристы. URL: <https://www.segodnya.ua/ukraine/V-Ukrainu-zachastili-inostrannye-turisty.html>. 10. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ – дослідження Internews // MediaSapiens. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/. 11. Getz. D. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*. 2008. Vol. 29 (3). P. 403–428. 12. Єдиний календарний план / Міністерство молоді та спорту України. URL: <http://dsmsu.gov.ua/index/ua/category/135>.

References: 1. Globova S. A. Zarubezhnyy opyt primeneniya sobyitiynogo marketinga kak instrumenta povysheniya turistscheskoy privlekatelnosti territorii // Problemy i perspektivy ekonomiki i upravleniya : materialy II Mezhdunar. nauch. konf. (g. Sankt-Peterburg, iyun 2013 g.). SPb. : Renome, 2013. P. 137–140. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/77/3989/>. 2. Business visits & events. URL: <https://www.visitbritain.org/business-visits-events>. 3. Turbiznes. URL: www.tourbus.ru. 4. Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues, 2017 // World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/>. 5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>. 6. V Uzhhorodi vidkrylasia Mizhnarodna turystychna vystavka-yarmarok «Turievrotsentr-Zakarpattia 2017». URL: <https://zakarpattia.net.ua/News/174357-V-Uzhhorodi-vidkrylasia-Mizhnarodna-turystychna-vystavka-%E2%80%93-iarmarok-Tur%E2%80%99ievrotsentr-Zakarpattia-2017>. 7. Olekseyvych M. Pidsumky Yevro-2012: ekonomika. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/282761/pidsumky-yevro-2012-ekonomika>. 8. Pro zatverdzhennia Derzhavnoi tsilivoi prohramy pidhotovky ta provedennia v Ukraini finalnoi chastyny chempionatu Yevropy 2012 roku z futbolu : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 14.04.2010 No. 357 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/357-2010-%D0%BF>. 9. V Ukrainu zachastili inostrannyye turisty. URL: <https://www.segodnya.ua/ukraine/V-Ukrainu-zachastili-inostrannye-turisty.html>. 10. Za rik znyzylas dovira ukraintiv do telekanaliv ta internet-ZMI – doslidzhennia Internews // MediaSapiens. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/. 11. Getz. D. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*. 2008. Vol. 29 (3). P. 403–428. 12. Yedynyi kalendarnyi plan / Ministerstvo molodi ta sportu Ukrainy. URL: <http://dsmsu.gov.ua/index/ua/category/135>.

Інформація про автора

Вовк Катерина Михайлівна – аспірант кафедри туризму Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: katherina.vovk@hneu.net).

Информация об авторе

Вовк Екатерина Михайловна – аспирант кафедры туризма Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: katherina.vovk@hneu.net).



Information about the author

K. Vovk – Postgraduate Student of Department of Tourism of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: e-mail: katherina.vovk@hneu.net).

Стаття надійшла до ред.
18.06.2018 р.

JEL Classification: J48; O43

УДК 351.81:005.346

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРОТИРІЧЧЯ ПРОЦЕСУ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Сибірцев В. В.

Анотація. Узагальнено інституціональні проблеми та протиріччя процесу реформування національного ринку праці в Україні. Визначено склад актуальних тенденцій формування нових і реформування традиційних інститутів, функціонування яких орієнтоване на регулювання розвитку національного ринку праці. Встановлено специфічність природи та змісту інституціональних перетворень, що знаходять прояв в окремих соціетальних полях і механізмах взаємодії економічних агентів під час реалізації інституціональних реформ, як в цілому у макроекономічному аспекті, так і в секторальних проявах. Доведено фазовий (обумовлений динамічністю протікання фаз циклу відтворення робочої сили, до складу яких відносять етапи формування, розподілу, обміну та використання трудових ресурсів) характер походження фундаментальних суспільних протиріч у розвитку національного ринку праці. Визначено склад і розглянуто сутність ключових інституціональних конфліктів при реформуванні національного ринку праці.

Ключові слова: розвиток, ринок праці, державне регулювання, інституціональні зміни, інституціональне регулювання.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ ПРОЦЕССА РЕФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В УКРАИНЕ

Сибирцев В. В.

Аннотация. Обобщены институциональные проблемы и противоречия процесса реформирования национального рынка труда в Украине. Определен состав актуальных тенденций формирования новых и реформирования традиционных институтов, функционирование которых направлено на регулирование развития национального рынка труда. Установлена специфичность природы и содержания институциональных преобразований, которые проявляются в отдельных социетальных полях и механизмах взаимодействия экономических агентов в ходе реализации институциональных реформ, как в целом в макроекономическом аспекте, так и в секторальных проявлениях. Доказан фазовый (обусловленный динамикой протекания фаз цикла воспроизводства рабочей силы, в состав которых относят этапы формирования, распределения, обмена и использования трудовых ресурсов) характер происхождения фундаментальных общественных противоречий в развитии национального рынка труда. Определен состав, и рассмотрена сущность ключевых институциональных конфликтов при реформировании национального рынка труда.

Ключевые слова: развитие, рынок труда, государственное регулирование, институциональные изменения, институциональное регулирование.

INSTITUTIONAL PROBLEMS AND CONTRADICTIONS IN REFORMING THE NATIONAL LABOR MARKET IN UKRAINE

V. Sybirtsev

Abstract. The article presents a generalization of institutional problems and contradictions in reforming the national labor market in Ukraine. The composition of current trends in the formation of new and the reformation of traditional institutions, whose functioning is focused on regulating the development of the national labor market, is determined. There defined the specificity of the nature and content of the institutional transformations, which manifest themselves in the separate societal fields and mechanisms of interaction of economic agents in the course of implementing the institutional reforms both in the macroeconomic context in whole and in the sectoral one. There proved a phase character of the emergence of fundamental social contradictions in the development of the national labor market (i.e. its character is stipulated by the dynamics of the phases of the labor force reproduction cycle, which include the stages of formation, distribution, exchange and use of labor resources). The composition of the key institutional conflicts in reforming the national labor market is determined, their nature considered.

Keywords: development, labor market, state regulation, institutional changes, institutional regulation.

Вступ. Трансформаційні процеси в національній економіці являють собою сукупність змін інституціональної структури економічних відносин, неминучими та суттєвими наслідками чого стають не менш масштабні перетворення в соціальній структурі та культурних засадах існування суспільства загалом. В Україні здійснення процесу реформування інституціонального середовища, орієнтованого на розвиток національного господарства в умовах глобалізації та поступового утворення постіндустріальної моделі суспільства, відбувається в умовах незавершеності ринкового реформування економіки, нестабільності політичної та соціально-економічної ситуації в державі, невирішеності широкого кола соціокультурних і політичних протиріч, тривалість часу накопичення яких обумовило системність і гостроту сучасної кризи державного устрою та суспільного укладу. Складність і багатоаспектність процесів інституціональних трансформацій, що відбуваються в Україні та спрямовані на розв'язання накопичених за тривалий історичний період протиріч соціально-економічного розвитку, додатково обумовлюється одночасністю розгортання великомасштабних кризових процесів, які визначаються різною природою походження: генетичною та структурно-функціональною.

Аналіз публікацій. Проблеми розбудови інституціонального підґрунтя ринкових реформ національного ринку праці в умовах економічної трансформації розглядалися у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як Н. Гавкалова [1], В. Гришина [1], Т. Дейнека [2], І. Журавльова [3], І. Іваненко [4], Г. Клейнер [5], Д. Норт [6], В. Полтерович [7], О. Попов [8], Г. Поченчук [9], О. Сухарев [10], Р. Хардін [11], Д. Ходжсон [12], О. Шубіна [4] та ін. Проте слід зазначити, що питання розбудови цілісного і системного підходу щодо інституціонального реформування національного ринку праці в Україні залишаються недостатньо дослідженими та вимагають поглибленого вивчення.

Формування мети статті. Метою дослідження у роботі є структуризація інституціонального середовища та визначення напрямків реформування національного ринку праці в Україні.

Результати дослідження. Реалізація реформаторських заходів у різних сферах суспільного життя передбачає насамперед масштабну трансформацію цілісного комплексу суспільних інститутів, що складають інституціональне середовище соціально-економічних відносин, зміна режимів, норм і правил здійснення яких має створити належне підґрунтя для інтенсифікації економічного зростання та розвитку, збільшення добробуту суспільства, підвищення якості життя та досягнення інших позитивних результатів від проведення реформ. Отже, до складу головних особливостей інституціональних реформ в умовах здійснення суспільних трансформацій слід віднести такі:

- інституціональні перетворення є одним із різновидів соціальних змін, які характеризуються змінами значущих кількісних, структурних, якісних параметрів стану соціально-економічної системи;
- дослідження трансформацій певного суспільства (історично сформованої соціально-економічної системи) доцільно робити тільки з урахуванням конкретно-історичних обставин (у конкретному історичному вимірі), і тільки за умов можливості оглянути весь спектр внутрішніх і зовнішніх факторів соціальних змін;
- інституціональні зміни виступають вагомими складовими здійснення трансформаційних процесів, при цьому принципове значення має залежність потенціалу суспільних трансформацій від інституціональних обмежень, що сформувалися у минулому;
- зміни окремих парадигм соціокультурного стану, що поділяються великими людськими спільнотами («соціетальних полів») неможливо розглядати ізольовано, без урахування системного характеру трансформацій, що визначається взаємодією та взаємовпливами процесів і діями конкретних гравців у різних сферах суспільного розвитку;

– система інституціональних утворень, що належать до різних соціетальних полів суспільства, утворює простір, який скеровує, обумовлює та водночас обмежує соціально-економічні процеси трансформацій.

Специфіка інституціональних перетворень у вітчизняному суспільстві має прояви в окремих соціетальних полях і механізмах їхньої взаємодії, що визначають загальний фон і передумови трансформації соціально-економічної нерівності та її детермінант, що знаходять пряме відбиття на ході реалізації інституціональних реформ як в цілому у макроекономічному аспекті, так і в секторальних проявах.

Зокрема, трансформаційні суспільні процеси у сфері функціонування та розвитку національного ринку праці обумовлюють, перш за все, перетворення змісту (зміну значення) і критеріїв соціально-економічної диференціації («нерівності») населення, яка набуває нових змісту та форм (як наслідок, змін у сфері права власності, розподілу ресурсів, виникнення новітніх засобів ідентифікації причетності до конкретних, обмежених за складом учасників соціальних мереж або орбіт) у характері, розмірі та структурі робочого та вільного часу тощо. Крім того, системна криза довіри і відсутність дієвих механізмів суспільного контролю, здатних запобігти поширенню моделей опортуністичної поведінки учасників ринку праці (насамперед – роботодавців), негативно впливають на формування суспільних норм і правил, що призводить до інституалізації неправових практик у регулюванні відносин зайнятості, що, своєю чергою, стає вагомим фактором соціально-економічної нерівності.

З іншого боку, недостатній науково-технічний та виробничо-технологічний рівні розвитку продуктивних сил суспільства (що до того ж з часом додатково погіршуються через тривалу стагнацію інноваційно-інвестиційних процесів) обумовлюють зосередження (переорієнтацію) попиту роботодавців на робочу силу невисокої кваліфікації і консервують прошарок малозабезпечених, звужуючи їхні можливості щодо покращення матеріального статку, а отже, створюють майже непоборні перешкоди для розширення потенціалу збільшення працівниками власної кваліфікації, здатності використання та поширення новітніх інституціональних практик і т. ін. При цьому обмеженість фінансового потенціалу державного бюджету, пов'язана із недостатністю джерел формування податкових надходжень, призводить до збереження ситуації, в рамках якої програми соціальної допомоги і низький соціальний стандарт прожиткового мінімуму не виконують функції соціального захисту і відтворюють нерівність бідності. В результаті надлишкова поляризація населення за соціально-економічним статусом та майновими характеристиками, яка базується на економічно малообґрунтованому розподілі ресурсів і штучному обмеженню доступу до них, а також на використанні неформальних процедур перерозподілу тіньового сегмента фінансово-економічної діяльності, призводять до виникнення складних диспропорцій на національному ринку праці – як у сфері пропозиції трудових ресурсів (великій частині активного населення не вистачає, з одного боку, кваліфікації, необхідної в умовах постіндустріального та навіть індустріального суспільства, а також для них майже відсутнім є доступ до ресурсів, які здатні дозволити їм підвищити продуктивність праці), так і у сфері попиту (для роботодавців, в розпорядженні яких наявним є достатній фінансовий потенціал, характерною стає обмеженість можливостей залучення трудових ресурсів для реалізації підприємницьких проектів, оскільки така реалізація пов'язана із надмірними господарськими ризиками, не в останню чергу зумовленими існуванням численних інституціональних обмежень для підвищення ефективності діяльності. До складу найбільш помітних обмежень такого роду слід насамперед віднести нерівність суб'єктів господарювання перед законом (яка зумовлюється інституціоналізацією корупції та неформальних відносин), ускладнює сприйняття несправедливості соціально-економічної нерівності у суспільстві.

В результаті виникнення і поширення описаних вище протиріч національний ринок праці в Україні зазнав широкомасштабних змін, які мають неоднозначний вплив на соціально-трудова відносини і не завжди відповідають інтересам найманих працівників. Одним із факторів інституціональних змін на ринку праці має виступити становлення нової системи цінностей, що призводить до появи нових і реформування традиційних інститутів, що пов'язана із посиленням прояву таких тенденцій у інституціональному регулюванні розвитку цього ринку:

– здійснення докорінних змін у змісті та характері праці, внаслідок чого джерелами виникнення конкурентних переваг працівників на цьому ринку мають виступати здатність до інноваційної праці, наявність інтелектуального капіталу, підвищення ролі освітньої компоненти тощо;

– поширення використання новітніх соціальних інститутів (таких як соціальне партнерство, соціальний діалог, корпоративна соціальна відповідальність бізнесу, соціальна звітність та аудит, соціальна згуртованість), що відповідають змінам умов і змісту економічної діяльності, новим вимогам до рівня кваліфікації персоналу, його компетентностей та ін.;

– поширення використання нових форм зайнятості та видів трудових договорів, застосування нетрадиційних моделей робочого часу (навіть в умовах недосконалої законодавчої бази у сфері праці);

– подолання проявів десоціалізації у сфері соціально-трудова відносин: зниження рівня реальної заробітної плати, обмеження нераціонально високого рівня відрахувань від оплати праці, відновлення доступу трудового потенціалу до всіх форм і систем соціального захисту та ін.;

– активізація змін у менталітеті українського народу, в культурі соціальної поведінки населення, поширюються масштаби індивідуалізації економічно активної людини, які мають неоднозначний вплив і можуть призводити до зниження соціальної згуртованості тощо.

В умовах глобалізації та поширення інформаційно-комунікаційних технологій прояв негативних тенденцій інституціональних змін на ринку праці є наслідком неефективної дії або відсутності інститутів (інститутів-організація, інститутів-норм), які повинні створити відповідні передумови для успішного реформування національного ринку праці.

Таким чином, національний ринок праці являє собою один із стрижневих елементів системи забезпечення стабільного функціонування та усталеного розвитку складного механізму ринкових відносин, що становить господарську основу існування сучасного суспільства. Через ринок праці великою мірою здійснюється утворення людської складової продуктивних сил як базового підґрунтя під час виготовлення економічних благ, необхідних для задоволення широкого кола індивідуальних і колективних споживчих потреб і запитів у рамках обраного суспільного способу виробництва та прийнятого поділу праці, а також відбувається формування доходів громадян і добробуту населення, знаходять втілення та реалізацію соціокультурні засади продуктивної людської активності загалом. Національний ринок праці є сферою суспільного життя, на якій, здається, найбільшою мірою знайшли відбиття процеси ринкового реформування національної економіки. Так, на зміну цілком патерналістській моделі соціально-трудова відносин, притаманній системі адміністративного регулювання економіки (в рамках якої єдиний роботодавець – держава як монополійний володар засобів виробництва – встановлював єдині ж правила майже примусового працевлаштування для усіх найманих працівників), прийшов ринковий механізм, що базується на альтернативності умов зайнятості, що визначаються на основі балансу попиту і пропозиції на живу працю і людський капітал, а також на плюралізмі форм власності та відповідних прав і обов'язків учасників соціально-трудова відносин, добровільності вибору сторін цих відносин при укладанні трудових угод тощо. Проте часто суто формальне закріплення характерних рис ринкового механізму у цій сфері за відсутності достатнього і належного організаційного, соціокультурного, інституціонального й інфраструктурного підґрунтя для стабільного ефективного функціонування цього механізму призвело (на тлі поширення масштабних проявів тривалої системної економічної кризи) та стало причиною загострення суспільних протиріч, що не тільки заважають підтримці сталості функціонування національного ринку праці, але й перешкоджає вирішенню завдань підвищення ефективності господарювання на засадах зростання продуктивності зайнятості та стабілізації економічного зростання загалом.

Перша група протиріч, пов'язана з фазами циклу відтворення робочої сили, до складу яких відносять етапи формування, розподілу, обміну та використання трудових ресурсів (при цьому безпосередньо до ринку праці відносять лише фази розподілу та обміну). Головною проблемою першої фази циклу відтворення є накопичення структурних диспропорцій між потребами ресурсного забезпечення продуктивної зайнятості та наявним накопиченим людським капіталом суспільства.

Більшість протиріч другої та третьої фази відтворення робочої сили містяться у сфері регламентації параметрів і підходів до регулювання ринку праці. У цьому випадку управлінський аспект зводиться до забезпечення узгодженого застосування державного регулювання та ринкових механізмів співвіднесення попиту та пропозиції на робочу силу. До сфери інституціоналізації розвитку ринку праці додатково до такого узгодженого застосування ринкового й державного механізму слід додати регламенти соорганізації ринку через механізм соціального партнерства. Головним протиріччям у дії означених механізмів є те, що державні механізми регулювання ринку праці, як привило, вимагають певних додаткових витрат коштів, тоді як ринкові та соорганізаційні заходи менш витратні, але потребують більш тривалого періоду часу на створення належних норм і стимулів. Вимогою до параметрів розвитку ринку праці, які мають фіксуватися на інституціональному рівні, має бути обмеження державного впливу на ринок у разі ефективної роботи ринкового механізму його регулювання.

Можливими протиріччями та проблемами четвертої фази відтворення робочої сили є невідповідності законодавства з праці та стану ринку праці. Головною причиною тут є відсовування зафіксованих на інституціональному рівні вимог від реальних умов здійснення нових форм діяльності працівників (наприклад, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій привів до зростання активності з лізингу персоналу чи фрилансингу). Умовою розвитку національного ринку праці у цьому контексті є створення системи постійної і випереджаючої адаптації трудового законодавства.

Друга група проблем пов'язана з тим, що державна політика на ринку праці не може розглядатися відокремлено від промислової та інноваційної політики чи політики у сфері надання освітніх послуг. Особливої актуальності ця проблема набуває в сучасних умовах зростання макроекономічної нестабільності. В такому контексті інституціональний розвиток ринку праці має відбуватися у напрямку удосконалення механізмів взаємодії ринку праці та суспільства, тим самим перетворюючи ринок праці на відкриту адаптивну інформаційно-інституціональну систему з випереджальним коригуванням інституціоналізованих норм і правил поведінки.

Третя група проблем функціонування ринку праці пов'язана з об'єктивною необхідністю врахування на національному рівні найбільш ефективних способів регулювання його стану, які використовуються провід-

ними країнами світу. Окрім того, глобалізація середовища господарювання завдає додаткових викликів для національного ринку праці. Такі виклики пов'язані зі входженням на ринок транснаціональних компаній та спрощенням процесу трудової міграції населення. Проблемою у цьому випадку є наявність міжрегіональних і міжстанових відмінностей умов зайнятості чи рівня оплати праці. Відповідно на державному рівні необхідно як умову розвитку ринку праці розглядати фіксування інституціональних норм стимулювання праці фахівців інноваційного профілю роботи.

Отже, до складу ключових інституціональних конфліктів, що знаходять прояв у процесі реформування національного ринку праці, слід віднести такі. По-перше, здійснення економічних реформ надзвичайно нерівномірно відобразилося на стані нормативної складової інституціонального забезпечення суспільних відносин. Зокрема, з огляду на пріоритетність підтримки соціального миру, наявна нормативно-правова база соціально-трудова відносин несе в собі риси, притаманні патерналістському підходу до забезпечення найманих працівників. З іншого боку, формальні інституціональні норми, пов'язані з регулюванням підприємницької діяльності, а також (більш важливо) наявна інституціональна практика укладання трудових угод, реально діючі механізми (перш за все, судові) захисту прав працівників надають роботодавцям набагато більше можливостей для защемлення цих прав. Наявність інституціональних протиріч такого роду визначає неминучість виникнення ІК, в рамках яких протистояння нормативних і неформальних інституціональних практик призводить до двох негативних наслідків: з одного боку, ставиться під сумнів не тільки дієвість, а навіть і легітимність дій держави у цій та інших сферах, а з іншого – неможливість застосування легальних механізмів розв'язання суперечностей обумовлює природність звертання сторін до позаправових (або навіть кримінальних) форм інституціонального регулювання. Вирішення зазначеного інституціонального протиріччя здається можливим тільки на основі еволюційного посилення контрольних функцій держави при поступовому удосконаленні нормативної бази функціонування національного ринку праці в сторону пом'якшення вимог відносно всебічності захисту прав працівників.

По-друге, докорінна зміна форм власності на засоби виробництва в результаті приватизації державного майна призвела до масштабного викривлення розподілу економічних активів (концентрація вкрай обмеженою групою осіб прав власності та повного контролю за фінансовими потоками). При цьому таке викривлення не супроводжувалося ані посиленням зобов'язань відносно соціальної відповідальності бізнесу, ані зосередженням впливу держави на забезпеченні хоча б певних стандартів оплати праці, тобто досягненні справедливого (з точки зору суспільства) розподілу багатства. За такі умови оплата праці певною мірою втрачає можливості виконання функції адекватного винагородження за зроблений трудовий внесок, а стає насамперед часткою створеної нової вартості, якою роботодавець поступається працівникам для уникнення загроз порушення стабільності виробничого процесу. В цьому випадку для уникнення інституціональних конфліктів вкрай необхідними є як активізація заходів, орієнтованих на посилення жорсткості антимонопольного та конкурентного регулювання, так і стимулювання державою роботодавців щодо прийняття ними обов'язків відносно соціальної відповідальності бізнесу.

По-третє, обмеженість стратегічної і довгострокової орієнтації наявного інституціонального забезпечення суспільного розвитку майже унеможливило здійснення процесів формування людського капіталу, належного до умов постіндустріального способу виробництва. Отже, національний ринок праці перестав виконувати внаслідок цього функції підтримки розширеного відтворення людського капіталу, зокрема, в його якісному аспекті, що прямо унеможливило досягнення національної конкурентоспроможності у глобальній економіці. Подолання інституціональних конфліктів такого роду потребує створення реально діючої системи державної підтримки національної системи освіти, а також визначає необхідність посилення інституціонального впливу держави на функціонування складових інфраструктурного забезпечення національного ринку праці.

Надзвичайно складним питанням при цьому є вибір механізму розв'язання інституціональних конфліктів, варіантами якого слід вважати або поступові еволюційні зміни, або докорінні стрімкі трансформації, або (що є найбільш реалістичним) вибір певної комбінації цих варіантів, виходячи із селективного підходу, що базується на визначенні природи і закономірностей виникнення відповідних елементів механізму інституціонального регулювання національного ринку праці.

Висновки. Специфіка інституціональних перетворень у вітчизняному суспільстві має прояви в окремих соціетальних полях і механізмах їхньої взаємодії, що визначають загальний фон і передумови трансформації соціально-економічної нерівності та її детермінант, що знаходить пряме відбиття на ході реалізації інституціональних реформ як загалом у макроекономічному аспекті, так і в секторальних проявах. Ключовим джерелом утворення проблем і протиріч у розвитку національного ринку праці слід вважати невідповідність традиційного ринкового механізму забезпечення зайнятості до пріоритетів та імперативів постіндустріального суспільства, розбудова господарських засад якого відбувається на цей час. Економічна природа виникнення зазначених протиріч визначається фазовим (обумовленим динамічністю протікання фаз циклу відтворення робочої сили, до складу яких відносять етапи формування, розподілу, обміну та використання трудових ресурсів) характером походження. Невід'ємною складовою розв'язання зазначених протиріч та суперечностей є удосконалення механізму співробітництва між учасниками соціально-трудова відносин.

Напрямки подальших досліджень проблематики інституціонального реформування національного ринку праці в Україні пов'язані із визначенням організаційного й інструментального забезпечення державного стимулювання інституціональних змін на ринку праці.

Література: 1. Гавкалова Н. Л., Гришина В. В. Взаємозв'язок соціального капіталу та трансакційних витрат. *Економіка розвитку*. 2015. № 3. С. 56–65. 2. Дейнека Т. Інституціональний аспект сучасних глобальних суперечностей. *Herald of KNUTE (Вісник КНТЕУ)*. 2013. № 6. С. 51–56. 3. Журавльова І. В. Методичне забезпечення діагностування інтелектуального капіталу макроекономічного рівня. *Управління розвитком*. 2016. № 1. С. 42–51. 4. Іваненко І., Шубіна О. «Інституціональні пастки» в країнах з перехідною економікою. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Серія : Економічні науки*. 2011. № 3. С. 24–29. 5. Клейнер Г. Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? // *Постсоветский институционализм*. Донецк : Каштан, 2005. 480 с. 6. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М. : Фонд экон. кн. «Начала», 1997. 180 с. 7. Полтерович В. М. Институциональные ловушки: есть ли выход? // *Общество и реформы*. 2004. С. 2–20. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/01/11/1214866995/Polterovich.pdf>. 8. Попов О. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. 360 с. 9. Поченчук Г. М. Особливості сучасних інституціональних перетворень економіки України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2015. № 835. С. 298–304. 10. Сухарев О. С. Социальная экономика: институты, инновации, экономическая политика. М. : Экон. лит., 2004. 292 с. 11. Hardin R. How Do You Know? The Economics of Ordinary Knowledge // Princeton University Press, 2009. 256 p. 12. Hodgson G. The hidden persuaders: institutions and individuals in economic theory. *Cambridge Journal of Economics*. 2003. Vol. 27. Issue 2. P. 159–175.

References: 1. Havkalova N. L., Hryshyna V. V. *Vzaimozv'язok sotsialnoho kapitalu ta transaktsiinykh vytrat* [Interconnection of Social Capital and Transaction Costs]. *Ekonomika rozvytku*. 2015. No. 3. P. 56–65. 2. Deineka T. *Instytutsionalnyi aspekt suchasnykh hlobalnykh superechnosti* [The Institutional Aspect of Contemporary Global Contradictions]. *Herald of KNUTE (Visnyk KNTEU)*. 2013. No. 6. P. 51–56. 3. Zhuravlova I. V. *Metodychne zabezpechennia diahnostuvannia intelektualnoho kapitalu makroekonomichnoho rivnia* [Methodical Provision of Diagnostics of Intellectual Capital of the Macroeconomic Level]. *Upravlinnia rozvytkom*. 2016. No. 1. P. 42–51. 4. Ivanenko I., Shubina O. «Instytutsionalni pastky» v krainakh z perekhidnoiu ekonomikoio [“Institutional Traps” in Transition Countries]. *Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tugan-Baranovskoho. Seriiia : Ekonomichni nauky*. 2011. No. 3. P. 24–29. 5. Kleyner G. B. *Instytutsionalnyye izmeneniya: proektirovaniye, selektsiya ili protezirovaniye?* // *Postsovetskiy institutsionalizm*. Donetsk : Kashtan, 2005. 480 p. 6. Nort D. *Instytuty, institutsionalnyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki*. M. : Fond ekon. kn. «Nachala», 1997. 180 p. 7. Polterovich V. M. *Instytutsionalnyye lovushki: est li vykhod?* // *Obshchestvo i reformy*. 2004. P. 2–20. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/01/11/1214866995/Polterovich.pdf>. 8. Popov O. *Teoretyko-metodolohichni ta kontseptualni zasady formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu korporatyvnoho upravlinnia* : monohrafiia [Theoretical-methodological and Conceptual Principles of Formation of Organizational and Economic Mechanism of Corporate Governance: monograph]. Kharkiv : VD «INZhEK», 2009. 360 p. 9. Pochenchuk H. M. *Osoblyvosti suchasnykh instytutsionalnykh peretvoren ekonomiky Ukrainy* [Features of Modern Institutional Reforms of the Ukrainian Economy]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. Seriiia : *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*. 2015. No. 835. P. 298–304. 10. Sukharev O. S. *Sotsialnaya ekonomika: instituty, innovatsii, ekonomicheskaya politika*. M. : Ekon. lit., 2004. 292 p. 11. Hardin R. *How Do You Know? The Economics of Ordinary Knowledge* // Princeton University Press, 2009. 256 p. 12. Hodgson G. *The hidden persuaders: institutions and individuals in economic theory*. *Cambridge Journal of Economics*. 2003. Vol. 27. Issue 2. P. 159–175.

Інформація про автора

Сибирцев Володимир Васильович – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки праці та менеджменту Центральноукраїнського національного технічного університету (просп. Університетський, 8, м. Кропивницький, 25006, Україна; e-mail: sybirtsev@ukr.net).

Информация об авторе

Сибирцев Владимир Васильевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики труда и менеджмента Центральноукраинского национального технического университета (просп. Университетский, 8, г. Кропивницкий, 25006, Украина; e-mail: sybirtsev@ukr.net).


Information about the author

V. Sybirtsev – Ph.D. (Economics), Associate Professor of Department of Labor Economics and Management, Kropyvnytskyi National Technical University (8 Universytetskyi Ave., Kropyvnytskyi, 25006, Ukraine; e-mail: sybirtsev@ukr.net).

Стаття надійшла до ред.
13.06.2018 р.



Економіка підприємства та управління виробництвом



JEL Classification: M10; M12; M14

UDC 331.108.3

THE FAILURE OF CORPORATE MANAGEMENT OF THE SHARP COMPANY AS A RESULT OF NEGLECTING THE SALES STRATEGY AND MARKET RESEARCH

*T. Lepeyko
T. Higuchi*

Abstract. *This article highlights the problems of corporate management of a Japanese electronics manufacturer, Sharp Corporation, which was a leader in production of LCD TV sets in the world. The corporation had the world best technologies and production skills. This had formed overconfidence in the company's management, which resulted in misunderstanding the world trends and neglecting the problems in its sales activities. As a result, Sharp Corporation faced a serious managerial crisis, and 5 years after the crisis started the corporation was acquired by the Hon Hai company (Taiwan). Thus the story of Sharp Corporation teaches a very valuable lesson.*

Keywords: *Sharp Corporation, Japanese electronics industry, corporate management, corporate governance, corporate management crisis.*

ПРОВАЛ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЇ SHARP ЯК РЕЗУЛЬТАТ НЕХТУВАННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПРОДАЖІВ І МАРКЕТИНГОВИМИ ДОСЛІДЖЕННЯМИ

*Лепейко Т. І.
Хігучі Т.*

Анотація. *Статтю присвячено проблемам корпоративного управління японського виробника електроніки, компанії Sharp, яка була провідною компанією з виробництва РК-телевізорів у світі. Компанія Sharp володіла найпередовішими технологіями та виробничими навичками у світі. Через це у менеджменту компанії сформувалася надмірна самовпевненість, і це призвело до нерозуміння світових тенденцій і ігнорування проблем збутової діяльності. У результаті в компанії Sharp почалася серйозна управлінська криза. Після 5 років цієї кризи Sharp був придбаний компанією Hon Hai з Тайваню. Таким чином, історія компанії Sharp надає дуже важливий урок.*

Ключові слова: *Sharp, японська електронна промисловість, корпоративний менеджмент, корпоративне управління, криза корпоративного менеджменту.*

© Т. Лепейко, Т. Хігучі, 2018

ПРОВАЛ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ SHARP КАК РЕЗУЛЬТАТ ПРЕНЕБРЕЖЕНИЯ СТРАТЕГИЕЙ ПРОДАЖ И МАРКЕТИНГОВЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ

Лепейко Т. И.
Хигути Т.

Аннотация. Статья посвящена проблемам корпоративного управления японского производителя электроники, компании Sharp, которая была ведущей компанией по производству ЖК-телевизоров в мире. Компания Sharp обладала самыми передовыми технологиями и производственными навыками в мире. Из-за этого у менеджмента компании сформировалась чрезмерная самоуверенность, и это привело к непониманию мировых тенденций и игнорированию проблем сбытовой деятельности. В результате в компании Sharp начался серьезный управленческий кризис. После 5 лет этого кризиса Sharp был приобретен компанией Hon Hai из Тайваня. Таким образом, история компании Sharp преподает очень важный урок.

Ключевые слова: Sharp, японская электронная промышленность, корпоративный менеджмент, корпоративное управление, кризис корпоративного менеджмента.

Problem formulation. Japanese household appliance companies gained prosperity long time in the end of 20th century. Sony, Panasonic, Sharp, Toshiba, Canon etc. were global market and technological leaders in their segments, and this situation seemed to be sustainable. However from around 2000, market share and profits of Japanese producers of electronics sharply began to decline. One of the reasons of such decline was the catch-up of Taiwan and South Korea, but not only it. Some of Japanese companies made critical mistakes on their strategies, driven by wrong management and corporate governance. So it is meaningful to analyze these mistakes as capable to bring world leading companies to failure.

Recent studies. A lot of Japanese and foreign scholars analyzed this issue, namely Kaj Grichnik, Hwuy-Chang Moon, Yasuyuki Onishi, Steven K. Vogel, Hideki Yoshihara, and wrote general idea. But researches mostly concentrate on external reasons of Japanese manufacturers failure, such as rise of South Korea, Taiwan and China. So in this paper, authors take one of Japanese leading electronic appliance companies Sharp as an example and analyze in detail what kind of strategy and path it took.

Purpose of the paper. The purpose of this paper is to analyze the key reasons of the Sharp's failure by discovering the corporate management patterns of the former world's leader in LCD TV sector.

Main material of the research. Sharp achieved ordinary profit for the first time in three years in fiscal 2017. Taiwan's Hon Hai Precision Industry, which has invested \$3.888 billion in Sharp and put its company under its control, undertook management reforms. First of all, Hon Hai normalized contracts with business partners and lowered procurement cost by using Hon Hai's bargaining power which was as much as \$150 billion. The Mihara factory (Mihara city, Hiroshima prefecture) was closed in 2017, and it was consolidated at the Fukuyama Plant (Fukuyama City, same prefecture) [1].

At one point, Industrial Innovation Organization (IIO), a Japanese government fund, was considered to invest and save Sharp. However, at the last moment, main banks of the company altered their decisions, and Hon Hai's investment was decided.

Considering the future of Sharp, it would be the right choice to utilize Hon Hai's money and ability to make goods cheaply. Hon Hai also has network all over the world and has \$150 billion of sales amount. IIO was aiming for splitting up Sharp's medium and small size liquid crystal business and integrating Sharp with Japan Display (JDI - Hitachi, Ltd., Toshiba, Sony's medium and small-sized liquid crystal business integration company), which was invested by IIO. However, if Sharp had been added to the pickup team such as JDI, there was a possibility that efficient decision making could not be made.

We can say that it is fortunate that Sharp entered Hong Hai group, but it is a case symbolizing the defeat of Japan's electronics industry. It is the first case that major electronics companies were bought entirely by foreign capital.

In the early 2000s, Sharp, which led the global television market with liquid crystal technology, was regarded as a winning company while major electronics companies suffered from the collapse of the IT bubble. Sharp competed with its rival "Panasonic" and constructed a huge factory of liquid crystal panels one after another in Japan. It gave a thought of "Resurrection of Japanese manufacturing" on people.

In the 1990s, the Japanese electrical industry lost to Korea, Taiwan and the United States with semiconductors, and swore to revenge with liquid crystal panels. "Don't repeat the mistakes on semiconductors" became the key



word, and they did not allow followers to follow by a huge investment. They also paid close attention to technology leakage. Nevertheless, the prosperity of the Japanese panel industry did not last ten years. In particular, Sharp which was the world's best liquid crystal manufacturer was thrown into a fateful crisis of survival in defeat of the liquid crystal panel. Where did Sharp mistake?

Construction of Sharp Kameyama No. 1 plant (Kameyama city, Mie prefecture) began in 2002. Sharp built a world's first vertically integrated factory from panel to television by investing \$1 billion. It was a strategy that does not allow information leakage to South Korea and Taiwan by putting state-of-the-art technology in black box.

The liquid crystal TVs (LCD TVs) "Aquos" (produced at the Mie Factory) which was released in 2001 was explosively sold [1]. Sharp expanded the screen of the liquid crystal panel to 20 inches or more, which was limited to portable size before, and it replaced tube TVs (CRTs).

Katsuhiko Machida, who became a president of Sharp in 1998, said that Sharp would replace CRTs with liquid crystals. Back then it was the heyday of big screen CRTs. Matsushita Electric Industrial's "Gaou" and Sony's "WEGA", etc. were well sold. The liquid crystal was still coarse in pixel and display speed was slow. Rival manufacturers underestimated and said that liquid crystal is not competing with CRTs yet.

Just looking at the technical side, Sony's decision was right. Liquid crystal was far behind the CRTs in the denseness of the images and the smoothness of the moving pictures. But consumers chose a stylish LCD TVs.

We have to move back the electron gun that projects the image in order to make a CRT large screen. The larger the screen, the longer the depth of the main body of the TV, and the larger the volume. However, if we do not use an electron gun, depth will not increase no matter how large the screen is. Consumers recognized LCD televisions as TV of the new era, then bulky CRT TVs became relics of the past. "Liquid crystal shift" progressed quickly regardless of picture quality.

Sharp, who succeeded in the first "Aquos", made further investment. In 2004 Kameyama factory No.1 was completed. Mie prefecture contributed \$90 million, and Kameyama city contributed \$45 million subsidy to attract this factory. In 2005, Prime Minister of Japan, Junichiro Koizumi visited it. Sharp on the momentum announced the construction of the Kameyama No.2 plant the same year. The total investment was \$1.5 billion. The second factory operated in 2006. Even after that, Sharp continued to increase production intermittently at the 1st and 2nd plants. By the year 2008, it invested \$5 billion [1].

A subcontracting company which supplied parts gathered around the Kameyama Plant and developed as a "liquid crystal complex". Sharp called TVs which were produced there "Kameyama brand", continued to appeal it in TV commercials. Machida became a board chairperson, and Mikio Katayama who led the development of Aquos became president at the age of 49 years old in 2007. As soon as he took office, he decided to build a third liquid crystal plant in Sakai, Osaka Prefecture, following Kameyama No. 1 and No. 2 [1]. The investment amount was \$3.8 billion. Parts manufacturers such as glass makers also built factories at the complex, and it was named "Green Front Sakai", and the total investment of it reached \$10 billion including such cooperating companies. It was an unprecedented huge investment in the history of Japanese electrical industry.

There was a reason why Sharp made such huge factories. In semiconductor memory DRAM, several Japanese manufacturers including NEC, Hitachi, Toshiba and others continued to make small incremental investments individually. So they lost in a scale competition to Korea and Taiwan which carried out huge investment by public and private sectors together. Japan has repeated the mistake of "sequential input of strength" also in business that the Japanese army did during World War II. Sharp invested \$8.8 billion by just capital investment of liquid crystal in seven years from the start of Kameyama No. 1 construction work to the starting operation of Sakai factory not to repeat same mistake in semiconductors [1]. Sharp and Panasonic repeated a huge investment in Japan as if they were driven by an obsession. Such Sharp and Panasonic movements were welcomed favorably by media and public opinion as "domestic return of manufacturing industry" and "resurgence of manufacturing of Japan". President Kunio Nakamura who decided to make huge investment at Panasonic was raised as "charisma" and became a promising candidate for Federation of Economic Organization chairman at the time [3].

Panasonic invested in plasma television assuming it as a favorite of flat screen TV. In the liquid crystal using the principle of reflection, the screen becomes whitish in a bright room, and the dark scene becomes difficult to see. On the other hand, the plasma which spontaneously emits light could clearly display the image even in a bright place [2]. It was easy to produce large screen panels, so Panasonic predicted that plasma would be the mainstream of large TVs from 40 inches.

Mass production of plasma panels began at the Ibaraki Plant (Osaka prefecture) in 2001, the 2nd plant in 2004, the 3rd plant in Amagasaki, Hyogo Prefecture in 2005, the 4th plant in 2007, the 5th plant with 1 million monthly production started to operate in 2009. Total investment in Amagasaki extended into \$4.25 billion [2].

However, Lehman shock hit both companies. In 2009, when Sharp's Sakai Factory and Panasonic's Amagasaki Plant No.5 started operating, the sales of televisions stopped suddenly in the markets of Japan, the United States



and Europe, which were the main markets of flat-screen TVs. Panasonic was mainly based on plasma, however it declined the advantage due to technological innovation of liquid crystals, and consumers started choosing cheap LCD TVs. So it changed the plan. Amagasaki Plant No.5 stopped production less than two years after operation in 2011. In 2012, the 1st, 2nd and 3rd plants stopped production. The remaining 4th plant also tried to change the use from TV in which demand cannot be expected to electronic blackboard etc., but it ceased production abruptly at the end of the year. Panasonic acquired management rights of Himeji Plant which was joint investment of Toshiba and Hitachi, Ltd. However, Panasonic could not raise the operation rate at all, resulting in an excess of debt of \$4.55 billion by the end of March 2013. Panasonic tried to sell the liquid crystal business after a while, but it couldn't find buyer. Panasonic eventually discontinued production of the liquid crystal panel at the end of September 2016 after continuing the sixth consecutive terms of deficit [2]. Panasonic lost close to \$10 billion for plasma and liquid crystal. If it was a company of a similar size, it was not surprising that it went bankrupt, but it survived because of businesses other than television such as white goods, housing equipment, batteries and electronic parts for automobiles.

Meanwhile, because Sharp invested intensively in liquid crystal only, when it withdraws from the liquid crystal, the meaning of existence of the company disappears. So Sharp could not withdraw, and suffered from a struggle. If production is reduced according to demand, impairment treatment of panel factory will be necessary. However, Sharp's balance sheet, where it repeated huge capital investment, had its debts expanding to the limit, and if it had been impaired, it easily would have fallen into debt excess. As a result, Sharp at that time continued to produce products without chance of selling and increased its stock to avoid impairment. By being ahead of other companies in liquid crystal technology, there was overconfidence in Sharp at that time that if it built a large liquid crystal panel plant, it could have won. Although the domestic panel factory was steadily increased, Sharp neglected to expand the sales channel corresponding to it. Especially the marketing in emerging countries was largely delayed by Samsung Electronics and LG Electronics in Korea. Sharp started out marketing after it experienced a sharp downturn in the marketplace in advanced countries after the Lehman shock, but it was already late.

In 2011, Sharp asked Apple to invest nearly \$1 billion, and changed Kameyama No.1 factory from television to liquid crystal production line for smartphones. In fact it was a factory dedicated to Apple. In 2012, when the management crisis surfaced, Sharp spun off the Sakai factory into Sakai Display Products (SDP) and asked for a capital investment of \$660 million from Hon Hai's president individually [1]. Sharp escaped from the crisis by removing the Sakai factory from consolidated accounting that had huge deficits. On the other hand, Hon Hai which got the Sakai factory expanded its sales channel to the U.S. emerging TV manufacturers such as Vizio, etc., and in just a few years it restored profitability of SDP. It shows the importance of the balance between producing and selling.

Sharp's Sakai Factory and Panasonic's Amagasaki Plant are very similar to Yamato and Musashi, a battleships constructed by the Japanese Army during the Second World War. Yamato and Musashi which gathered Japanese military technology was the biggest battleship ever and had a powerful main gun. However, the United States whose battleships were submerged by Japanese fighter planes in Pearl Harbor attack learned the fragility of the large ship with big cannons, and subsequently it put main focus of the equipment in the air fight. Then it built a lot of aircraft carriers to carry the aircrafts to battlefields. Naval warfare where the fleet and the fleet face each other in the ocean did not happen, and Yamato and Musashi were sunk without using the main guns. Japan with poor resource wanted a short-term decisive battle and tried to settle at once with a large ship gun. However, that was only Japan's desire, and the actual war was prolonged. They only saw what they wanted to see. They also assumed that the war situation would proceed as they thought. When somebody tried to deal with unexpected situations, he was criticized as coward. The armaments lacked strategy, and they did not compete with the new war of the Allied forces making full use of high-performance radar and aircraft.

In the early 2000s, when Sharp and Panasonic built the world's largest panel factories, the main battlefield of digital has already shifted from the TV to the internet. People who surrounded television in the living room changed their habits to watch videos with smartphones and using Twitter, Facebook, and LINE. War ended in defeat without having fully operation on Sakai and Amagasaki factory even at once. Tactics to make high-definition panels cheaply and massively were already outdated before the war.

A smartphone that replaced TVs and became "a king of home appliances" did not spread only by the performance of hardware. Prior to launching iPhone, Apple, which led the market in the smart phone, had launched iTunes Store, a music delivery service. The service to download to the smartphone and listen to favorite music changed the youth's lifestyle. When launching iPhones, it launched the App Store, and various applications such as games were able to be downloaded.

The U.S. internet giant competed with Apple. Google developed Android for smartphone OS. Korean Samsung Electronics and Chinese manufacturers made cheap smartphones and sold all over the world. The world's



smartphone market became the structure of iPhones vs. Android terminals. Japanese electric manufacturers sticking to “i-mode” by NTT docomo have been left out of the times. During the smartphone revolution, Sharp and Panasonic continued futile competition domestically for high definition and large screen. Sakai and Amagasaki factory was the symbol of it. Although the opponent set up an air fight using the radar, they tried to intercept it with a large ship gun. It is the essence of failure of the Japanese electronics industry.

Sharp and Panasonic could not imagine the day when television is no longer the “king of appliances”. However, if the management teams stopped by the supermarket in the United States of internet developed country, they may have been able to feel the decline of the TV position. At the time of 2010 in large supermarkets in the United States, 60-inch large LCD TVs were displayed at the same floor where bread and milk are sold. If they were made in China, the prices were around \$1,000. However, in Japan, TVs of the same size still were sold at around \$3,000. However, in the United States, there were no consumers who spent such a large sum of money for “just TVs”. In other words, “King of Home Appliances” was downgraded to commodity (daily necessities).

The screen of the first Aquos launched in 2001 was 20 inches, however, 65 inches appeared in 2005. When competition to increase screen size slowed down, price differentiation began. 30% of annual price decline started. Once the digital product enters this phase, it is not easy to stop the price drop. Sharp was supposed to know that more than anyone else.

From the mid-1960s to the end of the 70’s, Sharp experienced intense “calculator war” with Casio Computer and Cannon. In 1964, Sharp’s former company, “Hayakawa Electric Industry” released a transistor calculator “Compet CS-10A”, whose price was \$5,350. It was roughly the same as a Nissan’s passenger car. These were the things that Individuals could not buy. However, for the last 15 years, prices fell sharply due to the fierce development competition of Sharp and Casio Computer.

“QT-8D” which was released in 1969 succeeded in making the size compact and lightweight as small as 1.4 kilograms compared to Compet which was 25 kilograms. The price was \$988. It was less than one - fifth of Compet. “EL-805” put out in 1976 was the first model with a liquid crystal display, and despite being as light as 200 grams, it was only \$268. Five years later, the business card size “card calculator” became a mainstream and the price fell to around \$60 [4].

In the 15 years since 1964, Sharp and Casio continued to make innovations and formed cornerstones of the semiconductor industry by miniaturization of circuits and so on. The technical level of both companies definitely ran at the top of the world at that time. The two companies did not conspire to agree on prices and competed fiercely, and the price of the calculator sharply dropped to 1/100.

According to the example of calculator, the price of LCD televisions will decline to \$100 in a few years. A calculator whose price was same as a car is now sold at \$1 shops. Now the calculator function has been equipped in personal computers and smartphones, and we do not need to buy calculators themselves. TVs may follow the same path.

The fall of television also had a serious impact on the performance of home appliance mass retail stores. The price of TV, which was a source of long-term revenue, has collapsed, and the sales number also dropped sharply. Since then until today, home appliance mass retail stores are focusing on selling smartphones, housing remodeling, and photovoltaic power generation systems, etc., however, they have not yet compensated for TVs. The first floor of a home appliance mass retail stores in Tokyo is filled with smart phones, and TVs that once occupied the prime location on the first floor are now sold with audio and alcohol on the second floor.

Electric machine manufacturers overseas, which have been struggling with Japanese electric machine manufacturers since the calculator, quickly coped with the shrinkage of TV production. Phillips in the Netherlands, which was a rival of Japanese manufacturers in the world of AV equipment market, began to narrow down the AV and semiconductor businesses as well as TV’s in 2005. In 2011, it sold the TV business to “TPV Technology” of Taiwan. It assumed that it could not earn profit on TV business anymore. In May 2013, Phillips changed the official company name from “Royal Phillipps Electronics” to “Royal Phillips”. By eliminating “electronics” from the company name, it claimed that it was no longer an electric equipment make anymore. Philips’ current main business is medical equipment, health equipment and LED lighting. Especially in medical examination equipment, it is one of the world’s leading manufacturers with the U.S. GE and German Siemens, and profits are higher than the heyday of electronics [5].

Meanwhile, Japan’s major electronics manufacturers such as Sharp and Panasonic continued large amount of investment even after 2009 when they no longer make profits due to price competition of television, and they misjudged the timing of withdrawal. In Japan, the word “discontinue retreat” is used positively. Audacious tactics such as “Do not think about running away, believe in victory and push forward” are valued as gracious. However, from the viewpoint of shareholders, employees, and business partners, they are very annoying. Many stakeholders suffer disadvantage if they do not survive. As Philips stopped the television and Nokia sold the mobile phone business, even if we abandon tradition and pride, we must adjust ourselves to changes of the environment.



How about a rival maker, Samsung? At that time, Samsung was afraid of Sharp's start of overseas production of LCD televisions. At that time, the difference in image quality between Sharp and Samsung LCD panels was obvious. If Sharp had made it cheaply in China and arranged in stores in emerging countries, Samsung would have had no chance of winning. Samsung needed several years to catch up with Sharp in liquid crystal technology. However, Sharp built large plants in Kameyama and Sakai and chose domestic production. When the newspaper reported a massive investment in liquid crystal and plasma panel in Japan, Samsung was steadily drawing up a reversal strategy.

Samsung was forced into actual bankruptcy situation in the Asian currency crisis in 1997. In the "Survival measure meeting" held in 1998, Samsung decreased 120 business divisions to 34. Samsung abandoned all projects that could not win and put management resources into a potential business. That was an LCD TV. Although there was still a big difference in the technical strength with Sharp, it was equally matched for price competitiveness and global sales force. Samsung's salespersons scattered in emerging countries. Although CRT televisions were still popular in emerging countries, Samsung made effort to enter the markets earlier than Sharp and prepare the position of interception against it. Meanwhile, no Sharp sales force appeared in Vietnam, Russia and China.

Samsung steadily began to capture the TV market of emerging countries where there are no Japanese manufacturers. By the "regional experts system", Samsung sent employees to 700 cities in 60 countries around the world, and Samsung made them understand local cultures, trends, needs and build network. In order to produce and sales goods and promote "Samsung brand" in each country, it invested \$10 billion for annual advertisement and promotion [6].

Reactions of Japanese makers such as Sharp were dull because expensive LCD televisions were still sold well in developed countries. Japanese makers were aware that Samsung and LG were investing capital in emerging countries, but they did not take any measures for it. It was the same mistake that Japan made in the war. Sharp and Panasonic, which had too much confidence on their technological capabilities, devoted themselves on developing high definition televisions, and building big factories, and forgot the necessity of detailed marketing for the circumstances of each country. Japanese consumer electronics manufacturers have pushed away American and European household appliance manufacturers through such marketing efforts, however, such memories were not left in them. And in the fall of 2008, Lehman shock hit the world economy, and sales of LCD televisions in advanced countries stopped instantly. Production capacity of the domestic liquid crystal panels that expanded due to successive increase in production soon became surplus. Japanese makers such as Sharp hurriedly looked for sales routes to emerging countries, but already Samsung, LG captured them.

Conclusion. From above, we can summarize the case of Sharp. The biggest reason is that Sharp misread world trend, and assumed that big screen TVs' market would continue. Even though it was not easy to predict Lehman shock to slow down TV market, Sharp could have noticed the downgrading of TV to commodity and coming era of smartphones, if it had made market research in developed countries. Another reason is that it neglected new market exploration in emerging countries. There is a common cause of these two. It is too much devotion on developing high definition TVs and reinforcing production capacity. About reinforcing production capacity, it was based on a reflection on the past, however, Sharp cannot make any excuse that it did not do any sales and marketing activities.

There is a phrase "Japanese companies are good at producing high quality goods, but not good at marketing, sales and building strategies". It is mainly true. Even though they produce goods of bad quality till 1960's, the qualities were enhanced from 70's. After that, "To produce high quality products" became prime goal of companies. It is not a bad thing to have it at all, however because of this, they do not focus on those 3 factors (marketing, sales, and building strategies). That phrase was said long time, and Japanese companies still cannot improve it. Instead, because of this, they had huge sacrifice in recent years. In fact, Sharp almost became bankrupted and was bought by a foreign capital. To have strength such as having high quality products and production skill may mean that they do not focus on other things. However, the neglect of sales and marketing was too much. From this big failure, I believe that they'll strengthen those 3 factors.

Literature: 1. Sharp – Brief announcement of the most recent financial statement following the end of the fiscal year (2001 – 2016). URL: <http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/library/financial/old.html>. 2. A Sharp Journey. URL: <http://www.sharp.co.jp/corporate/info/history/chronology>. 3. Panasonic – Brief announcement of the most recent financial statement following the end of the fiscal year (2001 – 2016). URL: <https://www.panasonic.com/jp/corporate/ir/release.html>. 4. Panasonic, company history. URL: <https://www.panasonic.com/jp/corporate/profile/history.html>. 5. Onishi Y. The day when Japanese makers disappear. Tokyo : Koudansha publishing, 2017. P. 108–148. 6. Calculator museum. URL: <http://www.dentaku-museum.com/calc/calc/1-sharp/1-sharpd/sharpd.html>. 7. Lessons from Philips resurrection // The Nikkei. July 15, 2013. URL: <https://www.nikkei.com/article/DGKDZO57351550U3A710C1TJC000>. 8. So S., So M. A study of applicability of Samsung Electronics' Regional Specialist Program. *Economy and management*. 2016. No. 23. P. 71–72.



References: 1. Sharp – Brief announcement of the most recent financial statement following the end of the fiscal year (2001 – 2016). URL: <http://www.sharp.co.jp/corporate/ir/library/financial/old.html>. 2. A Sharp Journey. URL: <http://www.sharp.co.jp/corporate/info/history/chronology>. 3. Panasonic – Brief announcement of the most recent financial statement following the end of the fiscal year (2001 – 2016). URL: <https://www.panasonic.com/jp/corporate/ir/release.html>. 4. Panasonic, company history. URL: <https://www.panasonic.com/jp/corporate/profile/history.html>. 5. Onishi Y. The day when Japanese makers disappear. Tokyo : Koudansha publishing, 2017. P. 108–148. 6. Calculator museum. URL: <http://www.dentaku-museum.com/calc/calc/1-sharp/1-sharpd/sharpd.html>. 7. Lessons from Philips resurrection // The Nikkei. July 15, 2013. URL: <https://www.nikkei.com/article/DGKDZO57351550U3A710C1TJC000>. 8. So S., So M. A study of applicability of Samsung Electronics' Regional Specialist Program. *Economy and management*. 2016. No. 23. P. 71–72.

Information about the authors

T. Lepeyko – D.Sc. (Economics), Professor, Head of Department of Management and Business, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

Higuchi Tomohisa – Postgraduate Student of Department of Management and Business, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: tomohiguchi3@yahoo.co.jp).

Інформація про авторів

Лепейко Тетяна Іванівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

Хігучі Томохіса – аспірант кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: tomohiguchi3@yahoo.co.jp).

Информация об авторах

Лепейко Татьяна Ивановна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и бизнеса Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

Хигучи Томохиса – аспирант кафедры менеджмента и бизнеса Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: tomohiguchi3@yahoo.co.jp).

*Стаття надійшла до ред.
11.06.2018 р.*

JEL Classification: J01; O15; P36

УДК 005:331.101.262

МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОБЛЕМНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Лаптев В. І.

Анотація. Статтю присвячено актуальним питанням ефективності управління людськими ресурсами на основі проблемно-орієнтованого підходу в умовах трансформаційних процесів. Відсутність комплексного підходу до управління людськими ресурсами на всіх економічних рівнях призводить до зниження ефективності використання людських ресурсів, погіршення соціально-економічних показників розвитку. Мета статті полягає у формуванні дієвого механізму управління людськими ресурсами, який спрямований на адекватне вирішення різноманітних проблем і загроз, що поступають як із зовнішнього, так і внутрішнього середовища. На основі узагальнення, абстрактно-логічного аналізу, системного та комплексного підходів визначено складові механізму функціонування проблемно-орієнтованої системи

© Лаптев В. І., 2018



управління людськими ресурсами. Запропоновано визначення термінів «проблема в управлінні людськими ресурсами» та «проблемно-орієнтована система управління людськими ресурсами».

Ключові слова: людські ресурси, механізм, проблемно-орієнтована система, принципи, інструментарій управління людськими ресурсами.

МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Лаптев В. И.

Аннотация. Статья посвящена актуальным вопросам эффективности управления человеческими ресурсами на основе проблемно-ориентированного подхода в условиях трансформационных процессов. Отсутствие комплексного подхода к управлению человеческими ресурсами на всех экономических уровнях приводит к снижению эффективности использования человеческих ресурсов, ухудшению социально-экономических показателей развития. Цель статьи заключается в формировании действенного механизма управления человеческими ресурсами, направленного на адекватное решение различных проблем и угроз, поступающих как из внешней, так и внутренней среды. На основе обобщения, абстрактно-логического анализа, системного и комплексного подходов определены составляющие механизма функционирования проблемно-ориентированной системы управления человеческими ресурсами. Предложено определение терминов «проблема в управлении человеческими ресурсами» и «проблемно-ориентированная система управления человеческими ресурсами».

Ключевые слова: человеческие ресурсы, механизм, проблемно-ориентированная система, принципы, инструментальный управления человеческими ресурсами.

THE MECHANISM OF FUNCTIONING OF THE PROBLEM-ORIENTED HUMAN RESOURCES MANAGEMENT SYSTEM

V. Laptiev

Abstract. The article considers topical issues of effectiveness of managing human resources based on a problem-oriented approach in the context of transformation processes. The lack of an integrated approach to human resources management at all economic levels leads to a decrease in the efficiency of using human resources, deterioration of socio-economic development indicators. The aim of the article is to create an effective mechanism for managing human resources, aimed at an adequate solution of various problems and threats coming from both the external and internal environment. Based on generalization, abstract-logical analysis, systemic and complex approaches, the components of the mechanism of functioning of the problem-oriented human resources management system are determined. The definition of the terms "problem in human resource management" and "problem-oriented system of human resources management" is proposed.

Keywords: human resources, mechanism, problem-oriented system, principles, instruments of human resource management.

Трансформаційні процеси, які супроводжують розвиток економіки України протягом усього часу її незалежності та впливають на всі сфери її життєдіяльності, спонукають до адаптивності, динамічності та максимально ефективного використання ресурсів. Особливо це стосується людських ресурсів, які згідно з сучасними парадигмами менеджменту та економіки є ключовим елементом системи, що з часом лише акумулює цінність, накопичуючи знання, вміння та навички. Саме цей ресурс стимулює розвиток або є причиною деградації суспільства в цілому або окремого суб'єкта господарювання. У зв'язку з цим управління людськими ресурсами є складним процесом, який створює постійні виклики. Сьогодні в умовах динамічних змін і невідомості, а також глобальних кризових коливань це питання набуває особливої актуальності, адже використання класичних методів і підходів не приносить очікуваних результатів.

Все це підтверджується великою кількістю наукових праць і досліджень, які протягом останнього століття набирали оберти та вивели питання людських ресурсів і проблему їх ефективного управління на ключові позиції в загальному переліку проблем економіки та розвитку соціуму в цілому.

Дослідженням сутності людських ресурсів та особливостями управління ними займалася велика група як закордонних, так і вітчизняних вчених і науковців у сферах економіки та менеджменту, починаючи від А. Сміта, Д. Рікардо, В. Петті, Дж. Мілль та К. Маркса, П. Друкера, які в цілому аналізували роль людини в суспільному прогресі, а також М. Армстронг, Д. Богиня, О. Грішнова, Х. Грехем, К. Девіс, Н. Корнеліус,

Е. Лібанова, Г. Назарова, О. Левицька, А. Пізам, С. Сардак, П. Спероу, У. Трейсі, Т. Шульц, які розглядали різні аспекти та проблеми управління людськими ресурсами на різних рівнях.

Однак, незважаючи на велику кількість наукових праць і доробок вітчизняних та іноземних учених, сучасні реалії України, пов'язані із критичним зменшенням промислового потенціалу країни та перетворенням її на постачальника ресурсів, свідчать про нагальну необхідність переорієнтації на розвиток креативної економіки, де ключовим елементом є людина. Людина як носій унікальних знань і навичок здатна генерувати та реалізовувати нові ідеї, підходи та технології у всі галузі економіки та сфери життєдіяльності. Але, своєю чергою, це ускладняється великою кількістю загроз і викликів, пов'язаних із постійними трансформаційними процесами в країні та світі в цілому, повною невизначеністю та глобально зростаючою конкуренцією.

Враховуючи зазначене вище, доцільним є формування дієвого механізму управління людськими ресурсами, який би адекватно вирішував різноманітні проблеми та загрози, що поступають як із зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Все це обумовлює актуальність і мету цього дослідження.

Як вже було зазначено вище, категорії «людські ресурси» присвячено багато наукових праць і публікацій, які намагаються адаптувати поняття під вимоги часу та певні науково-теоретичні та практичні завдання. Проведений аналіз визначень терміна «людські ресурси» [7] дозволив зробити висновок, що трактувати його лише з позиції широкого або навпаки вузького розуміння, а також лише з позиції соціально-трудової сфери без урахування суспільних процесів життєдіяльності в цілому є невірним, адже це обмежує значущість цього поняття, не розкриває усі його грані. У зв'язку з цим доцільною є така дефініція, яка би всебічно враховувала особливі ознаки людських ресурсів як на макро-, так і на макрорівнях, як в трудовій, економічній, так і соціальній діяльності. Такої точки зору, наприклад, притримується О. Левицька, яка, як і Е. Разнодожина розглядає людські ресурси як комплексний показник, який являє собою «сукупність кількісних та якісних параметрів (зокрема, потенціал людини, стан здоров'я, рівень освіти, здібностей і культури, професійні знання, мотиваційні та інші особисті якості) кадрового складу організації, робочої сили або трудових ресурсів галузі, території, регіону або країни в цілому» [8].

Також науково обґрунтованою є думка С. Сардака, який зауважує, що термін «людські ресурси» повинен не тільки об'єднувати в собі макро- та мікрорівень, враховувати характеристики «широкого або вузького змісту категорії», але й розглядатися як «сукупність людей у вигляді допоміжних засобів щодо здійснення процесів життєдіяльності» в цілому, а не лише «з позиції залучення у соціально-трудові відносини» [14]. Згідно з його словами «не можна ігнорувати такі аспекти, як наявність людини, можливості та масштаб управлінського впливу, характер участі людини у суспільній діяльності, вік, корисність, статус, досягнення, залежність тощо» [14].

Враховуючи вищезазначене, у цій роботі людські ресурси розглядатимуться як складна категорія, яка і відображає саму людину (групу, колектив, націю) з певним набором особистісних і професійних, вроджених і набутих якостей, підприємницькою здібністю, які вона має, набуває та може розвивати як в рамках соціально-трудових відносин, так і процесів життєдіяльності суспільства в цілому.

У зв'язку з цим управління людськими ресурсами є складним процесом прийняття управлінських рішень, спрямованих на ефективний пошук, використання та розвиток людини в процесі як соціально-трудових відносин, так і процесів життєдіяльності в цілому з метою отримання соціально-економічного ефекту на макро-, мезо- та мікрорівнях.

Спираючись на сучасні тренди розвитку підходів менеджменту в цілому та управління людськими ресурсами, зокрема, пов'язані з особливостями та вимогами сьогодення, на особливу увагу заслуговує проблемно-орієнтований підхід. Цей підхід сформувався на базі ситуаційного, однак відрізняється дещо інакшим поглядом на прийняття управлінських рішень, який орієнтований не на вирішення певної ситуації, яка склалась, а на розв'язання проблеми як певного теоретичного або практичного завдання (задачі), що, своєю чергою, передбачає адаптивність, гнучкість, уміння своєчасне приймати управлінські рішення з використанням наявних ресурсів.

Своєю чергою, під проблемою в управлінні людськими ресурсами слід розуміти теоретичне або практичне завдання (задачу) стосовно ефективного використання людських ресурсів за рахунок отримання нового знання та досвіду у сфері їх найму, адаптації, розвитку, мотивації, створенні сприятливих умов, запровадженні корпоративної культури та забезпеченні лояльності за допомогою наукової рефлексії та активних практичних дій і досліджень.

На основі логічного аналізу, враховуючи надані вище визначення понять «людські ресурси» та «проблема в управлінні людськими ресурсами», уточнено й поняття «проблемно-орієнтована система управління людськими ресурсами», що являє собою відкриту динамічну нелінійну адаптивну сукупність управлінських дій та впливів, спрямованих на вирішення теоретичних або практичних завдань (задач) щодо ефективного використання людських ресурсів за рахунок отримання нового знання та досвіду у сфері їх найму, адаптації,



розвитку, мотивації, створенні сприятливих умов, розвитку певної культури та забезпеченні лояльності за допомогою наукової рефлексії та активних практичних дій і досліджень. Ефективне управління будь-якою системою потребує задіяння адекватного механізму її функціонування.

Ще у 60-х роках ХХ ст. термін «механізм» у межах економічного соціалізму стали застосовувати для удосконалення господарського механізму та у зв'язку зі спробами реформувати систему планування, економічного стимулювання, а також існуючі на той час організаційно-господарські форми, які прийшли у глибинну суперечність із можливостями економічного зростання [10].

Під економічним механізмом у роботі [15] розуміють «систему принципів (в тому числі й нормативного характеру) організації взаємодії господарських суб'єктів між собою, їх взаємодії з державою, з суспільством тощо. У змішаній економіці цей механізм представлений системою форм, методів та інструментів, які втілюють у собі поєднання ринкових регуляторів суспільного відтворення з державним регулюванням».

Ряд учених розглядають механізм із позиції системного підходу. Як цілісну систему, «яка складається з двох взаємодіючих підсистем – функціональної та забезпечувальної», розглядає механізм О. Козлова [16]. Б. Райзберг, Л. Лозовський, Б. Стародубцева вважають, що механізм – це «цілісна система, яка обов'язково повинна мати економічні важелі та використовуватися в якості інструментів впливу на економічні процеси підприємства» [13]; «внутрішня будова, система, наявність станів і процесів, з яких складається явище» (С. Мочерний [5]); «система організації системи, носій та реалізатор організації, її процес» (Ю. Осіпов [12]); «динамічна система, яка складається з ряду елементів та визначає порядок якого-небудь виду діяльності» (Д. Дударев [4]); «система взаємозв'язаних, взаємообумовлених форм і методів управління суспільним виробництвом і його структурними складовими частинами» [18]. Науковим підходом у системному програмуванні визначено «механізм» (як перший елемент процесу), що дозволяє за допомогою «управління» (другого елемента процесу) реалізувати функцію процесу – перетворити «вхід» на «вихід» [6, с. 198].

Процесного підходу до визначення поняття «механізм» притримується С. Воеводін, який під ним розуміє «інформаційне, ресурсне, і організаційне забезпечення» [1].

О. Дерев'яно розглядає механізм як «спосіб функціонування господарської системи (незалежно від її розміру), в основі якого лежить певна сукупність виробничих відносин» [3].

Економічний механізм включає у себе багато складових, за допомогою яких держава може впливати на діяльність суб'єктів господарювання. Серед великої кількості механізмів державного регулювання зосередимо увагу на механізмі функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами, що наведено на рис. 1.

Згідно з рис. 1 проблемно-орієнтована система управління людськими ресурсами враховує три ієрархічні та взаємопов'язані рівні, на яких і здійснюється процес менеджменту: макро-, мезо- та мікро. Таким чином, кожний із цих рівнів являють собою як керуючу та і керовану систему, що дає змогу не лише здійснювати управлінські дії, але й отримувати зворотний зв'язок.

Так, на макрорівні системи управління людськими ресурсами знаходяться органи державної влади, цільові міжнародні організації, об'єднання суб'єктів господарювання та громадські об'єднання, які в сукупності здійснюють вплив на використання та розвиток людських ресурсів та побудову соціально-трудова відносин на державному рівні через міжнародні стандарти, акти та договори про співпрацю, законодавчі та нормативно-правові документи.

На мезорівні управління людськими ресурсами здійснюється через систему місцевих органів влади, галузеві організації та об'єднання профспілок, які, з одного боку, впроваджують у життя законодавчі ініціативи, прийняті на державному рівні, а з іншого – діють в інтересах місцевої громади, реалізуючи принципи самоврядування.

Мікрорівень системи управління людськими ресурсами являє собою сукупність органів управління окремого підприємства, організації або установи, а також профспілкову організацію або інше об'єднання працівників.

Як вже зазначалося вище, між усіма рівнями мають існувати тісний взаємозв'язок та взаємодія з розумінням сильних і слабких сторін кожної з підсистем. Так, слід звернути увагу, що управлінські дії, які впроваджуються на макрорівні у зв'язку з виникненням певної проблеми, є повільними, однак мають швидко широке розповсюдження. Тоді як на мікрорівні, навпаки, час на прийняття рішення є мінімальним, тоді як вплив і розповсюдження на інші підсистеми є складними і займатимуть довший час. У зв'язку з цим саме збалансований розподіл сфер впливу на управління людськими ресурсами з урахування проблемно-орієнтованого підходу забезпечуватиме ефективну дію механізму.

Також базисом будь-якого механізму є принципи, за якими він працює. Так, принципами функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами є:

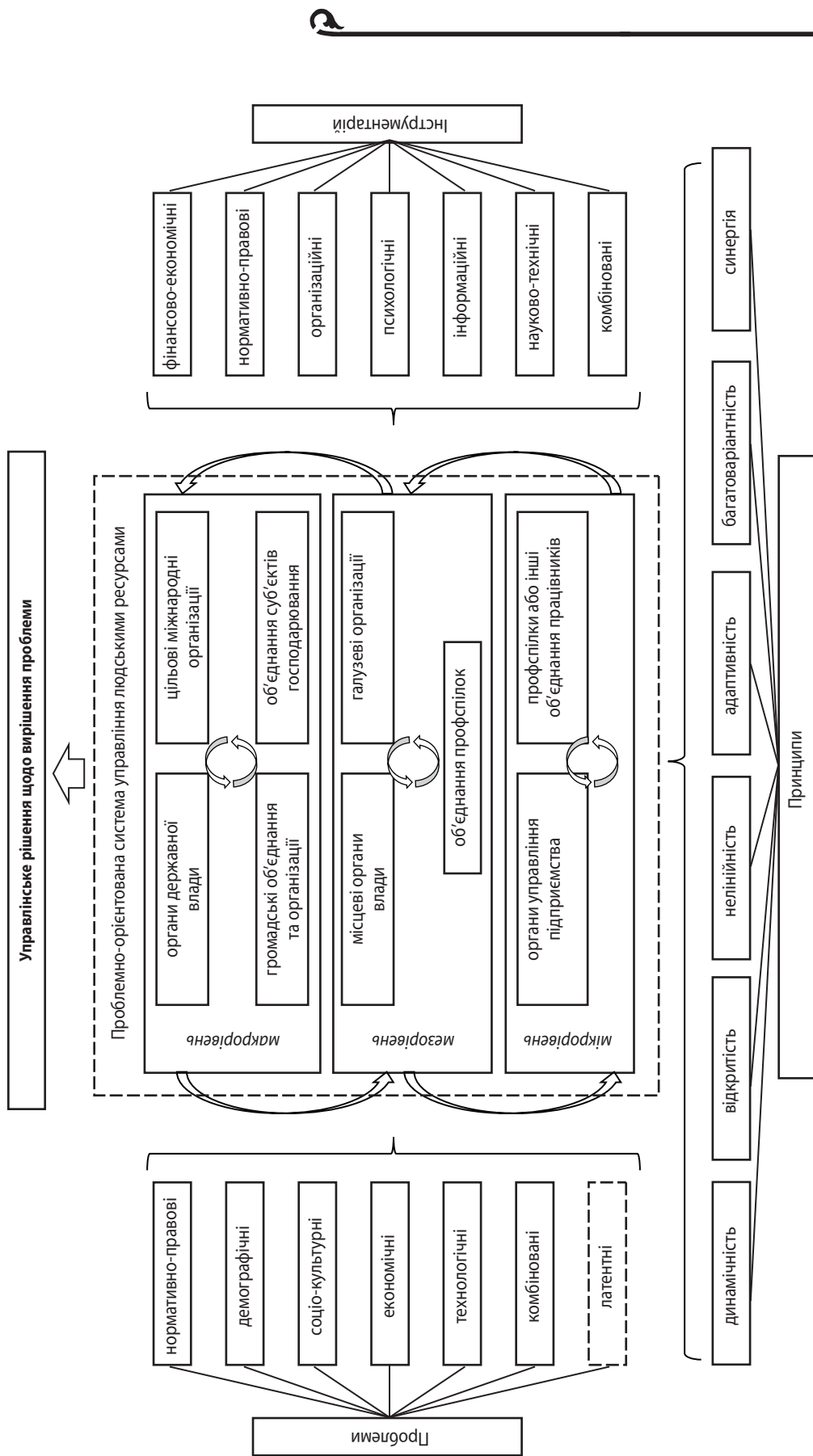


Рис. 1. Механізм функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами

- динамічність – зміна елементів і зв'язків у часі [2];
- відкритість – проблемно-орієнтована система має взаємозв'язки на всіх рівнях управління, а також із зовнішнім середовищем;
- нелінійність – складні системи мають багато можливих варіантів (траєкторій) поведінки, між якими вони блукають в результаті малих змін параметрів, що управляють їхньою динамікою [2]. Принцип нелінійності передбачає врахування неоднакового впливу на систему управління людськими ресурсами зовнішніх і внутрішніх чинників, що залежать від часу та простору;
- адаптивність – здатність пристосовуватися до несприятливих змін зовнішнього середовища; багато-варіантність, альтернативність розвитку [2]. Проблемно-орієнтована система управління людськими ресурсами має вчасно пристосовуватися до змін зовнішнього середовища;
- багатоваріантність – система управління людськими ресурсами має низку сценаріїв управління, в тому числі на основі проблемно-орієнтованого підходу;
- синергія – зміна ефективності функціонування елементів при їх об'єднанні [2]. Цей принцип передбачає врахування зміни на всіх трьох рівнях управління людськими ресурсами, що в цілому впливає на ефективність системи управління людськими ресурсами;
- єдність інтересів – врахування цілей всіх економічних рівнів (макро-, мезо-, мікрорівня) при управлінні людськими ресурсами та підпорядкованість загальнодержавним інтересам;
- наукова обґрунтованість забезпечує ефективність управління людськими ресурсами на основі розробки та прийняття управлінських рішень на основі об'єктивних економічних законів із урахуванням вітчизняного та закордонного досвіду управління людськими ресурсами.

В сукупності ці принципи говорять про те, що ця система знаходиться під впливом зовнішнього середовища, що спонукає її до постійних змін, пристосування різноманітними шляхами з метою досягнення максимального ефекту від взаємодії всіх її елементів.

Одним із ключових елементів поданого механізму є проблема, яка впливає на управління людськими ресурсами. Класифікація даних проблем теж залежить від рівня управління, що передбачає розробки методики вибору відповідного інструментарію їх подолання та обґрунтування пріоритетів управління людськими ресурсами. На кожному з економічних рівнів управління ступінь розповсюдження проблем (стратегічних, тактичних, оперативних, тих, що потребують чи ні фінансових витрат, важливих, термінових, проблем за різними сферами виникнення та масштабами наслідків тощо) неоднакова. Проблеми мікрорівня мають більш швидкі темпи розповсюдження на мезорівень і рівень всієї країни, ніж швидкість і наслідки розповсюдження проблеми макрорівня зверху донизу. Отже, механізм функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами має враховувати вид і рівень проблем в управлінні людськими ресурсами та мати не тільки адекватний інструментарій їх вирішення, а й відповідні превентивні методи з недопущення появи нових проблем в управлінні людськими ресурсами на всіх рівнях управління. Це дозволить забезпечити більш швидкі темпи соціально-економічного розвитку, знизити ризики щодо ефективного використання людських ресурсів і в цілому підвищити конкурентоспроможність національної економіки, регіонів України та провідних галузей і вітчизняних підприємств.

Таким чином, у цій роботі побудовано механізм функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами, який базується на збалансованій взаємодії та розподілі управлінських впливів трьох підсистем на макро-, мезо- та мікрорівнях із забезпеченням зворотного зв'язку. По-друге, особливістю цього механізму є орієнтація на ідентифікацію, діагностику та вирішення різноманітних проблем, пов'язаних з управлінням людськими ресурсами, які виникають на кожному з рівнів. Раціональному рішенню цих проблем сприяє наявність принципів як теоретичного базису, на основі якого здійснюється функціонування системи, та всебічного інструментарію, який передбачає комплексну дію на кожний аспект діяльності людських ресурсів.

Враховуючи зазначене вище, подальшого дослідження потребує питання розробки методичного забезпечення функціонування проблемно-орієнтованої системи управління людськими ресурсами на трьох ієрархічних рівнях менеджменту.

Література: 1. Воеводин С. А. Экономический механизм управления промышленным производством. Методика и практика организации. Киев : Вища школа, 1991. 159 с. 2. Гражевська Н. І. Теоретико-методологічні новації синергетики в дослідженні трансформації економічних систем. *Вісник Української академії банківської справи*. 2006. № 2. С. 139–143. 3. Деревянко О. Организационно-экономический механизм планирования бизнес-процессов предпринимательских структур : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. СПб., 2004. 156 с. 4. Дударев Д. Н., Дударева О. В. Организационно-экономический механизм развития производственных систем : монография. Воронеж : Науч. кн., 2008. 199 с. 5. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. Київ : FEMINA, 1995. 365 с. 6. Зелінська М. В. Аналіз формування поняття «механізм»



в економічній теорії. *Прометей*. 2010. № 2 (32). С. 198. **7.** Лаптев В. І. Сутність та роль людських ресурсів у розвитку економіки країни. *Формування ринкової економіки*. 2017. № 37 (ч. 2). С. 3–8. **8.** Левицька О. Сутність, генезис та еволюція поняття «людські ресурси»: системно-концептуальний підхід. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 1. С. 37–42. **9.** Лисенко Ю., Егоров П. Організаційно-економічний механізм управління підприємством. *Економіка України*. 1997. № 1. С. 86–87. **10.** Леоненко П. М. Економічні реформи: ретроспективи і перспективи. *Перехідна економіка, теорія політика*. 2003. С. 245–256. **11.** Мостенська Т. Л. Економічний механізм функціонування молочної промисловості України: монографія. Київ: УДУХТ, 2001. 328 с. **12.** Осипов Ю. М. Основы теории хозяйственного механизма. М.: Изд-во МГУ. 1994. 267 с. **13.** Райзберг Б. А., Лозовский Л. М., Стародубцева Б. А. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1996. 496 с. **14.** Сардак С. Е. Еволюція поглядів на зміст і роль людських ресурсів у суспільному поступі. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 12. С. 132–139. **15.** Оборонько Д. Теоретичні засади регулювання економічної діяльності підприємств. *Проблеми матеріальної культури – економічні науки*. С. 21–25. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/knp/163/knp163_21-25.pdf. **16.** Теория управления социалистическим производством: учеб. для студентов экон. спец. / под. ред. О. В. Козловой. М.: Экономика, 1979. 368 с. **17.** Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансово-економічний словник. Київ: Знання, 2007. 1072 с. **18.** Хозяйственный механизм. Экономический словарь. URL: http://abc.informbureau.com/html/oicssenoaaiue_iaoaieci.html.

References: 1. Voyevodin S. A. Ekonomicheskij mekhanizm upravleniya promyshlennym proizvodstvom. Metodika i praktika organizatsii. Kiyev: Vyshcha shkola, 1991. 159 p. 2. Hrazhevskaya N. I. *Teoretyko-metodologichni novatsii synerhetyky v doslidzhenni transformatsii ekonomichnykh system* [Theoretical and Methodological Innovations of Synergetics in the Study of the Transformation of Economic Systems]. *Visnyk Ukrainy akademii bankivskoi spravy*. 2006. No. 2. P. 139–143. 3. Derevyanko O. Organizatsionno-ekonomicheskij mekhanizm planirovaniya biznes-protsessov predprinimatelskikh struktur: dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05. SPb., 2004. 156 p. 4. Dudarev D. N., Dudareva O. V. *Organizatsionno-ekonomicheskij mekhanizm razvitiya proizvodstvennykh sistem*: monografiya [Organizational-economic Mechanism of Production Systems: monograph]. Voronezh: Nauch. kn., 2008. 5. Ekonomichnyi slovnyk-dovidnyk / za red. S. V. Mochernoho. Kyiv: FEMINA, 1995. 365 p. 6. Zelinska M. V. *Analiz formuvannya poniattia «mekhanizm» v ekonomichnij teorii* [Analysis of the Formation of the Concept of «Mechanism» in Economic Theory]. *Prometei*. 2010. No. 2 (32). P. 198. 7. Laptiev V. I. *Sutnist ta rol liudskykh resursiv u rozvytku ekonomiky krainy* [The Essence and Role of Human Resources in the Development of the Country's Economy]. *Formuvannya rynkovoї ekonomiky*. 2017. No. 37 (part 2). P. 3–8. 8. Levytska O. *Sutnist, henezys ta evoliutsiia poniattia «liudski resursy»: systemno-kontseptualnyi pidkhid* [The Essence, Genesis and Evolution of the Concept of «Human Resources»: a System-conceptual Approach]. *Ukraina: aspekty pratsi*. 2010. No. 1. P. 37–42. 9. Lysenko Yu., Yehorov P. *Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom* [Organizational and Economic Mechanism of Enterprise Management]. *Ekonomika Ukrainy*. 1997. No. 1. P. 86–87. 10. Leonenko P. M. *Ekonomichni reformy: retrospektyvy i perspektyvy* [Economic Reforms: Retrospect and Prospects]. *Perekhidna ekonomika, teoriia polityka*. 2003. P. 245–256. 11. Mostenska T. L. *Ekonomichnyi mekhanizm funktsionuvannya molochnoi promyslovosti Ukrainy*: monohrafiia [Economic Mechanism of the Dairy Industry Functioning in Ukraine: monograph]. Kyiv: UDUKHT, 2001. 328 p. 12. Osipov Yu. M. *Osnovy teorii khozyaystvennogo mekhanizma*. M.: Izd-vo MGU. 1994. 267 p. 13. Rayzberg B. A., Lozovskiy L. M., Starodubtseva B. A. *Sovremennyy ekonomicheskij slovar*. M.: INFRA-M, 1996. 496 p. 14. Sardak S. Ye. *Evoliutsiia pohliadiiv na zmist i rol liudskykh resursiv u suspilnomu postupi* [Evolution of Views on the Meaning and Role of Human Resources in Social Progress.]. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2012. No. 12. P. 132–139. 15. Oboronko D. *Teoretychni zasady rehuliuвання ekonomichnoi diialnosti pidpriemstv. Problemy materialnoy kultury – ekonomicheskije nauki*. P. 21–25. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/knp/163/knp163_21-25.pdf. 16. *Teoriya upravleniya sotsialisticheskim proizvodstvom*: ucheb. dlya studentov ekon. spets. / pod. red. O. V. Kozlovoy. M.: Ekonomika, 1979. 368 p. 17. Zahorodnii A. H., Vozniuk H. L., Smovzhenko T. S. *Finansovo-ekonomichnyi slovnyk*. Kyiv: Znannia, 2007. 1072 p. 18. *Khozyaystvennyy mekhanizm. Ekonomicheskij slovar*. URL: http://abc.informbureau.com/html/oicssenoaaiue_iaoaieci.html.

Інформація про автора

Лаптев Вячеслав Ігорович – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та соціальних наук Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: vlaptev777@gmail.com).

Информация об авторе

Лаптев Вячеслав Игоревич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и социальных наук Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116 Украина; e-mail: vlaptev777@gmail.com).

Information about the author

V. Laptiev – Ph.D. (Economics), Associate Professor, Department of Economics and Social Sciences, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: vlaptev777@gmail.com)

Стаття надійшла до ред.
06.06.2018 р.



ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ

Колодізєв О. М.
Плескун І. В.
Агаджанян А. А.

***Анотація.** Розглянуто існуючі напрями здійснення системи внутрішньобанківського фінансового моніторингу та запропоновано шляхи удосконалення системи фінансового моніторингу України на основі правових можливостей, закладених у чинному законодавстві. Проведено цілісний аналіз дієвості існуючої системи протидії легалізації доходів від злочинної діяльності та фінансування тероризму в Україні. Обґрунтовано перспективи застосування Національним банком України системи протидії легалізації доходів, перевірено відповідність її реалізації службами банків чинному законодавству, а також проаналізовано рівень впровадження, автоматизації та ефективності існуючої системи протидії легалізації доходів від злочинної діяльності та фінансування тероризму.*

***Ключові слова:** фінансовий моніторинг, банк, протидія легалізації доходів, фінансові операції, банківська система.*

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ

Колодизев О. Н.
Плескун И. В.
Агаджанян А. А.

***Аннотация.** Рассмотрены существующие направления осуществления системы внутрибанковского финансового мониторинга, и предложены пути совершенствования системы финансового мониторинга Украины на основе правовых возможностей, заложенных в действующем законодательстве. Проведен целостный анализ действенности существующей системы противодействия легализации доходов от преступной деятельности и финансирования терроризма в Украине. Обоснованы перспективы применения Национальным банком Украины системы противодействия легализации доходов, проверено соответствие ее реализации службами банков действующему законодательству, а также проанализирован уровень внедрения, автоматизации и эффективность существующей системы противодействия легализации доходов от преступной деятельности и финансированию терроризма.*

***Ключевые слова:** финансовый мониторинг, банк, противодействие легализации доходов, финансовые операции, банковская система.*

WAYS TO IMPROVE THE ORGANIZATION OF THE SYSTEM OF FINANCIAL MONITORING UNDER CONDITIONS OF GEOPOLITICAL CHALLENGES OF THE MODERN AGE

O. Kolodiziev
I. Pleskun
A. Aghajanyan

***Abstract.** The existing directions in implementing the system of intrabank financial monitoring are considered, and ways to improve the system of financial monitoring in Ukraine on the basis of legal possibilities embodied in the current legislation are proposed. There conducted a holistic analysis of the effectiveness of the existing system for counteracting the legalization of income gained from criminal activities and terrorism financing in Ukraine. The prospects of using the system for counteracting the legaliza-*

tion of income by the National Bank of Ukraine are substantiated; the compliance of its implementation by banking services with the current legislation is checked; the level of implementation, automation, and efficiency of the existing system for counteracting the legalization of income gained from criminal activities and terrorism financing is analyzed.

Keywords: financial monitoring, bank, counteract the legalization of income, financial operations, banking system.

Постановка проблеми. Глобалізація фінансових ринків, динамічний характер фінансових відносин, стрімкий розвиток технологій платіжних операцій супроводжуються розвитком процесів відмивання (легалізації) тінювих доходів та отримання незаконних прибутків. Важливість дослідження цієї проблеми пояснюється необхідністю удосконалення методичного інструментарію в межах інструктивних матеріалів, що підвищують активність банків у сфері боротьби з легалізацією доходів, отриманих злочинним шляхом. Істотна роль, яка відводиться банкам у системі боротьби з легалізацією злочинних доходів, увага з боку держави щодо цієї проблеми не залишають сумнівів щодо її актуальності та необхідності поглиблення дослідження з цієї проблематики, особливо в аспекті виявлення наявних недоліків і винесення пропозицій щодо її вирішення.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання щодо запобігання та протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, набули особливої актуальності та потребують з'ясування через створення організаційних перешкод на основі впровадження й використання методичного інструментарію, здатного забезпечити чіткі критерії віднесення окремих операцій банків до тих, що повною мірою відносяться до ризикових. Окремі аспекти фінансового моніторингу як інструменту боротьби з тінювою економікою досліджували в роботах: С. О. Дмитров [1], В. В. Коваленко [2], Н. В. Москаленко [3], В. В. Сухонос [4], О. Є. Костюченко [5], Н. М. Внукова [6].

Незважаючи на вагомий науковий внесок, який було зроблено багатьма науковцями у розвиток теорії та практики фінансового моніторингу, вплив тінювого сектора на національну економіку залишається суттєвим, а отже, питання удосконалення організації фінансового моніторингу на основі правових можливостей, закладених у чинному законодавстві, потребують подальшого розгляду.

Метою статті є визначення шляхів удосконалення організації системи фінансового моніторингу в сучасних умовах функціонування національної економіки. Для реалізації цієї мети необхідно вирішити низку завдань: проведення цілісного аналізу на основі дослідження існуючої системи протидії легалізації доходів від злочинної діяльності та фінансування тероризму, впровадження Національним банком України сучасного комплексу заходів, перевірка його відповідності чинному законодавству в умовах сучасних реалій, аналіз рівня та ефективності його впровадження, а також оцінка ступеня автоматизації внутрішньобанківських пов'язаних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. На початку нового тисячоліття в Україні, в епоху системних реформ, на всіх рівнях адміністративного управління, у всіх сферах життєдіяльності боротьба з відмиванням коштів є основною складовою загальнодержавних планів уряду щодо боротьби з корупцією, яка є серйозною проблемою у державі. До виключних властивостей сучасності слід віднести масштаби операцій та різновиди схем відмивання грошей, які постійно зростають і вдосконалюються. Трансформується, у тому числі, й сам характер фінансових операцій, який все більше охоплює відносини суб'єктів господарювання в межах різних країн.

Будь-які заходи, які стосуються легалізації доходів чи інших заходів, відносяться до оздоровлення країни. Так, С. О. Дмитров наголошує, що боротьба з тінювою економікою не дасть відповідних результатів до того моменту, поки у країні не будуть створені умови для повноцінного функціонування легальної економіки, і не буде чітко скоординована діяльність державних органів, які відповідають за оздоровлення та розвиток економіки [1].

Систематизовану думку дослідників з цієї проблематики про найпоширеніші способи легалізації злочинних доходів у банківській сфері виразила В. В. Коваленко, яка класифікувала основні операції, в межах яких найбільш виконується легалізація доходів [2]:

- переказ коштів через / на банківські рахунки в Україні за фіктивними договорами;
- укладання кредитних договорів;
- укладання договорів банківського вкладу.

Окремо варто зазначити, що більш високу потенційну загрозу у банківській сфері мають офшорні рахунки. На етапі проведення банківських операцій через офшорні рахунки реалізується пряме відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом, і фінансування тероризму. Можна констатувати факт, що на сьогодні офшорні рахунки є захистом для власників злочинних коштів. Наочним прикладом боротьби із цією проблемою можна вважати досвід, який має Кіпр. Головні вимоги для кіпрських компаній: рахунки відкриваються при наданні повного комплексу інформації про клієнта щодо кінцевого бенефіціарного власника, у тому числі обґрунтування законності джерел доходів і добробуту. Банк має право вимагати податковий номер, паспортні

копії, виписки з ПДФО, по рахунках в інших банках, банківські та професійні рекомендаційні листи, а також, у разі необхідності, посилання на публічні джерела щодо діяльності та біографії [3].

Запровадження заходів зі створення передумов появи певних механізмів або бар'єрів повинні розглядатися як невід'ємна частина глобальної політики боротьби зі злочинністю.

В загальній системі цінностей для держави протидія легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, є одним із головних завдань на шляху побудови конкурентоспроможної економіки. З цією метою було створено службу Державного фінансового моніторингу України, з якою інтегровано діяльність за окремими напрямками Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку, Національного банку України. Варто зауважити, що в лівій частині легалізація доходів відбувається переважно через банки, значні опції протидії якій держава впровадила для регулювання легалізації доходів, діяльності організацій, введення відповідних правил проведення розрахункових і касових операцій, здійснення внутрішнього фінансового моніторингу. Національний банк України у своїх інструктивних матеріалах відокремлює банки як об'єкт фінансового моніторингу [4].

У сучасних умовах функціонування вітчизняної банківської системи банки мають надзвичайно широкі можливості впливати на розвиток економічних процесів як позитивно, так й за умови недооцінки реальних тенденцій створювати додаткові ризики, що визначає необхідність здійснення моніторингу їхньої діяльності.

Основними нормативними документами, які регулюють сферу запобігання легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, є:

- «Сорок рекомендацій» FATF, які регулюють дії держав у кримінальному, юридичному та фінансовому аспектах щодо трактування сутності операцій і є базовими положеннями, які можуть характеризувати певні події безпосередньо як відмивання коштів і фінансування тероризму;
- Закон України «Про банки і банківську діяльність» [5];
- Кримінальний кодекс [6];
- Закон України «Про запобігання та протидію легалізацію доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансування тероризму» [7].

Особливостями формування системи фінансового моніторингу в банківській сфері є виокремлення окремих підсистем його проведення (моніторинг стабільності банківського сектора, внутрішній фінансовий моніторинг у банках України). Оскільки ця загальна система надає можливості для комплексної оцінки ефективності розвитку банківської сфери, тому вона не може бути дієвою при запровадженні її лише на одному з визначених рівнів. При цьому особливого значення набувають внутрішні процедури проведення фінансового моніторингу, котрий здійснюють саме банки.

Схематичне зображення принципового розуміння фінансового моніторингу в Україні наведено на рис. 1.

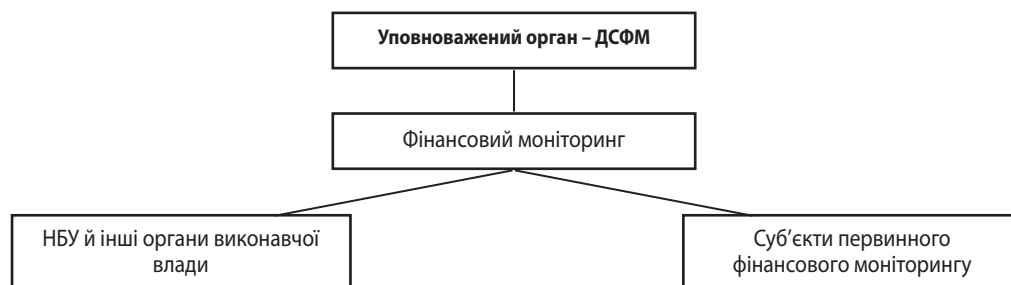


Рис. 1. Принципова схема побудови взаємовідносин учасників на етапі реалізації фінансового моніторингу

Згідно зі схемою, наведеною на рис. 1, система фінансового моніторингу в Україні має дворівневу побудову. Відповідно до чинного законодавства вона складається з двох рівнів – первинного та державного. На першому рівні перебувають спеціально уповноважений орган виконавчої влади з питань фінансового моніторингу, центральні органи виконавчої влади і Центральний банк. Центральною ланкою фінансового моніторингу є Державна служба фінансового моніторингу. До основних її функцій відносяться [9]:

- отримання інформації від фінансових посередників, її аналіз, передання узагальнених матеріалів правоохоронним органам;
- координація дій інших учасників Національної системи протидії та запобігання легалізації (відмиванню) коштів;
- налагодження ефективної співпраці, взаємодії й інформаційного обміну з компетентними органами іноземних держав і міжнародними організаціями у зазначеній сфері.

Для більшого розуміння змісту процедур у сфері діяльності підрозділів моніторингу у банківській системі України їх структуру та послідовність виконання наведено на рис. 2.



Рис. 2. Структура та послідовність процедур фінансового моніторингу у банківській системі України

Доцільно зазначити, що банки є основним джерелом надходження інформації про здійснення фінансових операцій, які підлягають фінансовому моніторингу. Це свідчить про велику практичну значущість дослідження проблематики фінансового моніторингу у протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинно, у банківській системі України [10].

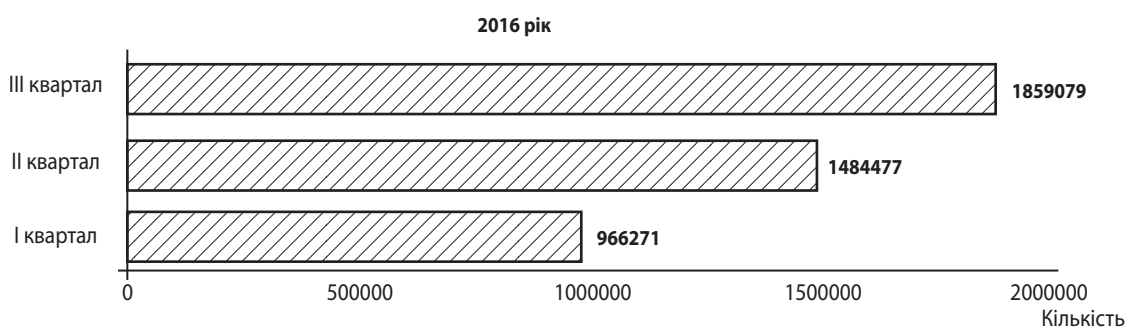


Рис. 3. Динаміка повідомлень з інформування про відповідні фінансові операції за 2016 р.

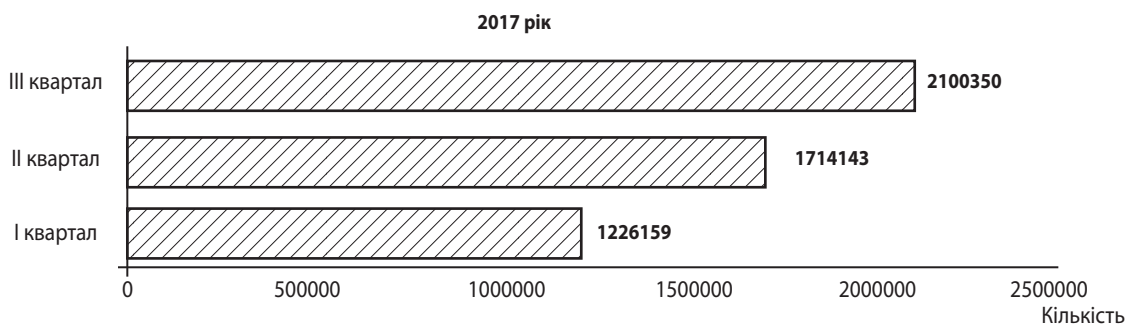


Рис. 4. Динаміка інформування про фінансові операції за 2017 р.

На частку банківського сектора в загальній системі фінансових відносин припадає найбільша питома вага здійснення фінансових операцій. Слід зазначити, що протягом III кварталу 2016 р. кількість отриманих Держфінмоніторингом [11] повідомлень про фінансові операції збільшилась на 22,53 % порівняно з аналогічним періодом минулого року. Саме банки є найбільш активними в системі звітування, в розрізі суб'єктів первинного фінансового моніторингу. Протягом III кварталу 2017 р. від банків було отримано 99,14 % від загальної кількості повідомлень про фінансові операції.

Поняття фінансового моніторингу для України загалом є не новим, як і для банківської системи зокрема. Банки є чи одними з не найбільших за масштабами операцій суб'єктами фінансового моніторингу. Проте існує певна невизначеність у трактуваннях сутності специфічних понять фінансового моніторингу в банківському секторі України.

У період підвищення рівня загальної комп'ютеризації і розвитку нових технологій злочинні організації та терористичні угруповання часто намагаються використовувати найновітніші знання, інновації у своїй діяльності, які можуть бути пов'язані з відмиванням коштів і фінансуванням тероризму. Варто зробити акцент на тому, що ці технології застосовуються для грошових переказів, зазначена сфера привертає все більшу ува-

гу злочинців. Шахрайство з платіжними картками, несанкціоноване списання коштів із банківських рахунків, розповсюдження комп'ютерних вірусів, втручання в роботу інтернет-вірусів [12].

Найбільш важливим для банків з позиції мінімізації ризику відмивання коштів є ідентифікація коштів, які легалізуються на стадії їх початкового розміщення. На етапі розміщення злочинці та шахраї надають перевагу тим способам, які забезпечують анонімність джерела походження коштів. Найбільша питома вага кількості злочинів на ринку банківських послуг України пов'язана з кредитуванням, незаконним зняттям грошових коштів із рахунків, привласненням депозитів, маніпуляціями з первинними документами, що призводить до викривлення фінансової звітності. Варто зазначити, що вагома кількість дрібних банків збанкрутувала саме через засновників.

У нашій державі основним нормативно-правовим актом, який регулює питання протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, є Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) коштів, здобутих злочинним шляхом» [13]. Він передбачає організацію первинного фінансового моніторингу шляхом запровадження інституту відповідальних працівників. Базовим законом визначено їхні статус і функції: «Відповідальний працівник має бути незалежним у своїй діяльності і підзвітним тільки керівнику суб'єкта первинного фінансового моніторингу та має обов'язок щомісяця надавати інформацію керівнику про виявлені фінансові операції, що підлягають фінансовому моніторингу».

Станом на 9 червня 2018 р. набуває чинності Постанова № 59 Національного банку України, у якій зазначено, що Національний банк продовжує вдосконалювати ефективність здійснення нагляду з питань фінансового моніторингу на основі ризик-орієнтованого підходу, змінилась форма та періодичність подання Звіту з питань управління ризиками у сфері фінансового моніторингу. Отже, він надаватиметься банком до НБУ щорічно, а не щоквартально, як дотепер [10]. На нашу думку, можна вказати на неоднозначність можливих наслідків від впровадження таких заходів. Це безпосередньо стосується зниження оперативного реагування регулятора на узагальнені статистичні результати, консолідовані протягом цілого року.

Також запроваджений новий порядок дій у разі виявлення під час виїзної перевірки схем проведення ризикових фінансових операцій, висновок щодо відповідності чи невідповідності яких вимогам законодавства не може бути сформульований у довідці про виїзну перевірку. У довідці буде детально описано суть виявлених фінансових операцій з докладною констатацією відповідних фактів. При цьому копії документів, що засвідчують такі факти, долучатимуться до матеріалів перевірки [10].

Для підвищення ефективності контролю та зменшення кількості обсягів «брудних» грошей потрібно внести зміни до Постанови НБУ «Про здійснення банками фінансового моніторингу» [14], тим самим поновити ідею сталого процесу фінансового моніторингу у вітчизняних банках і збільшити нагляд за працівниками, тому що найбільшу кількість протиправних дій виконують самі працівники для збільшення свого статку, нехтуючи всіма законами [15].

Для кожної держави протидія легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, є дуже важливим питанням в аспекті національної безпеки. Це систематична загроза для фінансового сектора країни. Слід зауважити, що саме банківський сектор приваблює значну частку злочинних грошових ресурсів з їх подальшою легалізацією, які згодом спрямовуються на підтримку терористичних угруповань або входять до законного грошового обігу визначеними каналами. Як можна побачити, банківські установи, причетні до шахрайської діяльності, зіткнулися з фінансовими втратами, з відкликанням ліцензії та ліквідацією. У зв'язку з розвитком ІТ існує необхідність до посилення заходів оцінки, контролю та ефективного управління ризиками.

Для створення ефективного механізму щодо виявлення та протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, необхідне здійснення банками попереджувальних заходів в аспекті запобігання суспільно небезпечним діям.

Отже, на нашу думку, необхідним є застосування таких попереджувальних заходів:

- не приєднуватись до договірних відносин із юридичними чи фізичними особами, якщо виникає підозра, що клієнт банку виступає не від власного імені;
- не встановлювати, не вести та не продовжувати кореспондентських відносин з банками, якщо виникає сумнів щодо місцезнаходження та проведення діяльності за місцем реєстрації, відповідного нагляду за місцем розташування, та з банками, що підтримують такі відносини;
- не встановлювати та не підтримувати кореспондентських відносин з банками, які не виконують загальноприйнятих стандартів у своїй діяльності;
- доцільно застосовувати підвищені заходи безпеки при встановленні відносин із банками-нерезидентами, котрі зареєстровані у тих країнах, що не передбачають надання та розкриття інформації про фінансові операції.

Висновки. Таким чином, за результатами проведеного дослідження визначено основні шляхи удосконалення організації системи фінансового моніторингу. В роботі встановлено структуру та послідовність проце-

дур фінансового моніторингу у банківській системі України, проаналізовано правову базу фінансового моніторингу України, зміни поточного законодавства, а також запропоновано в ньому поновити ідеї сталого процесу фінансового моніторингу у вітчизняних банках і посилити банківський нагляд. Для удосконалення організації системи фінансового моніторингу запропоновано застосування попереджувальних заходів безпеки для банківських установ.

Реалізація запропонованих рекомендацій дозволить забезпечити підвищення рівня безпеки держави у протидії легалізації (відмиванню) коштів, отриманих незаконним шляхом, удосконалити методичний інструментарій з організації роботи безпосередньо в банках і створити відповідні умови для впровадження ефективного механізму щодо виявлення фактів легалізації доходів.

Напрямами подальших досліджень оптимізації організації системи фінансового моніторингу є розробка методичних підходів щодо визначення стану й ефективності боротьби з відмиванням грошей, а також економічною злочинністю в банківському секторі з урахуванням специфіки функціонування основних елементів національної системи фінансового моніторингу.

Література: 1. Дмитров С. О., Коваленко В. В., Єзов А. В., Бережний О. М. Фінансовий моніторинг в банку : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2008. 336 с. 2. Коваленко В. В. Фінансовий моніторинг банків : навч. посіб. Суми : Мрія-1, 2005. 120 с. 3. Колодізов О. М., Плескун І. В. Фінансовий моніторинг у банках України: сутність та визначення проблем реалізації в сучасних умовах розвитку економіки. *Управління розвитком*. 2017. № 3–4 (189–190). С. 24–35. 4. Колодізов О. М., Плескун І. В. Систематизація практичних рекомендацій щодо пошуку моделей оцінки, контролю та ефективного управління ризиками для забезпечення протидії легалізації «брудних коштів» // *Управління стійким розвитком економіки: теоретичні і практичні аспекти* : кол. моногр. / за ред. В. В. Прохорової. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. С. 264–278. 5. Москаленко Н. В. Фінансовий моніторинг як інструмент боротьби з тіньовою економікою. *Фінансове право*. 2010. № 4 (14). С. 39–42. 6. Мороз А. М., Савлук М. І., Пуховкіна М. Ф. Банківські операції : підручник. Київ : КНЕУ, 2014. 476 с. 7. Сухонос В. В. Легалізація злочинних доходів у банківській сфері і боротьба з нею. *Правовий вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1. С. 149–153. 8. Костюченко О. Є., Кривуля К. А. Правові умови та шляхи вдосконалення системи фінансового моніторингу в банку. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2012. Ч. 4, Вип. 9 (33). С. 205–214. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2012_9\(4\)_24.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2012_9(4)_24.pdf). 9. Лист Національного банку України від 26.05.2017 № 25-0008/37888 «Щодо фінансових операцій з ознаками фіктивності». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v7888500-17>. 10. Прес-реліз. Комітет з питань нагляду та регулювання діяльності банків, нагляду (оверсайту) платіжних систем визначив нові критерії для окремих груп банків на 2016 рік // Національний банк України. URL: <http://www.bank.gov.ua/article/25852020>. 11. Державна служба фінансового моніторингу України. Статистика. URL: http://www.sdfm.gov.ua/articles.php?cat_id=83&lang=uk. 12. Статистичні дані щодо отриманих Держфінмоніторингом повідомлень за 2012–2017 рр. URL: http://www.sdfm.gov.ua/articles.php?cat_id=83&lang=uk. 13. Чуніхіна Л. М. Первинний фінансовий моніторинг в банках України як засіб запобігання легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08. Київ, 2007. 225 с. 14. Дубко Ю. В., Буткевич С. А. Діяльність Держфінмоніторингу України у сфері запобігання та протидії економічній злочинності. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2008. № 4. С. 246–249. 15. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом : Закон України від 28.11.2002 № 249-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 1. Ст. 2.

References: 1. Dmytrov S. O., Kovalenko V. V., Yezhov A. V., Berezhnyi O. M. Finansovyi monitorynh v banku : navch. posib. Sumy : Universytetska knyha, 2008. 336 p. 2. Kovalenko V. V. Finansovyi monitorynh bankiv : navch. posib. Sumy : Mriia-1, 2005. 120 p. 3. Kolodiziev O. M., Pleskun I. V. *Finansovyi monitorynh u bankakh Ukrainy: sutnist ta vyznachennia problem realizatsii v suchasnykh umovakh rozvytku ekonomiky* [Financial Monitoring in Ukrainian Banks: the Essence and Definition of Implementation Problems in the Current Conditions of Economic Development]. *Upravlinnia rozvytkom*. 2017. No. 3–4 (189–190). P. 24–35. 4. Kolodiziev O. M., Pleskun I. V. Systematyzatsiia praktychnykh rekomendatsii shchodo poshuku modelei otsinky, kontroliu ta efektyvnoho upravlinnia ryzykamy dlia zabezpechennia protydii lehalizatsii «brudnykh koshtiv» // *Upravlinnia stiikym rozvytkom ekonomiky: teoretychni i praktychni aspekty* : kol. monohr. / za red. V. V. Prokhorovoi. Kharkiv : Vyd-vo Ivanchenka I. S., 2018. P. 264–278. 5. Moskalenko N. V. *Finansovyi monitorynh yak instrument borotby z tinovoiu ekonomikoiu* [Financial Monitoring as a Tool to Combat the Shadow Economy]. *Finansove pravo*. 2010. No. 4 (14). P. 39–42. 6. Moroz A. M., Savluk M. I., Pukhovkina M. F. *Bankivski operatsii : pidruchnyk*. Kyiv : KNEU, 2014. 476 p. 7. Sukhonos V. V. *Lehalizatsiia zlochyynykh dokhodiv u bankivskii sferi i borotba z neiu* [Legalization of Criminal Incomes in the Banking Sphere and the Fight Against It]. *Pravovyi visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy*. 2012. No. 1. P. 149–153. 8. Kostyuchenko O. Ye., Kryvulia K. A. *Pravovi umovy ta shliakhy vdoskonalennia systemy finansovoho monitorynhu v banku* [Legal Conditions and Ways of Improving the System of Financial Monitoring in a Bank]. *Ekonomichni nauky. Ser. : Oblik i finansy*. 2012. Part 4, Issue 9 (33). P. 205–214. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2012_9\(4\)_24.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2012_9(4)_24.pdf). 9. Lyst Natsionalnoho banku Ukrainy vid 26.05.2017 No. 25-0008/37888 «Shchodo finansovykh operatsii z oznakamy fiktyvnosti». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v7888500-17>. 10. Pres-reliz. Komitet z pytan nahliadu ta rehuliuвання diialnosti bankiv, nahliadu (oversaitu) platizhnykh system vyznachyv novi kryterii dlia okremykh hrup bankiv na 2016 rik // Natsionalnyi bank Ukrainy. URL: <http://www.bank.gov.ua/article/25852020>. 11. Derzhavna sluzhba finansovoho moni-



torynhu Ukrainy. Statystyka. URL: http://www.sdfm.gov.ua/articles.php?cat_id=83&lang=uk. **12.** Statystychni dani shchodo otrymanykh Derzhfinmonitorynhom povidomlen za 2012–2017 rr. URL: http://www.sdfm.gov.ua/articles.php?cat_id=83&lang=uk. **13.** Chunikhina L. M. Pervynnyi finansovyi monitorynh v bankakh Ukrainy yak zasib zapobihannia lehalizatsii (vidmyvanniu) dokhodiv, oderzhanykh zlochynnym shliakhom : dys. ... kand. yuryd. nauk : 12.00.08. Kyiv, 2007. 225 p. **14.** Dubko Yu. V., Butkevych S. A. *Diialnist Derzhfinmonitorynhu Ukrainy u sferi zapobihannia ta protyidii ekonomichnii zlochynnosti* [Activities of the SCFM of Ukraine in the Field of Prevention and Counteraction to Economic Crime]. *Pivdenoukrainskyi pravnychy chasopys*. 2008. No. 4. P. 246–249. **15.** Pro zapobihannia ta protyidii lehalizatsii (vidmyvanniu) dokhodiv, oderzhanykh zlochynnym shliakhom : Zakon Ukrainy vid 28.11.2002 No. 249–IV // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. 2003. No. 1. Article 2.

Інформація про авторів

Колодізев Олег Миколайович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

Плескун Інна Володимирівна – аспірант кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: inna.pleskun@hneu.net).

Агаджанян Арутюн Андраниконович – студент Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: arutyn1997@gmail.com).

Информация об авторах

Колодизев Олег Николаевич – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой банковского дела Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

Плескун Инна Владимировна – аспирант кафедры банковского дела Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: inna.pleskun@hneu.net).

Агаджанян Арутюн Андраниконович – студент Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: arutyn1997@gmail.com).

Information about the authors

O. Kolodiziev – D.Sc. (Economics), Professor, Head of Banking Department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

I. Pleskun – Postgraduate Student of Banking Department, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: inna.pleskun@hneu.net).

A. Ahadzhanian – Student of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: arutyn1997@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
26.06.2018 р.*

JEL Classification: E62; F02; O31

УДК 336.027

ЗВ'ЯЗОК РЕГУЛЯТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІЛЬГОВОГО ОПОДАТКУВАННЯ З ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Гомон М. В.

Анотація. У статті було порушено проблему податкового стимулювання інноваційного розвитку підприємства та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом реалізації його інноваційного потенціалу. Метою статті є аналіз регулятивного потенціалу пільгового оподаткування та інноваційного потенціалу підприємства.

© Гомон М. В., 2018

ства, а також виявлення їх зв'язку в системі державного регулювання інноваційної діяльності. Було проведено аналіз стану інноваційного розвитку України та рівня державної підтримки підприємств, що займаються інноваційною діяльністю. Обґрунтовано необхідність реалізації інноваційного потенціалу підприємства з метою його інноваційного розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності. Розглянуто сутність регулятивного потенціалу податкових пільг як інструменту державного регулювання інноваційної діяльності. У результаті дослідження було виявлено, що стимулюючий вплив податкових пільг на інноваційну діяльність та господарську поведінку підприємства також сприяє реалізації його інноваційного потенціалу.

Ключові слова: регулятивний потенціал, інноваційний потенціал, інноваційна діяльність, підприємство, конкурентоспроможність, податкові пільги.

СВЯЗЬ РЕГУЛЯТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛА ЛЬГОТНОГО НАЛОГООБЛОЖЕННЯ С ИННОВАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гомон М. В.

Аннотация. В статье была поднята проблема налогового стимулирования инновационного развития предприятия, а также повышения уровня конкурентоспособности предприятия путем реализации его инновационного потенциала. Целью статьи является анализ регулятивного потенциала льготного налогообложения и инновационного потенциала предприятия, а также выявление их связи в системе государственного регулирования инновационной деятельности. Был проведен анализ состояния инновационного развития Украины и уровня государственной поддержки предприятий, которые занимаются инновационной деятельностью. Обоснована необходимость реализации инновационного потенциала предприятия с целью его инновационного развития и повышения уровня конкурентоспособности. Рассмотрена сущность регулятивного потенциала налоговых льгот как инструмента государственного регулирования инновационной деятельности. В результате исследования выявлено то, что стимулирующее влияние налоговых льгот на инновационную деятельность и хозяйственное поведение предприятия также влияет на реализацию его инновационного потенциала.

Ключевые слова: регулятивный потенциал, инновационный потенциал, инновационная деятельность, предприятие, конкурентоспособность, налоговые льготы.

THE RELATION BETWEEN THE REGULATORY POTENTIAL OF PREFERENTIAL TAXATION AND THE INNOVATION POTENTIAL OF AN ENTERPRISE

M. Homon

Abstract. The article raises the problem of providing tax incentives for innovation development of an enterprise, as well as increasing the level of competitiveness of an enterprise by realizing its innovation potential. The aim of the article is to analyze the regulatory potential of preferential taxation and innovation potential of an enterprise as well as to identify their relationship in the system of state regulation of innovation activities. There carried out an analysis of the state of innovation development of Ukraine and the level of state support for enterprises which are engaged in innovation activities. The necessity of realizing innovation potential of an enterprise for the purpose of its innovation development and increase of the level of its competitiveness is grounded. The essence of the regulatory potential of tax incentives as an instrument of state regulation of innovation activity is considered. As a result of the research, it is revealed that the stimulating effect of tax incentives on the innovation activity and economic behavior of an enterprise influences the implementation of its innovation potential as well.

Keywords: regulatory potential, innovation potential, innovation activity, enterprise, competitiveness, tax incentives.

Постановка проблеми. В сучасних умовах інноваційний розвиток став одним із ключових чинників у розвитку національної економіки, яка формується в умовах наростаючої конкуренції та глобалізації ринкових процесів.

Інноваційний розвиток в Україні порівняно з розвинутими країнами, має недостатній рівень, незважаючи на те, що країна має перспективи. Такий стан значною мірою обумовлений недосконалістю механізму державного регулювання інноваційної діяльності, в тому числі і податкового стимулювання. За таких умов зростає значення інноваційного потенціалу підприємства, його реалізація дає можливість підвищення рівня конкурентоспроможності й інноваційної активності.

Саме тому дослідження податкового регулювання інноваційної діяльності та його впливу на інноваційний потенціал підприємства набуває важливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями з питань зв'язку оподаткування та розвитку інновацій займалися такі науковці, як Геєць В. М., Гриньов А. В., Дзюбіна А. В., Іванов Ю. Б., Ілляшенко С. М., Колесников Є. В., Крисоватий А. І., Лапін Є. В., Соколовська А. М., Тарангул Л. Л. Однак, незважаючи на численні наукові дослідження, специфіка сфери інновацій полягає у постійному оновленні, тому тенденції інноваційної діяльності, в тому числі – з боку її державного регулювання, потребують перегляду відповідно до викликів часу. Особливо це стосується державного регулювання інноваційної діяльності в Україні.

Мета статті – аналіз регулятивного потенціалу пільгового оподаткування та інноваційного потенціалу підприємства, а також виявлення їх зв'язку в системі державного регулювання інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз інноваційної діяльності України, її місце в інноваційному розвитку серед інших країн визначається і складається Всесвітньою організацією інтелектуальної власності Корнелльського університету та міжнародною бізнес-школою «Insead» у щорічній аналітичній доповіді під назвою «Глобальний інноваційний індекс» (Global Innovation Index). За Глобальним індексом інновацій Україна посідає 50 місце. Попри досягнення успіхів за інноваційним напрямом, низькими є показники інституціонального розвитку (101 місце, немає змін порівняно з минулим роком) та розвитку інфраструктури (90 місце), це пов'язано також із невтішними показниками політичної нестабільності та непослідовності проведення реформ. Це свідчить про недосконалість законодавчої бази та методів державної підтримки інноваційного розвитку [1].

Аналізуючи стан інноваційної діяльності України, можна констатувати, що ситуація за останні роки є прийнятною, за деякими показниками, такими як «інноваційна активність», «підготовка наукових кадрів», «кількість наукових кадрів», спостерігається позитивна динаміка. Але якщо проводити міжнародні порівняння, то Україна, на жаль, відстає, і тому темп зростання інноваційних показників є незначним.

Ще однією проблемою є недостатнє фінансування інновацій (рис. 1). У 2016 році загальний обсяг витрат на виконання наукових досліджень і розробок власними силами організацій становив 11530,7 млн грн, у тому числі витрати на оплату праці – 5751,0 млн грн, інші поточні витрати – 5203,7 млн грн, капітальні витрати – 576,0 млн грн, з них витрати на придбання устаткування – 487,6 млн грн.

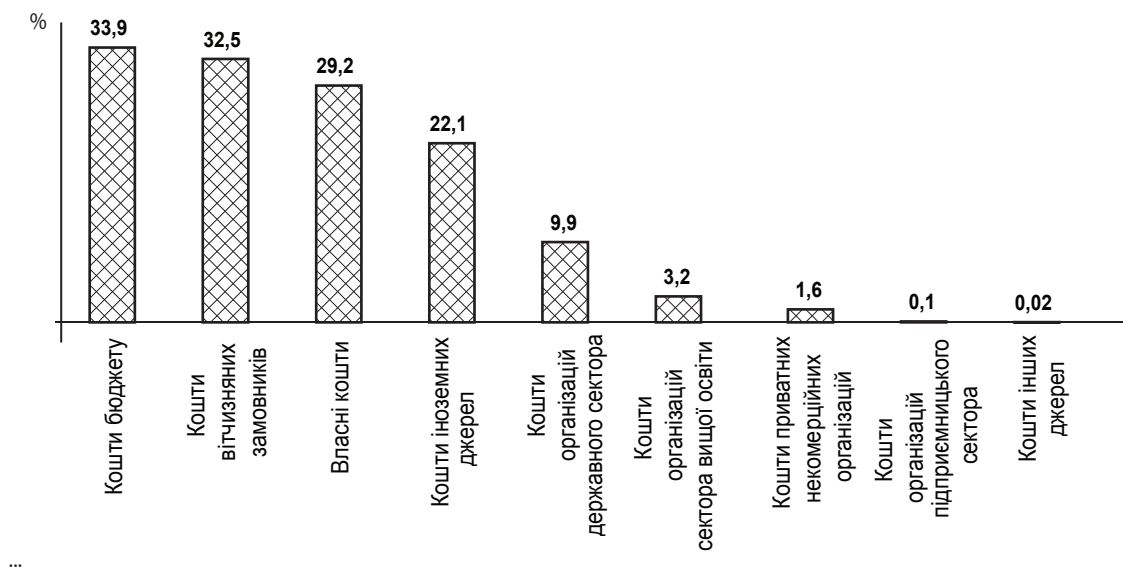


Рис. 1. Розподіл фінансування внутрішніх витрат на виконання наукових досліджень і розробок за джерелами фінансування у 2016 р., %

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 13427,0 млн грн (або 97,2 % загального обсягу витрат на інновації). Кошти державного бюджету отримали 11 підприємств, місцевих бюджетів – 15, загальний обсяг яких становив 589,8 млн грн (0,7 %); кошти вітчизняних інвесторів отримали 9 підприємств, іноземних – 6, загалом їхній обсяг становив 132,9 млн грн (1,9 %); кредитами скористалися 11 підприємств, обсяг яких становив 113,7 млн грн (0,8 %).

Виходячи з вищезазначених даних можна сказати, що інноваційна діяльність не отримує належної фінансової підтримки від держави та фінансується за рахунок власних коштів.

Для того щоб ефективно використовувати наявний потенціал інноваційного розвитку економіки України, необхідно вдосконалити систему стимулювання й активізації інноваційної діяльності підприємств. Для цього потрібне забезпечення високого рівня регулятивного потенціалу пільгового оподаткування.

Регулятивний потенціал пільгового оподаткування виражається у тому, наскільки повно й ефективно податкові пільги можуть виступати у ролі інструменту реалізації регулятивної функції податків. Можливість брати участь у регулюванні економічних процесів і мати на такий процес регулятивний вплив для досягнення певної мети. Регулятивний потенціал пільгового оподаткування – це можливість регулювання та міра регулюючого впливу на певний економічний процес, зокрема на стимулювання інноваційної діяльності підприємства (рис. 2).

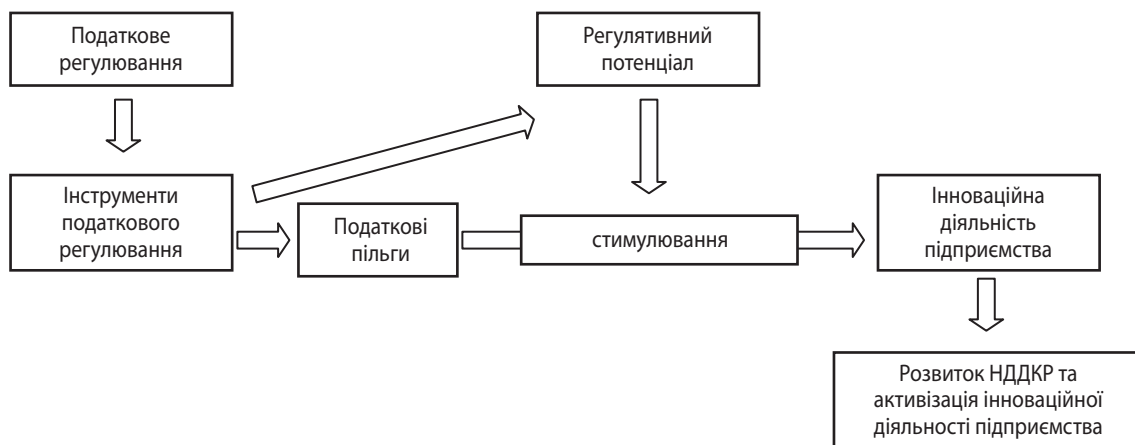


Рис. 2. Структурно-логічна схема поняття «регулятивний потенціал пільгового оподаткування інноваційної діяльності»

Регулятивний потенціал пільгового оподаткування інноваційної діяльності підприємства – це здатність податкових пільг як інструменту податкового регулювання здійснювати стимулюючий вплив на інноваційну діяльність підприємства з метою її активізації та розвитку НДДКР.

Таким чином, регулятивний потенціал має тісне відношення до системи податкового регулювання, оскільки це поняття за своєю сутністю означає використання наявних можливостей регулюючого впливу для досягнення певних цілей, що відповідає завданням податкового регулювання.

Інноваційна спроможність і технологічна готовність є невід’ємними складовими конкурентоспроможності національної економіки в сучасних умовах. Інноваційний потенціал та його реалізація також грають роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, оскільки у світі спостерігається тенденція до зміни структури виробництва на користь високотехнологічних галузей [3].

Інноваційний потенціал підприємства характеризується його спроможністю до продукування нововведень і новацій власними силами або придбання їх зі сторони, а також до ефективного впровадження інновацій. Кількісно і якісно інноваційний потенціал представлений нововведеннями і новаціями в технічній, організаційній, економічній, управлінській сферах [4].

Під час реалізації інноваційного потенціалу вагомим значення набувають питання зростання сприйнятливості до інновацій та забезпечення випереджаючої адаптації до технологічних змін, технологічне оновлення та оптимізація структури використаних у виробництві ресурсів, досягнення високого рівня конкурентоспроможності [5].

Що стосується складових інноваційного потенціалу, то більшість науковців сходяться на думці, що інноваційний потенціал підприємства містить такі складові: кадрова, науково-дослідницька, фінансово-економічна, матеріально-технічна та організаційно-управлінська [6–9].

Для того щоб ефективно використовувати наявний Інноваційний потенціал для досягнення інноваційного розвитку підприємства, необхідно вдосконалення системи стимулювання й активізації інноваційної діяльності підприємств. Для цього потрібно забезпечення високого рівня регулятивного потенціалу пільгового оподаткування.

Надання податкових стимулів цілком може позитивно вплинути на науково-дослідницьку та фінансово-економічну складову інноваційного потенціалу, оскільки надання податкових пільг – це по суті зменшення податкового навантаження на підприємство, в результаті його фінансовий результат є більшим. Частину коштів з такого прибутку підприємство може спрямувати як витрати на НДДКР, що підвищить його інноваційний потенціал.



Отже, можна стверджувати, що регулятивний потенціал пільгового оподаткування має вплив на реалізацію інноваційного потенціалу підприємства (рис. 3).

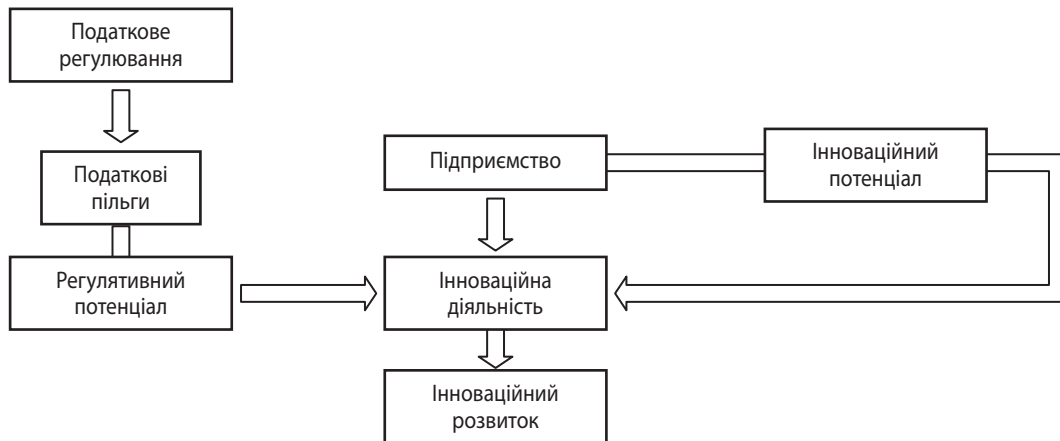


Рис. 3. Зв'язок регулятивного потенціалу пільгового оподаткування та інноваційного потенціалу підприємства

Таким чином, зв'язок між регулятивним потенціалом пільгового оподаткування та інноваційним потенціалом підприємства простежується в процесі впливу їх реалізації на інноваційну діяльність, з кінцевою метою – посилення інноваційного розвитку. Тобто податкові пільги можуть стати складовою інноваційного потенціалу підприємства як інструмент стимулювання інноваційної активності, а отже – і як стимул розвитку інноваційного потенціалу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Питання розвитку інноваційної діяльності, її державного регулювання залишаються відкритими і потребують подальших досліджень. Реалізація регулятивного потенціалу податкових пільг є важливою у стимулюванні інноваційної діяльності, для підвищення рівня інноваційного розвитку доцільно переглянути та доробити систему пільгового оподаткування інноваційної діяльності для ефективної реалізації його регулятивного потенціалу.

Не менш важливим є розвиток інноваційного потенціалу підприємства. З метою вивчення і посилення його впливу на результати інноваційної діяльності має значення подальше дослідження його взаємозв'язку із інструментом податкового регулювання – податковими пільгами.

Література: 1. Андрощук Г. О. Національна інноваційна система України: стримуючі фактори // Проблеми нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності та шляхи їх вирішення : конференція (м. Київ, 27 верес. 2017 р.) / відп. ред. В. С. Шовкалюк. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. С. 8–12. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Іванов Ю. Б. Регулятивний потенціал податкової системи України : монографія / за заг. ред. Ю. Б. Іванова. Харків : ХНЕУ, 2009. 400 с. 4. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.07.01. Харків, 2006. 39 с. 5. Пилипенко А. А., Литвиненко А. О. Потенціал розвитку матеріально-технічної бази підприємства: ідентифікація та оцінювання. *Економічний часопис-XXI*. 2016. № 5–6. С. 52–57. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/EconomicAnnals-pdf/DOI/ea-V159-11.pdf>. 6. Гриньов А. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства. *Проблеми науки*. 2003. № 12. С. 12–15. 7. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал» та визначення його складових. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 72–77. 8. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком. Суми : Університетська книга, 2003. 432 с. 9. Колесников Є. В. Фінансова складова в результативності використання інноваційного потенціалу промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2007. 23 с.

References: 1. Androshchuk H. O. Natsionalna innovatsiina systema Ukrainy: strymuiuchi faktory // Problemy normatyvno-pravovoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti ta shliakhy yikh vyrishennia : konferentsiia (m. Kyiv, 27 veres. 2017 r.) / vidp. red. V. S. Shovkaliuk. Kyiv : KNU im. T. Shevchenka, 2017. P. 8–12. 2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Ivanov Yu. B. *Reguliatyvnyi potentsial podatkovoi systemy Ukrainy* : monohrafiia [Regulatory Potential of the Tax System of Ukraine: monograph] / za zah. red. Yu. B. Ivanova. Kharkiv : KhNEU, 2009. 400 p. 4. Lapin Ye. V. *Ekonomichniy potentsial pidpriemstv promyslovosti: formuvannia, otsinka, upravlinnia* : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.07.01. Kharkiv, 2006. 39 p. 5. Pylypenko A. A., Lytvynenko A. O. *Potentsial rozvytku materialno-tekhnichnoi bazy pidpriemstva: identyfikatsiia ta otsiniuvannia* [Potential of Development of Material and Technical Base of the Enterprise: Identification and Evaluation]. *Ekonomichniy chasopys-XXI*. 2016. No. 5–6. P. 52–57. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/EconomicAnnals-pdf/DOI/ea-V159-11>.

pdf. 6. Hrynov A. V. *Otsinka innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva* [Estimation of the Innovation Potential of the Enterprise]. *Problemy nauky*. 2003. No. 12. P. 12–15. 7. Dziubina A. V. *Rozkryttia zmistu poniattia «innovatsiinyi potentsial» ta vyznachennia yoho skladovykh* [Disclosure of the Concept of “Innovative Potential” and Definition of Its Components]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. 2008. No. 628. P. 72–77. 8. Illiashenko S. M. *Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom*. Sumy : Universytetska knyha, 2003. 432 p. 9. Kolesnykov Ye. V. *Finansova skladova v rezultatyvnosti vykorystannia innovatsiinoho potentsialu promyslovoho pidpriemstva* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Kharkiv, 2007. 23 p.

Інформація про автора

Гомон Марина Володимирівна – аспірант кафедри митної справи та оподаткування Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: gomom.marina@gmail.com).

Информация об авторе

Гомон Марина Владимировна – аспірант кафедри таможенного дела и налогообложения Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: gomom.marina@gmail.com).

Information about the author

M. Gomom – Postgraduate Student of Department of Customs and Taxation, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 6116, Ukraine; e-mail: gomom.marina@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
21.06.2018 р.*

JEL Classification: M 410

УДК 657

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В АДАПТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ОБ'ЄДНАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ

Погрібняк Д. С.

Анотація. В умовах невизначеності економічного середовища система бухгалтерського обліку постійно зазнає впливу зовнішніх (неконтрольованих) факторів, що вимагає постійного її удосконалення. Для цього необхідною є розробка та впровадження заходів щодо її удосконалення. Метою статті є розробка методичного підходу до оцінки рівня організації бухгалтерського обліку в адаптивному управлінні об'єднанням підприємств. Результатами дослідження виступають рекомендації стосовно формування та реалізації методичного підходу до оцінки рівня організації бухгалтерського обліку в адаптивному управлінні об'єднанням підприємств. Отримані висновки можуть використовуватися у діяльності об'єднань підприємств.

Ключові слова: методичний підхід, ефективність розвитку підприємства, обліково-інформаційне забезпечення, зрілість бухгалтерського обліку, об'єднання підприємств.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В АДАПТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ОБЪЕДИНЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Погрибняк Д. С.

Аннотация. В условиях неопределенности экономической среды система бухгалтерского учета постоянно подвергается воздействию внешних (неконтролируемых) факторов, требует постоянного ее совершенствования. Для этого необходимы разработка и внедрение мероприятий по ее совершенствованию. Целью статьи является разработка методического подхода к оценке уровня организации бухгалтерского учета в адаптивном управлении объединением предприятий. Результатами исследования выступают рекомендации по формированию и реализации методического подхода к оценке уровня организации бухгалтерского учета в адаптивном управлении объединением предприятий. Полученные выводы могут использоваться в деятельности объединений предприятий.

Ключевые слова: методический подход, эффективность развития предприятия, учетно-информационное обеспечение, зрелость бухгалтерского учета, объединение предприятий.

A METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING THE LEVEL OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING IN ADMINISTRATIVE GOVERNANCE OF AN ENTERPRISE ASSOCIATION

D. Pogribniak

Abstract. Under conditions of uncertainty of the economic environment, an accounting system is constantly exposed to the influence of external (uncontrollable) factors and requires constant perfection. For this purpose, it is necessary to develop and implement measures to improve it. The aim of the article is to elaborate a methodological approach to assessing the level of organization of accounting in adaptive governance of an enterprise association. The results of the study are recommendations for the formulation and implementation of the methodological approach to assessing the level of organization of accounting in adaptive management of enterprise associations. The findings can be used in activities of business associations.

Keywords: methodological approach, effectiveness of enterprise development, accounting and information support, maturity of accounting, association of enterprises.

Постановка проблеми. Головним завданням організації бухгалтерського обліку є формування якісної обліково-аналітичної інформації, яка буде повною мірою задовольняти специфічні інформаційні запити користувачів у процесі адаптивного управління. Оскільки діяльність об'єднання підприємств має свої характерні особливості, пов'язані з масштабами суб'єкта господарювання, значну кількість інформаційних каналів, а також складну організаційну структуру, це встановлює перед організацією бухгалтерського обліку певні специфічні вимоги, яким вона повинна відповідати в умовах невизначеності та нестабільності економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню питання якості облікової інформації присвячені праці таких вчених, як Е. Демінга [8], Д. Джурана [7], Ф. Кросбі [10] та ін. На методах оцінки якості облікової інформації зосереджувалися Л. Крамаровський [9], Н. Єршова [3], В. Будько [1] та ін.

Постановка завдання. Зважаючи на наявні розробки, недостатньо повно розкрито питання оцінки рівня організації бухгалтерського обліку в адаптивному управлінні об'єднанням підприємств, тому метою дослідження є удосконалення методичного підходу до комплексної оцінки рівня організації бухгалтерського обліку в адаптивному управлінні об'єднанням підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд завдань:

- провести критичний аналіз наявних підходів до оцінки рівня організації бухгалтерського обліку;
- на основі виявлених недоліків навести пропозиції щодо удосконалення методичного підходу оцінки організації обліку.

Значна увага у наукових працях приділяється методам оцінки облікової інформації. Зокрема, Крамаровським Л. М. [9] було виділено такі (табл. 1).

Критичний аналіз методів оцінки облікової інформації

Назва методу	Сутність	Переваги	Недоліки
Нормативний метод	Висновок про якість облікової інформації робиться на основі використання законодавчих і нормативних документів, стандартів які регламентують ведення бухгалтерського обліку та складання звітності	Результати оцінки за цим методом залежать від компетентності особи, яка проводить оцінку	Труднощі у кількісному вираженні результатів оцінки, врахування лише законодавчих вимог до інформації
Статистичний метод	Базується на використанні методів теорії ймовірності та математичної статистики	Результати можуть бути математично обґрунтовані	Відсутність стандартизації якісних і кількісних вимог до облікової інформації
Експертний метод	У ситуації, коли має місце кількісна невизначеність критеріїв якості, основою для оцінки виступає усереднення різними методами думок експертів	Цей метод дає можливість оцінити інформацію без наявності кількісних показників	Достовірність результатів оцінки залежить від того, наскільки компетентними у досліджуваному питанні є обрані експерти-фахівці
Соціологічний метод	Базується на зборі й аналізі думок споживачів	Застосування методів математичної статистики для збору й обробки інформації дає можливість науково підтвердити будь-який результат	Достовірність такої оцінки залежить від того, наскільки обґрунтованою є система опитування споживачів

На думку Єршової Н. Ю., «якість облікової інформації – це сукупність суттєвих властивостей облікової інформації, що характеризують її відповідність своєму призначенню і висунутим до неї вимогам, а також здатність задовольняти потреби і запити користувачів» [3]. Для оцінки автор пропонує використовувати комплексний показник якості облікової інформації, який визначається як сума значень певних властивостей якості облікової інформації з урахуванням впливу коефіцієнта вагомості деякої властивості якості облікової інформації.

Бочуля Т. В. зосереджує увагу на оцінці інформаційної системи [2], приводячи таку категорію, як «пертинентність (англ. pertinent – доречний, підходящий) – суб'єктивна оцінка користувачем ступеня відповідності знайденої інформації його потребі або корисність знайденого для рішення поставленого завдання».

На думку Бочулі Т. В. визначати якість інформаційної системи (Q) доречно через її функції (S – швидкість відображення інформації; F – повнота інформаційного забезпечення; T – швидкість передачі даних; A – точність даних) в рамках обслуговування інтересів користувачів мікро- та макрорівнів.

Отже, використання наведених методів дозволяє провести оцінку облікової інформації, проте вони мають певні недоліки, а саме: надання вибіркового характеру окремих елементів організації бухгалтерського обліку; неврахування особливостей суб'єкта діяльності, облікова інформація якого оцінюється; відсутність узгодження зі специфічними інформаційними запитом адаптивного управління; складність проведення математичних розрахунків та інтерпретації отриманих результатів.

Враховуючи вищенаведене, автором пропонується методичний підхід, який містить такі етапи.

Етап 1. Формування системи показників, які характеризують об'єднання підприємства.

Особливості діяльності кожного суб'єкта господарювання характеризуються певними показниками, які дозволяють робити певні висновки. Однією із найбільш узагальнюючих характеристик діяльності будь-якого підприємства є ефективність.

Оскільки діяльність суб'єктів господарювання постійно зазнає впливу з боку як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, для збереження своїх конкурентних позицій ключовою перевагою стає здатність підприємства зберігати свої позиції на світовому ринку, незалежно від впливу факторів, тому необхідно удосконалювати господарську діяльність з урахуванням сучасних вимог до ведення бізнесу, в тому числі і ведення бухгалтерського обліку.

Зважаючи на те, що сьогодні бухгалтерський облік як наука та діяльність виходять на новий якісний рівень, переходячи від «статичного», «посмертного» стану до динамічної, розрахованої на перспективу форми збирання, накопичення та узагальнення інформації, на нашу думку, доцільно розглядати ефективність не самої діяльності, а розвитку підприємства. Значний доробок стосовно цієї теми міститься у працях В. С. Пономаренка, І. В. Гонтаревої, якими було визначено показники ефективності розвитку підприємства. У табл. 2 наведено ключові особливості розвитку й діяльності об'єднання підприємств, які враховуються при використанні напрямів оцінки, виділених науковцями.

Взаємозв'язок особливостей розвитку та діяльності об'єднань підприємств у напрямках оцінки

Напрямок оцінки	Особливості розвитку та діяльності об'єднання підприємства, які враховує напрям аналізу
Ефективність виробництва	Специфічність процесу виробництва продукції, надання послуг; проблема використання оборотних і необоротних засобів виробництва
Ефективність управління	Розгалуженість системи координації управлінських дій в рамках розвитку й функціонування учасників підприємства
Ефективність персоналу	Врахування потенціалу людського фактора як найбільш впливової рушійної сили розвитку підприємства
Ефективність фінансової активності	Труднощі у процесі перерозподілу, використання та акумулювання фінансових і нефінансових активів у процесі розвитку та функціонування об'єднання підприємств

Джерело: розроблено автором на основі [11]

Доцільність використання напрямів оцінки, наведених у табл. 2, полягає у можливості надання комплексної характеристики діяльності об'єднань підприємств з позиції розвитку, що забезпечує обґрунтованість прийняття подальших управлінських рішень.

Етап 2. Групування об'єднань підприємств за кластерами з виділенням ключових їх особливостей.

Завданням кластерного аналізу є групування об'єктів за певними ознаками. Використання відповідного програмного забезпечення дозволяє розподілити суб'єкти господарювання на кластери. Перевагою такого методу є те, що він дозволяє здійснювати класифікацію, базуючись на значній кількості ознак, що сприяє формуванню більш стійких кластерів. Таким чином, проведена кластеризація дозволить сформувати однорідні групи об'єднань підприємств або підприємств в рамках одного об'єднання за рівнем розвитку його учасників. Це дасть можливість для кожного з кластерів розробити адаптовану систему показників для комплексної оцінки рівня організації бухгалтерського обліку, в результаті чого сформувати рекомендації стосовно впровадження заходів по удосконаленню організації бухгалтерського обліку об'єднань підприємств.

Етап 3. Формування організаційно-методичного забезпечення процесу оцінки рівня організації бухгалтерського обліку.

Автором пропонується проводити оцінку за декількома напрямками:

- аналіз формування обліково-інформаційного забезпечення;
- аналіз відповідності обліково-аналітичної інформації запитам користувачів в адаптивному управлінні діяльності об'єднань підприємств;
- визначення ступеня зрілості організації бухгалтерського обліку.

У зв'язку з відсутністю у наукових працях конкретних рекомендацій стосовно процесу оцінки рівня організації бухгалтерського обліку за обраними напрямками, на думку автора, доцільним є використання експертного методу.

Цей етап полягає у формуванні кількісного і якісного складу експертної групи для проведення аналізу за першим та другим напрямками.

Так, аналіз формування обліково-інформаційного забезпечення повинен надавати уявлення про те, наскільки облікова інформація, яка формується в його рамках, відповідає визначеним критеріям релевантності, доцільності, оперативності, достатності та ін. Експертна група повинна складатися з осіб, які володіють необхідними компетенціями та мають відповідну професійну кваліфікацію у сфері бухгалтерського обліку й управлінні підприємством.

Аналіз відповідності обліково-аналітичної інформації запитам користувачів в адаптивному управлінні діяльності об'єднань підприємств може бути здійснений на основі опитування менеджерів об'єднань підприємств, які на основі облікової інформації приймають управлінські рішення. Це дасть можливість виявити їх рівень «задоволеності» обліковою інформацією, яка формується у системі бухгалтерського обліку в умовах невизначеності.

Особливо ретельного ставлення вимагає процес складання анкет для опитування, від яких і залежить результат аналізу (РАША і ОБІЧ).

Визначення ступеня зрілості організації бухгалтерського обліку є узагальнюючим індикатором, який демонструє залежність між результатами аналізу формування обліково-інформаційного забезпечення, відповідності обліково-аналітичної інформації запитам користувачів в адаптивному управлінні об'єднань підприємств та результатами діяльності, рівнем розвитку досліджуваного об'єднання підприємств. Ступінь зрілості характеризуватиме те, наскільки оперативно система організації бухгалтерського обліку реагує на зміни в навколишньому середовищі.

Етап 4. Реалізація методичного підходу

Заключною стадією методичного підходу є його реалізація, наслідком якої є формування рекомендацій стосовно удосконалення організації бухгалтерського обліку об'єднань підприємств за кожним з виділених кластерів. Мірою доцільності та результативності впровадження цього методичного підходу є досягнення показників, які будуть використані у першому етапі методичного підходу до бажаного рівня.

Висновки з проведеного дослідження. Відмінністю цього методичного підходу є використання у процесі оцінки таких напрямів аналізу, як: аналіз формування обліково-інформаційного забезпечення; аналіз відповідності обліково-аналітичної інформації запитам користувачів в адаптивному управлінні діяльності об'єднань підприємств; визначення ступеня зрілості організації бухгалтерського обліку. Розроблений методичний підхід враховує виявлені недоліки наявних підходів до оцінки бухгалтерського обліку. Зокрема, він дає більш повну комплексну характеристику організації бухгалтерського обліку в цілому; враховує особливості суб'єкта господарювання, облікова інформація якого оцінюється; узгоджується зі специфічними інформаційними запитами адаптивного управління; містить рекомендації стосовно проведення математичних розрахунків для підтвердження результатів та їх інтерпретації. Перспективами подальших досліджень є розробка анкет для реалізації напрямів аналізу з використанням експертного методу.

Література: 1. Будько О. В. Шляхи забезпечення якості облікової інформації. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 14. № 2. С. 183–187. 2. Бочуля Т. В. Філософський підхід у бухгалтерському обліку в системі інформаційного забезпечення бізнесу. *Фінанси, облік і аудит*. 2014. Вип. 2 (24). С. 175–189. 3. Єршова Н. Ю. Якість облікової інформації: методичний підхід до оцінювання. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 8 (158). С. 368–374. 4. Гуру менеджмента качества и их концепции: Э. Деминг, Дж. Джуран, Ф. Кросби, К. Исикава, А. Фейгенбаум, Т. Тагути. URL: <http://www.management.com.ua/qm/qm009.html>. 5. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 418 с. 6. Крамаровский Л. М., Максимова В. Ф. Оценка качества бухгалтерского учета на предприятиях. М.: Финансы и статистика, 1990. 191 с. 7. Кросби Ф. Б. Качество и я. Жизнь бизнесмена в Америке. М.: Стандарты и качество, 2003. 264 с. 8. Пономаренко В. С., Гонтарева І. В. Структура визначення інтегрального показника системної ефективності розвитку підприємства. *Економіка розвитку*. 2012. № 1 (61). С. 86–93. 9. Пилипенко А. А., Литвиненко А. О. Потенціал розвитку матеріально-технічної бази підприємства: ідентифікація та оцінювання. *Економічний часопис-XXI*. 2016. № 5–6. С. 52–57. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/EconomicAnnals-pdf/DOI/ea-V159-11.pdf>.

References: 1. Budko O. V. *Shliakhy zabezpechennia yakosti oblikovoi informatsii* [Ways to Ensure the Quality of Accounting Information]. *Ekonomichnyi analiz*. 2013. Vol. 14. No. 2. P. 183–187. 2. Bochulia T. V. *Filosofskiy pidkhd u bukhhalterskomu obliku v systemi informatsiinoho zabezpechennia biznesu* [Philosophical Approach in Accounting in the System of Information Support Business]. *Finansy, oblik i audyt*. 2014. Issue 2 (24). P. 175–189. 3. Yershova N. Yu. *Yakist oblikovoi informatsii: metodychnyi pidkhd do otsiniuvannia* [Quality of Accounting Information: Methodical Approach to Evaluation]. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2014. No. 8 (158). P. 368–374. 4. Guru menedzhmenta kachestva i ikh kontseptsii: E. Deming, Dzh. Dzhuran, F. Krosbi, K. Isikava, A. Feygenbaum, T. Taguti. URL: <http://www.management.com.ua/qm/qm009.html>. 5. Deming E. *Vykhd iz krizisa. Novaya paradigma upravleniya lyudmi, sistemami i protsessami*. M.: Alpina Biznes Buks, 2007. 418 p. 6. Kramarovskiy L. M., Maksimova V. F. *Otsenka kachestva bukhhalterskogo ucheta na predpriyatiyakh*. M.: Finansy i statistika, 1990. 191 p. 7. Krosbi F. B. *Kachestvo i ya. Zhizn biznesmena v Amerike*. M.: Standarty i kachestvo, 2003. 264 p. 8. Ponomarenko V. S., Hontareva I. V. *Struktura vyznachennia intehrального pokaznyka systemnoi efektyvnosti rozvytku pidpriyemstva* [The Structure of the Integral Index of System Efficiency of Enterprise Development]. *Ekonomika rozvytku*. 2012. No. 1 (61). P. 86–93. 9. Pylypenko A. A., Lytvynenko A. O. *Potentsial rozvytku materialno-tekhnichnoi bazy pidpriyemstva: identyfikatsiia ta otsiniuvannia* [Potential of Development of Material and Technical Base of the Enterprise: Identification and Evaluation]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. 2016. No. 5–6. P. 52–57. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/EconomicAnnals-pdf/DOI/ea-V159-11.pdf>.

Інформація про автора

Погрибняк Дарина Сергіївна – аспірант кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: dpogribnyak@ukr.net).

Інформація об авторе

Погрибняк Дарина Сергеевна – аспірант кафедри бухгалтерського учета Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: dpogribnyak@ukr.net).

Information about the author

D. Pogribniak – Postgraduate Student of Department of Accounting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 6116, Ukraine; e-mail: dpogribnyak@ukr.net).

Стаття надійшла до ред.
25.06.2018 р.



ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Мащенко М. А.

Анотація. Обґрунтовано, що соціально-економічний розвиток країни має не тільки позитивні аспекти, але й породжує екологічні проблеми. Подальшого дослідження потребує аналіз особливостей реалізації інвайронментальної безпеки. Метою статті є дослідження особливостей реалізації інвайронментальної безпеки. Проведено аналіз витрат на охорону та раціональне використання природних ресурсів за напрямками природоохоронних витрат в динаміці як один із напрямів реалізації інвайронментальної безпеки. Систематизовано структурні елементи й об'єкти інвайронментальної безпеки. Визначено, що дослідження особливостей реалізації інвайронментальної безпеки дозволить вирішити проблеми еколого-економічної взаємодії та побудувати економіку сталого розвитку, тобто екологічно та соціально збалансовану економіку.

Ключові слова: безпека, інвайронментальна економіка, інвайронментальна безпека, держава, соціально-економічний розвиток.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Мащенко М. А.

Аннотация. Обосновано, что социально-экономическое развитие страны имеет не только положительные аспекты, но и порождает экологические проблемы. Дальнейшего исследования требует анализ особенностей реализации инвайронментальной безопасности. Целью статьи является исследование особенностей реализации инвайронментальной безопасности. Проведен анализ затрат на охрану и рациональное использование природных ресурсов по направлениям природоохранных расходов в динамике как одно из направлений реализации инвайронментальной безопасности. Систематизированы структурные элементы и объекты инвайронментальной безопасности. Определено, что исследования особенностей реализации инвайронментальной безопасности позволит решить проблемы эколого-экономического взаимодействия и построить экономику устойчивого развития, то есть экологически и социально сбалансированную экономику.

Ключевые слова: безопасность, инвайронментальная экономика, инвайронментальная безопасность, государство, социально-экономическое развитие.

FEATURES OF ENSURING ENVIRONMENTAL SECURITY

M. Mashchenko

Abstract. It is substantiated that social and economic development of a country has not only positive aspects but generates environmental problems as well. The analysis of peculiarities of ensuring environmental security needs further research. The aim of the article is to study the details of ensuring environmental security. There analyzed the dynamics of expenses on protection and rational use of natural resources by directions of environmental protection costs as one of the areas of ensuring environmental security. The structural elements and objects of environmental security are systematized. It is determined that the study of peculiarities of ensuring environmental security would solve the problems of interaction of ecology and economy as well as allow building a sustainable economy, i.e., an ecologically and socially balanced economy.

Keywords: security, environmental economy, environmental security, state, social and economic development.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку відбувається постійне удосконалення техніки та технологій завдяки науково-технічному прогресу, що зумовлює економічне зростання. Останнє являє собою одну з головних цілей будь-якої держави. Економічне зростання – це збільшення обсягів національного виробництва. Як наслідок, все це призводить до збільшення використання природних ресурсів, а саме –

мінерально-сировинних, агрокліматичних, біотичних, рекреаційних тощо. Використання природних ресурсів здійснюється для задоволення потреб людства протягом тривалого часу і є єдиним джерелом існування людини як особистості і людського суспільства загалом. Втілення концепції сталого розвитку в Україні у числі багатьох проблем потребує визначення шляхів раціоналізації взаємовідносин суспільства і природи. Одним з найбільш важливих і складних стратегічних завдань на цьому етапі є перехід країни в бік розвитку екологічно безпечної національної економіки.

Відбувається становлення нових соціально-економічних відносин у нашій державі, а також входження її у світову систему господарювання, що обумовлює відповідний рівень відкритості економіки. Зміни геополітичних умов вимагають осмислення підходів і розробки концепції національної безпеки. Актуальним є дослідження особливостей реалізації інвайронментальної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему економічної безпеки досліджували в наукових роботах вчені-економісти Варналій З. [1], Власюк О. [2], Гуменюк А. [3], Жаліло Я. [4], Пашко П. [5], дослідження інвайронментальної економіки мають місце в роботах вчених-економістів Шлемко В. [6], Хопнер А., Кант Б., Шолтенс Б. [7]. Досліджено взаємозв'язок економічної безпеки та інвайронментальної економіки, теоретично обґрунтовано сутність економічної категорії «інвайронментальна безпека» Мащенко М. [8]. Визначено пріоритети інвайронментальної безпеки Мащенко М. [9].

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Подальшого дослідження потребує аналіз особливостей реалізації інвайронментальної безпеки, який полягає у дослідженні динаміки структури витрат на охорону та раціональне використання природних ресурсів в Україні та синтезі взаємодії суб'єктів та об'єктів, дія яких спрямована на досягнення завдань і пріоритетних напрямків інвайронментальної безпеки

Метою статті є дослідження особливостей реалізації інвайронментальної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. В результаті підвищення ефективності виробництва та, як наслідок, збільшення обсягів виробництва відбувається залучення більшої кількості природних ресурсів. Це зумовлює порушення рівноваги в навколишньому природному середовищі. А це, своєю чергою, призводить до загострення соціально-економічних проблем.

Надмірний вплив людини на навколишнє середовище супроводжується:

- викидами до повітря;
- забрудненням земельних ресурсів тощо.

Динаміку структури витрат на охорону та раціональне використання природних ресурсів в Україні наведено у табл. 1 [10].

Таблиця 1

Динаміка структури витрат на охорону та раціональне використання природних ресурсів в Україні, у %

№ з/п	Напрямок природоохоронних витрат	2014 р. (%)	2015 р. (%)	2016 р. (%)	2017 р. (%)
1	Охорона атмосферного повітря і проблеми зміни клімату	14,4	12	13	15
2	Очищення зворотних вод	30,7	30,5	27,5	30
3	Поводження з відходами	28,3	30,6	27,5	32
4	Захист і реабілітація ґрунту, підземних і поверхневих вод	6	6,3	5	7
5	Зниження шумового і вібраційного впливу	0,1	0,4	1	2
6	Збереження біорізноманіття і середовища існування	1,7	1,6	1,8	2,9
7	Радіаційна безпека	17,6	17,5	22	9,8
8	Науково-дослідні роботи природоохоронного спрямування	0,3	0,2	0,2	0,3
9	Інші напрями природоохоронної діяльності	0,9	0,9	2	1
Разом		100	100	100	100

Незначні зміни витрат визначають питання щодо розподілу загального бюджету на охорону та раціональне використання природних ресурсів, особливо враховуючи той факт, що розвинуті європейські країни-сусіди приділяють багато уваги екологічним питанням, в тому числі і чистоті атмосферного повітря. Слід згадати, що європейські країни неодноразово вказували Україні на необхідність збільшення витрат на охорону атмосфери. Здається, що зниження витрат на охорону атмосферного повітря, очищення зворотних вод, захист, реабілітацію ґрунту, підземних і поверхневих вод є, насамперед, результатом недостатнього фінансування природоохоронних дій. Фінансування з державного бюджету потребує чіткого визначення найважливіших напрямків природоохоронних витрат.

Інвайронментальна безпека – це стан захищеності економіки та навколишнього середовища, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатний до вирішення проблем збалансованого

розвитку економіки й поліпшення стану навколишнього середовища та сприяє розробці й реалізації національних концепцій екологічно сталого розвитку й механізму його забезпечення [8, с. 55].

Пріоритетними напрямками інвайронментальної безпеки повинні бути: ресурсозберігаюча спрямованість використовуваних у виробництві технологій у всіх галузях промисловості, зменшення ресурсоемності виробництва; створення єдиної системи екологічного моніторингу; зменшення рівня забруднення навколишнього середовища по всій країні до екологічних і санітарних норм; поглиблення співпраці зі світовою спільнотою у вирішенні екологічних проблем; розвиток екологічної освіти, культури та системи підготовки населення; попередження та ліквідація екологічних катастроф, стихійних лих, наслідків надзвичайних ситуацій та аварій; розвиток науково-технічного потенціалу у галузі екології; прискорений розвиток виробництв, які здатні підвищити експортний потенціал; вдосконалення правового механізму регулювання взаємодії органів державної влади на всіх рівнях; поліпшення інвестиційної привабливості; поліпшення бізнес-клімату; забезпечення енергетичної незалежності; ефективна кадрова політика в еколого-економічній сфері; формування стійкої системи національних цінностей і інтересів в еколого-економічній сфері [9, с. 52].

До суб'єктів інвайронментальної безпеки можна віднести державу, громадян, підприємства, організації й установи, а до об'єктів – особу, її права і свободи, підприємство, його економічні і немайнові цінності, державу, її конституційний лад, економічну незалежність тощо.

Інвайронментальна безпека має внутрішні та зовнішні аспекти.

До внутрішніх аспектів інвайронментальної безпеки країни відносять: інноваційно-технологічну безпеку – рівень технологічних інновацій і науково-технічного потенціалу, досягнення і підтримка конкурентоспроможності місцевої продукції та надійного військово-промислового комплексу в економіці, необхідні для забезпечення національної безпеки; інформаційно-економічну безпеку – рівень інформації та економічної ситуації; інвестиційну безпеку – рівень безпеки інвестицій, реструктуризації економіки і технологічного розвитку, будівництва та військово-промислового комплексу; енергетичну безпеку – забезпечення якісної і економічно доступної енергії з урахуванням імовірності особливих режимів функціонування економіки у надзвичайних ситуаціях; фінансову безпеку – рівень фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової систем; сировинно-ресурсну безпеку – рівень безпеки власних ресурсів; продовольчу безпеку – забезпечення населення країни продовольством; воєнно-економічну безпеку – спроможність держави надійно забезпечувати економічні, соціальні науково-технологічні й інші умови підтримання воєнно-економічного потенціалу на рівні, що гарантує її воєнну безпеку; соціальну безпеку – стан збалансованості інтересів у суспільстві і спроможність держави своєчасно відвертати і розв'язувати конфліктні ситуації між суб'єктами соціальних відносин; екологічну безпеку – забезпечення охорони навколишнього середовища.

Важливою частиною інвайронментальної безпеки з точки зору інтеграції в світову економічну систему є зовнішня безпека.

Зовнішня безпека країни має базуватися на таких принципах: верховенство закону в галузі міжнародного управління, дотримання загальновизнаних норм і принципів міжнародного права; захист національних економічних інтересів та економічного суверенітету; стан координації економічних інтересів окремих господарюючих суб'єктів з економічними інтересами; відкритий характер національної економіки, що забезпечить послідовне здійснення зовнішньоекономічних зв'язків країни і узгодженість політики географічної диверсифікації; рішення комерційних суперечок шляхом переговорів і консультацій.

Рівень зовнішньоекономічної безпеки характеризується широким колом показників: співвідношення імпорту-експорту; коефіцієнт покриття імпорту експортом; відношення обсягу імпорту до ВВП; сальдо торгового балансу; сальдо платіжного балансу; експорт та імпорт структури; товарна структура імпорту; енергомісткість і матеріаломісткість експорту; співвідношення цін на зовнішньому та внутрішньому ринках; вплив експортної продукції на навколишнє середовище; частка експорту на душу населення; обсяг іноземних інвестицій на ВВП.

Існують зовнішні та внутрішні фактори, що являють собою загрози інвайронментальній безпеці України.

Зовнішні фактори містять у собі таке: перевага сировинних товарів в українському експорті, втрата традиційних ринків військово-технічної продукції; залежність України від імпорту багатьох видів продукції, в тому числі таких, що мають стратегічне значення; зовнішній борг, що зростає; недостатній експортний і валютний контроль та відкритість митного кордону; нерозвиненість сучасної фінансової, організаційної та інформаційної інфраструктури для підтримки конкурентоспроможності експорту і раціоналізації структури імпорту; нерозвиненість транспортної інфраструктури, що обслуговує експортно-імпортні операції.

Внутрішні чинники містять у собі таке: успадкована від минулого структурна деформація економіки; низька конкурентоспроможність вітчизняної економіки; високий ступінь монополізації економіки; високий рівень інфляції; недостатня розвиненість і стійкість об'єктів інфраструктури; недостатньо можливостей для залучення ресурсів у господарський оборот; погіршення науково-технічного потенціалу країни; витіснення вітчизняних виробників, зокрема споживчих товарів із внутрішнього ринку іноземними компаніями; низька інвестиційна активність; перевага поточних витрат на шкоду капітальним; потенційна небезпека виникнен-

ня соціальних конфліктів; недосконалість правового законодавства і недобросовісні дії багатьох економічних суб'єктів на ринку України; низька фінансова дисципліна агентів ринку; криміналізація економіки і корупція в управлінні економікою; масове приховання доходів і ухилення від сплати податків.

Поряд з оцінкою імовірності виникнення критичної ситуації необхідна й оцінка втрат (збитку), які супроводжують її виникнення.

Залежно від характеру втрат і засобів, необхідних для їхньої компенсації, негативні наслідки факторів чи ризику у зв'язку з критичним впливом соціально-економічних ситуацій можуть виникнути на: локальному рівні; мезорівні; національному; традиційному (глобальному) рівні.

Необхідним є виявлення найбільших загроз і ризиків для безпечної життєдіяльності. Аналіз стану навколишнього середовища свідчить про необхідність забезпечення екологічної безпеки та вимагає здійснення правових, організаційних заходів. Вплив соціальних, економічних, екологічних призводить до виникнення фінансово-економічних, соціальних, екологічних проблем. Все це призводить до збільшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище.

Необхідним є вирішення екологічної проблеми, а це потребує комплексних, радикальних, політичних, законодавчих, соціально-економічних, технологічних та інших заходів. У сфері природокористування і охорони навколишнього природного середовища виникла гостра необхідність щодо розробки нової державної політики, а найголовніше – визначення її пріоритетних напрямків. Залежно від масштабу вирізняються глобальні (загальносвітові), міжнародні (система країн) і національні (окремі країни) пріоритети розвитку науки і техніки [11].

При цьому компетенція ЄС у сфері екологічної безпеки та цивільного захисту спільна з усіма державами-членами. Серед договорів, що укладені ЄС у сфері екологічної безпеки, можна виділити такі: договори, які повністю орієнтовані на регулювання охорони НПС; договори, що містять окремі положення про охорону довілля; договори, побічно пов'язані з охороною НПС [12].

Загострення екологічної ситуації – це результат накопичених за багато десятиліть структурних деформацій господарчої діяльності суспільства, які призвели до домінування природосемних галузей промисловості, ресурсосемних та енергоємних застарілих технологій, сировинної орієнтації експорту. Пріоритетними напрямками та стратегічною метою державної екологічної політики є збереження природних систем, підтримання їх цілісності та життєзабезпечуючих функцій щодо сталого розвитку суспільства, підвищення якості життя, поліпшення здоров'я населення та демографічної ситуації, забезпечення екологічної безпеки країни.

Висновок. Таким чином, особливості реалізації інвайронментальної безпеки полягають у забезпеченні взаємодії та поступального розвитку суб'єктів (держава, громадяни, підприємства, організації й установи) та об'єктів (особа, її права і свободи, підприємство, його економічні і немайнові цінності, держава, її конституційний лад, економічна незалежність), дія яких спрямована на досягнення завдань та пріоритетних напрямків інвайронментальної безпеки.

До суб'єктів інвайронментальної безпеки можна віднести державу, громадян, підприємства, організації й установи, а до об'єктів – особу, її права і свободи, підприємство, його економічні і немайнові цінності, державу, її конституційний лад, економічна незалежність тощо.

Перспективами подальших досліджень щодо особливостей реалізації інвайронментальної безпеки можуть бути формування механізму розробки та реалізації пріоритетів еколого-економічної безпеки України; оцінка витрат на еколого-економічну безпеку; моделювання еколого-економічної безпеки.

Література: 1. Варналії З. С., Буркальцева Д. Д., Саєнко О. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія. Київ : Знання України, 2011. 299 с. 2. Власюк О. С. Економічна безпека України в умовах ринкових трансформацій та антикризового регулювання. Київ : ДННУ «Академія фінансового управління», 2011. 474 с. 3. Гумєнюк А. М. Безпека структурно-інституціональної трансформації економіки регіону: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія . Київ : НІСД, 2014. 468 с. 4. Жаліло Я. А. Економічна безпека держави, підприємства, особи в інтегрованому суспільстві. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2001. Вип. 26. С. 24–27. 5. Пашко П. В. Умови та чинники забезпечення митної безпеки. *Митна справа*. 2010. № 1 (67). С. 5–16. 6. Шлемко В. Т., Бінько І. Ф. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення : монографія. Київ : НІСД, 1997. 144 с. 7. Hoerner A. G. F., Kant B., Scholtens B., Yu P.-S. Is the journal *Ecological Economics* really in itself a poor and misleading guide to what ecological economics is about? A reply to "Influencing the perception of what and who is important in ecological economics" *Ecological Economics*. 2013. No. 89. P. 174–176. 8. Мащенко М. А. Теоретичне обґрунтування сутності економічної категорії «інвайронментальна безпека». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 60. С. 49–55. 9. Мащенко М. А., Литвиненко А. В. Визначення пріоритетів інвайронментальної безпеки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 61. С. 47–53. 10. Статистична інформація / Економічна статистика // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 11. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>. 12. Представництво ООН в Україні. URL: <http://www.un.org.ua/>.



References: 1. Varnalii Z. S., Burkaltseva D. D., Saienko O. S. *Ekonomichna bezpeka Ukrainy: problemy ta priorityty zmitsnennia* : monohrafiia [Economic Security of Ukraine: Problems and Priorities for Strengthening: monograph]. Kyiv : Znannia Ukrainy, 2011. 299 p. 2. Vlasiuk O. S. *Ekonomichna bezpeka Ukrainy v umovakh rynkovykh transformatsii ta antykrizovoho rehuliuвання*. Kyiv : DNNU «Akademiia finansovoho upravlinnia», 2011. 474 p. 3. Humeniuk A. M. *Bezpeka strukturno-instytutsionalnoi transformatsii ekonomiky rehionu: teoretychni osnovy ta prykladni aspekty* : monohrafiia [The Security of Structural and Institutional Transformation of the Region's Economy: Theoretical Foundations and Applied Aspects: monograph]. Kyiv : NISD, 2014. 468 p. 4. Zhalilo Ya. A. *Ekonomichna bezpeka derzhavy, pidpriemstva, osoby v integrovanomu suspilstvi* [Economic Security of the State, Enterprises, Individuals in an Integrated Society]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. 2001. Issue 26. P. 24–27. 5. Pashko P. V. *Umovy ta chynnyky zabezpechennia mytnoi bezpeky* [Conditions and Factors for the Provision of Customs Security]. *Mytna sprava*. 2010. No. 1 (67). P. 5–16. 6. Shlemko V. T., Binko I. F. *Ekonomichna bezpeka Ukrainy: sutnist i napriamky zabezpechennia* : monohrafiia [Economic Security of Ukraine: the Essence and Directions of Providing: monograph]. Kyiv : NISD, 1997. 144 p. 7. Hoepner A. G. F., Kant B., Scholtens B., Yu P.-S. Is the journal Ecological Economics really in itself a poor and misleading guide to what ecological economics is about? A reply to “Influencing the perception of what and who is important in ecological economics”. *Ecological Economics*. 2013. No. 89. P. 174–176. 8. Mashchenko M. A. Teoretychne obgruntuvannya sutnosti ekonomichnoi katehorii «invaironmentalna bezpeka» [Theoretical Substantiation of the Essence of the Economic Category “Invariantmental Safety”]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. 2017. No. 60. P. 49–55. 9. Mashchenko M. A., Lytvynenko A. V. *Vyznachennia prioritytetiv invaironmentalnoi bezpeky* [Determination of Priorities of Invariant Safety]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. 2018. No. 61. P. 47–53. 10. *Statystychna informatsiia / Ekonomichna statystyka // Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 11. *Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy*. URL: <http://www.me.gov.ua/>. 12. *Predstavnytstvo OON v Ukraini*. URL: <http://www.un.org/ua/>.

Інформація про автора

Мащенко Марина Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри політичної економії Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна; e-mail: mmashchenko@ukr.net).

Информация об авторе

Мащенко Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры политической экономики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина; e-mail: mmashchenko@ukr.net).

Information about the author

M. Mashchenko – Ph.D. (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Department of Political Economy, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: mmashchenko@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
15.06.2018 р.*

JEL Classification: D11; D21; E31

УДК 658.8.03

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

**Золотарьов С. В.
Шевченко В. А.**

Анотація. Метою дослідження у роботі є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо комплексного економічного обґрунтування цінової політики підприємства. Визначено зміст цінової політики, обґрунтовано роль і значення цінової політики в системі стратегічних планів підприємства. Узагальнено склад пріоритетів формування цінової політики підприємства. Визначено зміст зв'язків між положеннями цінової політики та фінансовою

© Золотарьов С. В., Шевченко В. А., 2018

стратегією підприємства. Встановлено характер впливу параметрів чутливості споживачів до змін цінних факторів на фінансово-економічні аспекти формування цінової політики. Узагальнено особливості впливу взаємозв'язку параметрів ціни та якості продукції на формування цінової політики підприємства.

Ключові слова: ціна, цінова політика, підприємство, стратегія, фінансова стратегія, якість продукції.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Золотарев С. В.
Шевченко В. А.

Аннотация. Целью исследования в работе являются теоретическое обоснование и разработка рекомендаций по комплексному экономическому обоснованию ценовой политики предприятия. Определено содержание ценовой политики, обоснованы роль и значение ценовой политики в системе стратегических планов предприятия. Обобщен состав приоритетов формирования ценовой политики предприятия. Определено содержание связей между положениями ценовой политики и финансовой стратегии предприятия. Установлен характер влияния параметров чувствительности потребителей к изменениям ценовых факторов на финансово-экономические аспекты формирования ценовой политики. Выделены особенности влияния взаимосвязи параметров цены и качества продукции на формирование ценовой политики предприятия.

Ключевые слова: цена, ценовая политика, предприятие, стратегия, финансовая стратегия, качество продукции.

FINANCIAL AND ECONOMIC ASPECTS OF FORMING THE PRICE POLICY OF AN ENTERPRISE

S. Zolotarjov
V. Shevchenko

Abstract. The aim of the research presented in the article is the theoretical substantiation and development of recommendations for comprehensive economic justification of the price policy of an enterprise. The content of the price policy is determined, the role and significance of the price policy in the system of strategic plans of an enterprise is substantiated. The composition of the priorities of forming the price policy of an enterprise is generalized. The content of the links between the price policy and the financial strategy of an enterprise is determined. The nature of the influence of parameters of consumer sensitivity to changes in pricing factors on the financial and economic aspects of forming the price policy is established. The peculiarities of the influence of the relationship between the parameters of the product price and quality on the formation of an enterprise pricing policy are generalized.

Keywords: price, price policy, enterprise, strategy, financial strategy, product quality.

Постановка проблеми. Реформування національної економіки України відбувається в достатньо складних соціально-економічних умовах, для яких властивим є скорочення обсягів наукоємного виробництва товарів і послуг з високим рівнем нової вартості, розбалансованість споживчого ринку, стагнація попиту на вітчизняну продукцію виробничого призначення, ускладнення фінансового становища багатьох суб'єктів господарювання, незадовільна динаміка інвестиційних процесів, зростання технічної відсталості матеріально-технічної бази виробництва, поширення структурних диспропорцій в економіці та негативні прояви інших несприятливих для економічного зростання явищ. Необхідність подолання зазначених перешкод для сталого розвитку національного господарства, активізації структурно-інноваційних трансформацій та посилення інтеграційних тенденцій розширення присутності вітчизняних виробників на глобальних ринках в економіці та управлінні підприємствами викликає ряд проблем, які потребують обґрунтованого розгляду та скорішого вирішення. Однією з ключових проблем такого роду є удосконалення та поглиблення фінансово-економічного обґрунтування процесу формування цінової політики підприємства, в рамках якого було б досягнуто збалансоване та гармонійне забезпечення вимог щодо посилення конкурентних переваг підприємств на цільових ринках, удосконалення якості та споживчих характеристик товарів і послуг, збільшення обсягів генерації внутрішніх фінансових ресурсів для підтримки інноваційно-інвестиційної активності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виокремлення невирішених частин проблеми. Проблеми удосконалення та розвитку теоретико-методичного забезпечення формування цінової політики підприємства розглядалися у роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як М. Бокулева [10], С. Бутіль

[2], Б. Бьюізон [11], Н. Власова [1], В. Гросул [1], Р. Дудяк [2], Я. Карпова [2], А. Кенессі [11], О. Кітченко [4], В. Корінев [10], Є. Крикавський [3], С. Кучіна [4], Т. Кушнір [1], Р. МакКензі [11], Н. Мардус [8], І. Олійник [10], Т. Окландер [5], І. Пасічник [6], М. Spann [12], Л. Тат'янич [7], Д. Телліс [12], В. Тимофєєв [8], М. Фішер [12], Г. Холодний [9], М. Чорна [1] та ін.

Водночас увага науковців у переважній більшості сучасних досліджень зосереджується навколо розгляду окремих аспектів процесу ціноутворення (зокрема, в контексті маркетингового і витратного підходу, а також в контексті вибору певних методів встановлення цін), що не дає можливості забезпечити комплексність урахування фінансово-економічних аспектів формування цінової політики підприємства.

Метою дослідження у роботі є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо комплексного економічного обґрунтування цінової політики підприємства.

Результати дослідження. Цінова політика підприємства являє собою упорядкований (відповідно до сформованої ієрархії цілей та завдань підприємства у всіх функціональних сферах його господарської активності, пов'язаних із ресурсним забезпеченням виробництва, виробництвом, збутом, післяпродажним обслуговуванням споживання продукції) комплекс принципів і концептуальних положень, інструментів і методичних підходів, прийомів та алгоритмів дій, на основі яких здійснюється підготовка та реалізація заходів у сфері ціноутворення (встановлення цін на товари та послуги) з урахуванням пріоритетів та імперативів діяльності, а також вимог та обмежень, визначених потребами забезпечення усталеності розвитку та стабільності фінансово-економічного становища. Зазвичай цінова політика в системі стратегічного планування визначається орієнтацією на забезпечення виконання інших планів, більш вагомих з точки зору досягнення довгострокових цілей, через визначення тенденцій та виконання дій, спрямованих на підтримку бажаної динаміки змін обсягів генерації доходів підприємства (кількісного вираження, структури й часового розподілу фінансових потоків) шляхом здійснення взаємоуз'язаних з цілеспрямованих дій щодо встановлення та перегляду цін на товари й послуги, які виробляються для задоволення ринкового попиту. Таким чином, цінова політика, з одного боку, являє собою одну з ключових форм реалізації обраної маркетингової стратегії (при цьому складові цінової політики певною мірою являють собою результативне відображення успішності виконання комплексу заходів щодо визначення конструктивних і технологічних особливостей виробництва, розробки дизайну продукції, вибору каналів просування та підтримки попиту та ін.), а з іншого – виступає вагомим підґрунтям для формування фінансової стратегії (раціональність та обґрунтованість ціноутворення в цілому та встановлення цін на конкретні товари і послуги прямо визначають кількісні та часові параметри руху грошових коштів, необхідних для підтримки стабільності господарських процесів, досягнення задовільного фінансового стану підприємства).

Встановлення та зміна складових цінової політики (відповідно, наприклад, до трансформацій параметрів різних елементів комплексу маркетингу або при переорієнтації маркетингово-збутової діяльності на досягнення певних конкурентних переваг, засвоєння нових ринків і сегментів тощо) визначають необхідність оновлення положень фінансової стратегії та дій з її реалізації (перегляд фінансових та інвестиційних планів, бюджетів тощо). Та навпаки – зміни вимог відносно забезпечення фінансового стану підприємства обов'язково мають бути підкріплені належними заходами у сфері ціноутворення. До ключових елементів цінової політики слід віднести принципи, пріоритети та цілі, форми та методи, інструментарій та прийоми, що регламентують дії та використовуються при визначенні цін на товари й послуги, які виробляються, а також способи координації положень цінової політики з іншими складовими системи стратегічного планування на підприємстві. Проте найбільш тісний, релевантний та логічний взаємозв'язок споріднює цінову політику саме з фінансовою стратегією, оскільки сама змістовна основа і природа формування фінансів підприємства визначаються темпами і обсягами надходження виручки від збуту, що безпосередньо утворюється під впливом і в рамках обраних положень цінової політики.

Так, прогнозний обсяг збуту товарів і послуг складається на основі базового прогнозу, що формується на базі упорядкування ретроспективного динамічного ряду продажу постійним споживачам певних видів продукції, оцінок перспектив збуту для нової продукції і для нового ринку (якщо такого роду дії передбачені іншими розділами стратегічного плану підприємства). Отже, ціна (комплекс цін, сформований в рамках цінової політики) є однією з ключових детермінант фінансової стратегії підприємства при здійсненні виробничо-господарської активності. Особливого значення та великого впливу на фінансові параметри діяльності підприємства ціноутворення набуває у таких ситуаціях: випуск на ринок нового товару або вихід на новий ринок (на нові сегменти ринку) з традиційним асортиментом товарів і послуг; зміни цін на продукцію при коливаннях рівня споживчого попиту для стимулювання збуту у цілому або при орієнтації на залучення нових клієнтів; перегляд цін при змінах у структурі витрат або за умови суттєвих коливань вартості ресурсів, що використовують при виробництві, – для збереження або традиційної якості продукції, або (при цілеспрямованих змінах співвідношення ціна-якість) для утримання частки ринку та збереження лояльності покупців; зміна ціни, орієнтована на конкурентів (зважається питання, змінювати чи ні ціну на свій товар); зміна ціни на весь асортимент товарів і послуг (особливо за умови наявної тісної взаємозалежності асор-

тиментних і номенклатурних груп у складі товарного набору підприємства. Узгодженість і збалансованість заходів щодо перегляду цін у рамках розв'язання зазначених проблемних ситуацій має здійснюватися на основі упорядкування пріоритетів ціноутворення, сформованих у рамках взаємозв'язку з іншими аспектами господарювання: орієнтація на збут (визначення цін, орієнтованих на конкурентів); орієнтація на максимізацію прибутку (встановлення цін, орієнтованих на споживачів); орієнтація на беззбитковість виробництва (визначення цін на основі витрат). При цьому слід підкреслити неантагоністичний характер наведених напрямків орієнтації цінової роботи, що може знаходити відображення в рамках потенційно можливої взаємодії окремих прийомів, методів, інструментів, що використовуються при встановленні цін на різні позиції товарного асортименту підприємства (рис. 1).

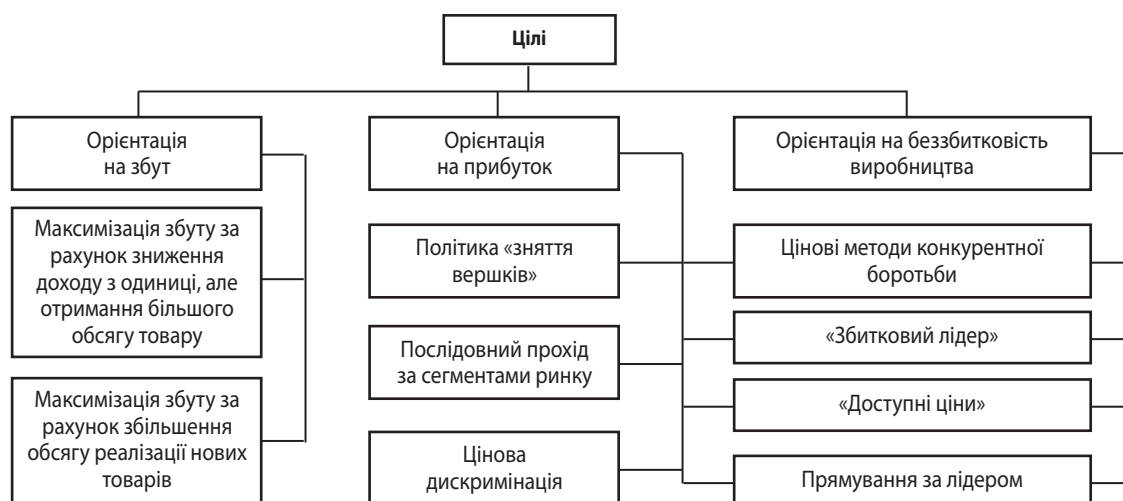


Рис. 1. Схема взаємозв'язку цілей, задач та інструментарію ціноутворення

Слід відзначити, що роль та значення ціни як детермінанти формування споживчого попиту та фактора визначення обсягів збуту товарів і послуг у сучасних мінливих і конкурентних умовах ринкових відносин є надзвичайно високими за будь-який характер орієнтації цінової політики. Отже, в контексті упорядкування зв'язків і залежностей, що знаходять прояв у сфері ціноутворення, та при виборі конкретних методів і прийомів встановлення цін на певні позиції товарного асортименту, окрім зазначених вище пріоритетів ціноутворення, мають обов'язково враховуватися також поведінкові особливості, які відображають чутливість споживачів до цінових параметрів і приймають форму відповідних ефектів, що прямо відображаються на фінансово-економічних аспектах цінової політики підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика впливу чутливості споживачів щодо цін на фінансово-економічні результати вибору цінової політики

Тип ефекту чутливості	Характеристика реакції на зміни цін	Відповідний ефекту тип цінової політики	Очікувана динаміка фінансових результатів
1	2	3	4
Ефект обізнаності про аналоги	Покупці менш чутливі до ціни, якщо не знають про існування аналогів	«Зняття вершків»	Швидке одержання максимального прибутку, значні потреби в залученні інвестицій для впровадження продуктивних інновацій
Ефект унікальності	Покупці менш чутливі до ціни, якщо товар має особливі унікальні властивості	Встановлення дискримінаційних цін	Продаж одного товару за різними цінами на різних сегментах ринку створює можливість для компенсування кон'юнктурних коливання попиту та відповідно вирівняти обсяги надходжень доходу від збуту
		Престижні ціни, ціни-еталони	Визначення оптимального співвідношення між вартістю та якістю для продовження отримання доходу протягом усього життєвого циклу товару
		Орієнтація на споживчу цінність	

1	2	3	4
Ефект труднощі порівняння	Покупці менш чутливі до ціни, якщо товару піддається порівнянню	Встановлення цін зі знижками та заліками	Зміна цін відповідно до умов продажу, що дозволяє компенсувати кон'юнктурні коливання попиту та відповідно вирівняти обсяги надходжень доходу від збуту
Ефект сумарних витрат	Покупці менш чутливі до ціни, якщо ціна товару становить лише невелику частку їх доходу	Ціни-еталони	Визначення оптимального співвідношення між вартістю та якістю для продовження отримання доходу протягом усього життєвого циклу товару
Ефект розподілу витрат на покупку	Покупці менш чутливі до ціни, якщо вони ділять її з іншими	Встановлення цін на побічні продукти	Ціна побічних продуктів виробництва основного товару повинна сприяти зниженню його вартості, що позитивно відображається на структурі та динаміці витрат виробництва
Ефект кінцевої користі	Покупці менш чутливі до ціни, чим меншу частку становить ціна товару в загальних витратах на отримання кінцевого результату	Встановлення цін на товари, що доповнюють один одного	Розробка комплексу цін на базовий товар і товари, що полегшують його використання, для забезпечення збалансованого за часом та джерелами отримання доходу від збуту
Ефект запасу	Покупці менш чутливі до ціни, якщо у них немає можливості створити запас товару	Встановлення цін на обов'язкові приналежності	Ціноутворення для товарів, окреме використання яких неможливе або пов'язано для споживача зі значними витратами на зберігання, що дозволяє максимально продовжити рівномірне отримання доходу від збуту протягом усього життєвого циклу товару
Ефект оцінки якості через ціну	Покупці менш чутливі до ціни, якщо товар викликає сильні асоціації з високою якістю, престижем, ексклюзивністю	«Зняття вершків»	Швидке одержання максимального прибутку, значні потреби в залученні інвестицій для впровадження продуктивних інновацій
Ефект справедливості ціни	Покупці тим більш чутливі до ціни, чим більш суттєво її величина виходить за межі діапазону, в якому покупець вважає ціни «справедливими» або «обґрунтованими»	Стратегія стійкого закріплення на ринку	Встановлення невисокої вихідної ціни для залучення покупців і захвату значної частки ринку з відстроченим отриманням доходу на пізніх стадіях життєвого циклу продукції
Ефект безповоротних інвестицій	Покупці менш чутливі до ціни, якщо він застосовується спільно з раніше придбаним основним товаром, що становлять безповоротні витрати	Встановлення цін на набори товарів	Структуризація фінансових потоків за різними товарами, що об'єднуються в єдиний набір для комплексного задоволення вимог споживача, та відповідно часова диференціація у надходженні доходу від реалізації

Таким чином, формування цінової політики підприємства має обов'язково здійснюватися з урахуванням відповідної динаміки фінансових результатів господарювання та на основі оцінки ефектів чутливості споживачів до цін.

Висновки. Цінова політика підприємства являє собою упорядкований (відповідно до сформованої ієрархії цілей та завдань підприємства у всіх функціональних сферах його господарської активності, пов'язаних із ресурсним забезпеченням виробництва, виробництвом, збутом, післяпродажним обслуговуванням споживання продукції) комплекс принципів і концептуальних положень, інструментів і методичних підходів, прийомів та алгоритмів дій, на основі яких здійснюється підготовка та реалізація заходів у сфері ціноутворення (встановлення цін на товари та послуги) з урахуванням пріоритетів та імперативів діяльності, а також вимог та обмежень, визначених потребами забезпечення усталеності розвитку та стабільності фінансово-економічного становища. Найбільш тісний, релевантний та логічний взаємозв'язок споріднює цінову політику саме з фінансовою стратегією, оскільки сама змістовна основа і природа формування фінансів підприємства визначаються темпами й обсягами надходження виручки від збуту, що безпосередньо утворюється під впливом і в рамках обраних положень цінової політики Узгодженість і збалансованість заходів щодо перегляду цін має здійснюватися на основі упорядкування пріоритетів ціноутворення, сформованих у рамках взаємозв'язку з іншими аспектами господарювання: орієнтація на збут; орієнтація на максимізацію прибутку; орієнтація на беззбит-

ковість виробництва. В контексті упорядкування зв'язків і залежностей, що знаходять прояв у сфері ціноутворення, та при виборі конкретних методів і прийомів встановлення цін на певні позиції товарного асортименту, окрім зазначених вище пріоритетів ціноутворення, мають обов'язково враховуватися також поведінкові особливості, які відображають чутливість споживачів до цінових параметрів і набувають форми відповідних ефектів, що прямо відображаються на фінансово-економічних аспектах цінової політики підприємства.

Напрямки подальших досліджень у контексті розвитку розглянутих підходів пов'язані з розробкою методичних положень щодо оцінки та моделювання змін еластичності попиту при корегуванні цінової політики, а також розробкою рекомендацій відносно прогнозування відповідних змін у русі фінансових потоків підприємства.

Література: 1. Власова Н. О., Гросул В. А., Кушнір Т. Б., Чорна М. В. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі на продовольчі товари : монографія. Харків : ХДУХТ 2012. 376 с. 2. Дудяк Р., Бугіль С., Карпова Я. Сучасна маркетингова цінова політика та проблеми ціноутворення у діяльності підприємств України. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер. : Економіка АПК.* 2013. № 20 (1). С. 361–367. 3. Крикавський Є. Маркетингова товарна політика. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2008. 276 с. 4. Кучина С. Е., Кітченко О. М. Маркетингова політика ціноутворення: аналіз та вплив на дохід компанії. *Бізнес Інформ.* 2015. № 3. С. 292–297. 5. Окландер Т. О. Маркетингові дослідження цінових ризиків промислового підприємства. *Проблеми економіки.* 2012. № 3. С. 141–146. 6. Пасічник І. Ю. Методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції. *Управління розвитком.* 2015. № 4. С. 71–74. 7. Татянич Л. С. Принципи ефективної цінової політики підприємства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2015. № 4. С. 71–75. 8. Тимофеев В. М., Мардус Н. Ю. Теоретико-методичні підходи щодо формування ціни підприємства. *Проблеми економіки.* 2012. № 4. С. 141–145. 9. Холодний Г. О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах : монографія. Харків : ХНЕУ, 2010. 272 с. 10. Корінев В. Л., Бокулева М. О., Олійник І. В. Ціноутворення на продукцію машинобудівного підприємства : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2011. 211 с. 11. Kenessey A., Buisson B., McKenzie R. Pricing methods. Helsinki, 2005. 16 p. 12. Spann M., Fischer M., Tellis G. Skimming or Penetration? Strategic Dynamic Pricing for New Products. *Marketing Science.* 2015. Vol. 34. P. 235–249.

References: 1. Vlasova N. O., Hrosul V. A., Kushnir T. B., Chorna M. V. *Formuvannia efektyvnoi tsinovoï polityky pidpriemstv torhivli na prodovolchi tovary* : monohrafiia [Formation of an Effective Pricing Policy for Trade Enterprises for Food Products: monograph]. Kharkiv : KhDUKht 2012. 376 p. 2. Dudiak R., Buhil S., Karpova Ya. *Suchasna marketynhova tsinova polityka ta problemy tsinoutvorennia u diialnosti pidpriemstv Ukrainy* [Modern Marketing Pricing and Pricing Problems in Ukrainian Enterprises]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Ser. : Ekonomika APK.* 2013. No. 20 (1). P. 361–367. 3. Krykavskiy Ye. *Marketynhova tovarna polityka.* Lviv : Vyd-vo Lvivskoi politekhniki, 2008. 276 p. 4. Kuchina S. E., Kitchenko O. M. *Marketynhova polityka tsinoutvorennia: analiz ta vplyv na dokhid kompanii* [Marketing Pricing Policy: Analysis and Impact on Company Revenue]. *Biznes Inform.* 2015. No. 3. P. 292–297. 5. Oklander T. O. *Marketynhovi doslidzhennia tsinovykh ryzykiv promyslovoho pidpriemstva* [Market Researches of Price Risks of an Industrial Enterprise]. *Problemy ekonomiky.* 2012. No. 3. P. 141–146. 6. Pasichnyk I. Yu. *Metodychnyi pidkhid do otsinky efektyvnosti marketynhovoï stratehii v protsesi upravlinnia konkurentospromozhnistiu produktsii* [Methodical Approach to the Assessment of the Effectiveness of Marketing Strategy in the Process of Managing the Competitiveness of Products]. *Upravlinnia rozvytkom.* 2015. No. 4. P. 71–74. 7. Tatiyanych L. S. *Pryntsypy efektyvnoi tsinovoï polityky pidpriemstva* [Principles of Effective Pricing Policy of the Enterprise]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu.* 2015. No. 4. P. 71–75. 8. Tymofeiev V. M., Mardus N. Yu. *Teoretyko-metodychni pidkhody shchodo formuvannia tsiny pidpriemstva* [Theoretical and Methodological Approaches to the Formation of Enterprise Prices]. *Problemy ekonomiky.* 2012. No. 4. P. 141–145. 9. Kholodnyi H. O. *Rozvytok upravlinnia marketynhom na pidpriemstvakh* : monohrafiia [Development of Marketing Management at Enterprises: monograph]. Kharkiv : KhNEU, 2010. 272 p. 10. Koriniev V. L., Bokulieva M. O., Oliinyk I. V. *Tsinoutvorennia na produktsiiu mashynobudivnoho pidpriemstva* : monohrafiia [Pricing for the Production of Machine-Building Enterprises: monograph]. Zaporizhzhia : KPU, 2011. 211 p. 11. Kenessey A., Buisson B., McKenzie R. Pricing methods. Helsinki, 2005. 16 p. 12. Spann M., Fischer M., Tellis G. Skimming or Penetration? Strategic Dynamic Pricing for New Products. *Marketing Science.* 2015. Vol. 34. P. 235–249.

Інформація про авторів

Золотарьов Сергій Васильович – аспірант кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: dekuia@ksue.edu.ua).

Шевченко Валерій Анатолійович – аспірант кафедри політичної економії Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: shevchva03@gmail.com).

Информация об авторах

Золотарев Сергей Васильевич – аспирант кафедры международного бизнеса и экономического анализа Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: dekuia@ksue.edu.ua).

Шевченко Валерий Анатольевич – аспирант кафедры политической экономии Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: shevchva03@gmail.com).

Information about the authors

S. Zolotarjov – Postgraduate Student of Department of International Business and Economic Analysis, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: dekuia@ksue.edu.ua).

V. Shevchenko – Postgraduate Student of Department of Political Economy, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: shevchva03@gmail.com).

Стаття надійшла до ред.
18.06.2018 р

JEL Classification: A 200; B 290; M 200

УДК 338:658.

УТОЧНЕННЯ ЗМІСТОВНОЇ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сабадаш Л. О.

***Анотація.** Розглянуто сутність поняття «економічна стійкість», уточнено його зміст у сучасних умовах діяльності підприємства. Проаналізовано наявні трактування цього поняття і на основі цього виділено ключові цільові функції економічної стійкості. Сформовано й обґрунтовано авторський підхід до трактування цієї дефініції. Виділено сфери впливу та шляхи забезпечення економічної стійкості на підприємстві та сформовано ключові критерії для інструментарію, який бере участь у досягненні та закріпленні стійкого стану. Згідно з проведеними дослідженнями розроблено модель економічної стійкості підприємства.*

***Ключові слова:** економічна стійкість, шляхи забезпечення економічної стійкості, період забезпечення.*

УТОЧНЕНИЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ СУЩНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сабадаш Л. А.

***Аннотация.** Рассмотрена сущность понятия «экономическая устойчивость», уточнено его содержание в современных условиях деятельности предприятия. Проанализированы существующие трактовки данного понятия, и на основе этого выделены ключевые целевые функции экономической устойчивости. Сформирован и обоснован авторский подход к трактовке данной дефиниции. Выделены сферы влияния и пути обеспечения экономической устойчивости предприятия, и сформированы ключевые критерии для инструментария, принимающего участие в достижении и закреплении устойчивого состояния. Согласно проведенным исследованиям разработана модель экономической устойчивости предприятия.*

***Ключевые слова:** экономическая устойчивость, пути обеспечения экономической устойчивости, период обеспечения.*

SPECIFYING THE ESSENCE OF ECONOMIC SUSTAINABILITY OF AN ENTERPRISE UNDER MODERN CONDITIONS

L. Sabadash

Abstract. *The essence of the concept "economic sustainability" is considered, its content under current conditions of an enterprise's activity is specified. The existing interpretations of this concept are analyzed, and, with regard to this, key target functions of economic sustainability are identified. The author's approach to the interpretation of this definition is formed and justified. Areas of influence and ways to ensure an enterprise's economic sustainability are identified, and key criteria for the toolkit used to achieve and maintain its sustainable state are formed. According to the conducted studies, a model for ensuring an enterprise's economic sustainability is developed.*

Keywords: *economic sustainability, ways to ensure economic sustainability, period of ensuring.*

Постановка проблеми. Під впливом сучасної ринкової ситуації підприємству доволі складно здійснювати свою діяльність. Постійні зміни у законодавстві, різноманітність і мінливість економічного середовища – основні причини, які породжують хиткі коливання діяльності підприємства. Суперечливість інтересів являється підставою для виникнення кризових умов. Це суттєво впливає на імідж підприємства на економічному просторі і, як наслідок, на його стійкість. Тому сьогодні надзвичайно актуальним є питання формування та використання такої системи управління, яка здатна створити умови для стійкого функціонування підприємства не лише в поточний проміжок часу, а й у перспективному майбутньому. При цьому основні підходи до розробки заходів з метою забезпечення економічної стійкості повинні визначатися, передусім, необхідністю подолання кризових умов на підприємстві. Ретроспективний аналіз теоретичних складових економічної стійкості показує, що це питання багато років являється актуальним на рівні держави. Проте, беручи до уваги значну кількість наукових публікацій, які висвітлюють проблеми забезпечення стійкості в цілому та на рівні підприємства, слід зазначити, що економічна стійкість є недостатньо розвинутою категорією з точки зору сутності й аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «стійкість» вчені використовують у різних галузях науки (фізика, математика, економіка, психологія тощо). В економіці різні аспекти економічної стійкості підприємств розглядали науковці: О. В. Ареф'єва [17], Т. В. Пономаренко [14], В. Л. Іванов [9], В. А. Даниленко [5], Т. В. Клебанова [1], О. В. Мізіна [13], Н. В. Шандова [12].

Незважаючи на велику кількість досліджень, на сьогодні відсутній злагоджений погляд щодо визначення сутності дефініції «економічна стійкість». Саме тому формування теоретичних аспектів на основі фундаментальних досліджень вчених, опис концепції економічної стійкості являється ключовим поштовхом до стабільного функціонування підприємства.

Формування мети статті. Виробити єдиний підхід до формування сутності поняття «економічна стійкість». Проаналізувати ключові дослідження становлення цього терміна в економіці, що дозволить прослідкувати еволюцію поглядів провідних науковців на цю проблематику та запропонувати авторське тлумачення поняття «економічна стійкість».

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічній науці відома незчисленна кількість трактувань терміна «економічна стійкість». Така неоднозначність пояснюється конкретною специфікою різних галузей господарства. Під дією економічних законів і з розвитком суспільства термін «стійкість» прийшов у економічну сферу. Економічною наукою сама категорія «стійкість» була запозичена в теорії систем, тоді як економічні об'єкти почали розглядатися як складні і різнобічні економічні системи.

Вперше категорія «економічна стійкість» була застосована під час вивчення проблем обмеженості природних ресурсів, що спровокувало енергетичні кризи 1973 та 1979 років. В загальному розумінні стійкість – це спроможність системи зберігати деякі її властивості щодо збурень або невизначеності деяких параметрів самої системи чи зовнішнього середовища [7]. Залежно від галузі застосування її складові мають різну значущість. Наприклад, для промислових підприємств вагомими є технічна, інноваційна, наукова складові; для невиробничої сфери – кадрові та інформаційні; для агропромислової сфери – екологічні й інноваційні. Концепція забезпечення економічної стійкості підприємства повинна реалізовуватися як цілісна система захисту економічних інтересів підприємства від впливу негативних факторів, базуватися на певних принципах і мати чітко окреслені цілі та задачі. Забезпечення стійкості має ґрунтуватися на всебічному аналізі негативних наслідків від можливих зовнішніх і внутрішніх загроз.

Стійкість підприємства – це якісний стан всіх його підсистем у процесі довгострокових взаємовідносин із зовнішнім середовищем [12]. Паралельно під стійкістю системи розуміють її здатність повертатися до стану рівноваги після дії збурюючого впливу [13]. Водночас не потрібно забувати, що стійкість не передбачає

консервування підприємства на одному рівні, але і зумовлює забезпечення його подальшого розвитку [17]. На основі аналізу найуживаніших трактувань дефініції «економічна стійкість» сформовано її ключові цільові функції (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи науковців щодо сутності дефініції «економічна стійкість» та виділення її ключових функцій

Автор	Зміст поняття	Цільова функція
1	2	3
Алексєєнко Н. [2]	Стан матеріальних, економічних і трудових ресурсів, їх розподіл і використання, які забезпечують розвиток підприємства на основі зростання прибутку і капіталу	Збереження платоспроможності та кредитоспроможності в умовах рівня ризиків
Антропов Ю. [3]	Сукупність операційної, фінансової та інвестиційної стійкості, в розрізі показників, що описують зазначені види діяльності	Всебічний аналіз впливу підсистем підприємства на загальну економічну стійкість
Галушко В. [4]	Характеристика діяльності підприємства, що відображає здатність до якісних перетворень в умовах динамічного, слабо прогнозованого зовнішнього середовища	Створення в межах системи управління відповідного механізму забезпечення економічної стійкості
Д'якова Т. [7]	Процес нарощування ресурсного потенціалу виробничої системи за умови забезпечення її динамічної рівноваги	Висока культура виробництва, ефективне планування та бюджетування, забезпечення виробництва новими високоефективними технологіями
Даниленко В. [5]	Властивість дисипативної структури, що є результатом інформаційних процесів щодо контролю матеріальних та енергетичних потоків у системі	Протидія наростанню ентропії шляхом забезпечення оптимального балансу порядку та хаосу
Добровольська О. [6]	Здатність адаптуватися до роботи в ринкових умовах, виробляючи продукцію нормальної якості і отримуючи прибуток	Розвинути вміння адаптуватися до мінливих умов виробництва
Іванов В. [8]	Здатність об'єкта, що зазнає впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, відновлювати свій початковий стан	Розроблення методів управління, адаптаційних можливостей підприємства
Либа В. [10]	Здатність підприємства протистояти дестабілізуючим впливам і змінам зовнішнього та внутрішнього середовищ завдяки ефективному використанню ресурсів, а також уміння підприємства адаптуватися до цих змін, зберігаючи при цьому свій стійкий потенціал, цілісність структури, рентабельність і ліквідність у довгостроковій перспективі	Розроблення методу побудови інтегральних моделей оцінювання рівня економічної стійкості підприємства
Малярець Л., Смолякова О. [11]	Сукупність характеристик, що відображають динамічну узгодженість елементів діяльності підприємства як економічної системи, що проявляється в сталості причинно-наслідкових взаємозв'язків для забезпечення механізмів нормального функціонування та збереженні нормативних тенденцій змін значень економічних показників діяльності підприємства, що свідчить про гомеостаз у процесах функціонування та економічного розвитку підприємства	Прийняття таких рішень, що дозволяють отримати найкращий або оптимальний результат, але при цьому завжди слід враховувати реальні умови діяльності підприємства
Пономаренко Т. [13]	Стан підприємства, що характеризується сукупністю певних параметрів і здатністю до їх збереження / підтримання / відновлення у динамічних умовах зовнішнього середовища	Обґрунтування стратегічно-орієнтованої концепції забезпечення економічної стійкості
Сергєєва О. [15]	Здатність економічної системи досягати рівноважного, збалансованого стану фінансових, матеріальних, трудових та інформаційних ресурсів, який забезпечує стабільно високий результат функціонування та розвиток підприємства	Забезпечення внутрішньої збалансованості бізнес-процесів і їх оптимізація всупереч впливу зовнішніх і внутрішніх факторів
Слулян К. [16]	Спроможність до забезпечення рентабельності виробничо-комерційної діяльності за рахунок підвищення ефективності використання виробничих ресурсів і управління в умовах мінливості зовнішнього середовища	Досягнення збалансованого співвідношення «дохідність – ризик – платоспроможність»
Фещур Р. [18]	Здатність підприємства реагувати через механізми протистояння чи адаптації на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища з метою не лише збереження та формування факторів, які забезпечують його самозбереження та ефективне функціонування на поточний момент часу, а й сприяють його подальшому розвитку	Забезпечення знаходження показників стану і структури підприємства в певних межах на окремому етапі розвитку підприємства

1	2	3
Чіп Л. [19]	Здатність функціонувати і розвиватися на основі підтримки виробничого потенціалу на рівні, який забезпечує виробництво конкурентоздатної продукції та досягнення економічної рівноваги, ритмічності і поступального розвитку	Вибір схеми моделі підвищення економічної стійкості підприємств у ринкових умовах
Шовкопляс А. [20]	Збалансований стан підприємства, котрий забезпечує очікуваний рівень його прибутковості і досягається за рахунок використання різного роду економічних інструментів, які дозволяють підвищити ефективність використання внутрішніх резервів та зовнішніх можливостей, знизити їх негативний вплив	Розробка алгоритму, направлено на встановлення, забезпечення і підтримання потрібного рівня економічної стійкості

Джерело: розробка автора на основі 15 визначень із різних джерел

Узагальнивши наукові трактування дефініції «економічна стійкість», можна зробити висновок, що найчастіше вчені розуміють стійкість як певний «стан» підприємства, за якого забезпечується виконання характерних критеріїв. Рідше стійкість висвітлюють як «здатність» підприємства до певних дій в умовах невідомості або «властивість» структури, яка набувається в процесі діяльності. Об'єднуючим елементом всіх трактувань є вплив негативних факторів на господарську діяльність підприємства. Для більш ширшого аналізу поточного поняття варто звернутися до динамічної та статичної стійкості. Перша характеризує систему як таку, що здатна відхилитися від заданої траєкторії під впливом різного роду факторів. Інша характеризує систему як таку, що спроможна повертатися до попереднього стану, незважаючи на фактори, які здійснюють вплив на неї. Апробуючи тлумачення стійкості до нюансів економічної науки, можна стверджувати, що стійкість – це можливість зберігати в стані рівноваги основні показники та здійснювати опір різним структурним коливанням. Але не лише у фізиці застосовується це поняття. Зокрема, геологія проводить оцінювання стійкості схилів річкових долин та стійкості гірських порід. При цьому стійкість позиціонується саме як здатність протистояти різного роду змінам. В психології стійкість покладена в основу доволі важливого поняття – психологічна стійкість особистості. Це поняття включає низку характеристик, які збираються та аналізуються шляхом спостереження.

Різноманітна кількість підходів до визначення економічної стійкості зумовлена багатофакторними складовими цього поняття. Пошук нових напрямів забезпечення економічної стійкості зумовив появу нового тлумачення поточної дефініції. Аналіз літературних джерел дозволив запропонувати трактування економічної стійкості як важливої одиниці масштабної структури підприємства, в основу якої закладено ключові характеристики, отримані внаслідок моніторингу, що відображають взаємозв'язок елементів господарської діяльності з метою збереження нормативних показників і подальшого їх зростання під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища, що при кризових умовах служить ключовою характеристикою гомеостазу в процесі функціонування підприємства.

Адже на підприємстві економічна стійкість залежить від ряду факторів. Зокрема, можна виділити сфери, які здійснюють вплив на економічну стійкість: трудова (структура управління, яка забезпечує відсутність плинності кадрів, чіткість і послідовність прийняття рішень, контроль за їх виконанням і розподіл відповідальності), фінансова (раціональний розподіл та використання фінансових ресурсів), техніко-технологічна (впровадження нової техніки, збільшення рівня механізації виробництва, випуск нових видів продукції). Важливо пам'ятати, що не лише зовнішні, а й внутрішні фактори в пропорційно однакових обсягах діють на стійкий стан підприємства.

Алгоритм застосування методів моніторингу, які покликані забезпечити економічну стійкість, полягає у виконанні ряду послідовних дій, які дозволяють на основі постійного спостереження здійснювати збір, реєстрацію та обробку інформації, контроль за передачею її до користувачів, які виявляють відповідність показників до планових і розробляють прогноз з метою подальшого прийняття управлінського рішення. Інструментарій, який забезпечує цей процес, необхідно перевіряти на відповідність критеріям: репрезентативність (здатність достовірно відображати досліджуваний процес), системність (застосування як до системи в цілому, так і до її підсистем), комплексність (здатність оцінювати досліджуваний процес на всіх рівнях його формування), мозаїчність (відмінність набору інструментів на різних ділянках системи), прозорість (повна зрозумілість і достовірність для користувачів), однозначність (виключення можливості двоякого розуміння інформації), мобільність (можливість швидкого реагування на зміну досліджуваних параметрів і перебудова процесу під нові вимоги). Безумовно, технологія моніторингу економічної стійкості повинна базуватися на управлінському апараті. Тому важливими інструментами моніторингу економічної стійкості виступають елементи, які водночас є ключовими функціями управління: аналіз, контроль, прогнозування, планування, мотивація. З метою

оцінювання економічної стійкості варто використовувати методи, які передбачають отримання інтегральних моделей та показників на основі синтезу ключових характеристик підприємства, які, своєю чергою, здійснюють вплив на економічну стійкість.

Забезпечення економічної стійкості – це перманентний процес, основу якого формує когнітивно-суб'єктивний паттерн формування та модифікації здатностей менеджерів, що визначають спектр рефлексивних дій на турбулентність умов господарювання проактивного або реактивного характеру [13, с. 68]. Взагалі метою реалізації цього процесу є знаходження такої точки в діяльності підприємства, при якій всі показники та характеристики знаходяться в балансі. Шляхи забезпечення можна поділити на: правові – нормативні документи та законодавчі акти, які регламентують законність поточного процесу; інформаційні – аудит, моніторинг, економічна оцінка, класифікація обліково-аналітичної інформації; фінансові – інвестування, кредитування, оподаткування, страхування; виробничі – використання та розвиток усіх потужностей підприємства для розвитку висококонкурентного виробничого потенціалу. Наслідком впровадження цієї системи є період забезпечення економічної стійкості (безтерміновий, короткий, тривалий, середньотривалий). Єдині часові рамки для кожного періоду встановити можливо лише при врахуванні індивідуальних особливостей конкретного підприємства. На рис. 1. візуалізовано наявну інформацію щодо становлення економічної стійкості на підприємстві.

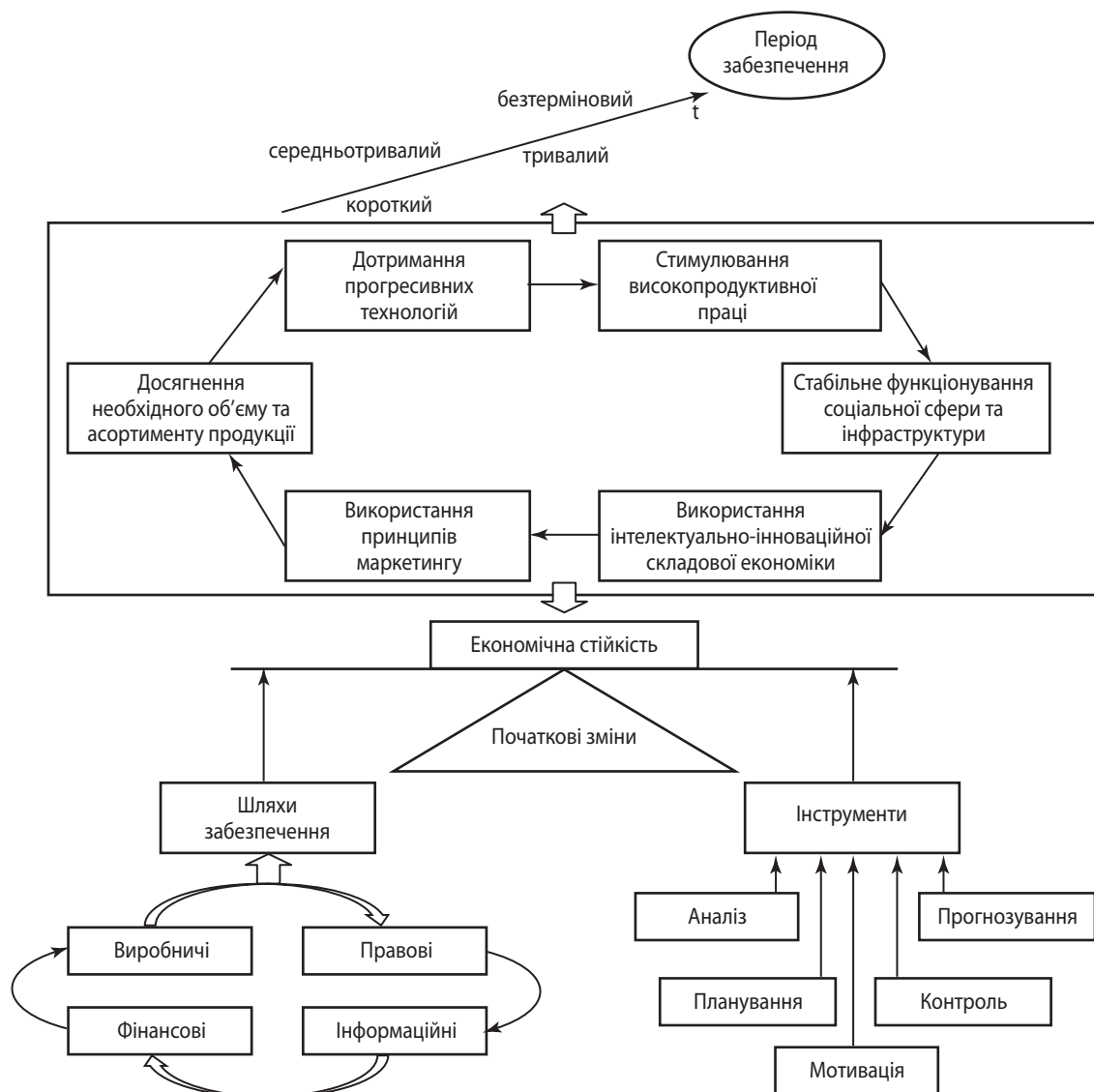


Рис. 1. Візуалізація моделі економічної стійкості підприємства

Висновки. Всі підприємства мають у своєму підпорядкуванні інструментарний арсенал, за допомогою якого можна зміцнити або утримувати свої позиції на ринку. Постійно вдосконалювати, моніторити результа-

тивність їх впровадження – ключове завдання не лише в умовах нестабільності, а й у повсякденній розміреній діяльності. Тому стверджувати, що до стійкості звертаються лише під впливом економічних потрясінь, не варто. Над шляхами забезпечення економічної стійкості потрібно працювати завжди, який би стан ринку не був за стінами підприємства. Адже лише знаходження оптимальних шляхів, постійний їх аналіз та коригування під кожний новий сегмент впливу – запорука стабільного функціонування. Для коректного виконання поставленого завдання важливо дотримуватися обґрунтованої концепції та постійно вдосконалювати шляхи забезпечення економічної стійкості.

Таким чином, у статті здійснено ґрунтовний теоретичний аналіз з метою розкриття сутнісного розуміння економічної стійкості підприємства. Водночас наголошено на виключному застосуванні поняття «економічна стійкість» серед цілого ряду різновидів і видів стійкості підприємства. Як подальший напрямок дослідження доцільно визначити побудову формальних правил щодо опису економічної стійкості, за допомогою яких можуть формуватися відповідні впливи з управління підприємством у цілому. Із метою забезпечення економічної стійкості підприємств у подальших дослідженнях варто розробити функціональну модель технології моніторингу економічної стійкості підприємств, яка повинна функціонувати в реальному масштабі часу та мати динамічний характер.

Література: 1. Guryanova L., Klebanova T., Trunova T. Modeling the financial strategy of the enterprise in an unstable environment. *Economic Studies*. 2017. Vol. 26. Issue 3. P. 91–109. 2. Алексеенко Н. В. Устойчивое развитие предприятия как фактор экономического роста. *Економіка і організація управління*. 2008. Вип. 3. С. 59–65. 3. Антропов Ю. В., Беленкова О. Ю. Економічна стійкість малих будівельних підприємств України: оцінка, тенденції, перспективи. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 51–62. 4. Галушко В. Б. Модель оцінки стратегічної стійкості машинобудівного підприємства. *Економічний простір*. 2009. Вип. № 28/2. С. 60–66. 5. Даниленко В. А. Еволюція концепції економічної рівноваги та стійкості. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2009. № 19. С. 121–129. 6. Добровольська О. В. Формування економічної стійкості аграрних підприємств. *АгроСвіт*. 2007. № 16. С. 9–16. 7. Д'якова Т. А. Сутність економічної стійкості сільськогосподарських підприємств. *Вісник СНАУ. Серія «Фінанси і кредит»*. 2012. № 1. С. 372–379. 8. Заровна К. М. Семантичний аналіз сутності економічної стійкості підприємства. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечнікова*. 2014. Т. 19. Вип. 2/3. С. 119–123. 9. Іванов В. Л., Малов А. В. Забезпечення організаційно-економічної стійкості промислового підприємства. *Економіка. Менеджмент. Підприємство*. 2010. Вип. 22. Ч. 1. С. 31–39. 10. Лыба В. А., Ревенко Д. С. Экономическая устойчивость предприятия: основные понятия и составляющие системы. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 1 (21). С. 56–64. 11. Малярець Л. М., Смолякова О. М. Оптимізація значень показників економічної стійкості підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 1. С. 11–22. 12. Шандова Н. В. Методологія та практика управління стійким розвитком промислових підприємств : монографія. Херсон : Вишемирський, 2014. 422 с. 13. Мізіна О. В., Широкова І. М. Оцінка економічної стійкості промислового підприємства на тактичному й стратегічному рівнях. *Наукові праці ДонНТУ. Серія : Економічна*. 2010. Вип. 39-2. С. 168–173. 14. Пономаренко Т. В. Оцінка та формування економічної стійкості підприємства : монографія. Кривий Ріг : КНУ, 2016. 325 с. 15. Сергеева О. В. Методика оцінки економічної стійкості торговельних підприємств. *Торгівля і ринок України*. 2008. Вип. 25. Т. 1. С. 127–135. 16. Слупян К. В. Забезпечення економічної стійкості розвитку підприємств бурякоцукрової галузі України. *Вісник аграрної науки*. 2011. № 3. С. 79–81. 17. Ареф'єва О. В., Городинська Д. М. Управління економічною стійкістю підприємств : монографія. Київ : Європейський ун-т, 2011. 229 с. 18. Фещур Р. В., Баранівська Х. С. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису. *Проблеми економіки та управління*. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 684. С. 284–290. 19. Чіп Л. О. Поняття економічної стійкості аграрних підприємств в ринкових умовах господарювання. *АгроСвіт*. 2008. № 1. С. 30–35. 20. Шовкопляс А. Ш. Чинники забезпечення економічної стійкості сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Луганського національного аграрного університету*. 2013. № 44. С. 394–402.

References: 1. Guryanova L., Klebanova T., Trunova T. Modeling the financial strategy of the enterprise in an unstable environment. *Economic Studies*. 2017. Vol. 26. Issue 3. P. 91–109. 2. Alekseenko N. V. *Ustoychivoye razvitiye predpriyatiya kak faktor ekonomicheskogo rosta* [Sustainable Development of the Enterprise as a Factor of Economic Growth]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. 2008. Issue 3. P. 59–65. 3. Antropov Yu. V., Bielienkova O. Yu. *Ekonomichna stiikist malykh budivelnnykh pidpriyemstv Ukrainy: otsinka, tendentsii, perspektivy* [Economic Stability of Small Construction Companies in Ukraine: Evaluation, Trends, Prospects]. *Problemy ekonomiky*. 2013. No. 3. P. 51–62. 4. Halushko V. B. *Model otsinky stratehichnoi stiikosti mashynobudivnoho pidpriyemstva* [Model for Assessing the Strategic Stability of the Machine-Building Enterprise]. *Ekonomichniy prostir*. 2009. No. 28/2. P. 60–66. 5. Danylenko V. A. *Evoliutsiia kontseptsii ekonomichnoi rivnovahy ta stiikosti* [Evolution of the Concept of Economic Equilibrium and Sustainability]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*. 2009. No. 19. P. 121–129. 6. Dobrovolska O. V. *Formuvannia ekonomichnoi stiikosti ahrarnykh pidpriyemstv* [Formation of Economic Stability of Agrarian Enterprises]. *AhroSvit*. 2007. No. 16. P. 9–16. 7. Diakova T. A. *Sutnist ekonomichnoi stiikosti silskohospodarskykh pidpriyemstv* [Essence of Economic Stability of Agricultural Enterprises]. *Visnyk SNAU. Serii «Finansy i kredyt»*. 2012. No. 1. P. 372–379. 8. Zarovna K. M. *Semantychnyi analiz sutnosti ekonomichnoi stiikosti pidpriyemstva* [Semantic Analysis of the Essence of Economic Sustainability of the Enterprise]. *Visnyk ONU im. I. I. Mechnikova*. 2014. Vol. 19. Issue 2/3. P. 119–123. 9. Ivanov V. L., Malov A. V. *Zabezpechennia orhanizatsiino-ekonomichnoi stiikosti promyslovoho pidpriyemstva* [Ensuring Organizational and Economic Stability of an Industrial



Enterprise]. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpryemstvo*. 2010. Issue 22. Part 1. P. 31–39. **10.** Lyba V. A., Revenko D. S. *Ekonomicheskaya ustoychivost predpriyatiya: osnovnyye ponyatiya i sostavlyayushchiye sistemy* [Economic Sustainability of the Enterprise: the Basic Concepts and Components of the System]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*. 2013. Issue 1 (21). P. 56–64. **11.** Maliarets L. M., Smoliakova O. M. *Optymizatsiia znachen pokaznykiv ekonomichnoi stikosti pidpryemstva* [Optimization of Values of Indicators of Economic Stability of the Enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. 2015. No. 1. P. 11–22. **12.** Shandova N. V. *Metodohiia ta praktyka upravlinnia stiikym rozvytkom promyslovykh pidpryemstv : monohrafiia* [Methodology and Practice of Management of Sustainable Development of Industrial Enterprises: monograph]. Kherson : Vyshemyrskyi, 2014. 422 p. **13.** Mizina O. V., Shyrokovska I. M. *Otsinka ekonomichnoi stikosti promyslovoho pidpryemstva na taktychnomu y stratehichnomu rivniakh* [Estimation of Economic Stability of the Industrial Enterprise at the Tactical and Strategic Levels]. *Naukovi pratsi DonNTU. Seriya : Ekonomichna*. 2010. Issue 39-2. P. 168–173. **14.** Ponomarenko T. V. *Otsinka ta formuvannia ekonomichnoi stikosti pidpryemstva : monohrafiia* [Assessment and Formation of Economic Stability of the Enterprise: monograph]. Kryvyi Rih : KNU, 2016. 325 p. **15.** Serheieva O. V. *Metodyka otsinky ekonomichnoi stikosti torhovelnykh pidpryemstv* [Methodology for Assessing the Economic Stability of Trading Enterprises]. *Torhivlia i rynek Ukrainy*. 2008. Issue 25. Vol. 1. P. 127–135. **16.** Slupian K. V. *Zabezpechennia ekonomichnoi stikosti rozvytku pidpryemstv buriakotsukrovoy haluzi Ukrainy* [Ensuring Economic Sustainability of the Beet and Sugar Industry in Ukraine]. *Visnyk ahrarnoi nauky*. 2011. No. 3. P. 79–81. **17.** Arefieva O. V., Horodynska D. M. *Upravlinnia ekonomichnoiu stiikistiu pidpryemstv : monohrafiia* [Management of Economic Stability of Enterprises: monograph]. Kyiv : Yevropeyskyi un-t, 2011. 229 p. **18.** Feshchur R. V., Baranivska Kh. S. *Ekonomichna stikist pidpryemstva – stanovlennia poniatiinoho bazysu. Problemy ekonomiky ta upravlinnia* [Economic Stability of the Enterprise - the Formation of a Conceptual Basis. Problems of Economics and Management]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*. 2010. No. 684. P. 284–290. **19.** Chip L. O. *Poniattia ekonomichnoi stikosti ahrarnykh pidpryemstv v rynkovykh umovakh hospodariuvannia* [Concept of Economic Stability of Agrarian Enterprises in Market Conditions of Management]. *AhroSvit*. 2008. No. 1. P. 30–35. **20.** Shovkopliash A. Sh. *Chynnyky zabezpechennia ekonomichnoi stikosti silskohospodarskykh pidpryemstv* [Factors Ensuring Economic Stability of Agricultural Enterprises]. *Naukovyi visnyk Luhanskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*. 2013. No. 44. P. 394–402.

Інформація про автора

Сабадаш Людмила Олександрівна – аспірант кафедри економічного консалтингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: sabadash1993l@gmail.com).

Информация об авторе

Сабадаш Людмила Олександрівна – аспірант кафедри економічного консалтингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: sabadash1993l@gmail.com).

Information about the author

L. Sabadash – Postgraduate Student, Department of Economic Consulting of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: sabadash1993l@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
06.06.2018 р.*

JEL Classification: M31; M 39

УДК 658

ІНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ПРОЕКТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кравченко В. В.

Анотація. Обґрунтовано роль інтернет-брендингу в сучасному розвитку підприємств туристичної галузі. Визначено особливості та переваги просування інтернет-бренда. Аналіз останніх публікацій показав, що не всі сучасні методи були досліджені іншими вченими. Запропоновано використання сучасного інтернет-інструментарію для роз-

© Кравченко В. В., 2017

робки та просування інтернет-проектів в діяльності туристичних підприємств. Проведено аналіз всіх платформ, способів і методів просування в Інтернеті. Сучасний інструментарій дозволяє швидко та якісно повідомити про свій бренд у мережі Інтернет. Виділено кращі варіанти просування туристичного підприємства та наведено конкретні приклади їх реалізації.

Ключові слова: інтернет, бренд, інтернет-брендинг, туристичне підприємство, туроператор, інструментарій, інтернет-проект.

ИНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кравченко В. В.

Аннотация. Обоснована роль интернет-брендинга в современном развитии предприятий туристической отрасли. Определены особенности и преимущества продвижения интернет-бренда. Анализ последних публикаций показал, что не все современные методы были исследованы другими учёными. Предложено использование современного интернет-инструментария для разработки и продвижения интернет-проектов в деятельности туристических предприятий. Проведён анализ всех платформ, способов и методов продвижения в Интернете. Современный инструментариий позволяет быстро и качественно продвигать свой бренд в сети Интернет. Выделены лучшие варианты продвижения туристического предприятия, и приведены конкретные примеры их реализации.

Ключевые слова: интернет, бренд, интернет-брендинг, туристическое предприятие, туроператор, инструментариий, интернет-проект.

INTERNET BRANDING AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF INTERNET PROJECTS IN ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES

V. Kravchenko

Abstract. The role of Internet branding in the modern development of enterprises of the tourism industry is grounded. The features and advantages of promoting an internet brand are determined. An analysis of recent publications revealed that not all modern methods have been studied by other scientists. Using modern Internet tools for the development and promotion of Internet projects in activities of tourism enterprises is proposed. The analysis of all platforms, techniques and methods for promoting on the Internet is carried out. Modern tools allow to quickly and qualitatively promote your brand on the Internet. The best methods to promote a tourism enterprise are highlighted, and specific examples of their implementation are given.

Keywords: Internet, brand, Internet branding, tourism enterprise, tour operator, tools, Internet project.

Постановка проблеми. Мета кожної сучасної компанії – максимальний прибуток від продажів. Туристичні підприємства також зацікавлені в цьому, тому зараз їхньою основною метою є отримання переваг серед активних користувачів пропонованих ними послуг. Оскільки Інтернет став невід’ємною частиною нашого життя, інтернет-брендинг стає потужним інструментом формування бренда туристичних підприємств. Він дає можливість сформуванню певний імідж компанії на ринку послуг і підтримувати його в процесі функціонування. Результатом стає лояльне ставлення і довіра з боку нових клієнтів. Актуалізація тренду діджиталізації ринку туристичних послуг викликає необхідність розробки теоретичного підґрунтя та практичних рекомендацій щодо розвитку інтернет-брендингу й інтернет-проектів у діяльності туристичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним аспектам визначення сутності брендингу та його ролі в діяльності сучасних підприємств присвячено праці багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, таких як Кашин І., Аакер Д., Скотт М. та ін. Достатню увагу дослідники, серед яких Ладик С., Зубко Д. [12] та ін., приділяють також особливостям брендингу в мережі Інтернет. Однак, незважаючи на зростання інтересу в наукових і виробничих колах до цього питання, залишаються невизначеними деякі аспекти розвитку інтернет-брендингу та реалізації відповідних інтернет-проектів у діяльності підприємств, що функціонують на ринку туристичних послуг.

Мета статті. Метою дослідження є узагальнення теоретичних підходів щодо визначення сутності інтернет-брендингу туристичних підприємств та його розвитку в сучасних умовах діджиталізації ринку туристичних послуг.



Виклад основного матеріалу дослідження. Брендінг відіграє важливу роль у розвитку сучасних підприємств, особливо тих, що функціонують на ринку послуг, зокрема туристичних. Головним його пунктом є товар або послуга, навколо яких і буде створюватися ім'я. Рекламу і просування спрямовані не тільки на збільшення продажів, але і на створення і підтримання впізнаваності підприємства, продукту, послуги тощо. Вона має запам'ятатися для того, щоб саме вашій туристичній фірмі віддавали перевагу споживачі серед безлічі інших.

Бренд – термін у маркетингу, що символізує новий інноваційний продукт або послугу; популярна, легко впізнавана і юридично захищена символіка якогось виробника або продукту [1].

Щоб краще зрозуміти, чому брендінг у туризмі в сучасному світі займає настільки важливе місце, доцільно звернутися до етапу активного поширення діяльності суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг. Найбільший сплеск їхнього розвитку припав на другу половину ХХ ст. У цей час у сфері туризму виникає все більше і більше схожих одна на одну туристичних фірм. Це створювало дискомфорт для споживача, який просто фізично не встигав обробити всі пропонувані йому послуги й особливості туристичних компаній. Спрощення вибору клієнтом туристичної фірми стало основним завданням, з яким успішно і по цей день справляється брендінг.

Цей інструмент дає можливість створити бажаний образ або асоціацію в уяві споживача, тим самим впливаючи на його сприйняття. Щоб в цьому переконатися, уявіть, що ви хочете вгамувати спрагу чимось смачним і освіжаючим. Який перший продукт прийде до вас у голову? Скоріше за все, це буде «Coca-Cola». Ось так працює бренд. Точно також він працює і в туризмі.

З кінця ХХ ст. фірми активно і вміло використовують системи ототожнення, які формуються зі знаків, символів, слоганів, картинок та ін. Завдяки створенню образу і тому, що людині властиво приписувати речам особистісні характеристики, потенційний клієнт обирає ту компанію, яка, як йому здається, максимально йому підходить за особистими ознаками, такими як статус або характер.

Через деякий час з початку активного використання брендінгу з'явилося багато способів привертання уваги до туристичної фірми, тому вже нікого не здивуєш наявністю бренду. Кожна компанія починає з логотипів і створення свого образу. Умілі маркетологи домагалися того, щоб бренди персоналізувалися покупцями, що призводило до встановлення відносин між людиною і компанією, схожими із встановленням відносин між людьми. Але не всі туристичні агентства України та світу використовують можливості, що пропонує сучасний світ.

Поява Інтернету призвела до появи нової гілки брендінгу – інтернет-брендінгу. Використання інтернету як майданчика для створення іміджу вимагає нового підходу через особливості web-середовища. Але це повністю компенсується великою значущістю бренду в повсякденному житті. Однак слід зазначити, що на сьогодні не кожен керівник туристичного підприємства розуміє важливість використання Інтернету для розвитку. Хоча вже на цьому етапі мережа пропонує масу способів зміцнення бренду на ринку. Найпростішим є медійна мережа, яка поступово набирає обертів, але насправді є новим засобом зміцнення бренду. Також до віртуальних турів та інших інновацій власники все ще ставляться досить байдуже.

Аналіз сучасних напрацювань у сфері інтернет-маркетингу та брендінгу дозволив визначити основні особливості інтернет-брендів:

1. Критерії оцінки інтернет брендів. У світі Інтернету на першому місці завжди будуть критерії, пов'язані зі специфікою комунікацій в Інтернеті, а традиційна система оцінювання якості туристичних послуг відходить на другий план. До критеріїв першорядної важливості відносяться: обсяг інформації щодо туристичного підприємства, можливість використання переваг, на кшталт бронювання авіаквитків в один клік, а також легкість і простота роботи з сайтом [2];

2. Активність інтернет-брендів. Інформація про туристичну компанію, її послуги та конкурентоспроможність є основою, завдяки якій і виконується процес створення бренду туристичної фірми. Засоби масової інформації є одним з інструментів його формування. На протигагу цьому, інтернет-бренд вільно і безпосередньо взаємодіє зі своєю аудиторією, швидко дізнається про потреби, побажання та надає відповідні пропозиції, або якщо простіше – безперервно взаємодіє зі своїм клієнтом. Користувач здатний легко перевірити, чи є пропозиції туристичної фірми дійсними? Негативне враження може призвести до того, що наступна дія може тільки посилити подразнення до туристичного продукту, який рекламується [10];

3. Сутність бренду в Інтернеті. В реаліях сучасного світу саме візуальні характеристики визначають потужність і успішність бренду. Це пояснюється прагненням компаній до створення привабливих і яскравих образів. Для Інтернету зовнішній вигляд – це спосіб спонукання клієнта до сприйняття інформації зі збереженням важливості змісту;

4. Динамічність інтернет-брендів. Окремий сайт для туристичної компанії був практично недоступний буквально пару років тому. Але такі фактори, як розвиток нових технологій і виникнення безлічі рекламних агентств, а також агентств інтернет-комунікацій, розв'язують руки туристичним фірмам і дозволяють отримати потрібні для розвитку інтернет-ресурси. Такий ресурс здатний привести до великої популярності протягом перших місяців, чим не можуть похвалитися традиційні методи.

Першою перевагою є таргетинг. Це маркетинговий механізм, за допомогою якого з усього числа інтернет-користувачів можна виділити тільки ту цільову аудиторію, яка відповідає певним критеріям (географічний, соціально-демографічний і ін.), і донести до неї рекламну інформацію [3]. Інструмент, який дозволяє створювати персоналізовані пропозиції. Орієнтування – дуже важлива функція, тому що вона допомагає не хаотично розсіювати рекламу фірми для всій кількості користувачів інтернету, а працювати тільки з потрібною, найчастіше підігритою аудиторією, яка потребує послуг туристичної фірми.

Друга перевага – це комунікаційні можливості. Спілкування зі своєю цільовою аудиторією є однією з найважливіших можливостей, наданих Інтернетом. Фірма може надавати багато інформації в самих різних видах: будь це фото, відео, аудіо та навіть в альтернативних видах (за допомогою віртуальної реальності, наприклад), спілкуватися з потенційними і постійними клієнтами безпосередньо за допомогою соціальних мереж, блогів, повідомлень, e-mail та інших засобів. Комунікація зі споживачами є ключовим фактором успішності бренда і дає можливість отримувати зворотний зв'язок миттєво. Завдяки всім цим функціям інтернет-брендінг на цей час є напевно одним з найефективніших засобів просування товару [4].

Третьою дуже важливою перевагою є спільнота. Ця перевага може перетворитися на недолік, якщо їй не приділяти достатньо уваги. Зараз дуже популярними в мережі стали спільноти, які мають велику кількість людей. Найчастіше це соціальні мережі на кшталт «Facebook», «Instagram» або інформаційні портали, такі як «Хабрахабр» і «Reddit». Тут часто все залежить від так званого «лідера думок». Завдяки їм в спільнотах найчастіше думка складається приблизно однакова. Виходячи з цього можна зробити висновок, що бренд може як різко придбати неймовірну популярність у всій аудиторії, так і різко впасти в очах всієї спільноти. Великі компанії вже давно навчилися працювати з цими аудиторіями і тепер пропонують менш відомим просування з їх допомогою.

Четвертою перевагою є вимірність. Із зростанням попиту на інтернет-брендінг (не тільки в туристичних підприємствах, а й у інших сферах) з'явилося багато сервісів, за допомогою яких можна відстежувати статистику, заздалегідь дізнаватися про кількість запитів у пошукових системах за ключовими словами, а також відвідуваність CTR тощо. На основі цього прогнозувати результат набагато легше. Крім цього, є ще багато інших спеціальних можливостей, наприклад, можна дізнатися про кількість відвідувань сайту, відсоток відмов, число відгуків тощо. Все це робить інтернет-брендінг менш ризикованим.

П'ята перевага – це висока технологічність Інтернету. В наші дні з'явилося безліч способів інтернет-брендування, про які навіть раніше і підозрювати не могли. Завдяки високоінтелектуальному та технологічному середовищу поява величезних мультимедійних сайтів, вірусних відео, брендovаних ігор тощо тільки питанням часу. Вже незабаром з'являтимуться все нові і нові типи і можливості для брендування.

І, нарешті, шоста перевага – низька ціна. Витративши від п'яти до десяти тисяч доларів, Ви без проблем зможете стати відомим брендом. Звичайно, все залежить від унікальності випадку, але, як не крути, витрати повністю покриваються кількістю нових лояльних споживачів. Цю суму і близько не порівняти з витратами за класичного брендінгу.

В інтернет-брендінгу туристичного підприємства секретом успіху є два простих критерії: відвідуваність і рівень продажів. За допомогою Інтернету можна досягати реалізації 65 % напрямків туристичного підприємства. У різних країнах спостерігається великий інтерес до продажу у сфері туризму через Інтернет. Україна не виняток. Якщо раніше для компанії сайт був візитною картою, і далеко не у кожного він був, то зараз він скоріше є обов'язковою умовою. Онлайн-бронювання теж стало обов'язковою послугою для існування і конкурентоспроможності компанії.

Кращим продуктом для продажу в мережі є готовий тур. Індивідуальні програми часто вимагають довгих обговорень і нестандартних рішень. В онлайн-продажах лідерські позиції займають Туреччина і стандартні пакети для відпочинку в Тунісі, Арабських Еміратах, Таїланді, Єгипті.

В реаліях сучасного туристичного бізнесу сайт є найкращим способом продажів для невеликих туристичних агентств. За допомогою сайту клієнт легко орієнтується у виборі напрямку і також легко отримує потрібну йому інформацію про відпочинок. Наступним кроком будуть переговори з менеджером.

Інтернет дав багато способів залучення клієнтів і створення гучного імені. «Люди не знають, чого вони хочуть, поки ти не покажеш їм це» – це одна з найвідоміших фраз Стіва Джобса [7]. Ця фраза дуже точно відображає сучасні реалії маркетингу. Особливо важливу роль в такому просуванні відіграють можливості мережі Інтернет та зростання кількості його користувачів.

Так, за статистикою за 2017 рік, під своїм обліковим записом увійшли півтора мільярда людей. Це дійсно велике охоплення, яким можна правильно скористатися в туристичному бізнесі зокрема.

Досить ввести в пошуковій системі будь-якої популярний комерційний запит, будь-яким чином пов'язаний з купівлею турів або туристичним бізнесом, і ознайомитися з сайтами компаній з першої двадцятки, щоб помітити, що більшість користується різними соціальними мережами і веде як мінімум одну групу в кожній з них. Однак слід зазначити, що не всі канали використовуються достатньо активно. Так, наприклад, «YouTube»-канали туристичних фірм можна виявити вкрай рідко. В Україні успішні канали туристичних фірм можна перерахувати. В основному ж компанії воліють ними не обзаводитися [5].



З західними фірмами справи йдуть навпаки. Вже давно у кожній великій і не дуже туристичній фірмі є YouTube-канал, який вони використовують скоріше для створення лояльної аудиторії, ніж для реклами своїх послуг. Такий підхід дозволяє позбутися конкурентів і сформувати міцний фундамент для угод у майбутньому.

Що може отримати туристичне підприємство від відеомаркетингу?

1. Найбільш очевидним є охоплення. Створення і розміщення роликів на своєму каналі приверне більшу аудиторію з пошукових систем на кшталт «Google» і «Yandex», а також безпосередньо з самого майданчика «YouTube».

2. Інтернет-брендинг. Органи слуху і зору під час перегляду відеоролика активно працюють і сприймають більшу кількість інформації. Це означає, що під час перегляду людина набагато краще запам'ятає бренд. У інших форм контенту набагато менше ефективність порівняно з відео [6].

3. Формування лояльної спільноти. Канал допомагає сформувати аудиторію лояльних передплатників, якщо він буде цікавий і корисний. Передплатники будуть з нетерпінням чекати нових відео та з упевненістю рекомендувати бренд оточуючим.

4. «Соціальний доказ». Позитивні оцінки допоможуть закріпити ім'я компанії в пам'яті. Бренд легко послужить довіру і придбає значущість, якщо під відео буде багато позитивних коментарів, лайків, репостів, а також не варто забувати про згадки у відомих тревел-блогерів.

Слід виділити три основні напрямки, де відеомаркетинг показує себе краще за всіх для туристичного бізнесу. Кожен один від одного досить сильно відрізняється, але всі максимально ефективно привертають увагу аудиторії до фірми:

1. Реклама на ТБ майданчиках та «In-Stream» і «Bumper Ads» на «YouTube». Цей варіант є найпростішим і вважається найефективнішим. Використовується дуже часто. Охоплює дійсно велику аудиторію і підвищення впізнаваності бренда.

2. Власний YouTube-канал. Зручний спосіб, адже дозволяє набирати аудиторію і постійно підігрівати її інтерес до туризму. Оскільки цей спосіб орієнтований на довгострокову перспективу, покупці будуть довіряти фірмі, тому що проведуть досить багато часу з цими відео.

3. Travel-блогери. Зараз можна спостерігати зростання інтересу до такого виду контенту, як розповіді про життя за кордоном і відео з видами на чарівні місця. Це можна використовувати для отримання близької за інтересами аудиторії. Суть доволі проста: знайти канал, за тематикою якого компанія може запропонувати і замовити рекламу. Цей шлях можна назвати квантовим, тому що зростання трафіку, впізнаваність бренда злітають миттєво, а також чимало важливий плюс – дуже швидка окупність.

Водночас слід виділити деякі аспекти, що заважають туристичному бізнесу легко розвивати свої YouTube-канали. Очевидно, що туристичному агентству потрібні максимально ефективні засоби рекламування. Їм не цікаво вкладатися в ролики, дата окупності яких їм заздалегідь не відома. На цей момент вони привертають споживачів конкретними пропозиціями, великою різноманітністю турів, вигідними цінами і зручністю пошуку, але цим самим вони позбавляють себе потужного каналу, який зможе залучити багато лояльної аудиторії. Зараз же вони роблять ставку на SEO, таргетингову і ретаргетингову систему, а також медійну рекламу [6].

Travel-блогери хоч і можуть допомогти туристичній фірмі з залученням нових клієнтів, але самостійно розвивати канал компанії не дадуть. Їх велика кількість не дає можливості випускати свій контент, тому що єдине місце, де вони ще не бували, так це на місяці, але навіть це питання часу. Цей факт відлякує фірментузіастів. Звичайно, шлях є. Потрібно тільки запастися терпінням і випускати цікаві ролики. Аудиторія не пройде повз хорошого каналу. Потім все стає ще простіше. Залишається тільки купити рекламу у цих же блогерів, і успішний Youtube-канал готовий. Проблема тільки в «пробуксовці», подолавши яку, можна буде легко піднятися значно вище.

Для туристичних компаній є ряд форматів відео, які максимально ефективно покажуть себе у створенні лояльної аудиторії. Вважається, що краще за все створити «вау-ефект» у своїх відео, але це не зовсім так. Класичні відео теж непогано справляються зі своїм завданням.

Наведемо формати відео, які найкраще використовувати на своєму каналі туристичним фірмам. Перш за все, ролики туристичної фірми про себе можна умовно розділити на три види: класичні, емоційні та про канал.

Класичні. Найпростіший з форматів і найменш цікавий. Розповідь про компанію, послуги, переваги тощо. Не особливо цікаво користувачеві, але все ж на каналі варто тримати один такий ролик, щоб за необхідності зацікавлена людина могла ознайомитися.

Емоційні. Красиві види, приємний голос і спокійна музика. Це характеристика таких відео. Вони спрямовані на те, щоб викликати приємні емоції та враження, сформувати позитивні асоціації з брендом і подарувати гарний настрій.

Про канал. Це хороший вибір для відео на каналі. Коротка розповідь про канал туристичної фірми з інформацією про те, що можна знайти у відео, як часто виходять ролики тощо.

Огляди готелів. Туристична фірма, яка спеціалізується на готових турах, може скористатися цим відео як ефективним інструментом залучення нових клієнтів. Потенційним користувачам послуг такої компанії точно будуть цікаві відео готелів.

Stream-show. Події, свята, карнавали, фестивалі, інтерв'ю з мандрівниками з можливістю задати питання – все це можна використовувати для stream. Потім обов'язково варто викладати запис у відкритий доступ.

Екскурсії. Розповідати про місця, де можна побувати клієнтам. Віртуальна екскурсія не залишить байдужими бажаних подорожувати. Важливим плюсом є те, що такі ролики, за належної оптимізації, здатні залучити аудиторію з пошуку.

Репортажі. Такі відео цікаві тим, що вони поєднують у собі кілька попередніх форматів. Репортажі завжди цікаві та пізнавальні, що приваблює аудиторію. У них можна розповісти багато про що, але також потрібно торкатися теми, близької потенційним користувачам послуг туристичної фірми, наприклад, відео «Що з собою взяти у поїздку до ...?»

Варто також, визначити основні помилки під час створення YouTube-каналу.

1. Починати без стратегії. Перша й основна проблема. Перш ніж почати, кожній компанії варто розібратися з питаннями «Як?», «Що?», «Для кого?». Канали, що допустили цю помилку, видно здалеку. У них немає ні передплатників, ні структури, ні системного випуску роликів.

2. Велика кількість реклами. Нема чого годувати глядача розповідями про те, яка ваша компанія хороша. Не потрібно говорити про те, чого компанія досягла за цей місяць і наскільки вигідні ваші пропозиції. Не варто додавати рекламу партнерів. Її варто додавати тільки в помірних кількостях і так, щоб вона не превалювала на каналі.

3. Рідкісні або непостійні публікації. Публікації відео час від часу не приводять до бажаного результату і не створюють міцний зв'язок між туристичною фірмою і передплатником. Потрібно випускати відео так, щоб люди не встигли забути про компанію та приходили за новими емоціями кожен день.

4. Випускати можливість взаємодіяти з глядачем. Необхідно створювати позитивний образ, який буде наповнювати емоціями тих, хто буде дивитися це відео. Більше жартів, усмішок і зворотного зв'язку – в цьому секрет популярності відео.

5. Співпраця з Travel-блогерами для залучення клієнтів. Для отримання аудиторії максимально швидко можна скористатися послугами реклами від YouTube-каналів, що вже отримали популярність.

Про застосування віртуальної і доповненої реальності зараз говорить весь світ, але вдаліше прикладів застосування цих технологій ніж в туристичному бізнесі, напевно, годі й шукати. Зовсім недовго вже залишилося чекати впровадження віртуальної реальності в повсякденне життя. А поки можемо спостерігати, як ця технологія зробиє революцію у сфері туристичних послуг [8].

Ці пристрої дозволять отримати максимально багато інформації про поїздку ще до її здійснення. Клієнт зможе за допомогою окулярів віртуальної реальності подивитися на свій номер в готелі, прогулятися пляжем, оглянути вулиці, політати на літаку і випробувати всі ті розваги, які чекають його в поїзді. Це, безсумнівно, збільшить дохід туристичних агентств та викличе нову хвилю інтересу до туризму.

На міжнародній зустрічі «Virtuoso Travel Week» на початку серпня минулого року була представлена технологія віртуальної реальності в сфері туризму. Експерти туристичного ринку стверджують, що попит на такі сервіси очікується високий, особливо у сфері лакшері-туризму. Навіть якщо клієнти ще не знають, куди саме хочуть відправитися, пристрої віртуальної реальності допоможуть визначитися з вибором. Але головне – VR може істотно підвищити продажі туристичних продуктів, дозволяючи «спробувати» різні види розваг і «побачити» пропоновані послуги [8]. Наприклад, клієнт може за допомогою VR-окулярів пережити досвід польоту на повітряній кулі і зрозуміти, що зможе повторити його в реальності, тоді як раніше він відчував страх невідомості перед таким польотом. Також тестування технології показало, що VR-презентація підвищує ймовірність покупки туристичної послуги, оскільки клієнт відчуває позитивний досвід і підвищує очікування від покупки. Поки основними перешкодами для впровадження технології в туристичну сферу є дорожнеча обладнання і відсутність якісних роликів для демонстрації. Тому успіх розвитку цього напрямку залежатиме і від готовності учасників ринку до змін. Треба розуміти, що інвестиція в пристрої віртуальної реальності і якісне відео можуть почати приносити гроші майже відразу після впровадження: туристи охоче будуть розлучатися з грошима, купувати нові тури, купувати нові пакети послуг, що позитивно позначиться на прибутку туристичних компаній [3].

А паралельно з віртуальною реальністю розвивається доповнена. І вона точно знайде своє застосування в туризмі. На думку експертів у галузі туризму, для застосування цієї технології найкраще відповідають готельний бізнес і авіаперевезення. Також не менш цікавими є сфери туристичних дестинацій і проведення виставкових заходів.

У сфері готельного бізнесу пропонуються спеціальні програми для смартфонів, які будуть давати повну інформацію про розташовані поблизу готелі: ціни, фотографії, якість обслуговування та відгуки. Також до-



дамок буде сповіщати і давати інформацію про наявність вільних місць, буде допомагати користувачу до нього добиратися. Крім цього, для користувачів додатків вже розробляються програми лояльності з приємними бонусами.

Технологія доповненої реальності так само збирається вирішити проблеми багатьох аеропортів. За допомогою додатків можна буде мінімізувати час очікування в чергах. Камера смартфона, наведена на чергу, виведе вам на екран інформацію про те, скільки вам ще очікувати, і визначить довжину черги.

Висновки. Перспективи розвитку туристичних підприємств у мережі Інтернет дуже великі. Сучасні агентства в Україні не використовують новітні технології для створення та просування свого бренду в туристичній сфері, а користуються застарілими методами. Але також з упровадженням цих технологій виникає безліч проблем. Наприклад, актуальним є питання «Скільки людей вважатимуть за краще віртуальну прогулянку реальної поїздки?», «Яка технологія перемаже: віртуальної або доповненої реальності?» та ін. Однак потрібно розуміти, що все це призведе до поліпшення туристичного бізнесу і зараз потрібно користуватися тим, що пропонує ринок нових технологій. Використання цих технологій та методів, що були розглянуті в статті, допоможуть туристичному агентству вийти на новий рівень якості пропонованих послуг і залучити потенційних клієнтів. Очевидно, що технології минулого, сьогодення і майбутнього позитивно позначаються на туристичному бізнесі, кожен раз підвищуючи якість обслуговування і спрощуючи користування послугами для споживача. В подальшому розглянемо автоматизацію запропонованих процесів для скорочення зайнятості менеджерів туристичного агентства.

Література: 1. Роль відділів реклами і PR в структурі компанії. URL: <https://studfiles.net/preview/3195419/page:2/>. 2. Баннікова А. Сучасний брендинг. *Рекламист*. 2007. № 4. С. 23–28. 3. Термін: таргетинг. URL: <https://seopult.ru/library/Tarhetynh>. 4. Данилюк Д. Бренд в інтернеті, або особливості комунікативного середовища. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_62/article_602/. 5. Самойленко Л. Б. Особливості брендингу в мережі Інтернет. URL: http://peredovik.org/osoblivosti_brendingu_v_meregi_internet.html. 6. Файвішенко Д. С. Ефективність брендингу в мережі Інтернет. URL: <http://intkonf.org/fayvishenko-ds-efektivnist-brendingu-v-merezhi-internet/>. 7. Пам'ятні цитати Стіва Джобса: найбільш мотивуючі цитати творця iPhone. URL: https://24tv.ua/stiv_dzhobs_tsitati_tvortsya_iphone_n872037. 8. Сущенко О. А., Кравченко В. В. Становлення віртуального туризму як напряму розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2018. № 140. С. 79–82. 9. Nenkov N., Sushchenko O., Dyachenko Y. Role of chief information officer within the system of human resource development in the service organizations (tourism). *Economic Annals-XXI*. 2017. Vol. 165. Issue 5–6. P. 97–103. 10. Інтернет-брендинг. URL: <http://um.co.ua/3/3-15/3-156822.html>. 11. Sushchenko, O., Trunina I. Creation of Innovation Clusters as a Line of Enterprise Competitiveness Improvement in the Field of Foreign Economic Activity. *Actual Problems of Economics*. 2016. Vol. 3 (177). P. 191–198. 12. Zubko D. Features of forming a trade branch transit strategy on trade enterprises // International Scientific Conferences «Conferencii», 2018. P. 127–135.

References: 1. Rol viddiliv reklamy i PR v strukturі kompanii. URL: <https://studfiles.net/preview/3195419/page:2/>. 2. Bannikova A. *Suchasnyi brendynh* [Modern Branding]. *Reklamist*. 2007. No. 4. P. 23–28. 3. Termin: tarhetynh. URL: <https://seopult.ru/library/Tarhetynh>. 4. Danyliuk D. Brend v interneti, abo osoblyvosti komunikativnoho seredovyshcha. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_62/article_602/. 5. Samoilenko L. B. Osoblyvosti brendynhu v merezhi Internet. URL: http://peredovik.org/osoblivosti_brendingu_v_meregi_internet.html. 6. Fayvishenko D. S. Efektivnist brendynhu v merezhi Internet. URL: <http://intkonf.org/fayvishenko-ds-efektivnist-brendingu-v-merezhi-internet/>. 7. Pamiatni tsytaty Stiva Dzhobsa: naibilsh motyvuiuchi tsytaty tvortsia iPhone. URL: https://24tv.ua/stiv_dzhobs_tsitati_tvortsya_iphone_n872037. 8. Sushchenko O. A., Kravchenko V. V. *Stanovlennia virtualnoho turizmu yak napriamu rozvytku informatyzatsii diialnosti turystychnoho pidpriemstva* [Formation of Virtual Tourism as a Direction of Development of Informatization of Tourism Enterprise Activity]. *Komunalne hospodarstvo mist*. 2018. No. 140. P. 79–82. 9. Nenkov N., Sushchenko O., Dyachenko Y. Role of chief information officer within the system of human resource development in the service organizations (tourism). *Economic Annals-XXI*. 2017. Vol. 165. Issue 5–6. P. 97–103. 10. Internet-branding. URL: <http://um.co.ua/3/3-15/3-156822.html>. 11. Sushchenko, O., Trunina I. Creation of Innovation Clusters as a Line of Enterprise Competitiveness Improvement in the Field of Foreign Economic Activity. *Actual Problems of Economics*. 2016. Vol. 3 (177). P. 191–198. 12. Zubko D. Features of forming a trade branch transit strategy on trade enterprises // International Scientific Conferences «Conferencii», 2018. P. 127–135.

Інформація про автора

Кравченко Владислав Валерійович – аспірант кафедри туризму Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: krav4enko.vladislav13@gmail.com).

Информация об авторе

Кравченко Владислав Валерьевич – аспирант кафедры туризма Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: krav4enko.vladislav13@gmail.com).



Information about the author

V. Kravchenko – Postgraduate Student of Department of Tourism, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: krav4enko.vladislav13@gmail.com).

Стаття надійшла до ред.
05.06.2018 р.

JEL Classification: M31; M39

УДК 657.471.66

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ БРЕНД-ОРІЄНТОВАНОЮ СИСТЕМОЮ УПРАВЛІННЯ

Зубко Д. О.

Анотація. Розглянуто принципи формування та розподілу маркетингового бюджету для підприємств із бренд-орієнтованою системою управління. Складено структуру витрат на бренд у маркетинговому бюджеті та проаналізовано розподіл бюджету з урахуванням процесу прийняття споживчих рішень про покупку. Запропоновано підхід до розгляду маркетингових витрат як інвестицій та розрахунок їх ефективності через показник рентабельності маркетингових інвестицій. Запропоновано математичну модель оптимізації маркетингових бюджетів, що дозволяє визначити мінімальний рівень витрат на бренд, за якого маркетингові заходи залишаються ефективними.

Ключові слова: маркетинговий бюджет, витрати на маркетинг, бренд-орієнтована система управління, маркетингові інвестиції

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ С БРЕНД-ОРИЕНТИРОВАННОЙ СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНИЯ

Зубко Д. А.

Аннотация. Рассмотрены принципы формирования и распределения маркетингового бюджета для предприятий с бренд-ориентированной системой управления. Составлена структура затрат на бренд в маркетинговом бюджете, и проанализировано распределение бюджета с учетом процесса принятия потребительских решений о покупке. Предложены подход в рассмотрении маркетинговых затрат как инвестиций и расчет их эффективности через показатель рентабельности маркетинговых инвестиций. Предложена математическая модель оптимизации маркетинговых бюджетов, позволяющая определить минимальный уровень расходов на бренд, при котором маркетинговые мероприятия остаются эффективными.

Ключевые слова: маркетинговый бюджет, расходы на маркетинг, бренд-ориентированная система управления, маркетинговые инвестиции.



FORMATING A MARKETING BUDGET OR ENTERPRISES WITH THE BRAND-ORIENTED MANAGEMENT SYSTEM

D. Zubko

Abstract. The article deals with principles of formation and distribution of a marketing budget for enterprises with the brand-oriented management system. The structure of expenses on a brand in a marketing budget is considered, and the distribution of the budget is analyzed taking into account the process of making consumer purchasing decisions. The approach to considering marketing expenses as investments and calculating their efficiency through the indicator of profitability of marketing investments is offered. There proposed a mathematical model to optimize marketing budgets, which allows determining a minimal level of expenses on a brand at which marketing measures remain effective.

Keywords: marketing budget, marketing costs, brand-oriented management system, marketing investments.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання, коли нестабільна політична ситуація та динамічність економічних і технологічних процесів загострюють функціонування підприємств на ринках, досягнення стабільної роботи можливе лише за умов конкурентоспроможності.

Посилити конкурентні позиції можливо завдяки розвитку брендів на підприємствах, а для успішного функціонування необхідно не тільки розробляти стратегію брендів, але й скласти відповідні бюджети.

Сьогодні, скорочення маркетингових бюджетів на підприємствах – об'єктивна реальність, тому гостро стає питання в ефективному процесі формування бюджету та його розподілу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обґрунтування маркетингових рішень щодо формування бюджету маркетингу розкрито в наукових працях західних учених, а саме Амблера Т. [2], Дойля П. [5; 14], Шоу Р. [12] Дж. Ленсколд [10] та ін. Результати досліджень процесу бюджетування відображені в працях вітчизняних науковців, таких як Данилюк М. [4], Лещій В. [4], Лях І. [7], Савчук В. [11], Мавріна А. [8].

Постановка завдання. Складність і неоднозначність питань, пов'язаних із процесом бюджетування на підприємствах, потребує практичного дослідження та теоретичного обґрунтування оцінки ефективності маркетингових витрат і перерозподілу бюджету залежно від дотримання бренд-орієнтованої системи управління на підприємстві.

Мета статті – визначити ефективний підхід щодо формування маркетингового бюджету для підприємств із бренд-орієнтованою системою управління.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні загострення конкуренції на ринку змушує підприємства для успішної роботи впроваджувати не тільки сучасні технології, але і якісні системи керування. Ефективне керування можливе під час здійснення процесу бюджетування, який здатен погодити діяльність підрозділів підприємства і підпорядкувати їх для досягнення стратегічної мети. Кожне підприємство по-різному буде цей процес, відповідно до встановлених цілей. Перш за все, відмінність у процесі бюджетування відбувається за рахунок того, що поняття «бюджет» має різне тлумачення у вітчизняних та закордонних джерелах, тому необхідно з'ясувати його зміст.

На підставі критичного аналізу літературних джерел з цієї проблематики [3; 4; 8] можна зробити висновки та погодитися з О. Г. Мельник [9], що бюджет – це багатоаспектне й інтегральне поняття, яке можна трактувати з різних позицій:

- з позиції виявлення майбутнього стану організації бюджет є оперативним планом;
- з позиції відображення діяльності організації чи її окремих підрозділів бюджет є розписом надходжень і видатків;
- з позиції реалізації контрольної функції бюджет є найважливішою складовою внутрішнього контролю, що характеризує формування та рівень цільового використання ресурсів організації.

Таким чином, можна надати таке визначення поняттю «бюджет маркетингу» – це розділ плану маркетингу підприємства, в якому в деталізованій формі (за елементами комплексу маркетингу або по заходах маркетингу) наведені величини витрат, доходів і прибутку від здійснення маркетингової діяльності підприємства, якій безпосередньо забезпечує конкурентоспроможність товарів і послуг за рахунок формування ефективних зв'язків зі споживачами.

Формування бюджетів залежить від цілей маркетингу в системі діяльності підприємства та розподілу за його складовими частинами.

Своєю чергою, бюджет маркетингу дає змогу:

- аналізувати рівень запланованих доходів від маркетингової діяльності;
- аналізувати витрачені кошти на проведення маркетингових заходів;

- на цьому аналізі робити прогнози;
- розробляти нові плани;
- планувати інвестиції в маркетинг на наступні періоди.

На підприємствах, які розвивають власні бренди та дотримуються бренд-орієнтованої системи управління, необхідно враховувати додаткові витрати на бренд у загальному бюджеті маркетингу. Бюджет маркетингу для підприємств з бренд-орієнтованою системою управління – це докладний план очікувань додаткових доходів і витрат на формування та розвиток бренда.

Бренд-орієнтована система управління відображає місце концепції бренда в загальній системі управління та підкреслює, що концепція бренда є основоположним фактором щодо комплексу маркетингу загалом [6]. Таким чином, поєднуються складові комплексу маркетингу в єдину систему, спрямовану на досягнення однієї мети – забезпечення формування бренда, який створює додаткову споживчу цінність і забезпечує конкурентоспроможність.

Отже, розвиток бренд-орієнтованої системи управління гарантує підприємству збільшення уваги споживачів до товарів бренда, швидке реагування на зміну вподобань цільової аудиторії, збільшення обсягів продажів, підвищення іміджу підприємства й успішне його функціонування.

Бренд-орієнтоване управління підприємством, як і традиційний маркетинговий підхід, має головну місію – задовольняти потреби споживачів, але при цьому базується на таких принципах:

1. Враховується весь комплекс потреб споживачів (функціональні, емоційні, соціальні, психологічні) та аналіз рівня задоволення від товарів бренда. Цей принцип передбачає постійний пошук шляхів підвищення лояльності споживачів і максимальну конкурентоспроможність.

2. Орієнтування бренда не лише на споживачів, а також на інтереси партнерів та загалом на суспільство. Це дає змогу забезпечувати сильні позиції бренда.

3. Концентрація всіх ресурсів на підприємстві та їх інтеграція в єдиний образ бренда. Цей принцип об'єднує всі дії та ресурси підприємства навколо створення необхідних характеристик бренда (функціональні характеристики продукції, комунікації, ідентифікація, персонал, розповсюдження та ін.)

4. Формування розуміння сутності бренда всіма працівниками підприємства та орієнтація в роботі на цінності бренда. Перш за все, формування бренд-орієнтованої культури на підприємстві важливо для фахівців, які безпосередньо будують комунікації зі споживачами.

5. Постійний розвиток бренда. В умовах постійного мінливого середовища важливо постійно робити аналіз загроз, відстежувати ситуацію на ринку, шукати нові можливості та постійно підкреслювати свої конкурентні переваги.

Таким чином, процес формування бюджету для підприємств з бренд-орієнтованою системою управління наведено на рис. 1.

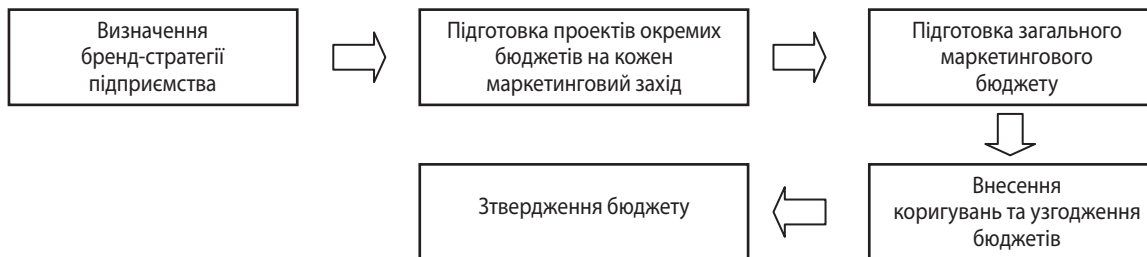


Рис. 1. Процес формування маркетингового бюджету для підприємств з бренд-орієнтованою системою управління

Для того щоб спланувати бюджет на розвиток бренда, необхідно визначити інструменти, які потребують витрат у загальному маркетинговому бюджеті.

Бренд-нейм – ім'я бренда; товарний знак – розробка унікального дизайну логотипу, який відрізняє товар бренда від товарів конкурентів; дизайн продукції та упаковки допомагає висловити особистість бренда і залучити кольором, текстурою і упаковкою споживача на підсвідомому, емоційному рівнях, що створює передумови для покупки; фірмовий стиль спрощує клієнту ідентифікацію підприємства, посилює ефективність рекламних контактів зі споживачами, формує повагу до фірми і довіру до бренда та її пропозицій; web-сайт дає можливість легко виділити цільову аудиторію бренда і спрямовувати всі зусилля саме на неї; реклама та PR допомагає бренду підприємства підтримувати міцні зв'язки зі своїми прихильниками, а також привертати увагу нових споживачів (сталість у комунікаційних повідомленнях, прихильність одній ідеї, втілення своєї місії через систему довгострокових соціально значущих акцій, регулярних, яскравих, що привертають суспільну увагу заходів) [1].

Дуже важливо приділяти увагу індивідуальності бренда – розробляти унікальний продукт, що підвищує обізнаність споживачів про бренд, та його позиціонуванню, щоб зайняти сприятливе положення в свідомості цільової аудиторії споживачів. Маркетинговий бюджет має містити у собі витрати на яскраве позиціонування бренду та на постійну активність бренду в містах продажу, цікаві стимулюючі пропозиції. Але не мало важливими є інвестиції в роботу команди бренду, що просуває бренд і транслює позитивний імідж у зовнішнє середовище.

Таким чином, виходячи з вищенаведеного структура маркетингового бюджету для бренд-орієнтованої системи управління має містити такі статті витрат:

- витрати на маркетингові дослідження в пріоритеті для визначення положення бренду на ринку та ставлення до нього споживачів;
- витрати на рекламну діяльність згідно з розробленим фірмовим стилем бренду;
- витрати на зв'язки з громадськістю;
- витрати на стимулювання продажів, що також включають у собі витрати на будівництво корпоративної культури бренду;
- організаційні витрати.

Сьогодні Інтернет змінив систему комунікацій між споживачами та брендами, це зумовило розробляти нові методи та прийоми планування та розподілу маркетингових бюджетів. У традиційній маркетинговій стратегії максимум зусиль і коштів спрямовуються на два завдання: щоб про бренд знало якомога більше потенційних покупців і щоб саме цей бренд привернув споживачів в місця продажу. Актуальність цієї стратегії втрачається, та необхідно враховувати нові особливості комунікацій зі споживачами, які сьогодні якісно інші. А тому і стратегія, і розподіл бюджету теж повинні змінитися для більш ефективної реалізації планів маркетингу.

Вітчизняна практика доводить, що маркетингові бюджети розподіляються таким чином, що більша їх частина витрачається на демонстрацію товару, виділення його серед конкурентів. Згідно з аналізом підприємства витрачають кошти на те, щоб споживач помітив товар, тому інформаційний потік інформації зростає кожен рік, і споживачу все складніше стає робити вибір. Головні зусилля фокусуються на стадіях первинного огляду та покупки, на цих стадіях маркетинговий бюджет витрачається на ідентифікацію бренду, на рекламу, проведення акцій в точках продажу. Ці заходи можуть підштовхнути споживачів до покупки, але впливати на споживачів необхідно тоді, коли вони найбільш відкриті для пропозицій, тобто в післяпродажні заходи, коли користувачі товарів дають відгуки.

Процес прийняття рішення про покупку споживачами наведено на рис. 2.

Згідно з дослідженням процесу прийняття рішень про покупки головним для споживачів є не «оболонка» продукту та рекламні повідомлення, а власний досвід або рекомендації людей, яким довіряють.

Сучасні споживачі велику увагу приділяють обміну вражень від користування брендом, тим самим беруть активну участь у подальшій долі бренду. Тому при розподілу бюджету край важливо враховувати всі аспекти споживчого сприйняття бренду – від обговорень товару в соціальних мережах до процесу покупки в магазині та післяпродажного спілкування покупця з виробником і продавцем.

Значна частка контактів споживача з брендом доводиться на власні канали підприємства, такі як корпоративний сайт, товарна упаковка, служба продажів і післяпродажне обслуговування. Як правило, ці ресурси перебувають у віданні різних відділів компанії, але для більш ефективного функціонування необхідно віддати управління всіма власними каналами комунікації голові маркетингової служби, що дасть змогу більш детально та відповідальніше складати маркетингові бюджети та з більшою вигодою для бренду їх розподіляти.

Під час бюджетування в межах управління маркетинговими витратами маркетингова служба на підприємстві має вирішувати такі завдання [7]:

- формувати загальний бюджет з урахуванням пріоритетних цілей підприємства та фінансових можливостей;
- формувати бюджет для окремих маркетингових заходів;
- розподіляти кошти;
- аналізувати та контролювати маркетингові витрати;
- забезпечувати виконання відповідних завдань.

Сьогодні треба розуміти, що маркетинговий бюджет, що містить у собі бренд-орієнтовані статті, вважається не витратами, а інвестицією. Головною задачею стає управління цією інвестицією в такий спосіб, щоб вона приносила прибуток і спричиняла зростання організації. Можна досягти збільшення повернення від маркетингових інвестицій, використовуючи показник рентабельності інвестиції як інструмент планування, оцінювання і оптимізації маркетингових стратегій.

Показник рентабельності маркетингових інвестицій досліджується відносно недавно та пропонується для оцінки маркетингових заходів переважно закордонними вченими [10; 12].

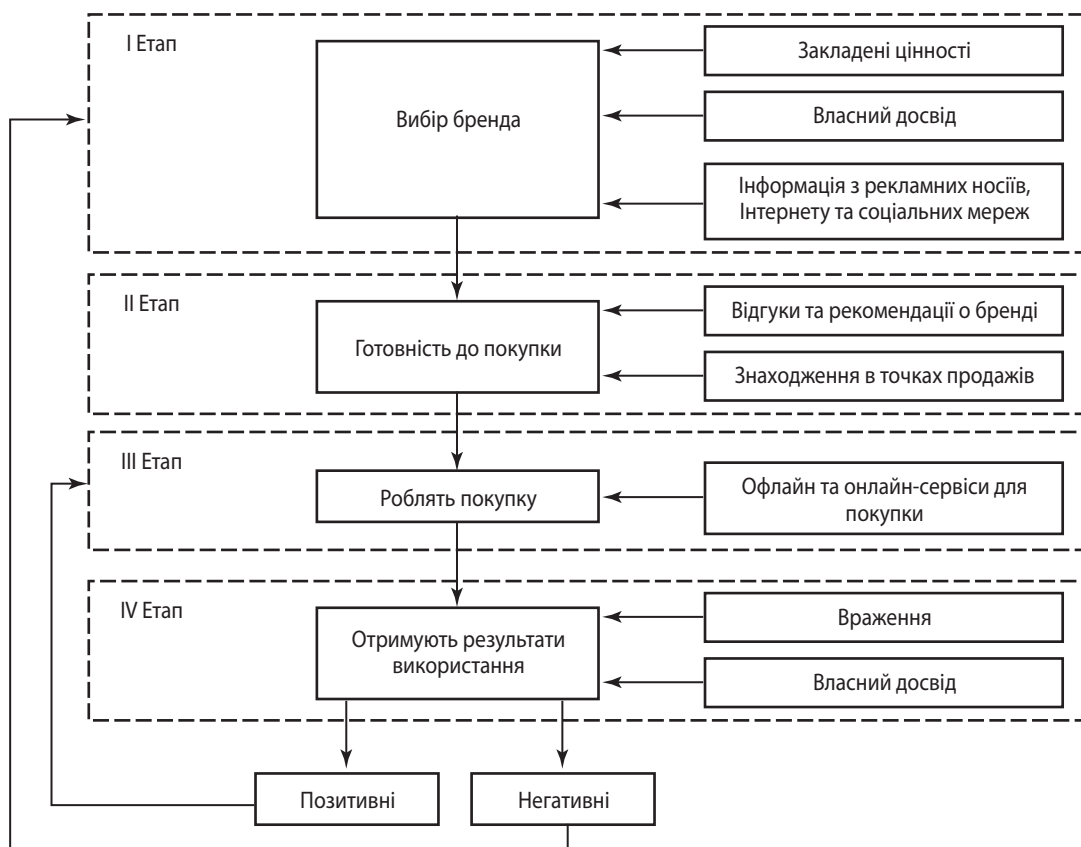


Рис. 2. Процес прийняття рішень про покупку

Джерело: складено автором

Аналіз показника рентабельності маркетингових інвестицій дозволяє стверджувати, що саме на основі його розрахунку можна оцінити та порівнювати окремі маркетингові заходи та приймати обґрунтовані рішення.

Застосування показника рентабельності маркетингових інвестицій доцільно використовувати, коли необхідно виділити пріоритетні маркетингові заходи, тобто найбільш рентабельні. Згідно з Р. Шоу і Д. Мерриком [12] при розрахунку маркетингового бюджету в цілому до його складу мають бути включені всі маркетингові заходи, показник рентабельності яких вище за нуль.

Фінансовий показник ROMI (рентабельність маркетингових інвестицій) можна розрахувати за формулою:

$$ROMI = (\text{Валовий прибуток} - \text{інвестиції в маркетинг}) / \text{інвестиції в маркетинг.}$$

Показник рентабельності інвестицій вимірюється у процентах, де позитивне значення відповідає фінансовій вигоді, а негативне значення відповідає збитку.

Економічна ситуація, яка склалася в Україні, змушує функціонувати підприємства при бюджетному обмеженні, тому буде актуальним вибирати найефективніші маркетингові заходи та включати до маркетингового бюджету заходи з найвищими показниками рентабельності.

Отже, процес бюджетування з урахуванням показників рентабельності маркетингових інвестицій може стати поштовхом для аналізу й оцінювання недоліків у маркетинговій діяльності на підприємстві, що приведе до його покращення та змінення, забезпечить оптимізацію прибутків.

Аналіз маркетингових комунікацій на основі розрахунку ROMI дає змогу відразу ж вносити корективи до бюджету, встановлювати пріоритети та скорочувати витрати.

Таким чином, показник рентабельності інвестицій стає незамінним, коли необхідно ухвалити рішення щодо тих заходів, які скеровані на:

- підвищення ступеня лояльності клієнтів;
- максимізацію «життєвої цінності клієнта»;
- підвищення ступеня задоволеності споживачів.

Отже, для ефективного реалізації плану маркетингових заходів на початку планування бюджету необхідно переглянути, які інвестиції в маркетинг допустимі та що очікувати на всіх етапах впровадження плану

в дію. Використання ROMI на початкових етапах дає змогу спрогнозувати рівень збільшення прибутковості та знайти нові шляхи для максимізації прибутків.

В ситуаціях, коли отримати інформацію та провести маркетингові дослідження про бренд не вдається, необхідно застосувати математичну модель. Згідно з дослідженням Шталь Т. В. [13; 15] ця модель відображає залежність попиту від маркетингових витрат:

$$Y(M) = Y_m \left[1 + \frac{Y_m - Y_0}{Y} e^{-\frac{M}{v}} \right]^{-1},$$

де $Y(M)$ – рівень попиту залежно від маркетингових витрат, грн;
 Y_m – максимально досяжний рівень попиту, грн;
 Y_0 – початковий рівень попиту, грн;
 M – витрати на маркетинг, грн;
 v – коефіцієнт ступеня сприйняття ринку, грн.

Диференціальна форма рівняння має вигляд:

$$Y(M) = Y_m \left[1 + \frac{Y_m - Y_0}{Y} e^{-\frac{M}{v}} \right]^{-1}, \quad Y' = \frac{1}{v} \frac{Y_m - Y}{Y_m}.$$

Параметр v , який виражає розмір недоотриманого маржинального прибутку від відповідних «економічно недосяжних» продажів:

$$v = (Y_m - Y_{om})(p_m - c),$$

де p_m – ціна марочного продукту, грн;
 c – питома вага постійних витрат з виробництва продукту, грн;
 Y_{om} – ефективний рівень попиту, шт.

Ціна марочного продукту, яка встановлюється на товар бренда, розраховується:

$$p_m = p + (p_0 \times P_p),$$

де p_0 – ціна орієнтир, ціна типового товару цієї категорії, грн;
 P_p – цінова премія за бренд, %.

Аналіз цієї моделі для підприємств з бренд-орієнтованою системою дає змогу оптимізувати маркетинговий бюджет з умовою, що попит на товари бренда був відомий на початку випуску та оцінюється розмір очікуваного попиту.

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок. Процес бюджетування на підприємстві відіграє значущу роль у прийнятті управлінських рішень. Розуміння процесу прийняття споживчих рішень про покупки та визначення оптимальніших статей витрат на маркетинг дозволять оптимізувати бюджети та з більшою ефективністю впроваджувати стратегію бренда.

Вдосконалення процесу формування маркетингових бюджетів для підприємств з бренд-орієнтованою системою управління дозволить надавати більш об'єктивну оцінку брендам та знаходити напрямки економії витрат.

На сьогодні керівники підприємств, розподіляючи бюджети, не надають значної уваги маркетингу та фінансують маркетингові заходи, особливо маркетингові дослідження за залишковим принципом, що негативно впливає на діяльність всього підприємства. Перш за все, необхідно постійно проводити дослідження споживачів і вивчати зміни у їх поведінці та вподобаннях. На підприємствах з бренд-орієнтованою системою управління важливо ефективно розподіляти бюджет, щоб бренд постійно тримав свої позиції на ринку та підвищував рівень лояльності споживачів.

Таким чином, оцінка ефективності маркетингової діяльності – ключове завдання для керівників, тому робити моніторинг маркетингових інвестицій зі застосуванням аналізу рентабельності витрат і повернення цих інвестицій дасть змогу визначати ступінь бюджетних обмежень і прогнозувати доходи. Запропонована модель оптимізації маркетингових бюджетів дозволяє визначати мінімальний рівень необхідних витрат, за якого маркетингові заходи мають сенс.

Подальші дослідження спрямовані на опрацювання процесу оптимізації витрат на бренд та удосконалення механізму складання та розподілу маркетингових бюджетів для ефективного функціонування підприємств з бренд-орієнтованою системою управління.



Література: 1. Аакер Д. Создание сильных брендов. М. : ИД Гребенникова, 2003. 436 с. 2. Амблер Т. Маркетинг и финансовый результат: Новые метрики богатства корпорации. М. : Финансы и статистика, 2003. 248 с. 3. Бланк И. А. Управление использованием капитала. Киев : Ника-Центр, 2000. 656 с. 4. Данилюк М. О., Лещій В. П. Теорія і практика процесно-орієнтованого управління витратами : наук. вид. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2002. 248 с. 5. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. СПб. : Питер, 2002. 544 с. 6. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_280_288_0.pdf. 7. Лях І. С. Методологічні засади формування маркетингового бюджету підприємства. URL: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/823>. 8. Мавріна А. О. Оцінювання ефективності маркетингових заходів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2009. № 640. С. 334–341. 9. Мельник О. Г. Методи бюджетного планування. *Фінанси України*. 2003. № 12. С. 37–46. 10. Ленсколд Дж. Рентабельность инвестиций в маркетинге. Методы повышения прибыльности маркетинговых компаний / под ред. В. Б. Колчанова, М. А. Карлика. СПб. : Питер, 2005. 272 с. 11. Савчук В. П. Как измерить эффективность маркетинга, или «финансы маркетинга» // Консалтинговая компания «Стратегический партнер». URL: <http://s-p.com.ua/biblio/?cat=2&bid=41>. 12. Шоу Р., Меррик Д. Прибыльный маркетинг: Окупается ли ваш маркетинг? Киев : Companion Group, 2007. 617 с. 13. Шталь Т. В. Оптимізація маркетингових витрат на підприємствах ресторанного господарства. *Менеджер: Вісник Донецького державного університету управління*. 2011. Т. 10, № 2 (56). С. 218–223. 14. Doyle P. Building value-based branding strategies. *Journal of Strategic Marketing*. 2001. No. 9. P. 255–268. 15. Shtal T. V., Buriak M. M. Methods of analysis of the external environment of business activities. *Espacios*. 2018. No. 12. URL: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n12/a18v39n12p22.pdf>.

References: 1. Aaker D. Sozdaniye silnykh brendov. M. : ID Grebennikova, 2003. 436 p. 2. Ambler T. Marketing i finansovyy rezultat: Novyye metriki bogatstva korporatsii. M. : Finansy i statistika, 2003. 248 p. 3. Blank I. A. Upravleniye ispolzovaniyem kapitala. Kiyev : Nika-Tsentr, 2000. 656 p. 4. Danyliuk M. O., Leshchii V. P. Teoriia i praktyka protsesno-oriietovanoho upravlinnia vytratamy : nauk. vyd. Ivano-Frankivsk : Misto NV, 2002. 248 p. 5. Doyl P. Marketing-menedzhment i strategii. SPb. : Piter, 2002. 544 p. 6. Ivashova N. V Formuvannia brend-oriietovanoi systemy upravlinnia promyslovym pidpriemstvom. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_280_288_0.pdf. 7. Liakh I. S Metodolohichni zasady formuvannia marketynhovoho biudzhetu pidpriemstva. URL: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/823>. 8. Mavrina A. O. Otsiniuvannia efektyvnosti marketynhovyykh zakhodiv [Evaluating the Effectiveness of Marketing Activities]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. 2009. No. 640. P. 334–341. 9. Melnyk O. H. Metody biudzhethnoho planuvannia [Methods of Budget Planning]. *Finansy Ukrainy*. 2003. No. 12. P. 37–46. 10. Lenskold Dzh. Rentabelnost investitsiy v marketinge. Metody povysheniya pribylnosti marketingovykh kompaniy / pod red. V. B. Kolchanova, M. A. Karlika. SPb. : Piter, 2005. 272 p. 11. Savchuk V. P. Kak izmerit effektivnost marketinga, ili «finansy marketinga» // Konsaltingovaya kompaniya «Strategicheskii partner». URL: <http://s-p.com.ua/biblio/?cat=2&bid=41>. 12. Shou R., Merrik D. Pribylnyy marketing: Okupayetsya li vash marketing? Kiyev : Companion Group, 2007. 617 p. 13. Shtal T. V Optymizatsiia marketynhovyykh vytrat na pidpriemstvakh restorannoho hospodarstva [Optimization of Marketing Expenses at Restaurant Enterprises]. *Menedzher: Visnyk Donetskoho derzhavnogo universytetu upravlinnia*. 2011. Vol. 10, No. 2 (56). P. 218–223. 14. Doyle P. Building value-based branding strategies. *Journal of Strategic Marketing*. 2001. No. 9. P. 255–268. 15. Shtal T. V., Buriak M. M. Methods of analysis of the external environment of business activities. *Espacios*. 2018. No. 12. URL: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n12/a18v39n12p22.pdf>.

Інформація про автора

Зубко Дар'я Олександрівна – аспірант кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки 9, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: darya.zubko@hneu.net).

Інформація об авторе

Зубко Дарья Александровна – аспірант кафедри міжнародної економіки і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки 9, г. Харків, 61166, Україна; e-mail: darya.zubko@hneu.net).

Information about the author

D. Zubko – Postgraduate Student of Department of International Economics and Management of Foreign Economic Activity, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: darya.zubko@hneu.net).

Стаття надійшла до ред.
20.06.2018 р.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ НА МАКРО- ТА МІКРОРІВНЯХ

**Осмятченко В. О.
Білобровенко Т. В.**

Анотація. Досліджено ефективність оподаткування податку на додану вартість (ПДВ) на рівні держави та на рівні суб'єктів господарювання; узагальнено показники фіскальної ефективності ПДВ та наведено показники ефективності оподаткування на мікрорівні. Доведено, що з метою удосконалення системи адміністрування ПДВ слід переглянути законодавчу базу та всіляко сприяти поживленню фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, що розширить діючу базу оподаткування та підвищить фіскальну ефективність ПДВ. Доведено, що фіскальна ефективність ПДВ на макрорівні напряму залежить від ефективності оподаткування на мікрорівні.

Ключові слова: податок на додану вартість, ефективність, фіскальна ефективність, ефективність оподаткування на мікрорівні.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЛОЖЕНИЯ НАЛОГОМ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ НА МАКРО- И МИКРОУРОВНЯХ

**Осмятченко В. А.
Белобровенко Т. В.**

Аннотация. Исследована эффективность налогообложения налога на добавленную стоимость (НДС) на уровне государства и на уровне субъектов хозяйствования; обобщены показатели фискальной эффективности НДС, и приведены показатели эффективности налогообложения на микроуровне. Доказано, что с целью усовершенствования системы администрирования НДС следует пересмотреть законодательную базу и всячески способствовать оживлению финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования, что расширит действующую базу и повысит фискальную эффективность НДС. Доказано, что фискальная эффективность НДС на макроуровне напрямую зависит от эффективности налогообложения на микроуровне.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, эффективность, фискальная эффективность, эффективность налогообложения на микроуровне.

THE EFFICIENCY OF COLLECTING VALUE ADDED TAX AT THE MACRO AND MICRO LEVEL

**V. Osmyatchenko
T. Belobrovenko**

Abstract. The article investigates the efficiency of collecting Value Added Tax (VAT) at the state level and the level of business entities, summarizes the indicators of fiscal efficiency of VAT, and shows the efficiency of taxation at the micro level. It is proved that in order to improve the VAT administration system, it is necessary to revise the legislative framework and in every way promote the revival of financial and economic activities of business entities, which will expand the existing framework and increase the fiscal efficiency of VAT. It is proved that the fiscal efficiency of VAT at the macro level directly depends on the efficiency of taxation at the micro level.

Keywords: value added tax, efficiency, fiscal efficiency, efficiency of taxation at the micro level.

Вступ та постановка проблеми. Податок на додану вартість (далі – ПДВ) – це один із найбільш ефективних податків у світі, але водночас є складним в адмініструванні та обчисленні. ПДВ серед усіх інших податків, передбачених податковою системою України, забезпечує найбільші надходження, тобто є фіскально значущим. Дуже важливо при адмініструванні цього податку забезпечити оптимальні умови оподаткування

для суб'єктів господарювання, щоб вони мали можливість збільшувати свої доходи і, як наслідок, суми ПДВ, що підлягають сплаті до державного бюджету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження ефективності оподаткування ПДВ зробили такі провідні вчені, як: Г. Василевська, О. Гордєєва, Н. Захарова, Н. Малініна, А. Мирон, Т. Паянок, А. Пислиця, А. Полторак, А. Скрипник, В. Тараненко, Т. Тищук, К. Хіміч. Але потребує подальшого дослідження залежність фіскальної ефективності ПДВ на рівні держави від ефективності оподаткування суб'єктів господарювання.

Метою цієї статті є дослідження залежності фіскальної ефективності ПДВ на макрорівні від ефективності оподаткування на мікрорівні.

Результати дослідження. Ефективність – це складне економічне поняття, яке охоплює різні рівні економіки (загальнодержавний, галузевий, рівень підприємства або макро- та мікрорівні). Досліджуючи сутність терміна «ефект», можна стверджувати, що в широкому розумінні він може означати результат будь-якого процесу. Тому і ефект, і результат розглядаються як синоніми. Поняття «ефективність» на відміну від «ефекту» є значно ширшим і враховує не лише отриманий результат, але й витрати, що були понесені на його отримання. Ефективність – це співвідношення між отриманим результатом (ефектом) і витратами ресурсів, використаних з метою досягнення цього результату. Економічний зміст отриманого результату показує, яку суму коштів витрачає держава для забезпечення надходження одиниці грошових коштів до бюджету у вигляді податків.

Фіскальна функція податків в умовах сучасного стану економічного розвитку в Україні є найбільш важливою, оскільки для України першочерговим завданням є наповнення державного бюджету і скорочення бюджетного дефіциту для фінансування своїх витрат, які в сучасних умовах і так досить обмежені, а соціальні програми постійно скорочуються.

Складність трансформації податкової системи України при переході від суто фіскальної до стимулюючої ділової активності і виробництва системи оподаткування підприємств збільшується у зв'язку з тим, що вона відбувається в умовах дефіциту фінансових ресурсів у державі.

Категорія «фіскальна ефективність» має походження від латинського слова «фіск», що означає «казна, сховище грошей», а термін «ефективність адміністрування ПДВ» – це співвідношення результатів і витрат на адміністрування ПДВ. Ефективність адміністрування ПДВ забезпечується мінімізацією витрат, пов'язаних зі сплатою ПДВ, що досягається за рахунок удосконалення чинного податкового законодавства, спрощення механізму його адміністрування, проведення масово-роз'яснювальної роботи та підвищення якості перевірок ПДВ. Звідси фіскальна ефективність ПДВ визначається як показник повноти та своєчасності надходження ПДВ до бюджету за мінімальних затрат на його адміністрування. Проте таке тлумачення фіскальної ефективності ПДВ не враховує аналізу тіньової економіки, що забезпечує, з одного боку, потенціал зростання коштів бюджету та їх відволікання – з іншого.

А. Скрипник та Т. Паянок зазначають, що фіскальна ефективність – це можливість стабільного забезпечення очікуваного рівня надходжень, притаманного державам, які знаходяться в подібних соціально-економічних умовах і характеризуються схожим рівнем розвитку. У кількісному вимірі фіскальна ефективність ПДВ вимірюється як частка надходжень цього податку у ВВП [1, с. 30].

В економічній теорії існують й інші чинники, що впливають на фіскальну ефективність ПДВ, серед них: частка ПДВ у ВВП, валові надходження ПДВ, бюджетне відшкодування та пільги, зміни структури податку, продуктивність та ефективна ставка ПДВ. Фіскальна ефективність ПДВ може виражатися через ряд абсолютних і відносних величин. Серед абсолютних слід виділити чисті надходження ПДВ до бюджету (за мінусом бюджетного відшкодування). Збільшення фіскальної ефективності ПДВ характеризується збільшення надходжень ПДВ до бюджету в динаміці у разі зменшення бюджетного відшкодування цього податку.

Вважаємо, що фіскальна ефективність ПДВ – це здатність ПДВ забезпечувати належний обсяг надходжень ПДВ за мінусом бюджетного відшкодування, здійснювати адміністрування податку, фінансування витрат за рахунок надходження ПДВ, з одночасною мінімізацією втрат від застосування пільгового оподаткування і застосування незаконних схем і мінімізації ПДВ.

Можна виділити такі чинники, які впливають на фіскальну ефективність:

- база оподаткування ПДВ – наявність широкої бази підвищує фіскальну ефективність податку;
- диференціація ставок ПДВ (може використовуватися як альтернатива податковим пільгам);
- еластичність споживання щодо цін і доходів (чим менш еластичним є споживання щодо цін, тим більшими є надходження податку, а споживання має зростати зі зростанням доходу);
- податкові пільги (велика кількість пільг знижує фіскальну ефективність ПДВ);
- сезонні коливання надходження ПДВ (стабільність обсягів надходження податку до бюджету забезпечує його вищу фіскальну ефективність);

- рівень точності планування надходжень податку (ефективний механізм прогнозування дозволяє забезпечити збалансованість надходжень ПДВ);
- рівень податкової дисципліни (дотримання платниками вимог нормативно-правових актів і рівень податкової культури забезпечують повне та вчасне надходження ПДВ до бюджету і, як наслідок, підвищують його фінансову ефективність).

Поряд із фінансовою ефективністю ПДВ доцільно звернути увагу на його фінансовий потенціал – максимально можлива сума надходжень за певний період часу, що може бути мобілізована до державного бюджету, а також сума невикористаних можливостей щодо оподаткування ПДВ.

Під час визначення фінансової ефективності ПДВ особливу увагу слід приділяти таким чинникам, як: валові надходження ПДВ, сума ПДВ, заявлена до відшкодування, податкові пільги, повнота сплати ПДВ до бюджету, співвідношення фактичних і планових надходжень ПДВ, ефективна ставка та продуктивність податку. Щодо співвідношення показників фактичних і потенційних надходжень, то слід звернути увагу на те, що розрахунок останніх показників є досить складним. Це зумовлено тим, що процес прогнозування надходження ПДВ не можна спрогнозувати стовідсотково, оскільки є непередбачувані фактори та змінні. Якщо обсяги потенційних надходжень характеризуються неясністю, то планові надходження більш-менш передбачувані. Обсяг останніх зазначається у Законі України «Про Державний бюджет» на відповідні роки.

Порівнюючи фактичні та планові показники надходжень ПДВ, можна вивести такий їх взаємозв'язок: рівень виконання – рівень прогнозованості – фінансова надійність – фінансова ефективність. Саме фінансова надійність і виступає критерієм фінансової ефективності [2].

Фінансова ефективність є комплексним поняттям і полягає в здійсненні всебічної та повної оцінки ефективності. Запропоновані показники для оцінки фінансової ефективності зазначені у табл. 1.

Таблиця 1

Показники оцінки фінансової ефективності ПДВ

Назва коефіцієнта	Нормативне значення	Примітка
Коефіцієнт еластичності ПДВ	> 1	Якщо коефіцієнт більший за 1, то ПДВ забезпечує стабілізуючий вплив на економіку. Високий рівень точності прогнозів характеризує високу ефективність роботи, що забезпечує постійність доходів бюджету
Коефіцієнт ефективності збору ПДВ	> 0,7 (70 %)	Ці коефіцієнти доповнюють один одного. Встановлені нормативні значення забезпечують поріг до досягнення критичного стану (коли відшкодування більше за надходження ПДВ)
Коефіцієнт ефективності відшкодування ПДВ	< 0,3 (30 %)	
Ефективна ставка ПДВ	Повинна наблизитися чи бути рівною стандартній ставці (20 %)	Реальна ставка повинна максимально відповідати стандартній ставці
Коефіцієнт реалізації фінансової спроможності ПДВ	Наблизитися до 1	Це нормативне значення означає, що обсяг тіньового ПДВ прямує до 0. Значний обсяг тіньового ПДВ негативно впливає на його фінансову ефективність
Коефіцієнт витрат на адміністрування ПДВ	Повинен бути мінімальним	-
Коефіцієнт співвідношення прогнозних і фактичних показників надходження ПДВ	Наблизитися до 1	Чим вищим є показник, тим більше прогноз відповідає фактичним даним
Коефіцієнт надходження штрафних санкцій	Наблизитися до 0	Цей показник достатньо суперечливий, оскільки зростання надходжень штрафних санкцій означає додаткові надходження до бюджету, але водночас ці додаткові надходження є сигналом неефективності механізму адміністрування ПДВ
Коефіцієнт співвідношення невідшкодованих і відшкодованих сум ПДВ	Наблизитися до 0	Цей коефіцієнт повинен бути якомога меншим, що означає задоволення більшості заявок на відшкодування
Коефіцієнт співвідношення суми пільг і надходжень з ПДВ	Повинен бути мінімальним	Є дуже важливим для комплексної оцінки фінансової ефективності ПДВ, оскільки впливає на його здатність виконувати головну фінансову функцію

Джерело: розроблено авторами

Запропонована система оцінки фіскальної ефективності забезпечить повний і всебічний аналіз основних показників фіскальної ефективності, а це уможливить розробку обґрунтованих пропозицій для її підвищення.

У табл. 2 наведено фактичні надходження ПДВ до бюджету, а також кінцеве споживання, розраховано ефективну ставку ПДВ, продуктивність ПДВ, ефективність ПДВ, а також визначено податковий розрив між потенційними та фактичними надходженнями податку до бюджету України.

Таблиця 2

Динаміка показників фіскальної ефективності ПДВ в Україні за 2011–2017 рр.

№ з/п	Показник	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Надходження ПДВ, млрд грн	130.09	138.83	128.27	139.02	178.45	235.51	313.98
2	Кінцеве споживання домашніх господарств, млрд грн	859	950	1047	1121	1317	1538	1824
3	Ефективна ставка ПДВ, % (р. 1 / р. 2)	15.14	14.61	12.25	12.40	13.55	15.31	17.21
4	Продуктивність ПДВ, % (р. 3 / 20 %)	75.7	73.05	61.25	62.0	67.75	76.55	86.05
5	Коефіцієнт ефективності ПДВ, % (частка ПДВ у ВВП / 20 %)	50.0	49.5	44.0	44.5	45.0	49.5	50.0
6	Потенційні надходження ПДВ з кінцевого споживання, млрд грн	136.05	160.44	176.30	184.64	203.31	271.26	356.02
7	Податковий розрив для податку на додану вартість, млрд грн (р. 6 – р. 1)	5.96	21.61	48.03	45.62	24.86	35.75	42.04

Джерело: складено авторами за даними ДФС України [3]

Аналізуючи ефективну ставку та коефіцієнт продуктивності, слід зазначити, що ці показники ефективності мали нестабільний хвилеподібний характер протягом 2011–2017 рр. У 2017 році показники досягли свого максимального значення та становили 17,21 % та 86,05 % відповідно. Це пояснюється значним зростанням ВВП України, обсягів імпорту, товарообороту, сприятливими умовами для ведення господарської діяльності тощо.

Коефіцієнт ефективності ПДВ, який розраховується діленням частки ПДВ у ВВП на загальну ставку ПДВ, показує рівень віддачі національної економіки, зростання цього показника вказує на підвищення фіскальної ефективності ПДВ. Цей коефіцієнт протягом досліджуваного періоду незначно змінювався і повернувся на позиції 2011 року. В Україні спостерігається досить високий рівень показника ефективності ПДВ (за даними МВФ, середній світовий показник становить 34 %). Зазначимо, що коефіцієнт ефективності є недосконалим, оскільки існують проблеми достовірного визначення обсягу ВВП у країнах з великим сектором тіньової економіки.

Податковий розрив – це недоотримані суми податку у бюджет. Його значення протягом 2011–2017 рр. мало хвилеподібний характер. Найбільше відхилення було зафіксовано у 2013 році – 48,03 млрд грн, а найменше – у 2011 році – 5,96 млрд грн. Серед причин недоотримання слід виділити нульову ставку оподаткування, тіньову економіку та незаконні схеми відшкодування ПДВ. За даними експертів, обсяги тіньового сектора економіки України досягають 52,8 % від ВВП [4, с. 96].

Для визначення фіскальної ефективності ПДВ наведемо динаміку макроекономічних показників. Упродовж останніх років можна зазначити посилення ролі непрямого оподаткування у податковій сфері: так, якщо у 2015 р. відносно 2014 р. доходи Зведеного бюджету України зросли на 46,86 %, у 2016 р. відносно 2015 р. зросли на 20,06 %, у 2017 р. відносно 2016 р. зросли на 29,90 %, а податкові надходження до зведеного бюджету зросли на 42,82 %, 28,20 % та 27,26 % відповідно, то ПДВ – на 28,36 %, 31,97 % та 33,32 % відповідно. Також збільшується питома вага ПДВ у структурі податкових надходжень Державного бюджету з 43,59 % у 2015 р. до 50,06 % у 2017 р. Прискорене зростання надходжень від ПДВ у 2017 р. відбулося під впливом інфляційного та девальваційного процесу. Перенесення оподаткування на споживання є загальноєвропейським трендом з метою збільшення частки доходів і прибутків у розпорядженні платників податків.

Щоб побачити реальну значущість ПДВ для бюджету, розглянемо його місце та частку в доходах Державного бюджету, які відображені в табл. 3.

З таблиці видно, що показники, які відображають фіскальну ефективність ПДВ в динаміці, засвідчують наявність дестабілізуючих факторів, що мають негативний вплив на фіскальну ефективність. У результаті дослідження встановлено, що у 2017 році фіскальна роль ПДВ зросла до 10 % ВВП. Можна зробити висновок, що за рахунок ПДВ протягом досліджуваного періоду забезпечувалося 33,57–33,54 % доходів зведеного бюджету, 35,15–40,15 % податкових надходжень зведеного бюджету, 27,37–41,71 % доходів державного бюджету.

ту та 43,59–51,73 % податкових надходжень Державного бюджету України. Це свідчить про важливе місце ПДВ серед інших податків та усіх податкових надходжень і доходів зведеного і державного бюджету (рис. 1). Найбільший обсяг надходжень ПДВ спостерігається у 2016–2017 роках.

Таблиця 3

Динаміка частки ПДВ за 2011–2017 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Доходи зведеного бюджету, всього (млн грн)	387853	432 944	429 986	443983	652031	782748	1016788
Податкові надходження зведеного бюджету, млн грн	323991	347986	341165	355428	507636	650782	828159
Доходи державного бюджету, всього (млн грн)	311898	344711	337618	354966	531551	612103	787297
Податкові надходження державного бюджету, млн грн	261605	274715	262777	280178	409418	503879	627154
В тому числі ПДВ, млн грн	130094	138827	128269	139024	178452	235506	313980
Частка ПДВ у доходах зведеного бюджету, %	33.54	32.07	29.83	31.31	27.37	30.09	30.88
Частка ПДВ у податкових надходженнях зведеного бюджету, %	40.15	39.89	37.60	39.11	35.15	36.19	37.91
Частка ПДВ у доходах державного бюджету, %	41.71	40.27	37.99	39.17	33.57	38.47	39.88
Частка ПДВ в податкових надходженнях державного бюджету, %	49.73	50.53	48.81	49.62	43.59	46.74	50.06
Частка ПДВ в ВВП, %	10.0	9.9	8.8	8.9	9.0	9.9	10.0

Джерело: складено авторами за даними Державної фіскальної служби України [3]

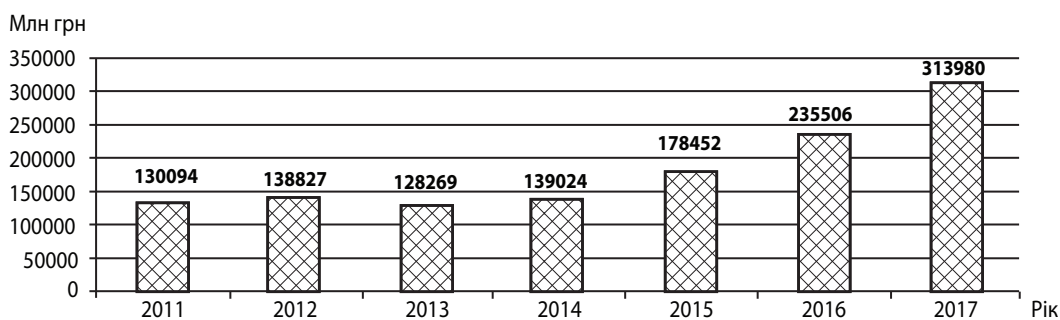


Рис. 1. Динаміка зміни надходження ПДВ до державного бюджету протягом 2011–2017 рр., млн грн

Джерело: складено авторами за даними Державної фіскальної служби України [3]

Варто зауважити, що під час оцінювання фіскальної ефективності необхідно розглядати також внутрішню (на мікрорівні) ефективність.

Досліджуючи фіскальну ефективність, не слід забувати, що вона забезпечується за рахунок ефективності діяльності суб'єкта господарювання, адже чим більше виробляється продукції, робіт, послуг, тим більший дохід і відповідно сума ПДВ. Тому держава має забезпечити вигідні умови функціонування суб'єктів господарювання шляхом забезпечення оптимального рівня оподаткування – ефективності оподаткування, а саме який вигідний для держави і одночасно дає можливість для підприємств збільшувати обсяги своєї діяльності і нарощувати власний капітал.

Ефективність оподаткування на мікрорівні визначається шляхом аналізу впливу податкових механізмів на результати діяльності суб'єктів господарювання, зокрема, на обсяги виготовленої та реалізованої продукції.

ції, динаміку чистого прибутку, активності інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, можливості оновлення основних засобів, нарощування капіталу, зокрема власного оборотного капіталу тощо.

Оцінку ефективності оподаткування проводять на основі даних податкової звітності підприємств шляхом аналізу суми сплачених податків, їх динаміки, структури податкових платежів, податкового навантаження. Під податковим навантаженням на мікрорівні розуміють відношення загальної суми податків і зборів, сплачених підприємством, до економічних показників його фінансово-господарської діяльності.

Оцінюючи ефективність оподаткування на мікрорівні, більшість науковців дотримуються думки, що вона характеризується системою показників, наведених в табл. 4.

Таблиця 4

Система показників оцінювання ефективності оподаткування на мікрорівні

Показник	Економічний зміст показника
<i>Загальні показники ефективності оподаткування</i>	
Індекс загального податкового навантаження	Показує відношення загального розміру всіх сплачених підприємством податків до доданої вартості
Питома вага податку у структурі податкових платежів	Визначає питому вагу кожного податку у структурі податкових платежів
Податкомісткість	Відображає суму всіх податкових платежів підприємства, що припадає на одиницю обсягу реалізованої продукції (чистого прибутку, валового доходу)
Коефіцієнт податкового навантаження на фінанси підприємства	Показує відношення загального розміру всіх сплачених підприємством податків до середньорічної валюти балансу
Коефіцієнт податкового навантаження на власний капітал	Показує відношення загального розміру всіх сплачених підприємством податків до середньорічного розміру власного капіталу підприємства
Коефіцієнт ефективності оподаткування	Відображає відношення чистого прибутку підприємства до загального розміру всіх сплачених податків
Коефіцієнт податкового навантаження витрат із ПДВ	Частка ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету в загальній сумі витрат
Коефіцієнт податкового навантаження доходу від реалізації продукції із ПДВ	Частка ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету в доході від реалізації продукції
<i>Часткові показники ефективності оподаткування</i>	
Ефективна ставка оподаткування	Відображає відношення конкретного податку до бази оподаткування. Розраховане значення порівнюють з номінальною ставкою оподаткування
Коефіцієнт оподаткування прибутку	Питома вага податкових платежів, що сплачуються з валового прибутку, у сумі валового прибутку
Коефіцієнт оподаткування виручки	Питома вага податкових платежів, що сплачуються з виручки (ПДВ, акцизний податок), у загальній сумі виручки від реалізації
Коефіцієнт оподаткування експортних операцій	Визначає питому вагу митних платежів у виручці від реалізованої на експорт продукції
<i>Спеціальні показники ефективності оподаткування</i>	
Коефіцієнт пільгового оподаткування	Визначає ефективність використання підприємством передбачених законодавством податкових пільг. Розраховується відношенням загального розміру податкових пільг до суми податкових пільг та планових податкових платежів
Коефіцієнт ефективності використання податкових пільг	Визначається відношенням використаних податкових пільг до виручки (чистого прибутку, валового доходу)

Джерело: узагальнено авторами на основі [5–7]

Аналіз розглянутих груп показників податкового навантаження дає можливість оцінити вплив механізму оподаткування на фінансові результати діяльності підприємства, визначити податковий потенціал, порівняти податкове навантаження підприємств у різних галузях економіки, зокрема на промислових підприємствах.

Отже, фіскальна ефективність ПДВ на пряму залежить від ефективності оподаткування на рівні суб'єктів господарювання та передбачає при цьому створення оптимальних умов для розвитку підприємства і нарощування власного капіталу. Такий підхід сприятиме реалізації таких цілей:

- для держави – збільшення доходів державного бюджету за рахунок розширення податкової бази та скорочення обсягів тіньової економіки;
- для суб'єктів господарювання – оптимізації співвідношення між обсягами отриманої виручки та сумою податкових платежів, покращенню умов для здійснення підприємницької діяльності, гармонізації відносин між державою та суб'єктами господарювання.

Негативною стороною цього бачення є фактор часу, тобто створюючи оптимальні умови для ведення бізнесу, фіскальний ефект в перші роки буде найменший, проте в подальшому забезпечить значні надходження до бюджету.

Висновки. В Україні ПДВ є основним бюджетотворюючим податком. На відміну від країн ЄС, де основні надходження забезпечуються податком з доходів фізичних осіб, в Україні цей податок стоїть на першому місці за його фіскальним значенням. З метою одержання позитивних наслідків як для держави, так і для платників податків, реформування ПДВ має бути економічно обґрунтоване та підтверджуватися прогнозом соціальних наслідків.

Зважаючи на вище викладене, важливо удосконалювати систему адміністрування ПДВ, переглянути законодавчу базу та всіляко сприяти поживленню фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, що розширить діючу базу оподаткування ПДВ та підвищить його фіскальну ефективність, тобто фіскальна ефективність ПДВ на макrorівні залежить від ефективності оподаткування на мікрорівні.

Література: 1. Скрипник А. В., Паянок Т. М. Фіскальна ефективність та можливі шляхи реформування ПДВ в Україні. *Економіка України*. 2008. № 4. С. 29–42. 2. Пислиця А. В. Фіскальна ефективність акцизів: система показників, фактори впливу. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Aprer/2008_4_2/64.pdf. 3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/>. 4. Тищук Т. А., Харазішвілі Ю. М. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрямки подолання : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2011. 96 с. 5. Василевська Г. Практика застосування пільгових податкових преференцій в Україні. *Вісник ТНЕУ*. 2013. № 1. С. 108–121. 6. Гордеева О. В. Оценка эффективности налоговой политики. *Налоги и налогообложение*. 2006. № 10. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/78437>. 7. Захарова Н. І., Тараненко В. Є., Хіміч К. І. Критерії оцінювання фіскальної ефективності місцевого оподаткування. *Вісник ДДФА. Економічні науки*. 2012. № 2. С. 162–170. 8. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 9. Тренди в динаміці податку на додану вартість у 2011–2016 роках / Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України. 2017. 27 с. URL: <https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/2017-12-13-pdv-trendy.pdf>.

References: 1. Skrypnyk A. V., Paianok T. M. *Fiskalna efektyvnist ta mozhyvi shliakhy reformuvannia PDV v Ukraini* [Fiscal Efficiency and Possible Ways of VAT Reform in Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*. 2008. No. 4. P. 29–42. 2. Pyslytsia A. V. *Fiskalna efektyvnist aktsyviz: sistema pokaznykiv, faktory vplyvu*. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Aprer/2008_4_2/64.pdf. 3. *Ofitsiyniy sait Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy*. URL: <http://sfs.gov.ua/>. 4. Tyshchuk T. A., Kharazishvili Yu. M. *Tinova ekonomika v Ukraini: masshtaby ta napriamy podolannia : analit. dop.* Kyiv : NISD, 2011. 96 p. 5. Vasylevska H. *Praktyka zastosuvannia pilhovykh podatkovykh preferentsii v Ukraini* [The Practice of Applying Preferential Tax Preferences in Ukraine]. *Visnyk TNEU*. 2013. No. 1. P. 108–121. 6. Gordeyeva O. V. *Otsenka effektivnosti nalogovoy politiki. Nalogi i nalogoblozheniye*. 2006. No. 10. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/78437>. 7. Zakharova N. I., Taranenko V. Ye., Khimich K. I. *Kryterii otsiniuvannia fiskalnoi efektyvnosti mistsevoho opodatkovannia* [Criteria for Assessing the Fiscal Efficiency of Local Taxation]. *Visnyk DDFA. Ekonomichni nauky*. 2012. No. 2. P. 162–170. 8. *Podatkovyi kodeks Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 No. 2755-VI* // *Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 9. *Trendy v dynamitsi podatku na dodanu vartist u 2011–2016 rokakh / Ofis z finansovoho ta ekonomichnoho analizu u Verkhovnii Radi Ukrainy*. 2017. 27 p. URL: <https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/2017-12-13-pdv-trendy.pdf>.

Інформація про авторів

Осмятченко Володимир Олександрович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку Національного університету ДФС України (вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 08201, Україна).

Білобровенко Тетяна Володимирівна – старший викладач кафедри аудиту та економічного аналізу Національного університету ДФС України (вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 08201, Україна).

Інформація об авторах

Осмятченко Владимир Александрович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой бухгалтерского учета Национального университета ДФС Украины (ул. Университетская, 31, г. Ирпень, 08201, Украина).



Белобровенко Татьяна Владимировна – старший преподаватель кафедры аудита и экономического анализа Национального университета ГФС Украины (ул. Университетская, 31, г. Ирпень, 08201, Украина).

Information about the authors

V. Osmyatchenko – D.Sc. (Economics), Professor, Head of Department of Accounting, National University of the State Fiscal Service of Ukraine (31 Universytetska Str., Irpin, 08201, Ukraine).

T. Belobrovenko – Senior Teacher of Department of Audit and Economic Analysis, National University of the State Fiscal Service of Ukraine (31 Universytetska Str., Irpin, 08201, Ukraine).

*Стаття надійшла до ред.
18.06.2018 р.*

Ефективність управління персоналом на підприємстві

JEL Classification: O15; J10

УДК 330.34.01:612.6-049.5

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ БЕЗПЕКИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ

Дем'яненко А. А.

***Анотація.** Досліджено теоретичні аспекти формування системи показників, а саме на основі вітчизняного та зарубіжного досвіду сформовано основні рекомендації, яких слід дотримуватися при побудові системи показників оцінювання безпеки людського розвитку. За допомогою морфологічного та структурно-логічного аналізу систематизовано та відфільтровано найбільш використовувані авторами показники. Грунтуючись на проведеному аналізі, розроблено систему показників безпеки людського розвитку, що характеризується певним новаторством, оскільки вводить у науковий обіг додаткові індикатори, а також враховує особливості сучасних вітчизняних умов розвитку людини, небезпеки, що їй загрожують, і сфокусована на «динамічності» процесу.*

***Ключові слова:** людський розвиток, безпека людського розвитку, загрози, оцінювання, система показників.*

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Демьяненко А. А.

***Аннотация.** Исследованы теоретические аспекты формирования системы показателей, а именно на основе отечественного и зарубежного опыта сформированы основные рекомендации, которые следует соблюдать при построении системы показателей оценки безопасности человеческого развития. С помощью морфологического и структурно-логического анализа систематизированы и отфильтрованы наиболее используемые авторами показатели. Основываясь на комплексном анализе, разработана система показателей безопасности человеческого развития, которая характеризуется определенным новаторством, поскольку вводит в научный обиход дополнительные индикаторы, а также учитывает особенности современных отечественных условий развития человека, опасности, ей угрожающие, и сфокусирована на «динамичности» процесса.*

***Ключевые слова:** человеческое развитие, безопасность человеческого развития, угрозы, оценка, система показателей.*

THE FORMATION OF A SYSTEM OF INDICATORS FOR ASSESSING SECURITY OF HUMAN DEVELOPMENT

A. Demianenko

***Abstract.** The article reflects the theoretical aspects of the formation of a system of indicators. In particular, based on the domestic and foreign experience, there formulated the main recommendations which should be observed when building a sys-*

© Дем'яненко А. А., 2018

tem of indicators for assessing security of human development. Using the morphological as well as structural and logical analysis, the indicators which are most used by authors studying the issue are singled out and systematized. Based on the integrated analysis, there developed a system of indicators of human development characterized by certain innovation, since it introduces additional indicators into scientific circulation as well as takes into account peculiarities of modern domestic conditions of human development, the dangers that threaten it and focuses on the "dynamism" of the process.

Keywords: human development, security of human development, threats, assessment, system of indicators.

Постановка проблеми. В умовах сучасного прискороного розвитку перед суспільством постають нові завдання та виклики, що потребують негайного вирішення, а також запобігання їх негативному впливу. Одним із ефективних інструментів для «кількісного» визначення впливу ймовірних загроз на людський розвиток є система оцінювання. Основна задача системи показників полягає у безперервному вимірюванні та інтерпретації даних оцінки у реальному часі та інформування про перевищення або зниження тих чи інших параметрів за допустимі норми або межі безпечного людського розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання методичного забезпечення вимірювання людського розвитку і людської безпеки займалися і займаються зарубіжні: Махбуб уль Хак і А. Сен, М. Пелях і А. Іванов, Д. Хастінг та ін., а також українські науковці О. Власюк, Т. Іващенко, Е. Лібанова, О. Макарова, С. Пирожков; групи експертів міжнародних організацій: фахівці ПРООН, фахівці Економічної і соціальної комісії ООН для Азії та Тихого океану (ЕСКАТО), групи науковців науково-дослідних інститутів і державних установ. Проте питання розробки комплексного методичного підходу до оцінювання безпеки людського розвитку регіону залишається відкритим. Результати аналізу наукової літератури свідчать про відсутність єдиної думки щодо системи показників для здійснення процесу оцінювання людського розвитку з урахуванням елементу безпеки. Тому розробка методичного підходу до оцінювання безпеки людського розвитку регіону з урахуванням складової безпеки та формування комплексної системи показників є цілком актуальним питанням.

Метою статті є розроблення та обґрунтування системи показників для оцінювання безпеки людського розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення ефективності процесу оцінювання безпеки людського розвитку є однією з найактуальніших проблем, успішне вирішення якої дає можливість для збереження та подальшого безпечного розвитку і нарощування потенціалу людини та країни загалом.

Результати ретельного дослідження наявних методичних підходів до оцінювання людської безпеки [12; 13] та людського розвитку [2; 3; 5; 9; 14; 15], а також виявлені їхні недоліки породжують необхідність створення гнучкої і адаптивної системи оцінки безпеки людського розвитку, яка враховувала б особливості сучасних вітчизняних умов розвитку людини, небезпеки, що їй загрожують, та сфокусована на «динамічності» процесу безпеки людського розвитку, до того ж має бути простою, доступною та зручною у застосуванні.

У цьому контексті неабиякої актуальності набувають наукові розробки, результатом яких є логічно побудовані системи показників, що надають лаконічну та структурно впорядковану інформацію щодо ключових цільових орієнтирів суспільного розвитку та чинників, котрі на них впливають [10].

На основі проведеного критичного аналізу методичних підходів до оцінювання людського розвитку та людської безпеки виявлено ряд недоліків, які допускали розробники під час побудови системи показників оцінювання. У зв'язку з цим вважаємо за необхідне сформулювати основні рекомендації щодо формування показників, яких слід дотримуватися під час побудови системи показників для оцінювання безпеки людського розвитку і його аспектів.

1. Система показників повинна бути логічною, зберігати чітку структуру, забезпечуватися та забезпечувати користувачів достовірною та достатньою інформацією, необхідною для реалізації потреб.

2. Система показників повинна охоплювати всі напрями й аспекти безпеки людського розвитку відповідно до змісту та сутності цього поняття.

3. Система показників повинна включати мінімально можливу кількість показників, не допускаючи їх дублювання та не створюючи плутанини.

4. Система показників повинна забезпечувати порівнянність даних.

5. Система повинна бути гнучкою, тобто повинна бути відкритою для подальшого вдосконалення, але з метою забезпечення порівнянності результатів оцінювання за різний період перелік показників повинен коригуватися лише у крайньому разі.

6. Показники повинні бути узгоджені і не суперечити ключовим аспектам розвитку та безпеки людини.



7. Кожний показник повинен мати конкретний зміст, сутність, значення та місце у системі аналізу безпеки людського розвитку.

8. Кожний показник повинен бути вимірюваним і чітко визначеним.

Враховуючи наведені вимоги та рекомендації, на рис. 1 подано структурно-логічне дерево формування системи показників оцінювання безпеки людського розвитку. Варто зауважити, що розробка системи показників оцінювання безпеки людського розвитку підкріплена синтезом сучасних методичних підходів до оцінювання окремо процесів людської безпеки та людського розвитку.

Отже, погляди вітчизняних і зарубіжних учених щодо складу та кількості показників, за допомогою яких визначається інтегральний індекс людського розвитку та індекс людської безпеки, суттєво різняться.

На разі головною метою є добір щонайбільшої бази індикаторів, які можливо і доцільно було б залучити при побудові інтегрального індексу безпеки людського розвитку. Систематизація різноманітних показників-індикаторів (119 одиниць) шляхом використання методу морфологічного аналізу допоможе відфільтрувати найбільш використовувані авторами індикатори.

Таким чином, автором сформовано матрицю сукупності показників-індикаторів методик, що пропонують використовувати різні автори для визначення рівня людського розвитку та людської безпеки.

В системі оцінки безпеки людського розвитку пропонуємо виділити три складові цього процесу: стан і динамічний людський розвиток, загрози безпеці людського розвитку та підтримку людського розвитку, адже, згідно із запропонованим автором визначенням, процес безпеки людського розвитку нами розглядається як «стан стійкої (стабільної) динамічної рівноваги процесу розширення можливостей і свобод людини з метою збереження, а також забезпечення задоволення зростаючих потреб, а також реалізації потенціалу, що постійно набувається в процесі розвитку для досягнення гідного рівня життя» [6]. Запропонована система показників спрямована на дослідження і аналіз найважливіших складових процесу безпеки людського розвитку. Кожен напрям оцінювання безпеки людського розвитку характеризується певним набором показників. Так, при аналізі стану здоров'я виокремлюють від 1 до 21 показників; у всіх наведених методичних підходах як на макроекономічному, так і на мезоекономічному рівнях особливу увагу приділено показнику очікуваної тривалості життя при народженні. Серед інших показників оцінювання рівня людського розвитку науковці Т. Ю. Іващенко, О. В. Власюк і С. І. Пирожков, О. В. Макарова і О. М. Гладун пропонують розраховувати фактичний (соціально обґрунтований) коефіцієнт фертильності (сумарний коефіцієнт народжуваності) [2; 3; 7].

Варто зазначити, що очікувана тривалість життя є невід'ємним показником якості та рівня розвитку людини, що характеризує соціальні, демографічні, економічні й інші компоненти. Так, під час формування методології оцінки людського розвитку було залучено міжнародні організації, зокрема, для вирішення завдання вимірювання стану здоров'я залучено Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВООЗ). З метою моніторингу прогресу людського розвитку в аспекті охорони здоров'я, фахівцями ВООЗ було розглянуто кілька загальних показників, серед них: «тривалість життя»; «здорова тривалість життя»; «кількість загиблих до 70 років», але з метою спрощення розрахунків і можливості співставлення та порівняння рівня охорони здоров'я між країнами обрано індикатор очікуваної тривалості життя при народженні, тож цей показник і пропонуємо використовувати й при оцінюванні стану безпеки людського розвитку регіону.

Оцінюючи стан освіти та науки, вчені пропонують використовувати від 1 до 16 показників. Так, найбільш популярними з них є: тривалість навчання у школі (рівень грамотності населення) [2; 3; 9; 14; 15], та індикатор дошкільної освіти (рівень охоплення дітей дошкільною освітою: від 3 до 4 років) [5; 7; 14]. У досліджуваних методичних підходах оцінюється, головним чином, рівень освітнього розвитку населення, до того ж вважаємо цілком обґрунтованою думку О. В. Макарової та О. М. Гладун щодо необхідності залучення комплексу показників, які могли б віддзеркалювати всі рівні освіти: дошкільну освіту, повну загальну середню освіту та вищу освіту та вважаємо доцільним перейняття такої ідеї при формуванні складу комплексу показників даного напрямку [18]. Тож, досліджуючи стан освітньої сфери в Україні цілком доцільним та обґрунтованим є врахування всіх її рівнів.

Серед найважливіших аспектів людського розвитку автори виділяють економічну складову [2; 3; 9; 15]. Рівень економічного добробуту населення та життєвий рівень автором пропонується визначати за допомогою ВНД на душу населення (ПКС в дол. США), а також комплексом інших показників.

Таким чином, факт, що основні три аспекти людського розвитку: стан здоров'я населення; стан освіти; добробут населення та життєвий рівень; та ключові показники, за допомогою яких визначається їх рівень, наявні в усіх розглянутих автором методичних підходах оцінювання людського розвитку на макро- та мезоекономічному рівнях, дає підставу стверджувати, що вони є найважливішими, а їхнє використання виправданим і науково обґрунтованим.

Але для визначення рівня безпеки людського розвитку на мезорівні вищезазначених показників недостатньо, адже це суперечитиме визначенню категорії людського розвитку, запропонованої ПРООН у 2010 році

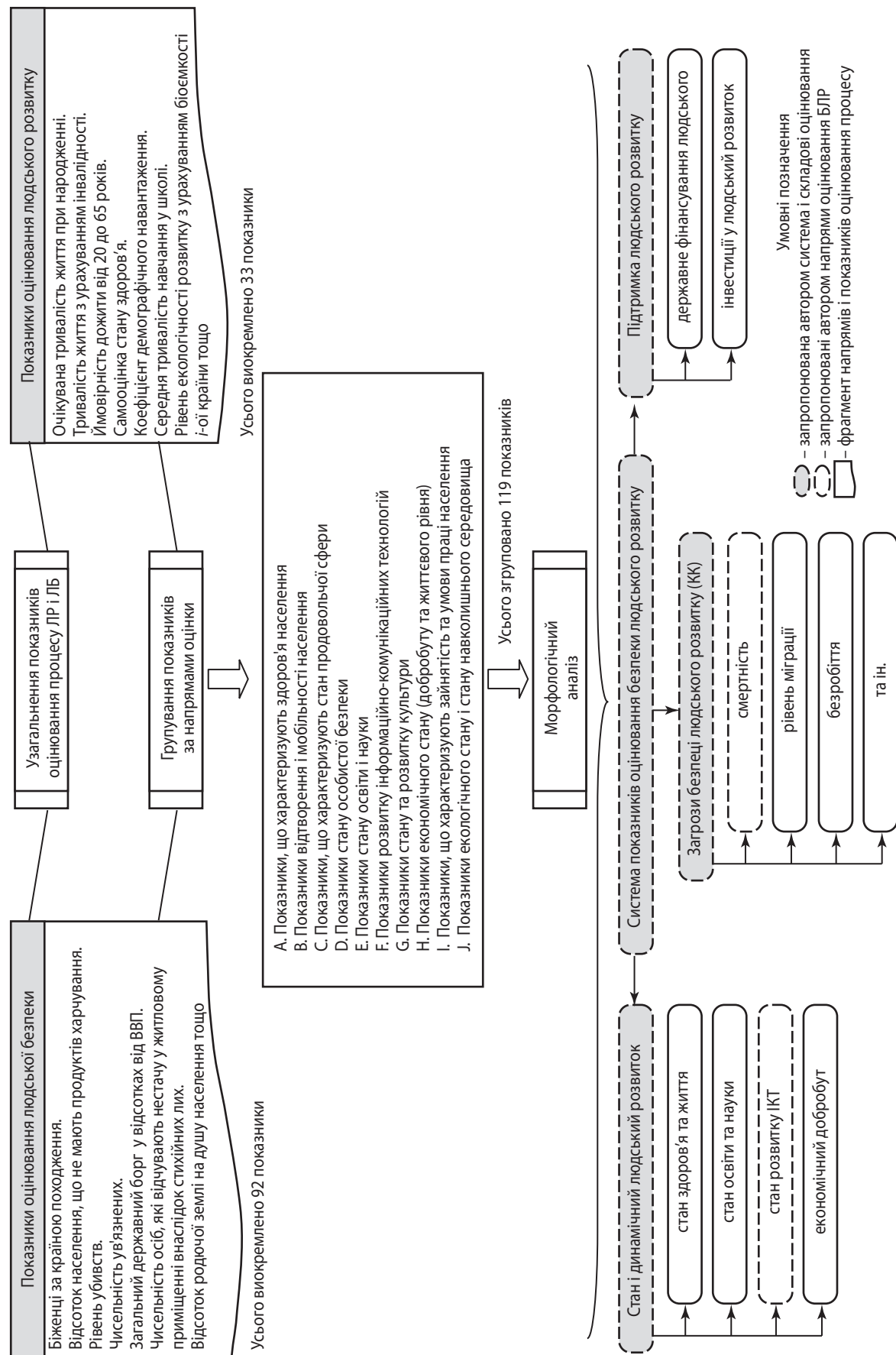


Рис. 1. Структурно-логічне дерево дослідження системи показників і напрямів безпеки людського розвитку

Джерело: сформовано автором

[16]. Таким чином, не лише вимірювання стану як визначення рівня збереження, а й урахування елементу «формування справедливого та сталого розвитку на нашій планеті» [16] є надзвичайно важливим, а включення показника, що враховуватиме формування справедливого розвитку не лише у межах одного покоління, вважаємо цілком доцільним.

Як уже зазначалося, з переходом людства на нову стадію розвитку та зміщення акценту на необхідність забезпечення добробуту людей і суспільства саме ІКТ пропонують великі можливості для соціально-економічного розвитку.

Як зазначає Л. Кочубей, «інформаційні технології дуже швидко перетворилися на життєво важливий стимул розвитку не тільки світової економіки, а й інших сфер людської діяльності» [4]. Сучасне суспільство переповнене величезними потоками інформації, а розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, пронизуючи практично всі сфери діяльності людини, стали рушійною силою для змін і прискореного розвитку суспільства в цілому [11].

Наводячи статистичне підтвердження цієї думки, станом на 31.12.2017 р. більше як 54,4 % населення планети має доступ до мережі Інтернет, і кожен день ця кількість збільшується [17]. Серед 20 % найбідніших домогосподарств мобільний телефон є в 7 з 10. Наводячи цікаве статистичне порівняння Т. В. Поспелової, погоджуємось, що «кількість бідніших домогосподарств, які мають мобільний телефон, більша, ніж тих, які мають доступ до туалету і чистої питної води» [8]. Тож очікується, що динамічний розвиток ІКТ призведе до розширення можливостей людського розвитку, зростання добробуту та соціальної інтеграції.

Отже, інформація та знання вже сьогодні стають найважливішим ресурсом людства, визначаючи не тільки прогрес економіки та культури у високотехнологічних сферах діяльності, але й швидкість і характер трансформації розвитку людства та впливу на нього з боку різних інститутів [1]. Тож включення цього напрямку у систему оцінювання безпеки людського розвитку вважаємо цілком обґрунтованим як на теоретичному так і на практичному рівнях.

Врахування стану інформаційно-комунікаційних технологій при оцінюванні людської безпеки та людського розвитку досліджувалось меншою кількістю авторів, лише українські, серед яких О. С. Власюк і С. І. Пирожков, та закордонні – науковець Д. Хастінг, фахівці ЕСКАТО – звернули увагу на необхідність оцінки ІКТ у складі ЛБ і ЛР. Основні точки зору учених щодо набору показників для оцінки стану ІКТ зазначено такими показниками, як кількість телевізорів; кількість радіоприймачів; кількість телефонів, а також композитарним індексом зв'язку (телефонні фіксовані лінії на душу населення, рахунки мобільних телефонів на душу населення, користувачі Інтернету на душу населення) [12; 13]. Натомість звертаємо увагу на застарілість перших трьох показників і вважаємо за доцільне при оцінюванні БЛР врахувати агрегований індекс зв'язку. Отже, показники, що характеризують складову стану людського розвитку, наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Показники оцінювання стану людського розвитку

№ з/п	Напрямок оцінювання	Назва показника	Примітка
1	Здоров'я та життя	Сумарний коефіцієнт народжуваності	
2		Очікувана тривалість життя	
3		Рівень імунізації проти дитячих хвороб	Запропоновано автором
4	Освіченість	Забезпеченість дітей дошкільними закладами	
5		Рівень охоплення населення середньою та вищою освітою	
6		Середній бал за результатами ЗНО, балів	
7	Економічний добробут	Рівень зайнятості у регіоні	
8		ВРП на душу населення	
9	Екологічний стан	Утворення та поводження з відходами	Запропоновано автором
10		Доступ до покращеного джерела води	
11		Відсоток родючої землі на душу населення 2000+	
12	Стан ІКТ	Телефонні фіксовані лінії на душу населення	
13		Рахунки мобільних телефонів на душу населення	
14		Користувачі інтернету на душу населення	

Джерело: сформовано автором на основі [2; 3; 5; 9; 12–15]

Наступною складовою системи показників є оцінювання загроз безпеці людського розвитку, адже безпечний людський розвиток на сьогодні формується під впливом різних факторів, яким складно своєчасно запобігти. Процеси, що відбуваються у сучасному суспільстві: глобалізація, науково-технічний прогрес і розвиток різних сфер сучасного світу не тільки дозволяють задовольняти дедалі більші потреби, а й породжують певні негативні наслідки. Завдяки врахуванню загроз і можливих втрат до системи показників БЛР стає можливим визначення його об'єктивного рівня.

Відповідно до рис. 2 автором визначено основні небезпеки, що загрожують людському розвитку відповідно до напрямів оцінки його стану. Так, згідно з визначеними загрозами у табл. 2 наведено основні показники (дестимулятори), які пропонуємо враховувати під час оцінювання загроз безпеці людського розвитку.

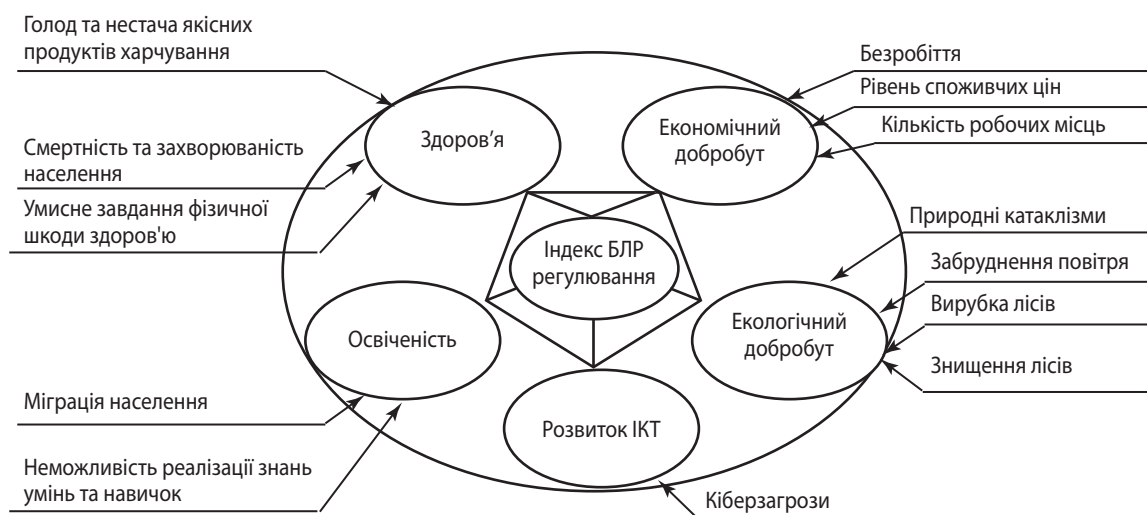


Рис. 2. Структурно-логічна карта загроз безпечного людського розвитку

Джерело: сформовано автором

На нашу думку, досягнути сталого, динамічного та безпечного людського розвитку неможливо без ефективної підтримки цього процесу, тобто «адекватного, соціально орієнтованого фінансового забезпечення». Ретельне дослідження фінансової компоненти у парадигмі людського розвитку проведено українським науковцем Ю. О. Гернего, а роль бюджету у регулюванні людського розвитку досліджувалась Е. М. Лібановою.

Таблиця 2

Показники оцінки загроз безпеці людського розвитку

№ з/п	Загрози БЛР	Назва показника	Примітка
1	2	3	4
1	Голод та нестача якісних продуктів харчування	Відсоток населення, що страждає від недоїдання	
2	Смертність та захворюваність населення	Коефіцієнт дитячої смертності (смертність дітей у віці до 5 років)	
		Сукупний індекс смертності (сукупний коефіцієнт смертності від раку і серцево-судинних захворювань)	
3	Умисне завдання фізичної шкоди здоров'ю	Коефіцієнт злочинності (на 100 тис. населення)	
2	Рівень міграції	Кількість осіб, які покинули регіон через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань	Запропоновано автором
		Кількість осіб, які покинули регіон через обґрунтовані побоювання за безпеку здоров'я та життя	Запропоновано автором
3	Безробіття	Рівень безробіття (частка безробітних серед населення 18-65 років), %	

1	2	3	4
4	Індекс споживчих цін	Індекс споживчих цін у регіоні	Запропоновано автором
6	Кібербезпека	Кількість зареєстрованих кібератак на державні та приватні установи у регіоні	Запропоновано автором
		Обсяг завданої шкоди від кібератак у фінансовому вираженні	Запропоновано автором
7	Екологічні загрози	Кількість природних катастроф і катаклізмів у регіоні	Запропоновано автором
		Площа лісів у відсотках до базового року (1990 р.)	
		Викиди парникових газів в перерахунку на CO ₂	

Джерело: сформовано автором на основі [2; 3; 5; 9; 12–15]

Тож наступним кроком формування системи показників оцінювання безпеки людського розвитку є включення складового елемента «підтримка людського розвитку», що виступає як забезпечувальний для вищеперерахованих напрямів оцінювання стану ЛР. Розрахунково-аналітичною базою дослідження пропонуємо обрати функціональну структуру видатків державного бюджету та дані про обсяг інвестицій у напрями БЛР (табл. 3). Тож індикаторами безпеки людського розвитку, які визначають його підтримку, є: рівень видатків на охорону здоров'я, на духовний і фізичний розвиток, рівень видатків на освіту й охорону навколишнього середовища. Включення наведених показників витрат продемонструє їхню спрямованість на збереження безпечного людського розвитку.

Таблиця 3

Показники оцінювання можливості фінансової підтримки людського розвитку

№ з/п	Напрямок оцінювання	Назва показника
1	Державне фінансування	Питома вага видатків на охорону здоров'я у загальній структурі видатків міського бюджету
		Питома вага видатків на освіту у загальній структурі видатків міського бюджету
		Питома вага видатків на духовний і фізичний розвиток у загальній структурі видатків міського бюджету
		Питома вага видатків на охорону навколишнього середовища у загальній структурі видатків міського бюджету
2	Інвестиційне забезпечення	Капітальні інвестиції у розвиток охорони здоров'я та життя людини
		Капітальні інвестиції у розвиток освіти
		Капітальні інвестиції у духовний та фізичний розвиток
		Капітальні інвестиції у розвиток навколишнього середовища

Джерело: сформовано автором

Таким чином, безперечно, реалізація аналітичного процесу безпеки людського розвитку, що поєднується з оцінюванням і завершується оцінкою цього процесу, неможлива без використання ефективної системи показників.

У процесі дослідження встановлено, що на сьогодні в Україні практично не існує підходів до комплексної оцінки безпеки людського розвитку, яка б урахувала загрози. У роботі обґрунтовано необхідність включення поданих напрямів оцінювання та відповідних показників. Обрані групи показників дають можливість отримати об'єктивне уявлення про рівень безпеки людського розвитку, враховуючи особливості сучасних вітчизняних умов розвитку людини, небезпеки, що їй загрожують, та сфокусовані на «динамічності» процесу. Розроблена система показників дозволяє отримувати об'єктивну інформацію про рівень безпечного людського розвитку та сталість людського розвитку; цілком зрозуміло простежуються напрями БЛР, які потребують коригувальних впливів.

Перспективами подальших досліджень є розроблення методичного підходу, у тому числі логіки проведення розрахунків і формування необхідного організаційного інструментарію для оцінки безпеки людського розвитку.



Література: 1. Бачило І., Соснін О. Розвиток інформаційного і громадянського суспільства в розбудові юридичної науки. *Юридичний вісник України*. 2011. № 50 (859). 2. Власюк О. С., Пирожков С. І. Індекс людського розвитку: досвід України. Київ : ПРООН, 1995. 84 с. 3. Іващенко Т. Ю. Індекс сталого людського розвитку: методика і практика дослідження. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 118 (2). С. 161–169. 4. Кочубей Л. Особливості сучасних інформаційно-комунікативних технологій в Україні. *Наукові записки*. 2017. Вип. 3 (89). С. 44–70. 5. Макарова О. В., Гладун О. М. Регіональний індекс людського розвитку: причини та напрями вдосконалення методики розрахунку. *Статистика України : щоквартальний наук.-інформ. журнал*. 2012. № 1 (56). С. 10–15. 6. Маркова Н. С., Дем'яненко А. А. Теоретичні аспекти безпеки людського розвитку. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10. С. 8–13. 7. Методика вимірювання регіонального людського розвитку. Київ, 2012. URL: http://www.idss.org.ua/ukrindex/ Metodika_ua.pdf. 8. Поспелова Т. В. Вплив поширення ІКТ в економіці й управлінні на людський розвиток в Україні. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2017. № 3. С. 366–376. 9. Пелях М., Іванов А. Сталий розвиток: Доступний індекс людського розвитку // Перспективи вимірювання бідності : матеріали конференції європейських статистиків, семінар (Робочий документ № 16 Європейської економічної комісії ООН). 2013. 12 с. 10. Терещенко О. О., Стецько М. В. Системи показників у концепції фінансового контролінгу у сфері бізнесу. *Фінанси України*. 2013. № 11. С. 66–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2013_11_7. 11. Яремко З. М. Підходи до оцінки впливу інформаційних і комунікаційних технологій на соціально-економічний розвиток. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 15. № 1. С. 216–227. 12. Hastings D. A. From Human Development to Human Security: a prototype human security index. Bangkok : UNESCAP, 2007. 47 с. 13. Hastings, David A. The Human Security Index: An update and a new release // GIS-IDEAS, 2010. URL: <http://wgrass.media.osaka-cu.ac.jp/gisideas10/viewabstract.php?id=381>. 14. National Human Development Report Poland 2012. Local and Regional Development // UNDP Project Office in Poland. Warsaw. URL: http://issuu.com/undp_poland/docs/lhdi_report_poland_2012_eng. 15. Human Development Report 1990 // UNDP. New York : Oxford University Press, 1990. URL: <http://www.hdr.undp.org/en/reports/>. 16. Human Development Report 2010. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr_2010_en_complete_reprint.pdf. 17. Internet World Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. 18. Golub T. P. The role of education in sustainable development. *Advanced Education*. 2015. No. 4. P.13–17.

References: 1. Bachylo I., Sosnin O. *Rozvytok informatsiinoho i hromadianskoho suspilstva v rozbudovi yurydychnoi nauky* [Development of Information and Civil Society in the Development of Legal Science]. *Yurydychnyi visnyk Ukrainy*. 2011. No. 50 (859). 2. Vlasjuk O. S., Pyrozshkov S. I. *Indeks liudskoho rozvytku: dosvid Ukrainy*. Kyiv : PROON, 1995. 84 p. 3. Ivashchenko T. Yu. *Indeks staloho liudskoho rozvytku: metodyka i praktyka doslidzhennia* [Index of Sustainable Human Development: Methodology and Practice of Research]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. 2014. Issue 118 (2). P. 161–169. 4. Kochubei L. *Osoblyvosti suchasnykh informatsiino-komunikatyvnykh tekhnolohii v Ukraini* [Features of Modern Information and Communication Technologies in Ukraine]. *Naukovi zapysky*. 2017. Issue 3 (89). P. 44–70. 5. Makarova O. V., Hladun O. M. *Rehionalnyi indeks liudskoho rozvytku: prychny ta napriamy vdoskonalennia metodyky rozrakhunku* [Regional Index of Human Development: Reasons and Directions for Improving the Calculation Method]. *Statystyka Ukrainy : shchokvartalnyi nauk.-inform. zhurnal*. 2012. No. 1 (56). P. 10–15. 6. Markova N. S., Demianenko A. A. *Teoretychni aspekty bezpeky liudskoho rozvytku* [Theoretical Aspects of Human Development Safety]. *Biznes Inform*. 2017. No. 10. P. 8–13. 7. *Metodyka vymiriuvannia rehionalnoho liudskoho rozvytku*. Kyiv, 2012. URL: http://www.idss.org.ua/ukrindex/ Metodika_ua.pdf. 8. Pospelova T. V. *Vplyv poshyrennia IKT v ekonomitsi y upravlinni na liudskyy rozvytok v Ukraini* [The Influence of the Promotion of ICT in Economics and Management on Human Development in Ukraine]. *Vidkryte osvithne e-seredovyshche suchasnoho universytetu*. 2017. No. 3. P. 366–376. 9. Peliakh M., Ivanov A. *Stalyi rozvytok: Dostupnyi indeks liudskoho rozvytku // Perspektyvy vymiriuvannia bidnosti : materialy konferentsii yevropeiskykh statystykyv, seminar (Robochyi dokument No. 16 Yevropeiskoi ekonomichnoi komisii OON)*. 2013. 12 p. 10. Tereshchenko O. O., Stetsko M. V. *Systemy pokaznykiv u kontseptsii finansovoho kontrolinhu u sferi biznesu* [Indicator Systems in the Concept of Financial Control in the Field of Business]. *Finansy Ukrainy*. 2013. No. 11. P. 66–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2013_11_7. 11. Yaremko Z. M. *Pidkhody do otsinky vplyvu informatsiinykh i komunikatsiinykh tekhnolohii na sotsialno-ekonomichnyi rozvytok* [Approaches to the Assessment of the Impact of Information and Communication Technologies on Socio-Economic Development]. *Ekonomichnyi analiz*. 2014. Vol. 15. No. 1. P. 216–227. 12. Hastings D. A. From Human Development to Human Security: a prototype human security index. Bangkok : UNESCAP, 2007. 47 p. 13. Hastings, David A. The Human Security Index: An update and a new release // GIS-IDEAS, 2010. URL: <http://wgrass.media.osaka-cu.ac.jp/gisideas10/viewabstract.php?id=381>. 14. National Human Development Report Poland 2012. Local and Regional Development // UNDP Project Office in Poland. Warsaw. URL: http://issuu.com/undp_poland/docs/lhdi_report_poland_2012_eng. 15. Human Development Report 1990 // UNDP. New York : Oxford University Press, 1990. URL: <http://www.hdr.undp.org/en/reports/>. 16. Human Development Report 2010. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/270/hdr_2010_en_complete_reprint.pdf. 17. Internet World Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. 18. Golub T. P. The role of education in sustainable development. *Advanced Education*. 2015. No. 4. P. 13–17.

Інформація про автора

Дем'яненко Аліна Анатоліївна – аспірант кафедри економіки та соціальних наук Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: daa22@ukr.net).

Інформація об авторе

Демьяненко Алина Анатольевна – аспирант кафедри економіки і соціальних наук Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харків, 61166, Україна; e-mail: daa22@ukr.net).

Information about the author

A. Demianenko – Postgraduate Student, Department of Economics and Social Sciences of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: daa22@ukr.net).

Стаття надійшла до ред.
11.06.2018 р.

JEL Classification: M12; M15

УДК 005.57:004

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЕФЕКТИВНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Гришина В. В.

Анотація. В умовах переходу до нової інформаційної економіки рівень конкурентоспроможності підприємства загалом визначається саме рівнем розвинутого сектора інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). ІКТ є визначальним фактором ефективної управлінської діяльності персоналу підприємства в довгостроковій перспективі. Статтю присвячено дослідженню ролі ІКТ як ключового фактора ефективної управлінської діяльності персоналу. Розглянуто сучасний стан ІКТ в діяльності машинобудівного комплексу Харківської області. Обґрунтовано, що використання сучасних технологій на підприємстві відіграють вирішальну роль у забезпеченні ефективної управлінської діяльності персоналу підприємств.

Ключові слова: інформаційно-комунікативні технології, автоматизація управлінської діяльності.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

Гришина В. В.

Аннотация. В условиях перехода к новой информационной экономике уровень конкурентоспособности предприятия в целом определяется именно уровнем развитого сектора информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИКТ являются определяющим фактором эффективной управленческой деятельности персонала предприятия в долгосрочной перспективе. Статья посвящена исследованию роли ИКТ как ключевого фактора эффективной управленческой деятельности персонала. Рассмотрено современное состояние ИКТ в деятельности машиностроительного комплекса Харьковской области. Обосновано, что использование современных технологий на предприятии играют решающую роль в обеспечении эффективной управленческой деятельности персонала предприятий.

Ключевые слова: информационно-коммуникативные технологии, автоматизация управленческой деятельности.

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AS A KEY FACTOR OF EFFECTIVE MANAGERIAL ACTIVITY OF ENTERPRISE PERSONNEL

V. Hryshyna

Abstract. *In the context of transition to a new information economy, the level of competitiveness of an enterprise as a whole is determined precisely by the level of the developed ICT sector. Information and communication technologies are a determining factor of effective managerial activity of the personnel of an enterprise in the long term. The article highlights a research concerning the definition of the role of information and communication technologies as a key factor in effective personnel management. The current state of information and communication technologies in the activity of the machine-building complex of Kharkiv region is considered. It is substantiated that the use of modern technologies at an enterprise plays a decisive role in ensuring effective managerial activity of its personnel.*

Keywords: *information and communication technologies, automation of managerial activities.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізаційних процесів, які відбуваються у світі, найбільш значущі та масштабні тенденції сучасності – це процеси динамічного розвитку інфокомунікативних зв'язків. Сутність глобалізації полягає в тому, що при значній схожості з попередніми періодами розвитку економіка переходить у якісно новий стан, який прискорився на базі інформаційної революції і бурхливого розвитку комунікаційних технологій. Сучасні технології мають велике значення для вдосконалення управлінських процесів на підприємстві, які відіграють вирішальну роль у забезпеченні ефективної комунікації всередині підприємства – між рівнями управління та його підрозділами, між співробітниками на рівні формальних і неформальних зв'язків, які визначають організаційно-професійну культуру, а також між підприємством і стейкхолдерами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні існує велика кількість досліджень щодо визначення ролі інформаційно-комунікаційних технологій в діяльності підприємства. Питання визначення ролі та впровадження інфокомунікативних технологій на підприємстві, їх значення в діяльності управлінської персоналу, використання мережі Інтернет та її вплив на конкурентоспроможність підприємств вивчалися багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як: Валькова Н., Гринів Н. [2], Гутгарц Р. [7], Значенко О. [5], Івченко С. [8], Кадемія М. [4], Куценко Т. [9], Терехов Д. [11], Фоміних Н. [3] та ін.

Водночас існує значна кількість досліджень, що стосуються визначення ролі інформаційно-комунікаційних технологій у різних сферах життєдіяльності, але недостатньо обґрунтовано, який вплив впровадження інформаційно-комунікативні технології мають на ефективність управлінської діяльності персоналу підприємства, зокрема підприємств машинобудівної галузі. На сьогодні в Україні, розвиток сектора ІКТ є актуальним.

Мета статті. Аргументи, наведені вище, стали основою для визначення мети статті – обґрунтування поняття інформаційно-комунікаційних технологій. Аналіз наявності персональних комп'ютерів і їх доступ до інформаційних мереж дозволить оцінити рівень інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах, які досліджуються, що також дозволить оцінити роль, яку відіграють інформаційно-комунікаційні технології у здійсненні ефективної управлінської діяльності персоналу підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах переходу до нової інформаційної економіки першочергове завдання для всіх країн світу – це розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на всіх рівнях діяльності. Рівень конкурентоспроможності країни визначається саме рівнем розвинутого сектора ІКТ, оскільки саме інформаційні технології є визначальним фактором ефективної діяльності підприємства та економіки взагалі у довгостроковій перспективі.

Для того щоб оцінити рівень розвитку ІКТ у країні, використовують комбінований показник – індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (IDI: ICT Development Index), який містить у собі 11 показників, що утворюють одне контрольне значення (від 0 до 10). Такий показник розраховується за методикою Міжнародного союзу електрозв'язку (International Telecommunication Union), спеціалізованого підрозділу ООН, що визначає світові стандарти у сфері ІКТ. Індекс розроблений в 2007 році на основі 11 показників, якими Міжнародний союз електрозв'язку оперує у своїх оцінках розвитку ІКТ. Індекс зводить ці показники в єдиний критерій, який покликаний порівнювати досягнення країн світу у розвитку ІКТ та може бути використаний як інструмент для проведення порівняльного аналізу на глобальному, національному та регіональному рівнях. Ці показники стосуються доступу до ІКТ, використання ІКТ, а також навичок, тобто практичного знання цих технологій населенням країн, охоплених дослідженням. Автори дослідження підкреслюють, що рівень розвитку ІКТ сьогодні є одним з найбільш важливих показників економічного та соціального благополуччя держави. Організація публікує Індекс на регулярній основі, що дозволяє країнам стежити за змінами в тимчасовій динаміці (табл. 1) [1].

Динаміка ІДІ України за періоди 2012–2016 рр.

Рік	2012	2014	2016
Рейтинг у світі	69	73	79
Показник ІДІ	4.38	5.15	5.62

В 2017 році Ісландія очолила оновлений рейтинг країн за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, опублікований Міжнародним союзом електров'язку (МСЕ). У трійку лідерів рейтингу також увійшли Південна Корея і Швейцарія – роком раніше ці країни зайняли в рейтингу перше і четверте місця відповідно, а Ісландія перебувала на другому місці. Слідом за Швейцарією в рейтингу розташувалися Данія, Великобританія, Гонконг, Нідерланди, Норвегія, Люксембург і Японія.

Україна на сьогодні займає не провідні позиції, але все ж таки в країні робляться доволі значні кроки вперед на макрорівні в розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Так, однією зі значущих подій в Україні вважається запуск національного сегмента мережі інформаційно-маркетингових центрів (ІМЦ) країн СНД (www.content.net.ua). Тепер знайти товари та послуги, отримати докладну інформацію про товари, послуги, підприємства та організації, знайти бізнес-партнерів, постачальників і покупців, отримати інформацію про нову продукцію, інвестиції, вигідні комерційні пропозиції, а також магазин, віртуальне підприємство або створити віртуальну спільноту – стає дуже просто: для цього не потрібен програміст і фінансові ресурси, а лише бажання та необхідне технічне забезпечення [2].

На цей час запорука успішної діяльності підприємства, зокрема й країни, – це ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій. Починаючи з 2010 року органами Державної статистики з інтервалом у 2 роки здійснюється збір та аналіз інформації (Форма № 1-ІКТ) щодо стану використання інформаційно-комунікаційних технологій підприємствами різних галузей.

Поняття «інформаційно-комунікаційні технології» (далі – ІКТ) визначається як сукупність різноманітних технологічних інструментів і ресурсів, які використовуються для забезпечення процесу комунікації та створення, поширення, збереження розповсюдження, організації, подання, підготовки, захисту інформації, обміну й управління нею, способів та інноваційних методів їх застосування для забезпечення високої ефективності й інформатизації всіх сфер людської діяльності [3].

Схоже визначення ІКТ надала Кадемія М., яка зазначила, що «ІКТ – це сукупність методів виробничих процесів; програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збору, обробки, збереження, розповсюдження, відображення та використання інформації в інтересах її користувачів» [4, с. 90]. Важливим сучасним засобом ІКТ є комп'ютер, оснащений відповідним програмним забезпеченням і телекомунікаціями разом із розміщеною на них інформацією. О. Значенко, своєю чергою, зауважила, що «ІКТ можуть бути визначені як інформаційні технології на базі персональних комп'ютерів, комп'ютерних мереж засобів зв'язку» [5, с. 8–9].

За даними статистичних спостережень нами було здійснено аналіз використання інформаційно-комунікаційних технологій підприємствами машинобудівної галузі за період 2012–2016 р. [6].

Проведений аналіз використання ІКТ на підприємствах машинобудівної галузі України протягом 2012–2016 рр. показав важливість забезпечення ІКТ на підприємствах. Одним зі значущих показників оцінки стану інфраструктури є показник інформаційної оснащеності на підприємстві (рис. 1). З рис. 1 можна зробити висновок, що протягом 2012–2016 рр. мали різну тенденцію з приводу забезпечення комп'ютерною технікою на підприємствах. Так, лідером по забезпеченню можна зазначити підприємство ПАТ «Завод ім. Фрунзе» з показником у 2012 р. 0,69. Незважаючи навіть на тенденцію до зменшення до 0,42 у 2016 р., підприємство залишилося на перших позиціях високої частки інформаційної оснащеності. Доволі високі показники у підприємств ВАТ «Турбоатом» з показником 0,35 у 2016 р. та ПАТ «Укрелектромаш» з показником 0,34 в тому же 2016 р.

Але, враховуючи тільки дані показника інформаційної оснащеності, не можна робити остаточні висновки про ефективність забезпечення того чи іншого підприємства. Враховуючи, що цей показник розраховується за алгоритмом як співвідношення кількості персональних комп'ютерів на підприємстві (у тому числі орендованих) до середньооблікової чисельності персоналу, можна виділити частку працівників, які зайняті розумовою працею. Так, наприклад, одне з потужних за середньообліковою чисельністю підприємств (як ВАТ «Турбоатом») у 2016 році з середньообліковою чисельністю у 3708 осіб вказує на те, що певна частка персоналу зайнята на виробництві.

Тенденція прискореної комп'ютеризації управлінської діяльності персоналу підприємств приводить до пошуку новітніх форм інформаційної взаємодії між управлінським персоналом і виробничими підрозділами підприємства. Така взаємодія утворює інформаційну систему, до якої входять взаємопов'язані елементи цієї системи, а саме: сукупна база даних, технічне обладнання, новітні технології – програмне забезпечення; персонал, який бере участь у комунікаційній взаємодії.

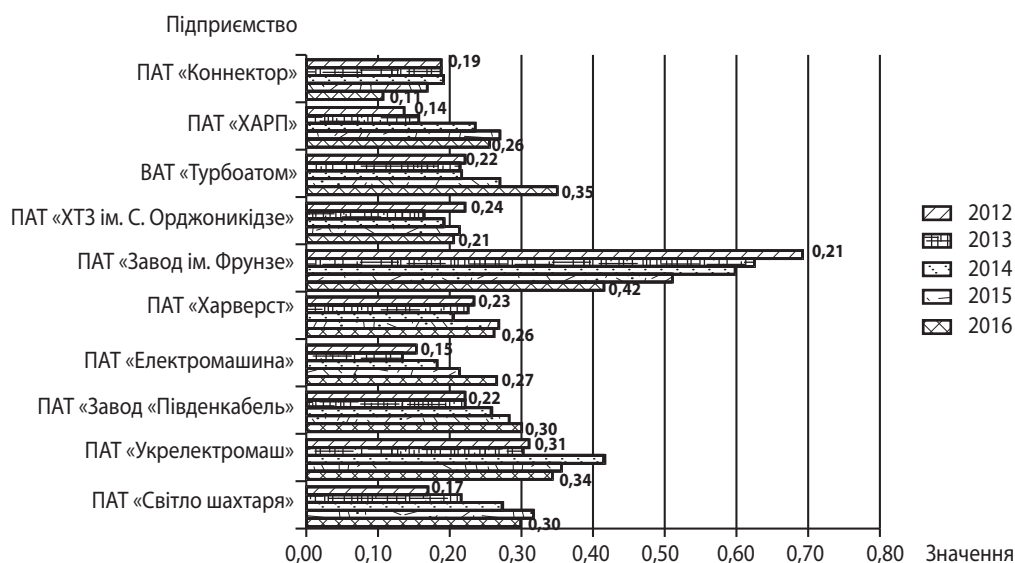


Рис. 1. Показник інформаційної оснащеності на підприємствах протягом 2012–2016 рр.

Отже, доречним буде проаналізувати, яка частка персоналу підприємств бере участь у комунікаційній взаємодії, використовуючи комп'ютер із доступом до мережі Інтернет. Такий аналіз буде більш інформативним, якщо порівняти його у співвідношенні з показником часткою працівників, праця яких пов'язана з роботою на комп'ютері, та показником інформаційної оснащеності на підприємствах (рис. 2). Розглянемо такі співвідношення по роках.

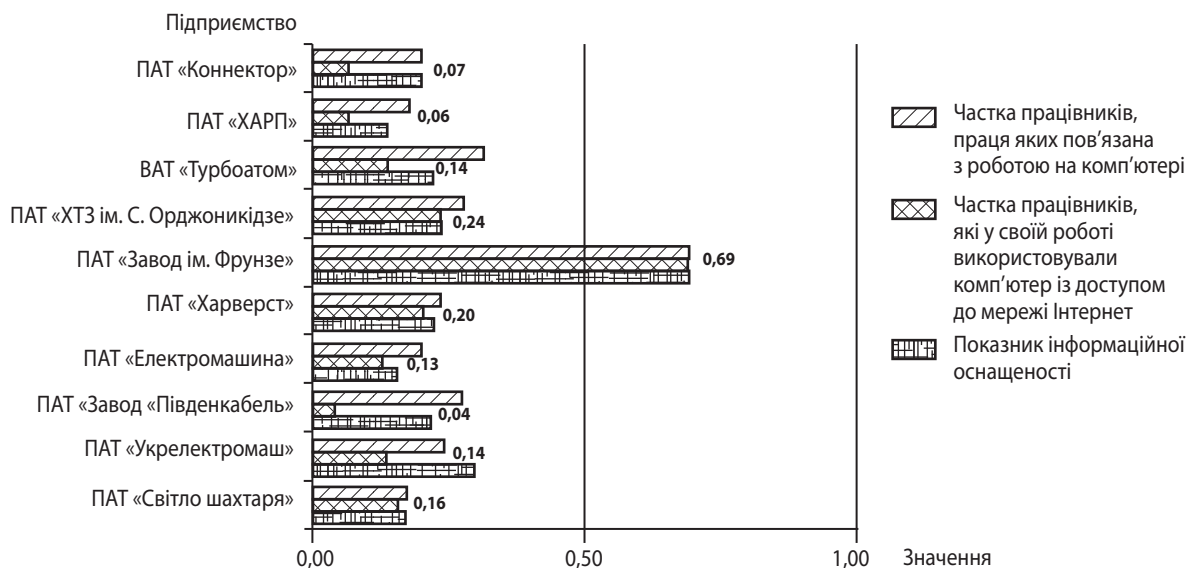


Рис. 2. Співвідношення показника частки працівників, які у своїй роботі використовували комп'ютер із доступом до мережі Інтернет, з показником частки працівників, праця яких пов'язана з роботою на комп'ютері, та показником інформаційної оснащеності у 2012 р.

З рис. 2 бачимо, що кількість підприємств, де є баланс досліджених показників, небагато. Особливо це стосується показника частки працівників, які у своїй роботі використовували комп'ютер із доступом до мережі Інтернет. Так, великий розрив цього показника у співвідношенні інших показників на підприємствах ПАТ «Коннектор», ПАТ «ХАРП», ПАТ «Південкабель». Це означає, що не всі технічні засоби, а саме комп'ютери, мають доступ до мережі Інтернет, що означає автоматизацію здебільшого управлінської діяльності персоналу.

Розглянемо ці показники у такому співвідношенні у 2014 р. та 2016 р. (рис. 3, 4).

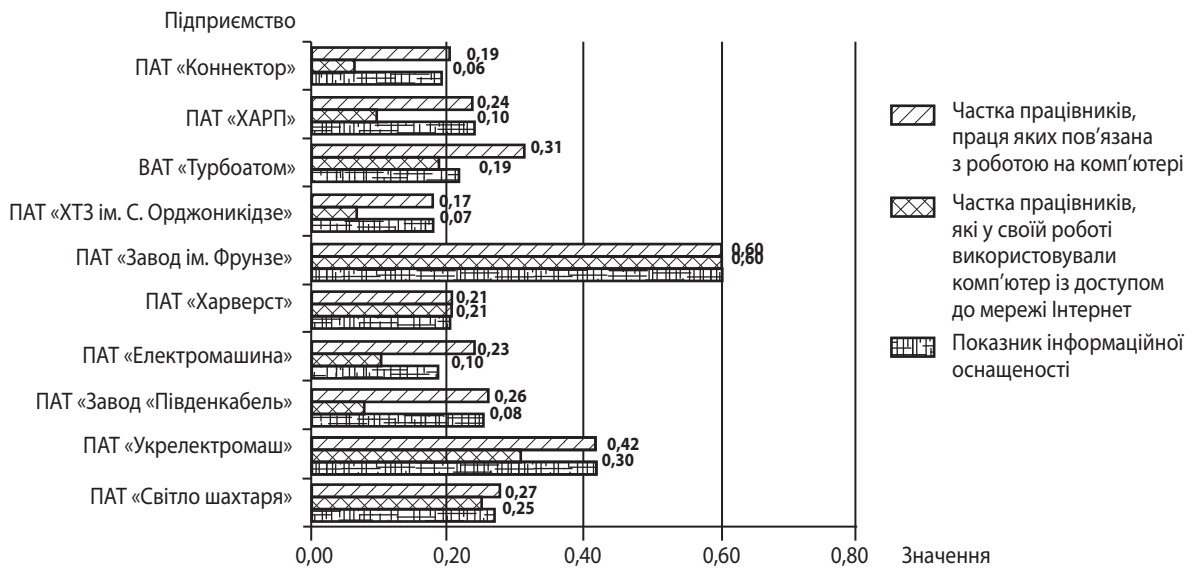


Рис. 3. Співвідношення показника частки працівників, які у своїй роботі використовували комп'ютер із доступом до мережі Інтернет, з показником частки працівників, праця яких пов'язана з роботою на комп'ютері, та показником інформаційної оснащеності у 2014 р.

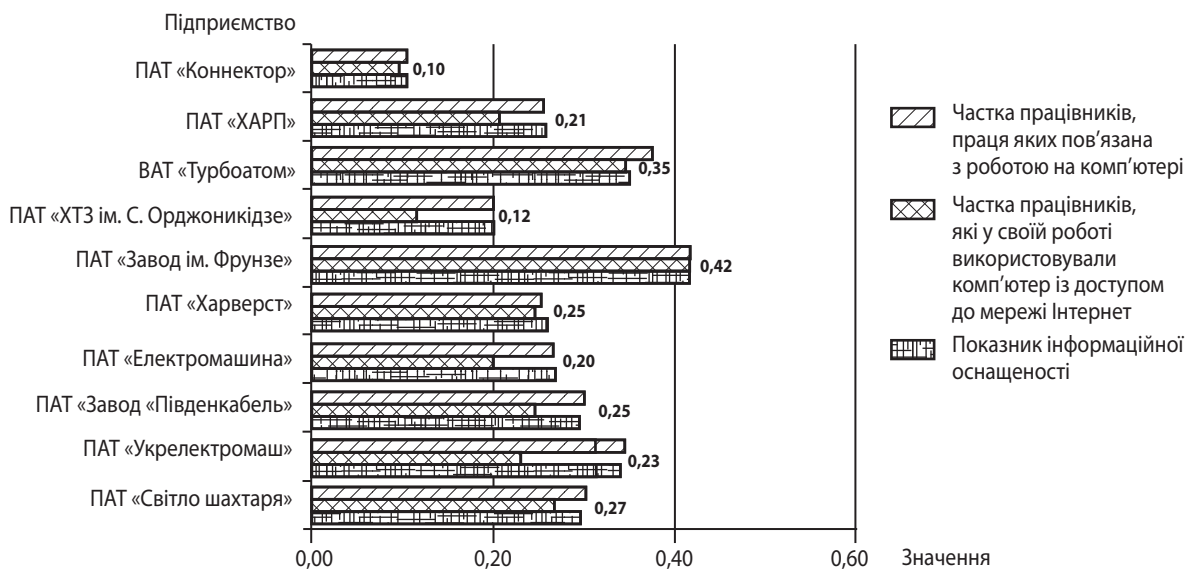


Рис. 4. Співвідношення показника частки працівників, які у своїй роботі використовували комп'ютер із доступом до мережі Інтернет, з показником частки працівників, праця яких пов'язана з роботою на комп'ютері, та показником інформаційної оснащеності у 2016 р.

Починаючи з 2013 р., коли почався спад в економіці України, як наслідок подій, які відбуваються в країні, у 2014 р. ми бачимо деякі зміни, а саме зниження усіх показників. Це пов'язано, по-перше, з плінністю персоналу на підприємствах. Але, незважаючи на зміну показників, баланс між показниками майже не змінився. Так, на підприємстві ПАТ «Завод ім. Фрунзе» у 2014 р. показник – 0,60, а у 2012 р. – 0,69, причина зменшення саме в злитті підрозділів, скороченні штату.

Якщо у 2014 р. на всіх підприємствах відбувалося значне зменшення усіх показників, то у 2016 р. ми маємо значне поліпшення. Так, підприємство ПАТ «Завод ім. Фрунзе», не беручи до уваги зменшення показників до 0,42, залишається лідером за оснащеністю ІТ-структурою та комунікативним забезпеченням, зважаючи на те, що вся комп'ютерна техніка підключена до мережі Інтернет, що вказує на підприємство з високим рівнем комунікативної взаємодії між персоналом. Серед підприємств з доволі високим рівнем взаємодії ми зазначимо підприємство ВАТ «Турбоатом» з показником частки працівників, які у своїй роботі використовували

комп'ютер із доступом до мереж Інтернет, – 0,35 у співвідношенні з показником інформаційної оснащеності 0,35, ПАТ «Світло Шахтаря» – 0,27 у співвідношенні 0,30 відповідно.

Щодо проблем автоматизації управлінської діяльності виділяють дві причини: перша – негативне враження керівництва від попередніх систем такого роду у формі АСУ. Друга – недостатня професійна компетентність персоналу управлінської ланки в питаннях використання комп'ютерних технологій. В результаті співробітники кадрових служб практично не беруть участь у процесі створення програмних продуктів, а тому далеко не завжди бувають задоволені можливостями програм такого класу, наявних на ринку. Крім того, практичне впровадження пакетів часто гальмується невідповідністю комп'ютерної оснащеності підприємств і вимог, що пред'являються до неї з боку пакетів [7].

Рівень оптимізаційної мобільності показує показник частки працівників, які використовували портативні пристрої для використання бізнесу, які підключені до мережі Інтернет за допомогою мобільних телефонних мереж (рис. 5). Портативні пристрої – це мініатюрні портативні комп'ютери, які мають мобільне програмне забезпечення, комунікаційні можливості яких здатні підключатися до бездротових мереж.

Отже, з рисунку видно, що найкраще використання ресурсів з точки зору необхідної координації роботи на відстані за допомогою портативних пристроїв – у підприємства ПАТ «Світло Шахтаря» з показником 0,06. ПАТ «Коннектор» має значення 0,02 у співвідношенні до показника 0,04 у співвідношенні частки працівників, які у своїй роботі використовували портативний комп'ютер із доступом до мережі Інтернет, Отже, якщо враховувати чисельність працівників, зайнятих розумовою працею, то саме ПАТ «Коннектор» має доволі оптимальне порівняно з іншими підприємствами співвідношення, що портативними пристроями наділені не тільки управлінці, а й керівники підрозділів, які також можуть віддалено мати повний зв'язок з виробничими процесом на підприємстві.

Найгірші показники спостерігаються у підприємств ПАТ «ХАРП» з показниками 0,001 та 0,12, ПАТ «Укрелектромаш» з показниками 0,05 та 0,27 та ПАТ «Харверст» з показниками 0,03 та 0,25 відповідно. Це свідчить про неефективні комунікаційні зв'язки, де тільки керівники вищої ланки використовують портативні мобільні пристрої для бізнесу, підключені до мережі Інтернет. Це також свідчить про низький рівень довіри до керівників підрозділів, що є наслідком неефективного комунікаційної взаємодії.

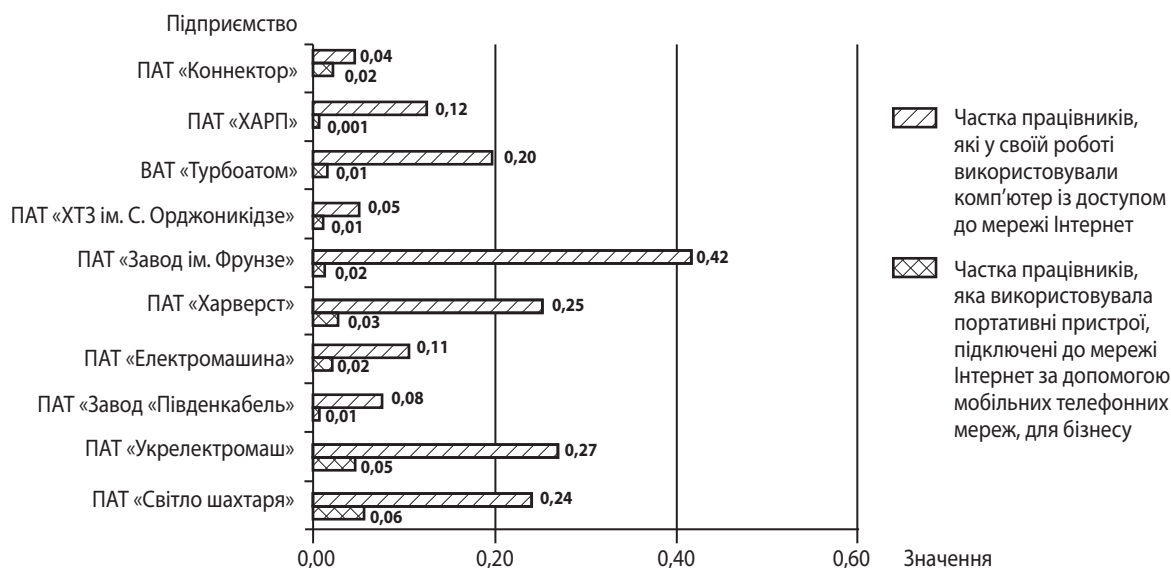


Рис. 5. Співвідношення показника частки працівників, які у своїй роботі використовували комп'ютер із доступом до мережі Інтернет, з показником частка працівників, яка використовувала портативні пристрої, підключені до мережі Інтернет за допомогою мобільних телефонних мереж у 2016 р.

Ефективність управлінської діяльності персоналу в контексті використання ІКТ характеризується використанням бездротового доступу для своєї внутрішньої комп'ютерної мережі (наприклад, бездротова LAN), функціонуюча домашня сторінка у внутрішній комп'ютерній мережі (Інтранет), Екстранет, а також наявність веб-сайту, який надає підприємствам не тільки можливість власного представлення в мережі Інтернет, а й у здійсненні таких дій, як: реалізація продукції, пошук потенційних клієнтів, онлайн-платежі тощо.

Згідно зі статистичними даними (табл. 2) можна зауважити, що у 2014–2016 рр. порівняно з 2012 р. кількість підприємств вдвічі збільшилась. Вони характеризуються використанням бездротового доступу для своєї внутрішньої комп'ютерної мережі (наприклад, бездротова LAN) та функціонуючої домашньої сторінки



у внутрішній комп'ютерній мережі (Інтранет). Враховуючи, що Інтранет – це корпоративний кіберпростір для внутрішніх комунікацій, який забезпечує сумісне використання інформації, зв'язку, співпраці, ця мережа значно підвищує комунікаційні взаємодії всередині між співробітниками підприємства та має вплив на продуктивність праці підприємства. Якщо використання внутрішніми мережевими зв'язками підприємствами до 2017 р. збільшилося, то використання розширеної комп'ютерної мережі Екстранет у 2012 р. було значно більшим порівняно з 2016 р. Але, незважаючи на переваги мережі Екстранет, яка зменшує витрати на здійснення комунікацій телефонними переговорами, дозволяє автоматизовану підготовку рахунків, їх відправлення, отримання рахунків в електронному вигляді, все ж таки 50 % підприємств, які досліджуються, відмовилися від такого мережевого зв'язку.

Таблиця 2

Аналіз використання підприємствами машинобудування ІКТ

		ПАТ «Світло шахтаря»	ПАТ «Укрелектромаш»	ПАТ Завод «Південкабель»	ПАТ «Електромашина»	ПАТ «Харверст»	ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	ПАТ «ХТЗ»	ВАТ «Турбоатом»	ПАТ «ХАРП»	ПАТ «Коннектор»
Чи використовувало Ваше підприємство бездротовий доступ для своєї внутрішньої комп'ютерної мережі (наприклад, бездротова LAN)?	2012	+	-	+	-	-	+	-	-	+	-
	2014	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
	2016	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Чи мало Ваше підприємство функціонуючу домашню сторінку у внутрішній комп'ютерній мережі (Інтранет) упродовж року?	2012	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-
	2014	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+
	2016	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
Чи мало Ваше підприємство розширену внутрішню комп'ютерну мережу Екстранет, доступ до якої надано обмеженому колу партнерів підприємства) упродовж року?	2012	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+
	2014	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+
	2016	+	-	-	+	-	+	-	-	+	-
Чи мало Ваше підприємство власний веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет упродовж року?	2012-2016	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
– використання веб-сайту для представлення каталогів і прейскурантів	2012-2016	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+
– пропозиції щодо можливості виготовляти продукцію згідно з вимогами клієнта	2012-2016	-	-	+	-	-	+	+	+	-	+
– онлайн-платежі	2012-2016	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
– персоніфіковане інформаційне наповнення в рамках веб-сайту для постійних / повторних клієнтів	2012-2016	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
– розміщення замовлень або бронювання в режимі онлайн	2012-2016	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-

Проведений аналіз використання веб-сайтів підприємствами машинобудування свідчить, що, крім власного представлення, не всі підприємства використовували всі можливості веб-сайту в мережі Інтернет. Найбільше використання веб-сайту підприємствами здійснювалося переважно для представлення каталогів і прейскурантів. Половина підприємств, які досліджуються, пропонують на власних веб-сайтах виготовлення продукції згідно з вимогами клієнта. Але тільки ПАТ Завод «Південкабель» та ПАТ «Завод ім. Фрунзе» надають можливість розміщення замовлень або бронювання в режимі онлайн і можливість здійснення платежів онлайн, що вказує на ефективність організаційної структури таких підприємств.

Отже, аналіз використання підприємствами машинобудування ІКТ свідчить про низький рівень використання можливостей, які пропонуються сучасними технологіями. Причинами, на наш погляд, є, по перше, відсутність фінансових вкладень у модернізацію, провадження сучасної системи ІКТ і, як наслідок, слабка розвиненість мережевої інфраструктури вітчизняних підприємств; по-друге – це некомпетентність керівництва у сфері ІКТ, а також несучасність поглядів до здійснення певних операцій в мережі Інтернет.

На думку фахівців із інформаційних технологій упровадження корпоративних інформаційних систем таїть в собі виклик керівникам різних рівнів за рахунок зростання їх інформованості і зведення до мінімуму невизначеності в прийнятті рішень, висуваючи на перший план компетентність і відповідальність.

Івченко Є. І. виділяє такі напрями щодо вирішення проблем у сфері використання сучасних ІКТ, а саме:

- розробка законодавчої бази та нормативно-правових документів, що забезпечить створення мережевої інфраструктури вітчизняного бізнесу;
- попри існуючий економічний стан проводити інвестиційну політику спрямовану на підтримку національних виробників і розробників ІКТ (програмних, комп'ютерних, комунікаційних) та систем управління підприємствами, підтримка внутрішнього попиту (розвиток інфраструктури, забезпечення інформаційно-комунікаційними послугами, доступу до мережі Інтернет);
- модернізація підприємств (насамперед систем управління підприємствами), оптимізація витрат [8].

Терехов Д. зазначає, що прогрес у сфері управління практично неможливий без застосування інформаційних технологій. Адже інформаційні системи підприємства забезпечують інформаційну підтримку всіх управлінських процесів і служб підприємства, включаючи проектування, виробництво і збут продукції, фінансово-економічний аналіз, управління персоналом, маркетинг, супровід експлуатації виробів, поточне та перспективне планування [11].

Висновки та перспективи подальших досліджень. В умовах сучасної інформативної економіки одним із найвпливовіших факторів функціонування підприємств є ефективність управлінської діяльності персоналу, який знаходиться у прямій залежності від ефективності використання інформаційно-комунікативних ресурсів і якості їх забезпечення в управлінській діяльності персоналу підприємства. Впровадження сучасних ІКТ, використання всіх можливостей мережевого зв'язку на підприємстві, завдяки яким прискорюються та спрощуються внутрішні та зовнішні комунікації, створюються нові можливості для автоматизації бізнес процесів. За рахунок підвищення мобільності, використання портативних пристроїв для бізнесу, які підключені до мережі Інтернет, є можливість віддалено мати керівникам повний зв'язок з виробничими процесом на підприємстві, завдяки чому відбувається збільшення продуктивності праці.

На підставі систематизації літератури, яка досліджувалась, нами з'ясовано, що провадження сучасної системи ІКТ на підприємствах є необхідним. Завдяки ІКТ та доступу до мережі Інтернет виникають нові форми комунікаційної взаємодії.

Проведене дослідження дозволило визначити напрями подальших досліджень, що акцентовано на інформаційно-комунікаційному забезпеченні управлінської діяльності персоналу підприємства, якості використання інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення ефективного конкурентоспроможного існування підприємства.

Література: 1. Рейтинг стран мира по уровню развития информационно-коммуникационных технологий. Гуманитарные технологии. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info>. 2. Гринів Н. Т. Логістика електронної торгівлі в Україні. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. С. 576–580. 3. Фоміних Н. Ю. Сутність поняття «інформаційно-комунікаційні технології» та їх значення на сучасному етапі модернізації освіти. URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9084/1/ped905_77.pdf. 4. Кадемія М. Ю. Інформаційно-комунікаційні технології навчання : термінологічний словник. Львів : Вид-во «СПОЛОМ», 2009. 260 с. 5. Значенко О. П. Формування інформаційної культури майбутніх учителів гуманітарних дисциплін : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Київ, 2005. 22 с. 6. Головне управління статистики у Харківській області. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/stat-informatsiya>. 7. Гутгарц Р. Д. Использование новых информационных технологий в управлении. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/1/1648.htm>. 8. Івченко Є. І. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор управління інноваційним розвитком підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2008. № 4 (4). С. 80–91. 9. Куценко Т. М. Значення і особливості застосування сучасних інформаційних систем в управлінні підприємством. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 55. С. 97–102. 10. Валькова Н. В. Використання інформаційно-комунікаційних технологій та впровадження електронної логістики на промислових підприємствах. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 4 (9). С. 155–160. URL: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n4.html>. 11. Терехов Д. С. Удосконалення інформаційного забезпечення управління машинобудівним підприємством на основі процесного підходу. *Економічний часопис-XXI*. 2012. № 11–12 (1). С. 48–51. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/2013/11-12%202013%20EX/Terekhov.pdf>.



References: 1. Rejting stran mira po urovnyu razvitiya informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologiy. Gumanitarnyye tekhnologii. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info>. 2. Hryniv N. T. Lohistyka elektronnoi torhivli v Ukraini. Lviv : Vyd-vo Lvivskoi politekhniki, 2010. P. 576–580. 3. Fominykh N. Yu. Sutnist poniattia «informatsiino-komunikatsiini tekhnologii» ta yikh znachennia na suchasnomu etapi modernizatsii osvity. URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9084/1/ped905_77.pdf. 4. Kademiiia M. Yu. Informatsiino-komunikatsiini tekhnologii navchannia : terminolohichni slovnyk. Lviv : Vyd-vo «SPOLOM», 2009. 260 p. 5. Znachenko O. P. Formuvannia informatsiinoi kultury maibutnykh uchyteliv humanitarnykh dystsyplin : avtoref. dys. ... kand. ped. nauk : 13.00.04. Kyiv, 2005. 22 p. 6. Holovne upravlinnia statystyky u Kharkivskii oblasti. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/stat-informatsiya>. 7. Gutgarts R. D. Ispolzovaniye novykh informat-sionnykh tekhnologiy v upravlenii. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/1/1648.htm>. 8. Ivchenko Ye. I. *Informatsiino-komunikatsiini tekhnologii yak kliuchovy faktor upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstv* [Information and Communication Technologies As a Key Factor in Managing Innovation Development of Enterprises]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*. 2008. No. 4 (4). P. 80–91. 9. Kutsenko T. M. *Znachennia i osoblyvosti zastosuvannia suchasnykh informatsiinykh system v upravlinni pidpriemstvom* [Values and Peculiarities of Application of Modern Information Systems in the Management of the Enterprise]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. 2016. No. 55. P. 97–102. 10. Valkova N. V. *Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnologii ta vprovadzhennia elektronnoi lohistyky na promyslovykh pidpriemstvakh* [Use of Information and Communication Technologies and Introduction of Electronic Logistics at Industrial Enterprises]. *Ekonomika: realii chasu*. 2013. No. 4 (9). P. 155–160. URL: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n4.html>. 11. Terekhov D. S. *Udoskonalennia informatsiinoho zabezpechennia upravlinnia mashynobudivnym pidpriemstvom na osnovi protsesnoho pidkhodu* [Improvement of the Information Management of the Machine-Building Enterprise on the Basis of the Process Approach]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. 2012. No. 11–12 (1). P. 48–51. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/2013/11-12%202013%20EX/Terekhov.pdf>.

Інформація про автора

Гришина Вікторія Володимирівна – аспірант кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця. (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: IVictoria77@gmail.com).

Информация об авторе

Гришина Виктория Владимировна – аспірант кафедри государственного управления, публичного администрирования и региональной экономики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: IVictoria77@gmail.com).

Information about the author

V. Hryshyna – Postgraduate Student of Department of State Governance, Public Administration and Regional Economics, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61116, Ukraine; e-mail: IVictoria77@gmail.com).

Стаття надійшла до ред.
08.06.2018 р.

СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ

Болотова О. О.

Анотація. Узагальнено наявні підходи до розуміння організаційного забезпечення, що дозволило визначити такі основні: сукупність документів, які регламентують організаційну структуру; сукупність засобів і методів, які регламентують взаємодію робітників між собою та з технічними засобами; створення умов для нормального функціонування шляхом забезпечення відповідними ресурсами; структура управління та інтегральний підхід. Надано авторське визначення організаційного забезпечення в рамках інтегрального підходу. Уточнено сутність економічного забезпечення. Здійснено узагальнення наявних поглядів на розуміння організаційно-економічного забезпечення. Запропоновано організаційно-економічне забезпечення ефективності менеджменту персоналу, яке містить у собі сукупність заходів у формі проектів, програм і дій, що реалізуються в підсистемах менеджменту персоналу з метою підвищення ефективності їх функціонування, організаційну та економічну складові, та обґрунтовано роль синтезованого капіталу.

Ключові слова: організаційне забезпечення, економічне забезпечення, організаційно-економічне забезпечення, організаційно-економічне забезпечення ефективності менеджменту персоналу.

СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА

Болотова Е. О.

Аннотация. В статье обобщены существующие подходы к пониманию организационного обеспечения, что позволило определить следующие основные: совокупность документов, регламентирующих организационную структуру; совокупность средств и методов, регламентирующих взаимодействие работников между собой и с техническими средствами; создание условий для нормального функционирования путем обеспечения соответствующими ресурсами; структура управления и интегральный подход. Предоставлено авторское определение организационного обеспечения в рамках интегрального подхода. Уточнена сущность экономического обеспечения. Осуществлено обобщение существующих взглядов на понимание организационно-экономического обеспечения. Предложено организационно-экономическое обеспечение эффективности менеджмента персонала, включающее совокупность мероприятий в форме проектов, программ и действий, реализуемых в подсистемах менеджмента персонала с целью повышения эффективности их функционирования, организационную и экономическую составляющие, а также обоснована роль синтезированного капитала.

Ключевые слова: организационное обеспечение, экономическое обеспечение, организационно-экономическое обеспечение, организационно-экономическое обеспечение эффективности управления персоналом.

THE ESSENCE OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT FOR EFFICIENT PERSONNEL MANAGEMENT

O. Bolotova

Abstract. The article summarizes the existing approaches to the understanding of organizational support, which made it possible to identify the following basic ones: a set of documents regulating the organizational structure; a set of funds and methods that regulate the interaction of employees among themselves and with technical means; creating conditions for normal functioning by providing appropriate resources; management structure and integral approach. The author's definition of organizational support is presented within an integrated approach. The essence of economic support is clarified. The generalization of the existing views on the understanding of organizational and economic support is made. There proposed organizational and economic support for efficient personnel management, which includes a set of activities in the form of projects, programs and actions implemented in the subsystems of personnel management to improve the efficiency of their functioning, organizational and economic components. Furthermore, the role of synthesized capital is substantiated.

Keywords: organizational support, economic support, organizational and economic support, organizational and economic support for efficient personnel management.



Питання сутності організаційно-економічного забезпечення наразі розглядається в економічній науці в різних площинах: на макро- та мезоекономічному рівнях як організаційно-економічний механізм розвитку відповідних галузей народного господарства, як організаційно-економічне забезпечення ефективного функціонування виробництво окремих видів продукції; на мікрорівні розглядається забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства, використання ресурсів на підприємствах відповідних галузей, діяльності окремих підприємств тощо. Можна стверджувати, що організаційно-економічне забезпечення розробляється відносно широкого кола об'єктів дослідження, а уточнення його сутності відповідно ефективності менеджменту персоналу залишається відкритим питанням.

Питаннями дослідження організаційно-економічного забезпечення займалися такі дослідники, як: О. В. Божанова, А. В. Вдовиченко, С. С. Галасюк, Т. В. Голощапова, Л. М. Дзюбенко, Г. О. Дудукало, К. Н. Євсюков, К. Я. Качмар, К. К. Колін, В. В. Лакіза, Ю. Д. Малярєвський, Е. В. Миннеханова, М. Г. Молла, Г. О. Пономарьова, А. А. Садеков, В. Ф. Семенов, Т. Б. Топольницька, О. В. Фартушняк, Д. І. Цибулько, В. В. Цурик, О. В. Шикіна, О. Ю. Шилова, Р. Д. Якубів. Незважаючи на існуючі розробки, сутність організаційно-економічного забезпечення ефективності менеджменту персоналу не визначена, що і обумовлює постановку завдань дослідження.

Мета дослідження полягає у визначенні сутності та структури організаційно-економічного забезпечення ефективності менеджменту персоналу.

В ряді досліджень акцент ставиться окремо на організаційному забезпеченні, в інших – на економічному. Таким чином, для визначення сутності предмета дослідження розглянемо наявні підходи до розуміння цих понять. На основі узагальнення наявних підходів до визначення сутності організаційного забезпечення отримано ряд підходів. По-перше, організаційне забезпечення розглядається як сукупність документів (положень, інструкцій, наказів, вимог та інших), які регламентують організаційну структуру, діяльність персоналу та взаємодію з комплексом засобів системи. По-друге, його розглядають як сукупність засобів і методів, які регламентують взаємодію робітників між собою та з технічними засобами щодо реалізації прийнятого управлінського рішення. По-третє, як створення умов для нормального функціонування шляхом забезпечення відповідними ресурсами. По-четверте, як структуру управління, яка охоплює як внутрішні функції та задачі, комплекс стійких зв'язків та взаємодії, так і зовнішні зв'язки суб'єкта управління. По-п'яте, в рамках інтегрального підходу організаційне забезпечення об'єднує і створення структури, і організація робіт і заходів, і формування команди, і сукупність взаємозв'язків між підрозділами як елемент системи, і ефективний зв'язок між операційною діяльністю, зовнішнім контрагентом і ресурсами підприємства.

Загальною метою організаційного забезпечення є створення умов для стабільного нормального функціонування підприємства шляхом реалізації управлінських рішень. Проміжним завданням на шляху досягнення зазначеної цілі є створення організаційної структури.

Підтримуючи доцільність інтегрального підходу в рамках системного бачення до розуміння сутності «організаційне забезпечення», запропонуємо власну дефініцію: організаційне забезпечення – це управлінська підсистема, яка включає організаційну структуру, взаємозв'язки між окремими підрозділами та посадами, сукупність регламентів у формі документів (інструкцій, положень, наказів і кваліфікаційних вимог), які описують її функціонування, для реалізації прийнятих управлінських рішень шляхом забезпечення необхідними ресурсами. Взаємодія із зовнішнім середовищем обмежена виключно реалізацією функції щодо залучення необхідних ресурсів.

На відміну від організаційного забезпечення, економічне забезпечення представлене лише в окремих роботах. Так, з політико-економічної точки зору економічне забезпечення розглядається як система економічних відносин, що виникають у процесі виробництва і реалізації благ між окремими суб'єктами ринку та державою, між структурою, під якою розуміється підприємство, і її трудовим колективом, між власниками капіталу і найманими працівниками щодо порівняння витрат із доходами, виявлення, розподілу та використання прибутку [1, с. 25].

Більш загальне визначення економічного забезпечення представлено як сукупність методів і засобів, призначених для створення оптимальних умов ефективної та безпомилково діяльності людини в інформаційній системі та її освоєння [2]. Обґрунтоване визначення економічного забезпечення технічного переозброєння наведено у праці [3, с. 29], яке полягає у визначенні економічної доцільності його здійснення, аналізі та оцінці економічної ефективності. Також економічне забезпечення розглядається як комплекс, що є основною частиною господарського механізму підприємства – сукупність економічних методів, способів, форм та інструментів впливу на економічні відносини та процеси, що відбуваються на підприємстві [4]. Відносно економічного забезпечення управління змінами промислового підприємства автори виокремлюють його мету як формування економічних стимулів до змін і стабільного економічного розвитку [5].

На основі проведеного дослідження під економічним забезпеченням пропонуємо розуміти сукупність методів, способів, форм, інструментів управлінського впливу та економічні стимули, спрямовані на відповідний об'єкт для здійснення аналізу та оцінки економічної ефективності, що дозволяє досягти економічної доцільності.

Організаційно-економічне забезпечення, на відміну від попереднього, більш широко представлено в дослідженнях. Близьке до організаційного забезпечення розуміння організаційно-економічного забезпечення випереджувального управління наведено Г. О. Пономарьовою [6], воно ґрунтується на тенденціях розвитку підприємства, враховує досягнутий науково-технічний рівень його розвитку, соціальні, правові та психологічні відносини в колективі підприємства в процесі управління.

Відносно функціонування підприємства досліджуване поняття розглядають як систему формування цілей і стимулів, що дозволяють перетворити в процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [7]. Таке визначення здебільшого відображає політико-економічний зміст досліджуваної категорії. Подібне визначення пропонує В. О. Грицишин [8]: як сукупність підсистем та елементів ринкового середовища, до яких відносять фінансову, організаційну, кадрову, інформаційну та правову підсистеми. Враховуючи, що його дослідження спрямовано на підприємства соціально-економічної інфраструктури міста, таке бачення є обґрунтованим, адже воно передбачає зовнішнє щодо підприємства організаційно-економічне забезпечення, яке повинно сприяти його функціонуванню та розвитку.

Варте уваги запропонована А. В. Вдовиченко структурно-логічна схема організаційно-економічного забезпечення ефективного функціонування виробництва органічної сільськогосподарської продукції, що включає механізм забезпечення ефективності виробництва, підтримку ефективного функціонування органічних господарств та аграрну політику, яка знаходиться під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників [9].

З мікроекономічної точки зору під організаційно-економічним забезпеченням функціонування та розвитку підприємства розуміють сукупність динамічних процедури, форм, методів та інструментів управління, що дозволяє формувати та здійснювати послідовність заходів. А його удосконалення пропонується розглядати в розрізі організаційної структури, бізнес-процесів, інноваційних процесів та якості продукції [4]. Деякі автори [10] розподіляють його на організаційну й економічні складові, з виокремленням організації виробничого процесу, інфраструктури, контролю якості продукції, праці та організації комерційної діяльності, а також персонал підприємства, виробничі можливості, ділову активність, фінансову стійкість, платоспроможність і прибутковість [10]. Інші автори [11] розглядають його як процес управління для досягнення поставлених цілей відносно розвитку підприємства шляхом використання його ресурсів: управлінські процедури включають організацію, планування, контроль, діагностику та мотивацію, а сама структура системи організаційно-економічного забезпечення розвитку підприємства, крім ресурсів та управлінських процедур, включає методи регулювання (адміністративні та ринкові) методологію та цілеполягання, а також інвестиційне забезпечення для покриття витрат як обґрунтування джерел фінансування та методичних інструментів оптимізації структури коштів [11, с. 8]. З іншого боку, його розглядають як сукупність заходів і засобів або створення умов, що сприяють протіканню економічних процесів реалізації поставлених планів, програм і проектів [12].

А. А. Садеков і В. В. Цурик наголошують на розумінні організаційно-економічного забезпечення як системи адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища орієнтовану на пошук і реалізацію його можливостей в умовах трансформаційної економіки [13].

Об'єднання підходів до розуміння організаційно-економічного забезпечення з макроекономічної, мікроекономічної та мезоекономічної точок зору запропоновано Т. В. Голощачовою як процес організації діяльності в певних умовах розвитку економіки на зазначених рівнях, що здійснюється через системну взаємодію організаційно-економічної складових, об'єднаних єдиною метою функціонування на основі виявлення і впровадження найбільш ефективних способів управління, взаємодії зазначених елементів системи, що передбачає послідовну зміну чинників економічної складової під впливом організаційної та чинників зовнішнього середовища та їх змін [14].

Ґрунтовний методологічний підхід до визначення сутності організаційно-економічного забезпечення управління персоналом наведено в роботі Р. Д. Якубова як систему енергійно взаємопов'язаних організаційних та економічних забезпечуючих факторів для налагодження високорезультативного HR-менеджменту на підприємстві [15, с. 32]. У його структурі автор виділяє методичне, інформаційне та моніторингове забезпечення, критерії оцінки ефективності, принципи, функції та методи управління, а також науково-теоретичні підходи. Заслуговує на увагу включення до зазначеного інструментарію економічних важелів які, на жаль, автором в роботі ґрунтовно не досліджені та не пояснені.

Г. О. Дудукало в рамках функціонально-структурної схеми забезпечення ефективності управління персоналом машинобудівного підприємства виокремлює три види забезпечення ефективності діяльності: організаційне, інформаційне та мотиваційне, які об'єднані як функціональні підсистеми механізму, взаємопов'язані з критеріями ефективності діяльності персоналу та впливом механізму забезпечення ефективності діяльності персоналу. Ці три складові розглянуті під впливом стратегії підприємства зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що все в цілому обумовлює результат дії механізму, який представлений підвищенням продуктивності праці, економічним і соціальним ефектом виявлення оптимального шляху забезпечення діяльності персоналу та зазначеними видами забезпечення ефективності діяльності персоналу [16, с. 8].



На основі узагальнення вищенаведених дефініцій організаційно-економічного забезпечення запропонуємо ключові визначення досліджуваного поняття. По-перше, відповідно до ієрархії забезпечення не може являти собою систему формування цілей, але воно спрямовано саме на сприяння досягненню цілей та реалізації стратегії об'єкта або процесу, для якого розробляється забезпечення. По-друге, воно являє собою сукупність заходів, які плануються та реалізуються відповідно до цілей функціонування вищезазначеного об'єкта, які найчастіше набувають форми проекту, програми або портфеля дій. По-третє, методологічним базисом для зазначених заходів є сукупність управлінських процедур, форм, методів, важелів, які можна узагальнити як інструментарій. По-четверте, реалізація зазначених заходів, які становлять сутність організаційно-економічного забезпечення, вимагає витрат відповідної кількості ресурсів, доцільність залучення яких повинна бути оцінена із використанням відповідного економічного інструментарію для досягнення доцільності. По-п'яте, зміст і склад заходів організаційно-економічного забезпечення залежить від стану об'єкта або процесу, на який воно спрямовано, з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх чинників. По-шосте, складові забезпечення (кадрова, технічна, нормативно-правова, фінансова, інформаційна, інвестиційна тощо) може бути виокремлена залежно від об'єкта або процесу дослідження.

Шляхом узагальнення сутності організаційно-економічного забезпечення та розуміння ефективності менеджменту персоналу дамо розуміння особливостей цього забезпечення відносно предмета дослідження. Розглядаючи менеджмент персоналу як систему, яка включає ряд підсистем, функції управління (планування, організація, аналіз, контроль та мотивація) виступають управлінським впливом на ці підсистеми, що виступають об'єктом, для доведення їх у необхідний стан. Ефективність менеджменту персоналу, яка поряд із ефективністю функціонування цих підсистем розуміється як ефективність цього управлінського впливу, досягається реалізацією організаційно-економічних заходів, які і складають сутність забезпечення. Варто зауважити, що з організаційної точки зору ці заходи набувають форми дій, які узгоджуються за часом, вартістю, ризиками та параметрами якості в рамках проектного підходу, а економічне забезпечення полягає у використанні відповідного інструментарію для обґрунтування доцільності здійснення цих заходів та вибору найкращої альтернативи. Відповідно до забезпечення реалізації цілей організаційно-економічне забезпечення передбачає розробку та впровадження механізмів ідентифікації та гармонізації цілей підсистеми менеджменту персоналу відповідно до потреб підприємства та їх декомпозицію на окремі підсистеми планування, мотивації, адаптації, розвитку, руху тощо. Так, за необхідності диверсифікації діяльності підприємства або розширення його географічної присутності на внутрішньому та зовнішньому ринках підприємства потребують не лише збільшення штату, але і зміни та підвищення кваліфікації. Цей процес вимагає постановки цілей для HR-відділу щодо планування, комплектування штату та організації навчання співробітників. Відповідно, цілі мають бути узгоджені з усіма підрозділами підприємства, які залучені до змін. З боку лінійних менеджерів очікується новий профіль компетентності для посад, який має бути реалізований в рамках підвищення кваліфікації. Організаційно-економічне забезпечення передбачає пошук можливості навчання всередині підприємства чи зовні, створення власного підрозділу з розвитку кадрів при економічному обґрунтуванні доцільності виділення коштів на його створення (відділ, штат, обладнання, методичне забезпечення тощо) або виділення коштів на зовнішнє навчання. В цьому процесі досягнення поставлених цілей неможливе без інформаційно-комунікаційної складової цього забезпечення: саме наявність необхідної інформації щодо вартості навчання зовні та всередині та потреби у підготовці кадрів у майбутньому дозволяє здійснити аналіз та отримати висновки. Комунікації виступають головним інструментом узгодження інтересів усіх сторін. В цьому ж розрізі розуміється і узгодження інтересів зацікавлених сторін у забезпеченні ефективності менеджменту персоналу. Всі зацікавлені сторони мають розуміти свою роль у цьому процесі відносно їх внеску та очікуваних результатів, що може бути забезпечено лише шляхом впровадження та реалізації функціонування комунікаційної мережі, яка об'єднує всі сторони та забезпечує узгодження в розумінні цілей, власного внеску та очікуваних вигід. Крім інформаційно-комунікаційної складової варто виокремити фінансову, яка передбачає аналіз існуючих власних джерел фінансування зазначених організаційно-економічних заходів та можливості залучення кредитних коштів.

Організаційно-економічне забезпечення визначення ефективності витрат на персонал передбачає забезпечення випередження темпів зростання продуктивності праці над темпами збільшення оплати праці, зростання рентабельності витрат на персонал тощо. Саме цей аспект ефективності менеджменту персоналу, який полягає в організаційно-економічному забезпеченні визначення ефективності витрат на персонал розробку процедур збору необхідної для аналізу інформації, її класифікацію та збереження, визначення порогових значень та загального обґрунтування системи показників оцінювання ефективності менеджменту персоналу для досліджуваного підприємства.

Таким чином, організаційно-економічне забезпечення, з нашої точки зору, має бути представлено такими основними складовими: безпосередньо заходами в підсистемах менеджменту персоналу для підвищення ефективності їх діяльності, економічним забезпеченням, яке об'єднує методичне та ресурсне, та організаційним, яке включає внутрішньо-нормативне й інформаційно-комунікаційне (рис. 1). Особливу роль у забезпеченні ефективності менеджменту персоналу відіграє синтезований капітал який особи є інтелектуальний,

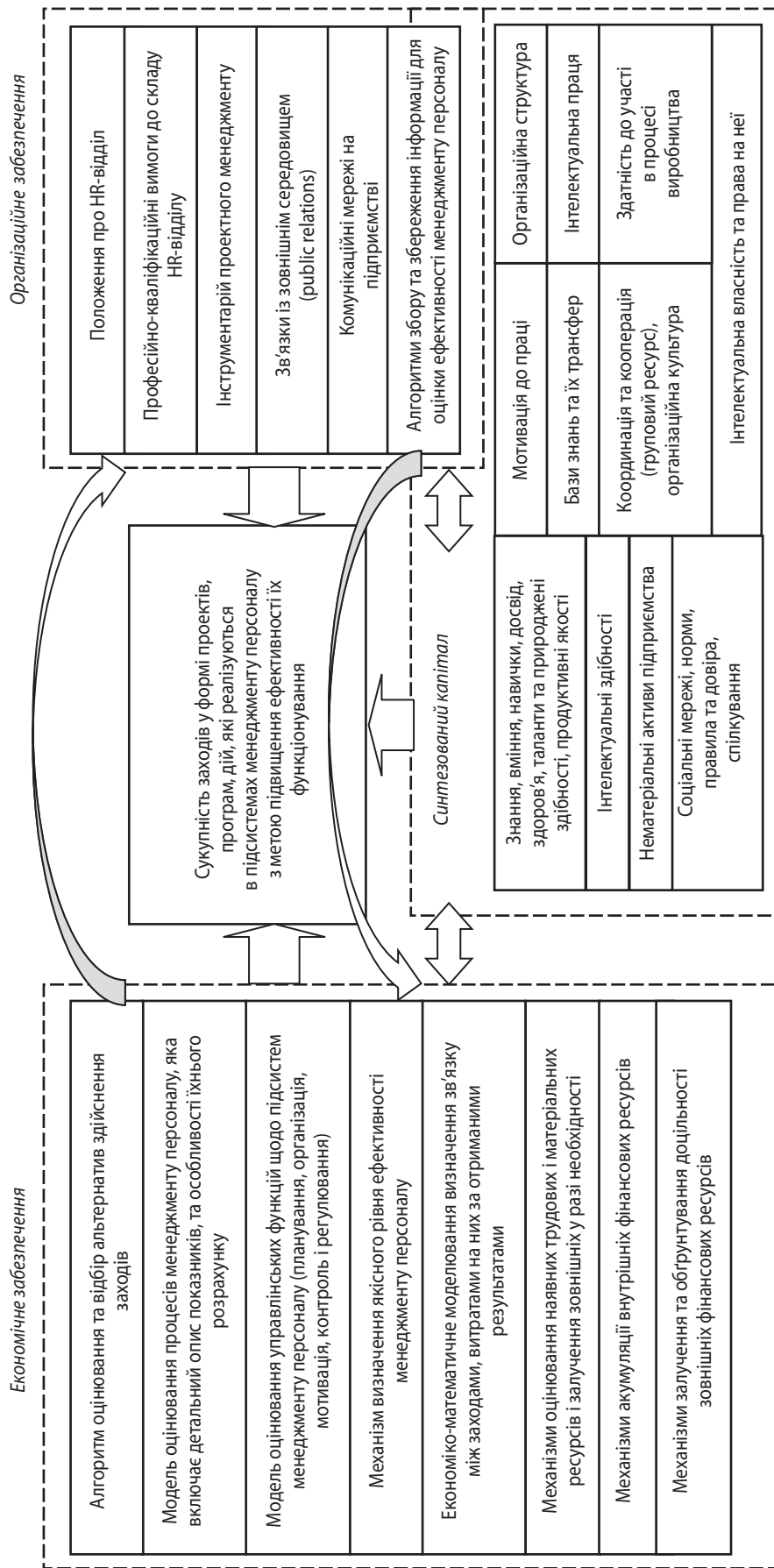


Рис. 1. Організаційно-економічне забезпечення ефективності менеджменту персоналу



соціальний та людський. Незважаючи на те, що він є відносно новим поняттям в економічній науці, ряд фундаментальних досліджень щодо його сутності, структури, особливостей вимірювання вже здійснено та наведено у відповідних наукових працях [17; 18]. Вплив цих трьох видів капіталу запропоновано в роботі Н. Л. Гавкалової [19]. У структурі синтезованого капіталу лише окремі складові не відносяться безпосередньо до персоналу та можуть розглядатися як окремий об'єкт для управління: об'єкти інтелектуальної власності, інформаційні мережі, інфраструктурні активи й окремі види нематеріальних активів. Всі інші активи або безпосередньо належать людині, або являються правом спільної власності як з боку підприємства, так і з боку працівників. Отже, формування, накопичення та використання синтезованого капіталу безпосередньо пов'язано з професійною діяльністю працівників переважно інтелектуаломіського характеру.

Таким чином, персонал виступає джерелом синтезованого капіталу (розробка ноу-хау, отримання авторських прав, формування позитивного іміджу підприємства в очах контрагентів шляхом формування ефективних зовнішніх комунікаційних зв'язків тощо), його носієм (знання, вміння, навички, компетентності, які використовуються в процесі трудової діяльності для належного виконання своїх обов'язків: виготовлення високоякісної продукції, дотримання строків договорів тощо) та розповсюджувачем (унікальні ключові компетентності, які формуються у кадрів, створюють власну систему знань на підприємстві, що в рамках їх трансферу дозволяє поширювати їх всередині колективу, створюючи неповторну конкурентну перевагу). В рамках запропонованої схеми організаційно-економічного забезпечення (рис. 1) синтезований капітал займає проміжне місце між організаційним та економічним, що обумовлено його роллю. Синтезований капітал виступає додатковим невичерпним ресурсом, використання якого дозволяє збільшувати ефективність менеджменту персоналу, а його інформаційно-комунікаційні складові, які, в першу чергу, забезпечують трансфер внутрішніх знань та ефективні комунікації між працівниками на підприємстві, доцільно віднести до організаційної складової запропонованого нами забезпечення. Використання активів синтезованого капіталу в підсистемах менеджменту персоналу для вдосконалення управлінських функцій дозволяє покращувати показники ефективності менеджменту персоналу, підвищувати його рівень та в цілому сприяти зростанню ефективності діяльності підприємства.

В рамках подальших досліджень планується розробити рекомендації для машинобудівних підприємств щодо реалізації напрямів впровадження заходів у рамках організаційно-економічного забезпечення та довести вплив використання складових синтезованого капіталу на ефективність менеджменту персоналу.

Література: 1. Львовичкін С. В. Фінансовий механізм макроекономічного регулювання. *Фінанси України*. 2000. № 12. С. 23–28. 2. Шкарлет С. М. Економічне управління інноваційною підприємницькою діяльністю в області створення програмного забезпечення : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02. Київ, 2000. 22 с. 3. Малярєвський Ю. Д., Фартушняк О. В., Цибулько Д. І. Організаційно-економічне забезпечення технічного переозброєння промислових підприємств : монографія. Харків : ФОРМ-А, 2016. 256 с. 4. Лакіза В. В., Качмар К. Я. Організаційно-економічне забезпечення функціонування підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.8. С. 224–229. 5. Божанова О. В. Організаційно-економічне забезпечення управління змінами на промисловому підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10 (1). С. 39–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg_2016_10%281%29__10. 6. Пономарьова Г. О. Організаційно-економічне забезпечення випереджувального управління підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Луганськ, 2004. 25 с. 7. Довгань Л. Є., Дудукало О. Г. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2012. URL: <http://economy.kpi.ua/uk/node/376>. 8. Грицишин В. О. Організаційно-економічне забезпечення управління підприємствами соціально-економічної інфраструктури міста : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Луганськ, 2004. 23 с. 9. Вдовиченко А. В. Організаційно-економічне забезпечення ефективного функціонування виробництва органічної сільськогосподарської продукції. *Збалансоване природокористування*. 2015. № 4. С. 59–63. 10. Молла М. Г. Формування системи показників оцінки організаційних складових конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ*. 2012. № 44. С. 252–257. 11. Шилова О. Ю. Організаційно-економічне забезпечення розвитку підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2009. 24 с. 12. Кучер С. Ф. Організаційно-економічне забезпечення перетворень у курортно-рекреаційній системі приморського міста : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Донецьк, 2009. 24 с. 13. Садеков А. А., Цурик В. В. Управление предприятием в условиях кризиса : монография. Донецк : ДонГУЭТ, 2006. 178 с. 14. Голощапова Т. В. Исследование перспектив развития гостиничной индустрии и рекомендации по прогнозированию эффективности ее функционирования. *Современные исследования социальных проблем: (электронный научный журнал), Modern Research of Social Problems*. 2013. No. 9 (29). URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.836.9378&rep=rep1&type=pdf> DOI: 10.12731/2218-7405-2013-9-84. 15. Якубів Р. Д. Організаційно-економічне забезпечення управління персоналом сільськогосподарських підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2016. 190 с. 16. Дудукало Г. О. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1031>. 17. Гавкалова Н. Л., Барка Зин М. Синтезированный капитал и модернизация общества. *Экономика развития*. 2012. № 2 (62). С. 44–50. 18. Гавкалова Н. Л., Власенко Т. А. Formation the systematic basis of synthesized capital. *Актуальні проблеми економіки*.

2016. № 4 (178). С. 8–16. 19. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування : наук. вид. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2007. 400 с.

References: 1. Lovochkin S. V. *Finansovyi mekhanizm makroekonomichnoho rehulivannia* [Financial Mechanism of Macroeconomic Regulation]. *Finansy Ukrainy*. 2000. No. 12. P. 23–28. 2. Shkarlet S. M. *Ekonomichne upravlinnia innovatsiinoiu pidpriemnytskoiu diialnistiu v oblasti stvorennia prohramnoho zabezpechennia* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.02. Kyiv, 2000. 22 p. 3. Maliarevskiy Yu. D., Fartushniak O. V., Tsybulko D. I. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia tekhnichnoho pereozbroiennia promyslovykh pidpriemstv* : monohrafiia [Organizational and Economic Provision of Technical Re-Equipment of Industrial Enterprises: monograph]. Kharkiv : FOP Aleksandrova K. M., 2016. 256 p. 4. Lakiza V. V., Kachmar K. Ya. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia funktsionuvannia pidpriemstva* [Organizational and Economic Support for the Functioning of the Enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2011. Issue 21.8. P. 224–229. 5. Bozhanova O. V. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia upravlinnia zminamy na promyslovomu pidpriemstvi* [Organizational and Economic Support for Changes in the Industrial Enterprise]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. 2016. Issue 10 (1). P. 39–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_10%281%29_10. 6. Ponomarova H. O. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia vyperedzhuvalnoho upravlinnia pidpriemstvom* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01. Luhansk, 2004. 25 p. 7. Dovhan L. Ye., Dudukalo O. H. *Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu efektyvnoho upravlinnia pidpriemstvom* [Formation of Organizational and Economic Mechanism of Effective Enterprise Management]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI»*. 2012. URL: <http://economy.kpi.ua/uk/node/376>. 8. Hrytsyshyn V. O. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia upravlinnia pidpriemstvamy sotsialno-ekonomichnoi infrastruktury mista* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01. Luhansk, 2004. 23 p. 9. Vdovychenko A. V. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia efektyvnoho funktsionuvannia vyrobnytstva orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii* [Organizational and Economic Support of Efficient Functioning of Organic Agricultural Production]. *Zbalansovane pryrodokorystuvannia*. 2015. No. 4. P. 59–63. 10. Molla M. H. *Formuvannia systemy pokaznykiv otsinky orhanizatsiinykh skladovykh konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Formation of the System of Indicators for Assessing the Organizational Components of the Competitiveness of the Enterprise]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen ODEU*. 2012. No. 44. P. 252–257. 11. Shylova O. Yu. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia rozvytku pidpriemstva* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Donetsk, 2009. 24 p. 12. Kucher S. F. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia peretvoren u kurortno-rekreatsiinii systemi prymorskoho mista* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05. Donetsk, 2009. 24 p. 13. Sadekov A. A., Tsurik V. V. *Upravleniye predpriyatiyem v usloviyakh krizisa* : monografiya [Enterprise Management in a Crisis: monograph]. Donetsk : DonGUET, 2006. 178 p. 14. Goloshchapova T. V. *Issledovaniye perspektiv razvitiya gostinichnoy industrii i rekomendatsii po prognozirovaniyu effektivnosti yee funktsionirovaniya* [Study of the Prospects for the Development of the Hotel Industry and Recommendations for Forecasting the Effectiveness of Its Operation]. *Sovremennyye issledovaniya sotsialnykh problem: (elektronnyy nauchnyy zhurnal), Modern Research of Social Problems*. 2013. No. 9 (29). URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.836.9378&rep=rep1&type=pdf>. DOI: 10.12731/2218-7405-2013-9-84. 15. Yakubiv R. D. *Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia upravlinnia personalom silskohospodarskykh pidpriemstv* : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Lviv, 2016. 190 p. 16. Dudukalo H. O. *Analiz metodiv otsiniuvannia efektyvnosti upravlinnia diialnistiu pidpriemstva* [Analysis of Methods for Assessing the Effectiveness of Management of the Enterprise]. *Efektyvna ekonomika*. 2012. No. 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1031>. 17. Gavkalova N. L., Barka Zin M. *Sintezirovanny kapital i modernizatsiya obshchestva* [Synthesized Capital and Modernization of Society]. *Ekonomika rozvitiya*. 2012. No. 2 (62). P. 44–50. 18. Havkalova N. L., Vlasenko T. A. *Formation the systematic basis of synthesized capital*. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2016. No. 4 (178). P. 8–16. 19. Havkalova N. L. *Sotsialno-ekonomichnyi mekhanizm efektyvnosti menedzhmentu personalu: metodolohiia ta kontseptsiiia formuvannia* : nauk. vyd. Kharkiv : Vyd-vo KhNEU, 2007. 400 p.

Інформація про автора

Болотова Олена Олегівна – аспірант кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна).

Информация об авторе

Болотова Елена Олеговна – аспирант кафедры государственного управления, публичного администрирования и региональной экономики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина; e-mail: olena.bolotova@gmail.com).

Information about the author

O. Bolotova – Postgraduate Student of Department of State Management, Public Administration and Regional Economics, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: olena.bolotova@gmail.com).

Стаття надійшла до ред.
22.06.2018 р.

ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ: ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАТУСУ

Тимофєєва М. І.

Анотація. Розглянуто проблеми збільшення кількості внутрішніх переселенців за різними напрямками: соціальним, економічним і правовим. Звернено увагу, що Україна не має власного досвіду з вирішення подібних питань. Проведено аналіз законодавчої бази країн, котрі мають подібний досвід, таких як Грузія, Молдова та Азербайджан. За результатами аналізу було згруповано основні питання, які виникають у внутрішньо переміщених осіб, і наведено моделі вирішення подібних питань. Запропоновано концептуальний підхід до створення комплексної моделі для надання ефективної допомоги внутрішньо переміщеним особам в Україні.

Ключові слова: внутрішньо переміщені особи, біженці, переселенці, незахищена верства населення, соціальний захист.

ВНУТРЕННЕ ПЕРЕМЕЩЕННЫЕ ЛИЦА: ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТАТУСА

Тимофеева М. И.

Аннотация. Рассмотрены проблемы увеличения количества внутренних переселенцев по разным направлениям: социальному, экономическому и правовому. Обращено внимание, что Украина не имеет собственного опыта по решению подобных вопросов. Проведен анализ законодательной базы стран, имеющих подобный опыт, таких как Грузия, Молдова и Азербайджан. По результатам анализа были сгруппированы основные вопросы, которые возникают у внутренне перемещенных лиц, и приведены модели решения подобных вопросов. Предложен концептуальный подход к созданию комплексной модели для предоставления эффективной помощи внутренне перемещенным лицам в Украине.

Ключевые слова: внутренне перемещенные лица, беженцы, переселенцы, незащищенный слой населения, социальная защита.

INTERNALLY DISPLACED PERSONS: PECULIARITIES OF THE SOCIOECONOMIC STATUS

M. Timofieieva

Abstract. The article considers the problems of increase in the number of internally displaced persons by different areas: social, economic and legal. The attention is drawn to the fact that Ukraine does not have its own experience in solving issues of the kind. The analysis of the legislative framework of countries with a similar experience, such as Georgia, Moldova and Azerbaijan, is carried out. Based on the results of the analysis, the main issues which arise among internally displaced persons are grouped, and models for solving similar issues presented. A conceptual approach to creating a comprehensive model for providing effective assistance to internally displaced persons in Ukraine is proposed.

Keywords: internally displaced persons, refugees, migrants, vulnerable segment of the population, social protection.

Постановка проблеми. Сьогодні наша держава продовжує вирішувати проблеми, які стали результатом збільшення кількості внутрішньо переміщених осіб з окупованих територій і зон АТО. В Україні проводиться велика кількість круглих столів, конференцій з вирішення питань адаптації на нових місцях проживання, працевлаштування, забезпечення житлом та ін. Держава ж намагається знайти шляхи вирішення із надання новітній категорії – соціальної підтримки та забезпечення їх конституційних прав і гарантій.

Велика кількість людей із окупованих територій мігрували до різних областей України у пошуках безпеки для їхнього життя, але в результаті прийняття такого рішення вони втратили роботу, майно, житло, документи тощо. Для їхньої підтримки держава в короткі строки прийняла ряд нормативно-правових доку-

ментів, які забезпечували б цих осіб державною підтримкою. Але оскільки Україна раніше не мала подібного досвіду, то ефективність законодавства не була високою. Тож перед країною постала нагальна потреба швидкого й ефективного аналізу досвіду інших країн у вирішенні подібних питань для застосування їх на території нашої країни. В результаті вивчення зарубіжного досвіду стане можливим розробити ефективну програму подолання основних наявних перепон.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними науковцями різних галузей наук досліджувалися різноманітні проблемні питання внутрішньо переміщених осіб, серед них Н. Андрусишин, О. Балакірева, М. Бачинська, Т. Бондар, О. Бородін, О. Василенко, І. Войналович, Т. Доронюк, Ю. Корнев, М. Кримова, Е. Лібанова, І. Локтева, М. Мальований, О. Непомнящий, О. Осінкіна, У. Садова та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проаналізувавши потужний науковий доробок, виявлено, що комплексних досліджень щодо створення інформаційної платформи з затребуваних допомог різними категоріями надання соціальних допомог переміщених осіб недостатньо. Отже, цей напрямок є актуальним і потребує подальшого вирішення.

Постановка мети дослідження. Мета статті полягає у чіткому розмежування понять: мігранти, переселенці та внутрішньо переміщені особи; вивченні зарубіжного досвіду країн по роботі з внутрішньо переміщеними особами, виокремленні основних напрямків, котрі потребують пильної уваги з боку держави, можливості застосування наявного світового досвіду на теренах України.

Виклад основного матеріалу. З виникненням новітньої категорії незахищеної верстви населення та плутанини в інформаційних засобах у визначенні їх як категорії, ким є дані особи: мігрантами, переселенцями чи внутрішньо переміщеними особами. З різних інформаційних джерел ми чули різні інтерпретації визначення внутрішніх мігрантів. Для того щоб чітко розуміти різницю між цими категоріями, автором пропонується проаналізувати ці три категорії, тим більше, що вони визначені законодавчо. Отже, 1) біженці – це особи, які не є громадянами України і внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвами переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності тощо перебувають за межами країни своєї громадянської належності та не можуть або не хочуть користуватися захистом цієї країни [1]; 2) внутрішньо переміщеною особою є громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру [2]. А переміщеними особами вважаються люди, котрі переміщені, силоміць виселені, переселені особи, яким загрожують військові дії або стихійні лиха. Можна зробити висновок, що поняття «переміщені особи» поєднує в собі два попередні: «мігранти» та «внутрішньо переміщені особи».

Аналізуючи статистичні дані, які розміщені на офіційному сайті Міністерства соціальної політики, щодо міграції переміщених осіб, можна зробити висновок, що лише в 2018 році спостерігається постійна тенденція збільшення кількості осіб, які потребують державної підтримки (рис. 1). На жаль, держава не може самостійно впоратися з ситуацією, яка склалася.

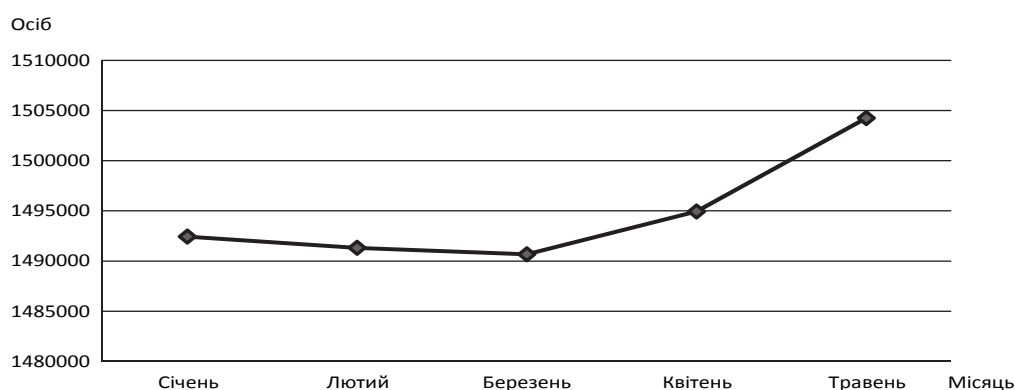


Рис. 1. Динаміка внутрішньо переміщених осіб за 2018 рік [3]

Тому вважаємо доцільним вивчити закордонний досвід для його подальшої адаптації на теренах нашої держави, щоб ефективно подолати критичні питання з надання соціального захисту внутрішнім переселенцям. З подібними питаннями зіштовхувалися такі країни, як Грузія, Молдова, Азербайджан і Вірменія. У результаті узагальнення наявного досвіду цих країн щодо формування дієвої політики для підтримки внутрішньо переміщених осіб виділено такі групи з вирішення питань:

1. Забезпечення таких осіб тимчасовим (постійним) житлом у результаті стихійного, непередбачуваного переміщення осіб. Виходячи із досвіду країн таким особам надається тимчасове житло із наявного житлового фонду, а також розміщення в адміністративних будівлях, а також у спеціально створених поселеннях. Що стосується постійного житла, то пропонуються два варіанти вирішення цього питання. Перший з яких – це надання житла у відбудованих або відремонтованих приміщеннях з мінімальним побутовим наповненням. Як правило, подібне житло надається у сільській місцевості або у населених пунктах, де спостерігається незначна щільність проживання населення. У певних випадках відповідно до законодавства країни подібне житло надається до моменту повернення контролю владою над окупованою територією та відбудови пошкодженого житла під час бойових дій. Іншим же варіантом є надання грошової компенсації за втрачене / частково пошкоджене житло або безвідсоткової позики на придбання нового житла.

Так, наприклад, у Грузії розмір таких компенсацій складав близько 10000 доларів США, а в Молдові компенсація відповідала ринковій вартості попередньо втраченого житла. В Україні також розроблено подібну програму на надання позики на придбання житла. За статистичними даними на кінець 2017 року було зафіксовано 89 сімей, які за допомогою програми «Доступне житло» придбали собі нові помешкання, а також 2690 сімей подали документи на участь у програмі [4; 5].

2. Забезпечення робочим місцем. В українському законодавстві не має положень, щоб могли забезпечити переміщених осіб робочими місцями. Цей напрямок є пріоритетним у терміновості вирішення, адже вирішення цієї проблеми є певним важелем для розв'язання й інших проблем, пов'язаних із матеріальним забезпеченням внутрішньо переміщених осіб. У результаті аналізу практики інших країн автором було зроблено висновок, що більшість країн дотримувались політики збереження наявних форм стимулювання зайнятості та стандартів надання соціальної допомоги у зв'язку з безробіттям. А також було зазначено стимулювання самозайнятості у сфері розвитку сільського господарства.

3. Надання грошової матеріальної допомоги виконує функцію підтримки мінімального рівня доходу. Так, наприклад, у Грузії вимушені переселенці звільняються від сплати податків на передану їм у користування державну власність, а також на компенсації, отримані ними в рамках програми приватизації. В Азербайджані діє система компенсацій за оплату комунальних послуг, а також послуг зв'язку; програма звільнення переселенців від сплати прибуткового податку, а також державного мита, в тому числі й під час переоформлення та відновлення документів.

4. Проблеми соціального забезпечення майже в усіх країнах, за винятком Азербайджану, вирішуються на основі наявних соціальних гарантій у країні. За всіма переселенцями зберігається право на безкоштовну середню освіту, медичне обслуговування та пенсійне забезпечення. В Азербайджані наявний кошик державних соціальних послуг поповнюється наданням для школярів, з числа вимушених переселенців, на безоплатній основі підручників і шкільного приладдя. Для студентів вищих навчальних закладів існує програма компенсації вартості навчання у державних навчальних закладах, а також надання пільг на оплату навчання студентам приватних навчальних закладів [6].

5. Інституціональне забезпечення вирішення проблем переселенців у країні. Реалізація проектів підтримки тимчасових переселенців потребує не лише нормативно-правового та фінансового підґрунтя, а й інституціонального забезпечення. Наразі в Україні відсутній централізований державний орган, який би комплексно здійснював політику у сфері вирішення проблем переселенців. Досвід же інших країн свідчить про необхідність та обов'язковість його формування. Так, наприклад, при Уряді Грузії існує окреме Міністерство у справах вимушеного переміщення з окупованих територій, а в Азербайджані — Державний комітет по роботі з особами, які вимушено покинули місця постійного проживання.

6. Створення умов повернення до попередніх місць проживання, що може стати достатньо актуальним у майбутньому. Більшість вимушених переселенців, з часом, по завершенні бойових дій та окупації, виявлять бажання повернутися до місць їх попереднього проживання. Враховуючи те, що частина будинків, а також інфраструктура міст і селищ Донецької та Луганської областей є частково пошкодженими або знищеними, актуальним залишається питання реалізації програм відновлення інфраструктури регіонів і житла. У цьому контексті досвід інших країн передбачає надання можливості повернення у приватну власність об'єктів нерухомості; надання одноразової державної допомоги для відновлення житла, у разі повного їх знищення; компенсація частки вартості на покупку або будівництво нового житла. Враховуючи та систематизуючи закордонний досвід, окремі ініціативи українського уряду, а також громадських організацій, можна стверджувати, що актуальною для України сьогодні може стати реалізація зваженої комплексної політики, що охоплювала б усі аспекти життя вимушених переселенців.

Наслідки перебування певних територій в окупації та на яких проводять антитерористичні операції сьогодні мають значний вплив на соціально економічний розвиток країни. Велика кількість внутрішньо переміщених осіб вимагають значних фінансових вливань для їхньої підтримки, що призводить до ще більшого фінансового дефіциту державного бюджету. Соціальна напруга зростає, держава не має можливості само-

стійно надати увесь спектр соціального захисту, якого потребують не лише внутрішньо переміщені особи, а й інші категорії незахищених верств населення. Це все ще більше загострює потребу у нагальній необхідності перейняття зарубіжного досвіду у вирішенні таких проблем, як: отримання статусу вимушеного переселенця, отримання житла, забезпечення прав зайнятості, отримання соціального забезпечення (освіта, охорона здоров'я тощо), створення умов повернення до попередніх місць проживання.

Для того щоб вирішити ці проблеми Україна повинна розробити комплексну національну модель для подолання ряду перепон із забезпечення політичного, правового, соціального захисту внутрішньо переміщеним особам. З 2014 по 2015 роки в Україні активно розроблялися шляхи вирішення найголовніших життєвих питань, розглядалися можливості залучення іноземних інвестицій тощо. З плином часу інтерес до цих проблем щоразу зменшується, але самі проблеми не знаходять практичного вирішення.

На міжнародному рівні захистом і допомогою переміщеним особам у різних країнах світу впродовж майже 70 років займається Управління Верховного комісара ООН у справах біженців та груп людей, котрі потребують захисту та допомоги. Україна також отримала підтримку ООН з травня 2014 року та по теперішній час. ООН допомагає безпосередньо у наданні допомоги найуразливішим верствам населення у вигляді правової, матеріальної, юридичної, соціальної допомог, проводить постійний моніторинг становища, підтримує Уряд та громадські організації.

На жаль, Україна не має достатнього досвіду стосовно дій у подібних ситуаціях, у яких опинилися громадяни, котрі проживали та проживають на територіях анексованого Криму, та військових дій на сході країни. Перш за все, що потрібно було організувати та підтримувати весь час, – це реєстрація переміщених осіб, на постійній основі проводити опитування стосовно їх потреб, організація гарячої лінії, результат збору подібної інформації стане поштовхом для більш повного розуміння державою, громадськими організаціями, які на прямки роботи потрібно проводити.

За результатами таких спостережень було запущено проект «Всеохопна стабілізаційна підтримка внутрішньо переміщених осіб та підтримка постраждалого населення», за допомогою громадської організації «Донбас SOS» за цим проектом було відкрито гарячу лінію для внутрішньо переміщених осіб. Як результат, громадська організація представила статистичну інформацію за зверненнями громадян. У липні 2015 року ними було зафіксовано найбільшу кількість звернень з питання можливості перетину кордону, процедури реєстрації для отримання статусу внутрішньо переміщеної особи та документації, що склало 49 % від загальної кількості звернень. Ці питання були лідируючими протягом декількох місяців. Щодо інших питань, то це були: неурядові організації, урядові установи, міжнародні організації, що надають допомогу, – 18 %; доступ до соціальних виплат – 9 %; умови проживання – 7 %; питання здоров'я – 3 %; можливість працевлаштування – 3 %; освіта – 1,2 %; пошук зниклих членів родини / питання об'єднання сім'ї склало 0,3; інші питання склали 9,4 % [7].

Аналізуючи перелік питань, які було наведено, можна дійти висновку, що внутрішньо переміщені особи не проінформовані належною інформацією навіть для переміщення із окупованих територій на територію, підконтрольну українському уряду, та подальшої їх реєстрації. В подальшому всі переміщені особи зіштовхуються із великою кількістю проблем юридичного, соціального та матеріального характеру.

У Україні в 2014–2015 р. було прийнято ряд законів, постанов, котрі забезпечують різні аспекти переміщених осіб (рис. 1).

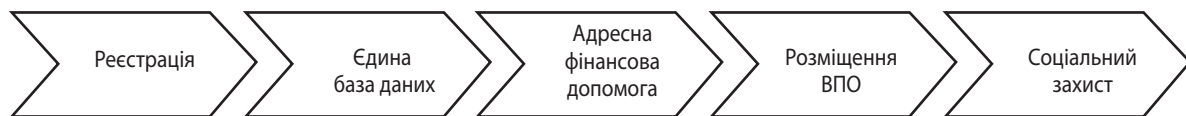


Рис. 1. Забезпечення ВПО законодавчими документами

Але в документах, які було прийнято, є велика кількість недоробок, які в подальшому потребують вирішення. Як уже було сказано, Україні необхідно перейняти досвід інших країн.

Одним із основних питань, які хвилюють переміщених осіб, – це житло. Науковцем Е. Лібановою було запропоновано дві програми з вирішення цього питання. Перший напрямок орієнтований на тих переміщених осіб, які в подальшому планують повернутися на місце свого попереднього проживання, а саме на території Криму та сходу України. Основним завданням держави є надання тимчасового житла на підконтрольній їй території. Другий же напрямок орієнтований на тих осіб, які залишатимуться на місцях свого теперішнього проживання та прагнуть максимально адаптуватися на цій території. Ці програми були запропоновані з огляду адаптації зарубіжного досвіду до реалій українського буття. Ці напрями запроваджені на території України та мають певний успіх. Для осіб, котрі планують повернутися, створено місця компактного проживання,



що адаптовані до осінньо-зимового періоду, надано можливість оформлення комунальної оренди у власників помешкань і знаходження відповідних джерел фінансування. А ось за другим напрямком Україна зіштовхнулася з безліччю проблем розселення переміщених осіб до сільської місцевості та місць з невеликою щільністю населення. Першою проблемою стала неможливість подальшого працевлаштування, оскільки в подібних населених пунктах спостерігається робоча міграція до крупних міст або за кордон [8].

Іншою проблемою, з якою зіштовхнулася наша країна, – це надання якісної освіти. За статистичними даними, Донецька і Луганська області в останні роки випереджали інші регіони за показником кількості дітей, а внаслідок їх переміщення в інші регіони склалася складна ситуація із браком місць у класах, дошкільних і загальноосвітніх навчальних закладах. На жаль, цю проблему неможливо вирішити до моменту завершення бойових дій на територіях сходу країни. Тим більше, що будівництво нових закладів займе велику кількість часу і фінансових інвестицій. Ні першого, ні другого наша країна надати не в змозі.

Незважаючи на велику роботу, яку була пророблено, Україна і досі знаходиться у глибокій економічній кризі – брак коштів, неможливість швидкого вирішення конфлікту, брак робочих місць. Зважаючи на специфічні професії, які користувалися попитом на Донбасі, люди не знаходять собі місця на інших територіях України. Велика кількість людей була змушена пройти перекваліфікацію для того, щоб мати можливість у подальшому працевлаштуватися та забезпечувати самостійно хоча б свої мінімальні потреби.

Аналізуючи дані соціологічного дослідження «Оцінка потреб внутрішньо переміщених жінок та осіб похилого віку в Україні», що проводила О. Балакірева, основними причинами непрацевлаштування стали: неможливість знаходження роботи, яка б підійшла, – 52,9 %; ті особи, які чекають на відповіді за результати проходження співбесіди, складають 13 %; особи котрі зайняті в домашньому господарстві, та пенсіонери – 21 %; мають інші проблеми – 13 %. Але зазначимо, що 26,9 % осіб готові пройти професійну перепідготовку, 21,2 % бажають оволодіти новою професією аби мати можливість у подальшому працевлаштуватися [9].

Як показує практика, внутрішньо переміщені особи котрі не мають роботи, на жаль, дуже рідко звертаються до центрів зайнятості з метою її пошуку. Це говорить про те, що дані особи не мають довіри до державних структур більше, ніж власне небажання йти працювати. З питання працевлаштування внутрішньо переміщених осіб було проведено

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших досліджень. Враховуючи все вище сказане, можна дійти висновку, що для здійснення координації напрямків ефективного вирішення нагальних проблем необхідно створити єдиний центр, який повинен займатися лише проблемами внутрішньо переміщених осіб. Його основним завданням буде збір та аналіз всіх наявних проблем, які потребують вирішення незалежно від сфери виникнення: чи то будуть юридичні, економічні, медичні, освітні, соціальні чи інші проблеми. Одним із ключових моментів має стати інформування вимушених внутрішніх переселенців про їх можливість та права, які їм надає держава; залучення до роботи якомога більше волонтерських, благодійних організацій та фондів для допомоги переміщеним особам. Стимулювання переселенців самостійно намагатися вирішувати проблеми в результаті створення відповідних умов.

На думку автора, держава не має фінансової спроможності задовольняти всі потреби внутрішньо переміщених осіб, тому під час створення подібного центру держава повинна виконувати більше інформаційну функцію для надання можливості різноманітним організаціям впливати на вирішення поточних проблем. Отже, створення саме такої системи та ефективне її впровадження є перспективним для подальших досліджень.

Література: 1. Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту : Закон України від 03.03.2016 № 3671-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3671-17_2. 2. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб : Закон від 27.03.2018 1706-VII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>. 3. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/15416.html>. 4. О лицах, вынужденно перемещенных с оккупированных территорий Грузии, – вынужденных переселенцах : Закон Грузии от 06.02.2014 г. № 1982-II. URL: https://matsne.gov.ge/index.php?option=com_idmssearch&view=docView&id=2244506&lang=ru. 5. Про основні положення особливого правового статусу населених пунктів лівобережжя Дністра (Придністров'я) : Закон Республіки Молдова від 22.07.2005 № 173-XVI. URL: <http://md.spinform.ru/>. 6. О социальной защите вынужденных переселенцев и лиц, приравненных к ним : Закон Азербайджанской Республики от 21.05.1999 № 669-IQ. URL: http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Refugees/refugees_03_r.html. 7. Внутрішньо переміщені особи в Україні: реалії та можливості : рекомендації Міжнар. наук.-практ. конф. (27 лют. 2015 р.). URL: http://ief.org.ua/?p=4562_8. 8. Лібанова Е. М. Вимушене переселення з Донбасу: масштаби та виклики для України: (за матеріалами наук. доп. на засіданні Президії НАН України 8 жовт. 2014 р.). *Вісник Національної академії наук України*. 2014. № 12. С. 15–24. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vnanu_2014_12_5.pdf. 9. Балакірева О. М. Трудовий потенціал та рівень державної підтримки внутрішньо переміщених осіб: (за результатами соціологічного дослідження «Оцінка потреб внутрішньо переміщених жінок та осіб похилого віку в Україні») // Внутрішньо

переміщені особи в Україні: реалії та можливості : Міжнар. наук.-практ. конф. (27 лют. 2015 р.). URL: <http://ief.org.ua/?p=4562>.
10. Мальований М. І., Ролінський О. В., Лиса Н. В. Окремі аспекти формування фінансового забезпечення соціального захисту населення в контексті тіньової економіки. *Економічний часопис-XXI*. 2016. № 158 (3–4 (2)). С. 88–91.

References: **1.** Pro bizhentsiv ta osib, yaki potrebiut dodatkovoho abo tymchasovoho zakhystu : Zakon Ukrainy vid 03.03.2016 No. 3671-VI // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3671-17>. **2.** Pro zabezpechennia prav i svobod vnutrishno peremishchenykh osib : Zakon vid 27.03.2018 No. 1706-VII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>. **3.** Ofitsiyniy sait Ministerstva sotsialnoi polityky. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/15416.html>. **4.** O litsakh, vynuuzhdeno peremeshchennykh s okkupirovannykh territoriy Gruzii, – vynuuzhdenykh pereselentsakh : Zakon Gruzii ot 06.02.2014 g. No. 1982-II. URL: https://matsne.gov.ge/index.php?option=com_ldmssearch&view=docView&id=2244506&lang=ru. **5.** Pro osnovni polozhennia osoblyvoho pravovoho statusu naselennykh punktiv livoberezhzhia Dnistra (Prydnistrovia) : Zakon Respubliki Moldova vid 22.07.2005 No. 173-XVI. URL: <http://md.spinform.ru/>. **6.** O sotsialnoy zashchite vynuuzhdenykh pereselentsev i lits, priravnennykh k nim : Zakon Azerbaydzhanskoj Respubliki ot 21.05.1999 No. 669-IQ. URL: http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Refugees/refugees_03_r.html. **7.** Vnutrishno peremishcheni osoby v Ukraini: realii ta mozhyvosti : rekomendatsii Mizh-nar. nauk.-prakt. конф. (27 liut. 2015 r.). URL: <http://ief.org.ua/?p=4562>. **8.** Libanova E. M. Vymushene pereselenia z Donbasu: masshtaby ta vyklyky dlia Ukrainy: (za materialamy nauk. dop. na zasidanni Prezydii NAN Ukrainy 8 zhovt. 2014 r.). Visnyk Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy. 2014. No. 12. P. 15–24. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vnanu_2014_12_5.pdf. **9.** Balakirieva O. M. Trudoviy potentsial ta riven derzhavnoi pidtrymky vnutrishno peremishchenykh osib: (za rezultatamy sotsiolohichnoho doslidzhennia «Otsinka potreb vnutrishno peremishchenykh zhinok ta osib pokhyloho viku v Ukraini») // Vnutrishno peremishcheni osoby v Ukraini: realii ta mozhyvosti : Mizh-nar. nauk.-prakt. конф. (27 liut. 2015 r.). URL: <http://ief.org.ua/?p=4562>. **10.** Malovanyi M. I., Rolinskyi O. V., Lysa N. V. *Okremi aspekty formuvannia finansovoho zabezpechennia sotsialnoho zakhystu naselennia v konteksti tinovoi ekonomiky* [Separate Aspects of the Formation of Financial Support for Social Protection of the Population in the Context of the Shadow Economy]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. 2016. No. 158 (3–4 (2)). P. 88–91.

Інформація про автора

Тимофеева Марина Іванівна – аспірант кафедри економіки та соціальних наук Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна; e-mail: m.timofeeva@ukr.net).

Информация об авторе

Тимофеева Марина Ивановна – аспірант кафедри економіки і соціальних наук Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харків, 61166, Україна; e-mail: m.timofeeva@ukr.net).

Information about the author

M. Timofieieva – Postgraduate Student of Department of Economics and Social Sciences, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: m.timofeeva@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
25.06.2018 р.*



МЕТОДИКА ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Волкова Л. О.

Анотація. Для національних підприємств однією з причин недостатньої конкурентоспроможності є низький рівень інноваційної активності, яка зумовлюється інтенсивністю інноваційної діяльності персоналу підприємства, його внутрішніми і зовнішніми взаємозв'язками. Водночас спостерігається відсутність системного підходу в питаннях інноваційної активності персоналу, що супроводжується зростанням ризиків інноваційної діяльності, що негативно впливають на стійкість підприємства в цілому. Метою дослідження є розвиток теоретичних основ і методичних рекомендацій щодо вибору стратегії інноваційної активності персоналу. Відповідно до поставленої мети вирішені такі завдання: на основі аналізу категорії «стратегія інноваційної активності» запропоновано визначення «стратегія інноваційної активності персоналу»; сформовано концептуальні засади управління інноваційною активністю з урахуванням специфічних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища; розроблено механізми оцінки рівня і динаміки зміни інноваційної активності персоналу; запропоновано технологію дослідження факторів інноваційної активності персоналу та визначення цільових сегментів для розробки стратегії; також запропоновано показники і критерії вибору ефективної стратегії інноваційної активності персоналу. Наведені в цій статті пропозиції можуть стати основою для вирішення завдань розробки оптимальних дій зі стимулювання інноваційної активності персоналу та підвищення ефективності інноваційного процесу.

Ключові слова: інновація, інноваційна активність, стратегія інноваційної активності персоналу, матриця позиціонування.

МЕТОДИКА ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Волкова Л. А.

Аннотация. Для национальных предприятий одной из причин недостаточной конкурентоспособности является низкий уровень инновационной активности, который определяется интенсивностью инновационной деятельности персонала предприятия, его внутренними и внешними взаимосвязями. Вместе с тем наличие отсутствие системного подхода в вопросах инновационной активности персонала, что сопровождается ростом рисков инновационной деятельности, негативно влияющих на устойчивость предприятия в целом. Целью исследования является развитие теоретических основ и методических рекомендаций в области выбора стратегии инновационной активности персонала. В соответствии с поставленной целью решены следующие задачи: на основе анализа категории «стратегия инновационной активности» предложено определение «стратегия инновационной активности персонала»; сформированы концептуальные основы управления инновационной активностью с учетом специфических факторов внутренней и внешней среды; разработаны механизмы оценки уровня и динамики изменения инновационной активности персонала; предложена технология исследования факторов инновационной активности персонала и определения целевых сегментов для разработки стратегии; также предложены показатели и критерии выбора эффективной стратегии инновационной активности персонала. Представленные в данной статье предложения могут стать основой для решения задач разработки оптимальных действий по стимулированию инновационной активности персонала и повышению эффективности инновационного процесса.

Ключевые слова: инновация, инновационная активность, стратегия инновационной активности персонала, матрица позиционирования.

A METHOD FOR SELECTING A STRATEGY TO INCREASE PERSONNEL INNOVATION ACTIVITY

L. Volkova

Abstract. One of the reasons for the insufficient competitiveness of national enterprises is a low level of their innovation activity, which is determined by the intensity of innovation activity of personnel of an enterprise, its internal and external

relations. At the same time, there is a lack of systematic approach in issues concerning innovation activity of personnel, which is accompanied by increasing risks of innovation activity that negatively affect the sustainability of an enterprise as a whole. The aim of the research is to develop theoretical foundations and methodological recommendations in the field of choosing a strategy of innovation activity of personnel. To achieve the aim, the following tasks are solved: based on the analysis of the category "strategy of innovation activity", the definition of "strategy of innovation activity of personnel" is proposed; a conceptual framework for management of innovation activity with consideration for specific factors of the internal and external environment is formed; mechanisms for assessing the level and dynamics of changes in innovation activity of personnel are developed; a technology for studying factors of innovation activity of personnel and identifying target segments for developing the strategy is offered. Moreover, the research proposes indicators and criteria for selecting an effective strategy for innovation activity of personnel. The proposals presented in the paper can become the basis for solving problems of developing optimal measures to stimulate innovation activity of personnel and increase efficiency of the innovation process.

Keywords: innovation, innovation activity, strategy of innovation activity of personnel, positioning matrix.

Для національних підприємств однією з причин недостатньої конкурентоспроможності є низький рівень інноваційної активності, яка зумовлює інтенсивність інноваційної діяльності підприємства, його персоналу, її внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків. Для забезпечення конкурентоспроможності кожне підприємство повинно переходити від розвитку на основі екстенсивних факторів виробництва до розвитку за рахунок інтенсивних факторів, на базі впровадження інновацій [1].

Така ситуація ініціює питання формування інноваційної стратегії на рівні управління персоналом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності економіки країни для стимулювання її інноваційного та соціально-економічного розвитку. Для забезпечення економічної незалежності України та подолання різьчого розриву із провідними конкурентоспроможними державами необхідно реалізувати підвищення інноваційної активності персоналу адекватне сучасному стану розвитку світової економіки.

Вивченню та аналізу інноваційного розвитку підприємств, їх інноваційної активності присвячені роботи: Мельникова О. Н., Шувалова В. Н., Гринько Т. В., Бухонові С. М., Дорошенко Ю. О., Нечепуренко М. Н., Баранової І. В. і Черепанової М. В., Тріфілової А. А., Реустова А. Ю., Трофимова В. М., Баранчєєва В. П., Масленникової Н. П., Мишина В. М. та інших вчених-економістів. Основи інноваційного розвитку зазнають суттєвих змін, які пов'язані з активізацією дії чинників, що зумовлює необхідність активізації інноваційної діяльності як підприємства, так і персоналу, окремих фахівців, які повинні відрізнятиса креативністю.

Водночас відсутній системний підхід у питаннях інноваційної активності персоналу, що супроводжується зростанням ризиків інноваційної діяльності, що негативно впливають на стійкість підприємства загалом. У зв'язку з цим актуалізується проблема вибору і реалізації ефективної стратегії інноваційної активності персоналу.

Наявні в теорії і практиці підходи до управління інноваційною діяльністю підприємств і оцінкою рівня її розвитку не містять чітких, однозначно трактованих критеріїв вибору стратегії, а також інтегрованих інструментів і методів стимулювання інноваційної активності персоналу. Крім того, недостатньо приділяється уваги організаційним аспектам реалізації стратегії інноваційної активності персоналу.

У зв'язку з вищевикладеним виникає необхідність розвитку теоретичних і методичних аспектів стратегічного управління інноваційною активністю персоналу, а саме уточнення сутності та змісту категорії «стратегія інноваційної активності» з точки зору стратегічного управління, розвитку методичних підходів обґрунтування управлінських рішень під час вибору стратегії і її реалізації.

Метою дослідження є розвиток теоретичних основ і методичних рекомендацій під час вибору стратегії підвищення інноваційної активності персоналу.

Таблиця 1

Обґрунтування вчених-економістів категорії «стратегія інноваційної активності»

Автор	Визначення
1	2
Т. Колосова, Н. Заглумина [2]	Инновационную стратегию развития организации можно определить как систему управленческих, организационных и инновационных решений, направленных на реализацию стоящих перед ней задач. Инновационная стратегия развития – обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей организации на основе выбранных критериев (показателей)
А. Чехова [3]	Стратегию инновационного развития предприятия можно определить как целенаправленную деятельность по определению приоритетов в долгосрочной перспективе и их достижению, в результате чего производство и управление переходят на качественно новый уровень
К. Бурнышев [4]	Стратегии – сложившиеся практики, реализуемые в рамках более или менее продуманного замысла (инвенции)

1	2
А. Пивень [5; 6]	Степень интенсивности и своевременности осуществляемых действий в сфере инноваций, способность к мобилизации инновационного потенциала необходимого количества и качества, включая скрытые стороны, способность обеспечить обоснованность и прогрессивность используемых методов, рациональность технологий
Р. Сафин, О.Соколова [7]	Стратегию инновационного развития предприятия можно определить как целенаправленную деятельность по определению приоритетов перспективного развития предприятия и путей их достижения за счет разработки и внедрения инноваций, в результате которой обеспечивается новое качество производства и управления
Н. Соменкова [8]	Стратегию инновационного развития предприятия можно определить как совокупность действий и методов введения инновационной деятельности, обеспечивающей конкурентные преимущества за счёт разработки и внедрения инноваций
Л. Барютин [9]	Инновационная стратегия – это комплекс решений, направленных на реорганизацию предприятия с целью его эффективного функционирования в новых условиях. Она необходима, потому что обеспечивает гибкость адаптации предприятия к рынку, позволяет ему идти в ногу со временем и конкурентами
Л. Довгаль [10]	Інноваційна стратегія – це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки
О. Ковтун [11]	Інноваційна стратегія – це суперстратегія (надстратегія), яка визначає зміст усіх інших стратегій підприємства. Вона має орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації на підприємстві та навколо нього, а також стосуватися прийняття рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій
Ю. Мельник [12]	Інноваційна стратегія підприємства – це цілеспрямований процес розробки і реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток продуктових і технологічних інновацій, принципи якого формуються загальною стратегією бізнесу підприємства
О. Гірська, Д. Гирич [13]	Інноваційна стратегія – це один із засобів досягнення цілей підприємства чи організації, який відрізняється від усіх інших своєю новизною, передусім для цього суб'єкта господарювання, для галузі, ринку, споживачів, країни загалом

Т. Колосова, Н. Заглуміна, А. Чехова, Ю. Мельник визначають стратегію як модель дій, призначених для досягнення певних цілей, в нашому випадку – це впровадження інновацій. Змістом стратегії слугує набір правил прийняття рішень, який використовується для визначення основних напрямків діяльності.

Н. Соменкова, Р. Сафін, О.Соколова, О. Ковтун та ін. вказують на те, що інноваційна стратегія підвищує конкурентоспроможність і ефективність підприємства.

Зазначимо, що в літературі зі стратегічного планування існують два протилежні погляди на розуміння стратегії. У першому випадку стратегія – це конкретний довгостроковий план досягнення певної мети, а вироблення стратегії – це процес знаходження певної мети і складання довгострокового плану. Такий підхід ґрунтується на тому, що всі зміни, що виникають, – передбачувані, процеси носять детермінований характер і піддаються повному контролю і управлінню [2; 3].

У другому випадку під стратегією розуміється довгостроковий, якісно визначений напрямок розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи внутрішньовиробничих відносин, а також позицій підприємства у навколишньому середовищі. За такого розуміння стратегію можна охарактеризувати як обраний напрям діяльності, функціонування в рамках, що має привести організацію до досягнення поставлених перед нею цілей [5; 6; 7;13].

Автор вважає за необхідне в процесі вибору стратегії враховувати, що основним інноваційним ресурсом є людський капітал, а також відповідність цілям і задачам накопичених знань, умінь і майстерності, якими володіє працівник і які формуються завдяки загальній і фаховій освіті, професійній підготовці, виробничому досвіду.

В цьому дослідженні запропоновано визначення поняття стратегії інноваційної активності персоналу у формі: стратегія інноваційної активності персоналу – це інтегрований план дій з реалізації інноваційного потенціалу підприємства і з мобілізації найважливішого інноваційного ресурсу – людського капіталу, його творчої здатності генерувати і втілювати творчі ідеї.

У визначенні враховано значущість персоналу як носія інтелектуального потенціалу, визначального чинника внутрішнього середовища, що є елементом наукової новизни, запропонованого визначення поняття стратегії інноваційної активності персоналу.

У стратегічному плануванні напрямок діяльності вибирається зазвичай за результатами стратегічного аналізу, проведеного за допомогою матриці BCG (БКГ), McKinsey (МакКінси), еволюції СЗГ, ADL (Артур Д. Літл), модель Shell / DPM і інших матриць, а також за результатами SWOT-аналізу підприємства [14; 15].

У своїх роботах [15; 16] автор визначив систему якісних і кількісних показників для оцінювання інноваційної активності персоналу. Вона містить у собі 7 кількісних показників (K_{np} – коефіцієнт інноваційного потенціалу; K_{vt} – коефіцієнт тимчасової інтенсивності; K_o – коефіцієнт технічної оснащеності персоналу; K_{kb} – коефіцієнт підготовки персоналу; K_{nk} – коефіцієнт підвищення кваліфікації, K_{fb} – коефіцієнт фінансового забезпечення; K_{in} – коефіцієнт стимулювання інноваційної поведінки) і 5 якісних (F_i – інноваційна сприйнятливість; F_s – забезпеченість ресурсами; F_q – якість організаційних процесів, F_m – мотивація; F_p – професіоналізм).

Для вирішення завдання вибору стратегії пропонується використовувати інтегральний показник інноваційної активності персоналу:

$$A = \frac{1}{2} \left(\frac{1}{7} \sum_{i=1}^7 W_i K_i + Q \right), \quad (1)$$

де K_i – кількісні показники інноваційної активності персоналу;
 W_i – вагові коефіцієнти окремих показників у загальній сумі (визначаються експертно);
 Q – якісна оцінка інноваційної активності персоналу [17].

По осях матриці будемо відкладати такі показники:

- перспективність інновації щодо ринкової новизни;
- інтегральний показник інноваційної активності персоналу.

По осі X в матриці позиціонування підприємства відображаємо інтегральний показник $A \leq 1$, а по осі Y – новизна інновації. За ступенем новизни інновації поділяються на: абсолютну новизну, яка фіксується за відсутності аналогів цього нововведення; відносну новизну, яка визначається щодо вибраної ознаки і має кілька видів; часткову новизну – коли окремі елементи є новими; вартісну або ефективну новизну – коли витрати на роботи і використання, віднесені до обсягу корисної роботи, будуть нижче, ніж у заявленого товару; доцільну новизну – коли досягаються найкращі виробничі та споживчі властивості; псевдоновизну – коли не так краще, скільки інакше [18].

Для вирішення нашої задачі доцільно об'єднати типи новизни в три основні групи: високий рівень новизни (абсолютна і відносна новизна); середній рівень новизни (приватна, вартісна або ефективна і доцільна новизна); псевдоновизна (рис. 1).

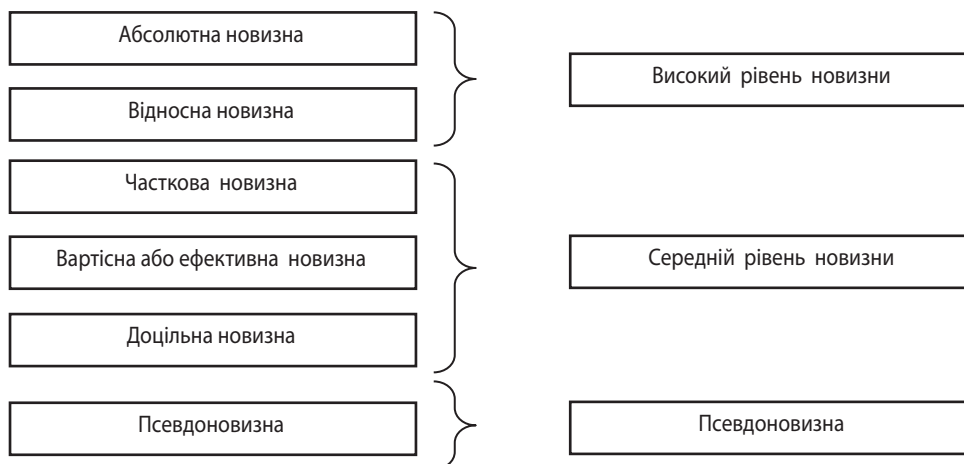


Рис. 1. Об'єднання типів новизни в три основні групи

Джерело: розроблено автором

Таким чином, три об'єднаних типи новизни утворюватимуть першу групу показників. Ці показники є якісними.

Друга група показників – кількісна і припускає знаходження точного значення $A \leq 1$, при цьому передбачається рівна градація.

Градація кількісної осі x

Значення А	Інноваційна активність персоналу
0-0,33	низька
0,33-0,66	середня
0,66-1	висока

Комбінація трьох типів новизни з трьома варіантами градації інтегрального показника інноваційної активності персоналу дає дев'ять типових ситуацій. Кожній проблемній ситуації, в якій опиняється підприємство, можна поставити у відповідність переважну стратегію, яка спрямована на зміну стану в більш сприятливому напрямку (рис. 2).

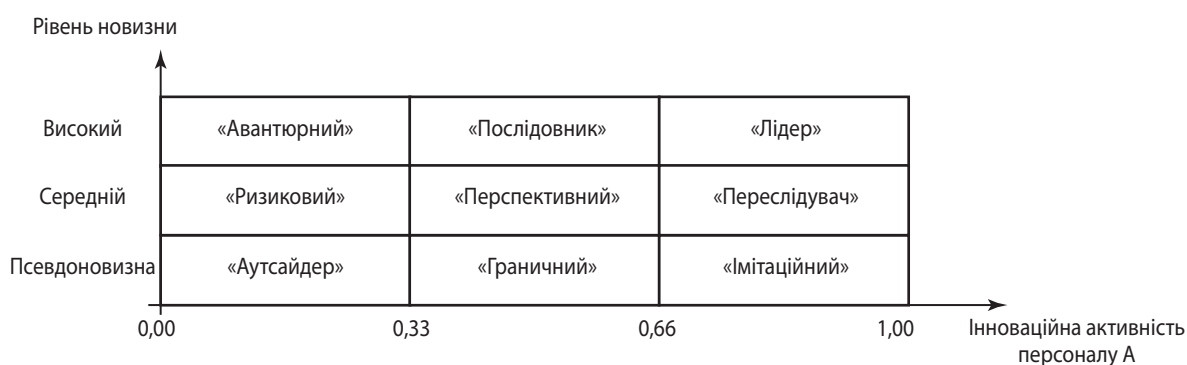


Рис. 2. Матриця позиціонування підприємства

- «Аутсайдер» – стан значного відставання від лідера. Найчастіше це відбувається в разі нестачі ресурсів і за відсутності уваги до підбору персоналу.
 - «Граничний» – наявність інноваційного потенціалу, але відсутність нових ідей (можливо, внаслідок неефективного керівництва і слабого втягнення персоналу в інноваційний процес) призводить до втрати фінансових ресурсів без отримання віддачі від інновацій. Підприємство знаходиться в зоні ризику переходу в категорію «Аутсайдер».
 - «Імітаційний» – значна інноваційна активність персоналу при рівні псевдоінновацій. Відсутність системи управління і контролю за інноваційним процесом. Недостатня кваліфікація управлінців.
 - «Ризиковий» – недоліки в системі мотивації і управління персоналом. Ризик полягає в тому, що рівень підготовки і мотивації персоналу не відповідає складності поставлених завдань, що значно ускладнює інноваційний процес.
 - «Перспективний» – стан підприємства дає впевненість у позитивних змінах під час прийняття адекватних заходів щодо вдосконалення.
 - «Переслідувач» – подальший розвиток власних науково-дослідних напрямків, дослідження ринку і залучення інновацій.
 - «Авантюрний» – вимоги до персоналу значно перевершують можливості, необхідно прийняття невідкладних заходів щодо підвищення інноваційної активності персоналу.
 - «Послідовник» – запозичення інновацій та вивчення досвіду інноваційної діяльності у лідера.
 - «Лідер» – утримання позицій і вдосконалення.
- Для кожного зі станів підприємства можна запропонувати дії для вирішення проблем та покращення ситуації (табл. 3).

У статті визначено науково-методичні основи формування та вибору стратегії, сформульовано поняття стратегії інноваційної активності персоналу, розроблено матрицю позиціонування підприємства, запропоновано стратегії інноваційної активності персоналу.

Наведені в статті пропозиції можуть стати основою для вирішення завдань розробки оптимальних дій зі стимулювання інноваційної активності персоналу і підвищення ефективності інноваційного процесу, розробки економіко-математичних засобів, ухвалення управлінських рішень щодо вибору ефективних стратегій, обґрунтування домінант підвищення конкурентоспроможності економіки на основі формування відповідного середовища для інноваційної діяльності.

Стратегії інноваційної активності персоналу

<p>«Авантюрний» Стратегія інноваційної диверсифікації: реінжиніринг інноваційних процесів (моніторинг тематичних напрямків досліджень і розробок, визначення ключових), виконання інвестицій в персонал і мотивацію інноваційної активності, залучення зовнішніх ресурсів через аутсорсинг і краудсорсинг</p>	<p>«Послідовник» Стратегія вдосконалення: заходи щодо підвищення інноваційної активності персоналу, аналіз дій лідера</p>	<p>«Лідер» Стратегія збереження лідерства: агресивний розвиток нових науково-технічних напрямків, продовження навчання персоналу шляхом впровадження моделі «самонавчальна організація», комерціалізація нововведень</p>
<p>«Ризиковий» Стратегія вдосконалення: навчання персоналу, зміна системи мотивації інноваційної активності персоналу, аутсорсинг і краудсорсинг.</p>	<p>«Перспективний» Стратегія очікування: безперервне навчання та мотивація персоналу, навчання у лідерів, вдосконалення інноваційної інфраструктури підприємства</p>	<p>«Переслідувач» Стратегія ривка: вивчення досвіду та напрямків роботи лідера, визначення своїх сильних сторін, залучення нових ідей</p>
<p>«Аутсайдер» Стратегія виживання: пошук резервів для зростання інноваційної активності персоналу (вивільнення ресурсів для спрямування на мотиваційні заходи і придбання інновацій)</p>	<p>«Граничний» Стратегія пошуку: створення власних науково-дослідних підрозділів, активізація НДДКР, пошук нових рішень методами мережевої мобілізації та залучення новаторів</p>	<p>«Імітаційний» Стратегія захоплення ідей: вивчення напрямків роботи «лідера», купівля об'єктів інтелектуальної власності, зміна принципів контролю за результатами інноваційної діяльності</p>

Як подальші напрямки дослідження передбачається створення алгоритму вибору стратегії інноваційної активності персоналу на базі п'ятиетапної схеми. На думку автора, алгоритм повинен об'єднувати: моніторинг стану підприємства, позиціонування, вибір кращої стратегії, реалізацію стратегії і контроль ефективності. Причому на етапі вибору кращих стратегій пропонується впровадження нових актуальних підходів, заснованих на мобілізаційних технологіях.

Література: 1. Finding opportunities in a dynamic market. 2017 M&A Global Outlook. London : J. P. Morgan's M&A team, 2017. 24 p. 2. Колосова Т., Заглумина Н. Технология выбора инновационной стратегии развития предприятия. *Предпринимательство*. 2014. № 3. С. 18–24. 3. Чехова А. Выбор и обоснование стратегий инновационного развития предприятий. *Креативная экономика*. 2013. № 4. С. 67–73. 4. Бурнышев К. Стратегии инновационного поведения предприятия // Papers presented to the project dissemination seminars. Moscow, 2001. С. 59–187. 5. Пивень А. В. Оценка и управление инновационной активностью промышленных предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Хабаровск, 2009. 171 с. 6. Пивень А. В. Пути повышения инновационной активности промышленных предприятий. *Российское предпринимательство*. 2007. № 8. Вып. 1 (95). С. 56–59. 7. Сафин Р. Ф., Соколова О. Н. Процесс формирования стратегии инновационного развития производственного предприятия. *Вестник Алтайского государственного университета*. 2011. №1 (75). С. 109–116. 8. Соменкова Н. С. Формирование стратегии инновационного развития промышленного предприятия. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2008. № 1. С. 160–162. 9. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика : учебник / под ред. А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. М. : Экономика, 2007. 601 с. 10. Довгань Л. Є., Каракай. Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2011. 440 с. 11. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4 (617). С. 44–56. 12. Мельник Ю. М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Т. 7. Вип. 4. С. 67–72. 13. Гірська О., Гирич Д. Місце і роль інноваційної стратегії у стратегічному наборі підприємства // Матеріали П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича «Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку» ТНТУ імені Івана Пулюя. Тернопіль, 2016. С. 31–32. 14. Виханський О. Стратегическое управление : учебник. М. : Гардарика, 1998. 296 с. 15. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с. 16. Волкова Л. А. Мониторинг инновационной активности персонала промышленного предприятия. *Науково-практичний економічний журнал «Економічні студії»*. 2017. № 2 (15). С. 19-22. 17. Волкова Л. О. Система показателей для оценки инновационной активности персонала. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія : Економіка*. 2018. Т. 23. № 1 (66). 18. Райская М. В. Теория инноваций и инновационных процессов : учеб. пособие. Казань : Изд-во КНИТУ, 2013. 223 с.



References: 1. Finding opportunities in a dynamic market. 2017 M&A Global Outlook. London : J. P. Morgan's M&A team, 2017. 24 p. 2. Kolosova T., Zaglumina N. *Tehnologiya vybora innovatsionnoy strategii razvitiya predpriyatiya* [Technology of Choosing an Innovative Enterprise Development Strategy]. *Predprinimatelstvo*. 2014. No. 3. P. 18–24. 3. Chekhova A. *Vybor i obosnovaniye strategiy innovatsionnogo razvitiya predpriyatiy* [The Choice and Justification of Innovative Enterprise Development Strategies]. *Kreativnaya ekonomika*. 2013. No. 4. P. 67–73. 4. Burnyshev K. *Strategii innovatsionnogo povedeniya predpriyatiya // Papers presented to the project dissemination seminars*. Moscow, 2001. P. 59–187. 5. Piven A. V. *Otsenka i upravleniye innovatsionnoy aktivnostyu promyshlennykh predpriyatiy : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk*. Khabarovsk, 2009. 171 p. 6. Piven A. V. *Puti povysheniya innovatsionnoy aktivnosti promyshlennykh predpriyatiy* [Ways to Increase the Innovation Activity of Industrial Enterprises]. *Rossiyskoye predprinimatelstvo*. 2007. No. 8. Issue 1 (95). P. 56–59. 7. Safin R. F., Sokolova O. N. *Protsess formirovaniya strategii innovatsionnogo razvitiya proizvodstvennogo predpriyatiya* [The Process of Forming a Strategy for the Innovative Development of a Manufacturing Enterprise]. *Vestnik Altayskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2011. No. 1 (75). P. 109–116. 8. Somenkova N. S. *Formirovaniye strategii innovatsionnogo razvitiya promyshlennogo predpriyatiya* [Formation of the Strategy of Innovative Development of an Industrial Enterprise]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*. 2008. No. 1. P. 160–162. 9. *Osnovy innovatsionnogo menedzhmenta*. Teoriya i praktika : uchebnik / pod red. A. K. Kazantseva, L. Ye. Mindeli. M. : Ekonomika, 2007. 601 p. 10. Dovhan L. Ye., Karakai Yu. V., Artemenko L. P. *Stratehichne upravlinnia : navch. posib*. Kyiv : Tsentri uchb. lit., 2011. 440 p. 11. Kovtun O. I. *Innovatsiini stratehii pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni zasady* [Innovative Strategies of Enterprises: Theoretical and Methodological Principles]. *Ekonomika Ukrainy*. 2013. No. 4 (617). P. 44–56. 12. Melnyk Yu. M. *Innovatsiina stratehiia pidpriemstva yak dzherelo yoho konkurentnykh perevah* [Innovative Enterprise Strategy as a Source of Its Competitive Advantages]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*. 2015. Vol. 7. Issue 4. P. 67–72. 13. Hirska O., Hyrych D. *Mistse i rol innovatsiinoi stratehii u stratehichnomu nabori pidpriemstva // Materialy Piatoi Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii pamiati pochesnogo profesora TNTU, akademika NAN Ukrainy Chumachenka Mykoly Hryhorovycha «Innovatsiini zasady upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh staloho rozvytku» TNTU imeni Ivana Puliuia*. Ternopil, 2016. P. 31–32. 14. Vikhanskiy O. *Strategicheskoye upravleniye : uchebnik*. M. : Gardarika, 1998. 296 p. 15. Arutyunova D. V. *Strategicheskyy menedzhment : ucheb. posobiye*. Taganrog : Izd-vo TTI YuFU, 2010. 122 p. 16. Volkova L. A. *Monitoring innovatsionnoy aktivnosti personala promyshlennogo predpriyatiya* [Monitoring of Innovative Activity of the Personnel of an Industrial Enterprise]. *Naukovo-praktychnyi ekonomichnyi zhurnal «Ekonomichni studii»*. 2017. No. 2 (15). P. 19–22. 17. Volkova L. O. *Systema pokaznykiv dlya otsinky innovatsiinoi aktyvnosti personalu* [The System of Indicators for Assessing the Innovation Activity of Staff]. *Visnyk Odeskoho natsionalnogo universytetu imeni I. I. Mechnykova. Seriya : Ekonomika*. 2018. Vol. 23. No. 1 (66). 18. Rayskaya M. V. *Teoriya innovatsiy i innovatsionnykh protsessov : ucheb. posobiye*. Kazan : Izd-vo KNITU, 2013. 223 p.

Інформація про автора

Волкова Людмила Олександрівна – аспірант кафедри економіки, управління підприємствами та логістики Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна; e-mail: volkova_Luda315@ukr.net).

Информация об авторе

Волкова Людмила Александровна – аспирант кафедры экономики, управления предприятиями и логистики Харьковско-го национального экономического университета им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина; e-mail: volkova_Luda315@ukr.net).

Information about the author

L. Volkova — Postgraduate Student of Department of Economics, Enterprise Management and Logistics, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine; e-mail: volkova_Luda315@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
19.06.2018 р.*