

ISSN 2307-8030 (PRINT)
ISSN 2664-3545 (ONLINE)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ.
СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»**

**SCIENTIFIC BULLETIN
OF KHERSON STATE UNIVERSITY.
SERIES «ECONOMIC SCIENCES»**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 40

Херсон
2020

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Шашкова Ніна Ігорівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, менеджменту та адміністрування (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Заступник головного редактора:

Тюхтенко Наталія Анатоліївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, менеджменту та адміністрування (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Відповідальний секретар:

Синякова Катерина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та адміністрування (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Члени редакційної колегії:

Гарафоновна Ольга Іванівна – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту (Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна).

Гаргасас Аудріюс (Gargasas Audrius) – доктор економіки, професор (Університет Олександра Стульгінскіса, Каунас, Литовська Республіка).

Грачик-Кухарська Магдалена (Magdalena Graczyk-Kucharska) – доктор філософії, доцент (Познанський університет технологій (Poznan University of Technology), Познань, Республіка Польща).

Доброшек Юстина (Dobroszek Justyna) – доктор філософії, доцент, (Лодзівський університет (University of Lodz), Лодзь, Республіка Польща).

Кобець Віталій Миколайович – доктор економічних наук, доцент, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Козловський Віктор (Viktor Kozlovskij) – доктор філософії, лектор (Університет прикладних наук (University of Applied Sciences), Вільнюс, Литовська Республіка).

Кузнєцов Едуард Анатолійович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою менеджменту та інновацій (Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова, Одеса, Україна).

Макаренко Сергій Миколайович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Маркіна Ірина Анатоліївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту (Полтавська державна аграрна академія, Полтава, Україна).

Мохненко Андрій Сергійович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, професор, завідувач кафедри економіки та соціальних наук (Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна).

Осадча Тетяна Станіславівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, обліку та підприємництва (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Рошенкевіч Марія (Rosienkiewicz Maria) – доктор філософії, доцент, (Вроцлавський університет наук та технологій (Wroclaw University of Science and Technology), Вроцлав, Республіка Польща).

Савіна Галина Григорівна – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи (Херсонський національний технічний університет, Херсон, Україна).

Соловйов Андрій Ігорович – доктор економічних наук, доцент, декан факультету бізнесу і права (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Ушкарєнко Юлія Вікторівна – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри економіки, менеджменту та адміністрування (Херсонський державний університет, Херсон, Україна).

Фітім Дєарі (Fitim Deari) – доктор філософії, доцент (Південно-Східний Європейський університет (South East European University), Тетово, Республіка Північна Македонія).

Шебаніна Олена В'ячеславівна – доктор економічних наук, професор кафедри економічної кібернетики і математичного моделювання (Миколаївський державний аграрний університет, Миколаїв, Україна).

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»

є фаховим виданням (категорія "Б") на підставі Наказу МОН України

№ 409 від 17.03.2020 року (додаток 1)

Затверджено відповідно до рішення вченої ради

Херсонського державного університету

(від 21.12.2020 року протокол № 7)

Науковий збірник включено до наукометричної бази даних

Index Copernicus (Республіка Польща)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 23953-13793ПР,
видане Міністерством юстиції України 26.04.2019 р.

Електронна сторінка видання: ej.journal.kspu.edu

DOI: 10.32999/ksu2307-8030



ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

- Македон В.В., Волошко Н.О.
ВИЗНАЧАЛЬНА РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО БРЕНДИНГУ
В СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ
СУЧАСНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ..... 5

СЕКЦІЯ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

- Білявська Ю.В., Микитенко Н.В.
ВЕНДИНГ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.... 13
- Казакова Т.С., Осадчий О.Д., Гурова В.О.
ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ
В УМОВАХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 19
- Кубів С.І., Федюк В.В.
АНАЛІЗУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ,
ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ..... 25
- Ситник Н.І.
ДЕРЖАВА ЯК СУБ'ЄКТ ФОРМУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ УКРАЇНИ..... 30
- Соловійов І.О., Пашкова Н.І.
КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ЯК ДОМІНАНТНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІКИ ТВОРЧОСТІ..... 36
- Чиркова Ю.Л., Петришин Н.Я., Бортнікова М.Г.
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ-СУБ'ЄКТАХ ЗЕД..... 41

СЕКЦІЯ 3

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

- Завгородній А.В.
РОЗВИТОК АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ..... 46

СЕКЦІЯ 4

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

- Давиденко Н.М., Колодяжна В.О.
ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ..... 51
- Забаштанський М.М., Роговий А.В., Забаштанська Т.В.
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ 58
- Моїсєєв В.В., Домбровська С.О.
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ
ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 63
- Фурсова В.А., Гавриш Г.О., Тимохова Г.Б.
АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТАННЯ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ БАНКРУТСТВА
ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ..... 68

СЕКЦІЯ 5

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

- Кучер П.В., Юнькова О.О.
МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ
НА ПРИКЛАДІ ПРЕПАРАТУ ВІД ВАРИКОЗУ..... 73

СЕКЦІЯ 6

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

- Fomishyna Vera, Rybchuk Anatoliy, Zazulia Lesya, Honcharenko Natalia
MACROECONOMIC ASPECTS OF CONSUMPTION AND SAVINGS MANAGEMENT
IN NATIONAL GLOBAL DEVELOPMENT STRATEGIES..... 82

CONTENTS

SECTION 1

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Makedon Vyacheslav, Voloshko Nataliia

THE DEFINING ROLE OF INTERNATIONAL BRANDING IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE MODERN TRANSNATIONAL CORPORATIONS MARKETING5

SECTION 2

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Biliavska Yuliia, Mykytenko Nelya

VENDING IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC: FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE.....13

Kazakova Tetiana, Osadchii Oleksii, Gurova Viktoriia

INNOVATIVE DIRECTION OF THE PROFESSIONAL CAREER DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION PROCESSES.....19

Kubiv Stepan, Fedyuk Vasyl

ANALYSIS AND EVALUATION OF FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL SECTOR ENTERPRISES.....25

Sytnik Natalia

THE STATE AS A SUBJECT OF FORMATION OF THE NATIONAL STARTUP ECOSYSTEM.....30

Soloviov Ihor, Shashkova Nina

CREATIVE MANAGEMENT AS A DOMINANT ELEMENT OF THE ECONOMY OF CREATIVITY.....36

Chyrkova Yuliia, Petryshyn Nataliia, Bortnikova Mariana

PROBLEMS OF DEVELOPING THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS AT ENTERPRISES ENGAGED IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES.....41

SECTION 3

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Zavhorodnii Andrii

DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL FOOD SPHERE OF THE SOUTHERN REGION.....46

SECTION 4

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Davydenko Nadiia, Kolodiazhna Viktoriia

ASSESSMENT OF FINANCIAL SECURITY OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE.....51

Zabashtanskyi Maksym, Rogovyi Andrii, Zabashtanska Tetiana

FINANCIAL SUPPORT FOR STIMULATION OF LABOR POTENTIAL DEVELOPMENT.....58

Moiseiev Viacheslav, Dombrovska Sofiia

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF A VALUE BASED APPROACH TO MANAGEMENT OF ENTERPRISE.....63

Fursova Viktoriya, Havrysh Halyna, Tymohova Halina

UPDATING THE ISSUE OF FORECASTING TRADE ENTERPRISES BANKRUPTCY RISK IN THE CONDITIONS OF CORONAVIRUS PANDEMIC.....68

SECTION 5

MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Kucher Pavlo, Yunkova Olena

MODELLING OF THE MEDICINES MARKET DYNAMICS ON THE EXAMPLE OF THE DRUG FOR VARICOSIS.....73

SECTION 6

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Fomishyna Vera, Rybchuk Anatoliy, Zazulia Lesya, Honcharenko Natalia

MACROECONOMIC ASPECTS OF CONSUMPTION AND SAVINGS MANAGEMENT IN NATIONAL GLOBAL DEVELOPMENT STRATEGIES.....82

СЕКЦІЯ 1 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-1

УДК 334.726:339.138:659.126

Македон В.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8131-0235>
E-mail: v_makedon@ukr.net*

Волошко Н.О.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки
та управління національним господарством
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3384-140X>
E-mail: voloshko@ef.dnu.edu.ua*

ВИЗНАЧАЛЬНА РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО БРЕНДИНГУ В СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ СУЧАСНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

У статті була диференційована і методологія застосовується ТНК країн міжнародного брендингу, при цьому імідж країни є визначальним фактором формування стратегії корпоративного і товарного брендингу. Встановлено, що взаємозв'язок міжнародного брендингу та глобальної конкурентоспроможності країни, що спостерігалася раніше, в даний час втрачається, внаслідок активного розвитку в системі міжнародного брендингу компаній з країн, що розвиваються (в першу чергу, Китаю). Були виявлені принципи, яких повинна дотримуватися країна, що розвивається при формуванні концепції міжнародного брендингу. Доведено, що основною детермінантою міжнародного брендингу є грамотне та ефективне застосування методології оцінки вартості брендів.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, маркетингова стратегія, міжнародний брендинг, корпоративний бренд, глобальна конкурентоспроможність, світовий ринок.

Македон В.В., Волошко Н.А. ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО БРЕНДИНГА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННЫХ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

В статье была дифференцирована и методология применяемого ТНК стран международного брендинга, при этом имидж страны является определяющим фактором формирования стратегии корпоративного и товарного брендинга. Установлено, что взаимосвязь международного брендинга и глобальной конкурентоспособности страны, наблюдавшаяся ранее, в настоящее время утрачивается по причине активного развития в системе международного брендинга компаний из развивающихся стран (в первую очередь, Китая). Были выявлены принципы, которых должна придерживаться развивающаяся страна при формировании концепции международного брендинга. Доказано, что основной детерминантой международного брендинга является грамотное и эффективное применение методологии оценки стоимости брендов.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, маркетинговая стратегия, международный брендинг, корпоративный бренд, глобальная конкурентоспособность, мировой рынок.

Makedon Vyacheslav, Voloshko Nataliia. THE DEFINING ROLE OF INTERNATIONAL BRANDING IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE MODERN TRANSNATIONAL CORPORATIONS MARKETING

The article highlighted the following advantages of using branding in TNK strategies: the brand creates barriers in the market for competitors, facilitates the introduction of new products to the world market, and allows actively to explore new niches in this market; allows the company to more successfully survive the global financial and economic crises without additional costs; allows you to clearly distance your product from the competitor's market. The study has shown that modern TNCs do not follow the path of direct use of the Western or Eastern branding model, but increasingly resort to such a combination that contributes to the development of international brands that can successfully function in consumer audiences of different socio-ethnic composition, differing from each other. perception of information directed at them. The methodology of international branding used by TNCs from countries was also differentiated, while the country's image is a determining factor in the formation of a corporate and product branding strategy. It has been established that the relationship between international branding and the country's global competitiveness, which was observed earlier, is currently being lost due to the active development of companies from developing countries (primarily China) in the international branding system. The principles were identified that a developing country should adhere to when forming the concept of international branding. It has been proved that the main determinant of international branding is the competent and effective application of the methodology for assessing the value of brands: monitoring the impact of the country of origin of goods on consumer perception; taking into account in the positioning strategy that if a product has an acceptable price and high utility, then it will be positively perceived in the world market; distancing from the country of origin (for fashionable and prestigious goods); the formation of strategic alliances to promote brands to the global market. More effective methods are cost methods (calculating the cost of replacing a brand), various income methods (future earnings, earnings on shares), and a valuation model.

Keywords: transnational corporation, marketing strategy, international branding, corporate brand, global competitiveness, world market.

Постановка проблеми. Сучасні глобалізаційні трансформації та нестабільність світового розвитку у XXI ст. в значній мірі викликані діяльністю та еволюційним змістом найбільших транснаціональних корпорацій (ТНК). ТНК мають найбільший вплив на зростання ринкової конкуренції та зміни у маркетингових стратегіях всіх учасників світових ринків товарів та послуг. Маркетинг ТНК в повній мірі залежний від стандартизації виробництва, уніфікації витрат, просування продукції на ринки а також від глобальної політики бренд-менеджменту. В таких умовах на арену виходить питання забезпечення конкурентоспроможності ТНК в розрізі мультиплікації власних брендів та забезпечення їхнього органічного і рівноцінного розвитку на світових ринках. Міжнародний брендинг в середовищі ТНК відвоює все більші позиції в маркетинговій стратегії та політиці тривалого конкурентного розвитку. Динамічні зміни на світових ринках товарів та послуг, кастомізація та диференціація поведінки споживачів, забезпечують міжнародному брендингу провідне місце в загальній маркетинговій стратегії та довготривалих проєктах розвитку міжнародного маркетингу. Додатковий поштовх забезпечується з боку соціалізації світової економіки, різких змін в моді споживача, цифровізації електронної комерції. Активно розвиваються міжнародні інтеграційні процеси в сфері інтелектуальної власності, зростає показник капіталізації міжнародних брендів (бренди власність ТНК). Саме через ці причини і аргументи ми визначаємо високий рівень актуальності теми нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика даного дослідження в достатній мірі висвітлена в зарубіжній науковій і експертно-аналітичній літературі. Так, проблемами аналізу стратегій ТНК і міжнародного брендингу займалися такі зарубіжні вчені: Р. Арбрат, Дж. Балмер, Б. Івнс, Н. Клейн, С. Пардо, С. Холенсен, К. Ямаучі. Дослідженню аналогічних проблем присвячені роботи наступних вітчизняних дослідників, як-то: Г. Заїкіна, О. Зозульов, Ю. Нестерова, В. Македон, С. Махнуша, Н. Метеленко, Я. Ухачевич. Але питання органічного поєднання брендингу в стратегічному розвитку сучасних транснаціональних корпорацій ще мають недостатній рівень дослідження.

Метою статті є аналіз диференціацій використання брендингу в маркетинговій діяльності ТНК в умовах глобальних нестабільних економічних умов та визначення складових і параметричних основ реалізації стратегій брендингу в діяльності сучасних ТНК, які обумовлені посиленням конкуренції на світовому ринку товарів та послуг.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. В сучасних глобальних умовах, ключовим фактором конкурентоспроможності країни є її імідж, оскільки в умовах глобалізації світової економіки кожен регіон і країни конкурують за інвестиції, туристів, повагу і репутацію. Пріоритетним завданням країнового брендингу є формування і підтримання позитивної асоціації про себе, про своїх громадян і провідні ТНК. Урядами всіх розвинених і ряду країн, що розвиваються вже усвідомлено принципове значення країнового брендингу. Ряд країн (країни ЄС, США, Японія) досягли серйозних успіхів в цьому напрямку [1]. Так, країновий бренд США, навіть при величезному дефіциті торговельного балансу, не знижує привабливості країни в очах іноземних інвесторів; довіра до долара в світі завжди на високому рівні; акції ТНК США котируються на високому рівні. Деякі країни, як, наприклад, Китай

тільки починають свій шлях формування потужних країнових брендів [2]. В таблиці 1 наведені двадцять провідних країнових брендів, при цьому рейтинг враховує такі блоки параметрів, як: система цінностей, якість життя, потенціал розвитку бізнесу, культурну спадщину, туризм, а також блок «зроблено в ...», що характеризує прихильність споживачів до брендів певної країни.

Таблиця 1
Топ-20 країнових брендів за підсумками 2019 р.

Позиція в рейтингу	Країна	Позиція в рейтингу	Країна
1	Японія	11	Нова Зеландія
2	Швейцарія	12	Великобританія
3	Німеччина	13	Фінляндія
4	Швеція	14	Сінгапур
5	Канада	15	Ісландія
6	Норвегія	16	Нідерланди
7	США	17	Франція
8	Австралія	18	Італія
9	Данія	19	ОАЕ
10	Австрія	20	Південна Корея

Джерело: побудовано авторами за даними [3]

Досвід показує, що саме товарні міжнародні бренди грають провідну роль у формуванні іміджу країни, оскільки саме за допомогою таких брендів споживачі формують думки про країну (Швейцарія – «Rolex», Японія – «Sony», Фінляндія – «Nokia»). Крім цього, багато ТНК використовують ефект країни походження для просування своїх брендів на світовому ринку і підвищення рівня прибутку. Сьогодні країна походження товару є найважливішим елементом міжнародного брендингу, іноді перевищуючи репутацію бренду самого товару. При вдосконаленні бренду країни підвищується індекс конкурентоспроможності бізнесу, а в підсумку – глобальний індекс конкурентоспроможності країни, що підтверджується даними за рядом країн (табл. 2).

Таблиця 2
Взаємозв'язок міжнародних брендів країни і глобального індексу конкурентоспроможності (за даними 2019 р.)

Країна	Кількість брендів, що входять в рейтинг «найдорожчі бренди світу – 2019»	Індекс конкурентоспроможності бізнесу – 2019	Глобальний індекс конкурентоспроможності країни – 2019
США	48	4	2
Китай	10	42	28
Німеччина	6	3	7
Великобританія	5	6	9
Франція	5	22	15
Японія	4	1	6
Іспанія		38	23

Джерело: побудовано авторами за даними [4; 5]

Проте, цей взаємозв'язок не завжди простежується: так, Китай нарощує свою частку серед міжнародних брендів (друге місце після США), однак за індексом конкурентоспроможності бізнесу серед країн світу знаходиться лише на 42-му місці. У Японії, навпаки, шоста позиція за індексом конкуренто-

спроможності бізнесу і шоста – з глобального індексу конкурентоспроможності, проте серед 100 найбільших брендів Японії належить лише чотири: за останні роки ТНК цієї країни істотно втратили свої позиції в цьому рейтингу. Міжнародні бренди США представлені в абсолютно різних галузях і секторах, що ще раз свідчить про диверсифікованості структури їх національної економіки. Більшість споживачів світу розглядає США як найкраща в світі країна походження за такими секторами, як інформаційні технології, банківські послуги і розваги. Очевидно, в перспективі перевага країнового бренду США все ж буде слабшати в силу загострення міжнародної конкуренції, все більш широкого представлення в рейтингу китайських міжнародних брендів [4; 5]. Крім того слід зазначити, що найчастіше вартість бренду може перевищувати вартість всіх відчутних активів компанії (з урахуванням навіть приплюсувати до активів вартості обсягу виробництва даної компанії). Крім цього, слід зазначити, серйозний приріст вартості брендів високотехнологічних компаній, тоді як вартість брендів традиційних «гігантів» електротехнічної промисловості знижується (рис. 1).

Аналіз внутрішньої будови секторів і галузей світової економіки в аспекті наявності і виокремлення міжнародних брендів у порівняльній період 2010-2019 рр. показує, що істотного зростання зазнала група брендів високотехнологічної сфери та телекомунікаційна галузь (рис. 2). Сучасні провідні ТНК ставлять собі мету – нарощення власного брендового капіталу, так в якості прикладу ми вважаємо угоду про корпоративну інтеграцію між компанією «Philip Morris» та компанією «Kraft Foods», угода коштувала 12 млрд. дол. США. Основна сума угоди це перехід саме брендового капіталу.

Партнерства корпорацій і альянси також надають позитивний вплив на вартість міжнародних брендів. Так, серед успішних прикладів таких партнерств необхідно відзначити кооперацію «Disney» і «Kodak», «McDonald's» і «Coca-Cola» [6, с. 14–16].

Наприкінці ХХ ст. на світовому ринку в умовах посилення конкурентної боротьби великі виробники стали активно використовувати ребрендинг для утримання ринкових позицій своїх міжнародних

брендів і проникнення їх на нові ринкові сегменти. І, незважаючи на те, що в 2012–2016 рр. хвиля міжнародного ребрендингу помітно спала, все-таки ребрендинг залишається характерною тенденцією сучасності. До основних факторів міжнародного ребрендингу зазвичай відносять: а) прагнення компаній зберегти в нових утвореннях популярність на ринку імен сторін що об'єднуються; б) зміна найменування з метою подолання негативних асоціацій (зокрема і на нових зарубіжних ринках); в) змішаний спосіб ребрендингу, який використовується в разі злиття компаній, і в разі зміни корпоративної стратегії [7, с. 853].

Міжнародні бренди країн, що розвиваються поки не «дотягують» до рівня розвинених країн за своєю міццю, вартістю і географічним охопленням [8, с. 39–40]. Ця теза підтверджується даними на рис. 3.

На сучасному світовому споживчому ринку все більшого значення набувають такі тенденції, як: а) глобалізація; б) консолідація компаній; в) зростання конкуренції; г) зміна способу життя, смаків, уподобань і мотивацій споживачів. На глобальному рівні змінюється не тільки демографічна ситуація, а й спосіб життя і звички споживачів. З точки зору демографії, спостерігаються суттєві відмінності між різними регіонами планети і навіть всередині самих регіонів, що обумовлено змінами структури міського і сільського населення, а також зміною положення жінок в суспільстві, як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Зазначені тенденції необхідно враховувати в процесі брендингу при здійсненні міжнародного маркетингу [10, с. 47; 11]. При цьому необхідно чітко розуміти, наскільки глобальним є бренд, який просувається компанією-виробником.

Сучасні маркетингові стратегії ТНК мстять організаційні компоненти щодо поширення брендів і зростання корпоративного бренд-портфеля. Така політика формує єдину політику ТНК щодо асортименту товарів компанії на світових ринках. В цьому випадку, корпоративний бренд повністю корелюється з маркетинговими планами материнської структури, що дає можливість дочірнім структурам отримувати іміджевий зиск та реальний прибуток, який формується за рахунок позитивних

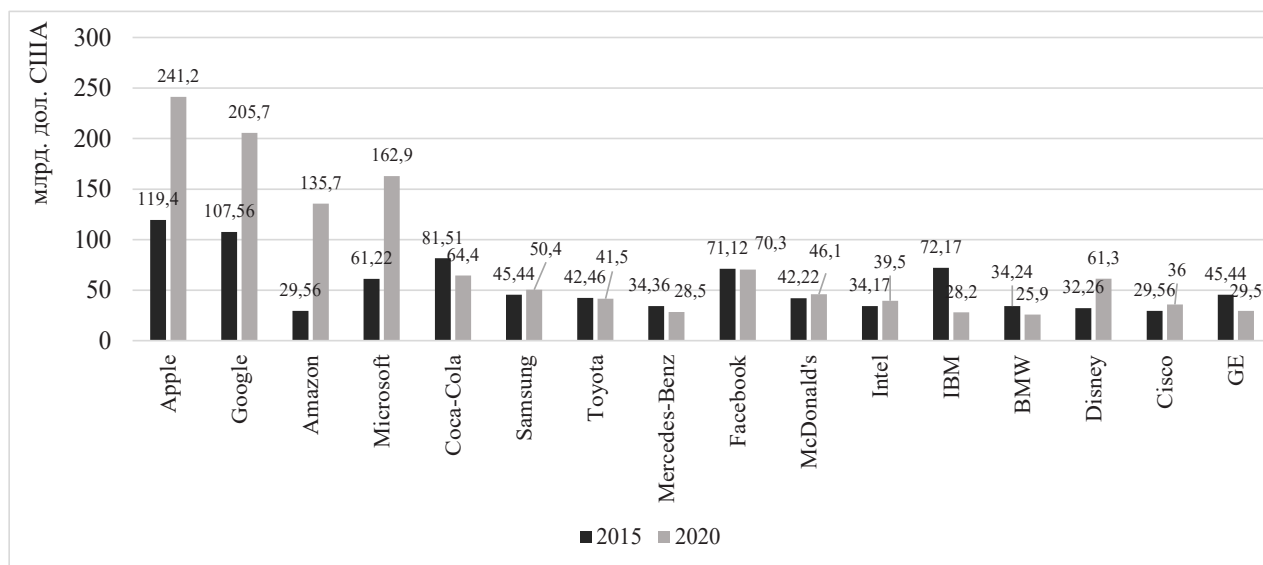


Рис. 1. Динаміка приросту вартості міжнародних брендів в 2018–2019 рр., (+/-) млрд. дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [3]

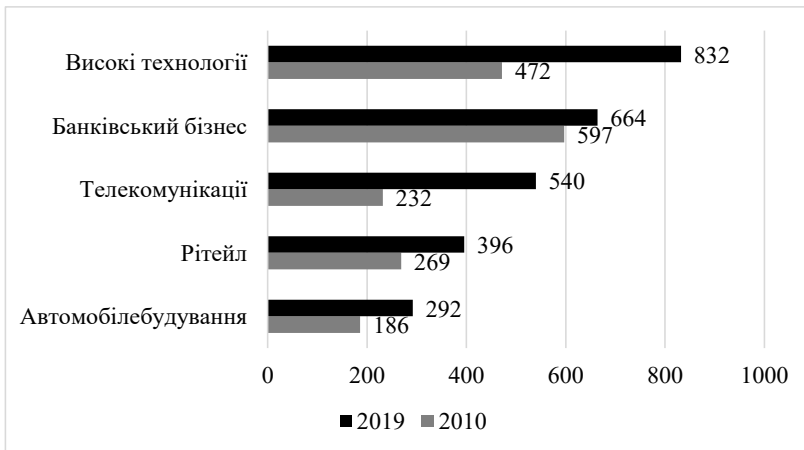


Рис. 2. Зміна сукупної вартості брендів за секторами світової економіки у 2010–2019 рр. (в розрізі 500 найдорожчих брендів), млрд. дол. США

Джерело: побудовано авторами за даними [3]

асоціацій від глобальної ринкової діяльності материнської структури. Отже корпоративний бренд це парасоля, яка містить загальну місію ТНК, продукує цінності і імідж материнської структури. Все це формує умови для накопичення брендового капіталу як в розрізі індивідуальних корпоративних брендів так і підконтрольних суббрендів. Прикладами таких брендів та накопичення брендового капіталу є корпорації: «IBM», «Intel», «Microsoft», «SAP». Крім того виділимо успішні «фамільні» бренди корпорацій: «Bosch», «Dell», «Ford», «Hewlett-Packard», «Siemens» [12, с. 134–135].

В умовах сучасного глобального характеру міжнародної конкуренції ТНК, приймаючи рішення щодо розвитку портфелів брендів на зарубіжних ринках, повинні враховувати ті наслідки, які ці рішення будуть мати для неї в цілому, і в якій мірі вони торкнуться інших ринків. Це обумовлює актуальність розробки методів розширення портфелів брендів в стратегіях ТНК (табл. 3).

Ми бачимо, що запропоновані методи свідчать про наявність великої кількості недоліків або явних переваг. Тому при виборі різних методів ТНК повинні комплексно аналізувати множинні внутрішні і зовнішні чинники, проводити оцінку використання конкретного методу на портфель брендів з урахуванням довгострокових результатів. Зважений підхід до вибору методу розвитку портфеля брендів здатний збільшити прибутковість компанії і забезпечити їй зростання в перспективі. Керуючи своїм брендом, ТНК досить часто стикаються з ситуацією, при якій їх бренд не завжди відповідає потребам конкретного ринку. Це може відбуватися з таких причин: а) ринок уже перенасичений брендами, і покупці не бачать принципової різниці між ними; б) товари реалізуються через роздрібні мережі, які беруть дорогий бренд неохоче, вважаючи за краще йому дешевший товар; в) спостерігаються технологічні зміни, які дозволяють компанії (держателю бренду) виробляти і реалізовувати з більш високим прибутком нові, більш дешеві товари [13].

Слід навести стратегії міжнародного брендингу, засновані на критерії взаємин брендів всередині портфеля [14; 15]:

– стратегія підтримуючого бренду. Підтримка відомого бренду забезпечує пропозицією довіри і змістовності. Наприклад, «Mariott» виступає підтримує брендом по відношенню до бренду «Courtyard» (мережа готелів для бізнесменів в передмістях). По суті, ця підтримка означає наступне: компанія «Mariott» підтверджує, що «Courtyard» виконає обіцянку бренду (яке сильно відрізняється від обіцянки готелів «Mariott»). Підтримуючий бренд, зазвичай, є скоріше корпоративним брендом, ніж товарним, оскільки в умовах підтримки досить доречні специфічні асоціації з компанією (наприклад, довіра, лідерство, нововведення). Більш того, з тієї причини, що підтримуючий бренд як би ізольований від під-

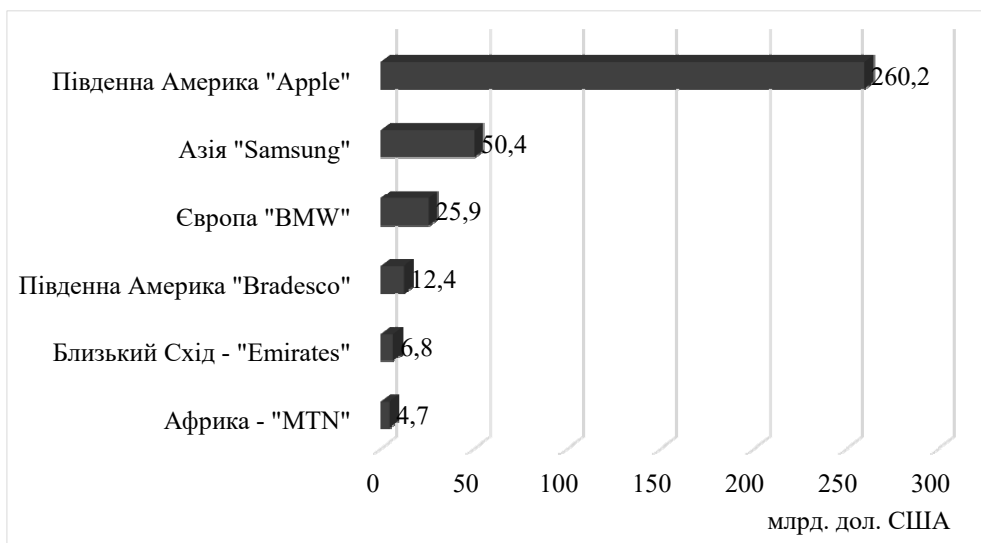


Рис. 3. Найбільш цінні бренди за окремими регіонами світу у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами за даними [9]

Таблиця 3

Визначальні методи розширення портфеля брендів в межах маркетингової стратегії ТНК

№ з/п	Назва методу	Мета використання	Умови застосування	Недоліки
1.	Придбання локальних і міжнародних брендів на основі трансграничних злиттів і поглинань	- висока насиченість ринку (у разі порівняно невисокої конкуренції ТНК часто прагнуть до розвитку власних нових брендів або виводять на зарубіжний / місцевий ринок власні міжнародні бренди); - присутність на ринку конкурентоздатних локальних компаній, які мають бренди з істотною часткою ринку у своїх портфелях.	- купівля брендів, що мають певну частку на ринку і лояльних споживачів, а також тих, які відповідають потребам локального ринку; - обмеження конкуренції з боку компанії-мішені і інших ТНК, які потенційно також можуть купити місцеві компанії.	- необхідність адаптації куплених брендів до вже наявного портфеля брендів на локальному ринку; - ризик прояву ефекту «канібалізації» всередині брендового портфеля ТНК; - ризик зниження ефективності управління брендовим портфелем і необхідність зміни системи управління зважаючи на зростання кількості брендів, і ускладнення архітектури брендів (взаємозв'язків між ними); - ризик зменшення доходності окремих брендів.
2.	Формування і розвиток власних місцевих брендів	- формування нових брендів відповідно до переваг цільової аудиторії споживачів і потреб портфеля брендів компанії; - можливість управляти створюваним брендом з моменту його формування; - можливість запропонувати ринку абсолютно новий набір асоціацій, пов'язаних з формованим брендом.	- невисокий рівень насичення ринку; - відсутність обмежень за часом; - порівняно невисока вартості створення і просування нового бренду; - прихильність і лояльність споживачів до локальних брендів; - досвід компанії по просуванню брендів на локальному ринку.	- високовитратність створення і просування нових брендів; - обмеження використання методу зважаючи на високу конкуренцію і наявність великої кількості брендів на основних ринках; - обмеження використання методу внаслідок існування у ТНК широкого брендового портфеля через конкуренцію між власними брендами компанії.
3.	Виведення на локальні ринки власного міжнародного бренду	- немає необхідності створювати новий бренд і тому скорочується час для виведення бренду на ринок; - зростання вартості міжнародного бренду за рахунок росту обсягів продажів товарів під цим брендом; - поліпшення іміджу ТНК на місцевому ринку за рахунок присутності там сильного міжнародного бренду.	- наявність в портфелі ТНК таких брендів, які мають унікальні для місцевого ринку параметри і характеристики; - успішний досвід компанії з управління міжнародними брендами на місцевому ринку або аналогічних ринках в інших країнах; - лояльне відношення споживача на місцевому ринку до іноземних брендів.	- необхідність істотних змін в позиціонуванні бренду для його адаптації до потреб і потреб місцевого ринку; - ризик неприйняття міжнародного бренду місцевими споживачами, які можуть сприйняти його як сторонній, а також в силу високого рівня лояльності до місцевих брендів.
4.	Розвиток суббрендів		- позитивний імідж компанії і довіра з боку споживачів; - присутність в портфелі брендів ТНК добре відомих на місцевому ринку брендів, які мають лояльних споживачів і важливі характеристики, які можна легко перенести на інші товари; - нові товари повинні відповідати іміджу бренду (тому використання цього методу успішне для товарів високої якості).	- компанія не розвиває нові бренди з унікальними характеристиками і унікальною товарною пропозицією; - вірогідність відсутності відмінностей між різними суббрендами в сприйнятті потенційного споживача і відсутність новизни в пропозиції суббренду; - ризики переходу споживачів до суббренду від материнського бренду і нульовий приріст частки ринку; - негативний вплив провалу суббренду на материнський бренд.

Джерело: розроблено авторами

тримуваного, то останній не так вже сильно впливає на зазначені асоціації;

– стратегія просування суббренду. Материнський бренд є основою референції, а суббренд розширює її, доповнюючи асоціативний ряд (прикладом є «Sony» і «Walkman»), індивідуальність бренду (наприклад, «Mazda 6») і сила (наприклад, «Nike Air Forse»). Однією з ключових ролей суббренду є розширення основного (материнського, головного) бренду до нового (необхідного) сегмента. Описовий суббренд просто описує те, що пропонується. Так, в бренд «GE Appliance» бренд «Appliance» є описовим. Це все ще бренд, але з обмеженою відповідальністю;

– стратегія спонукаючої ролі, яка відображає ступінь, з якою бренд стимулює рішення про покупку

і досвід використання. Наприклад, «iPod» – спонукає бренд «Apple iPod», тобто, покупці швидше скажуть, що вони придбали «iPod», ніж «Apple» (який, таким чином, відіграє другорядну спонукаючу роль). «Courtyard» – спонукає бренд для пропозиції «Courtyard» від «Marriott», оскільки саме асоціації з ним в основному впливали на рішення про вибір готелю (як і на досвід користування послугами), доповнюючи і збагачуючи його емоційний зміст і самовираження;

– стратегія будинку брендів. Бренд-будинок складається з одного батьківського бренду (наприклад, «Caterpillar» або «Sony»), який зв'язує якийсь набір пропозицій, що діють тільки з описовими суббрендами. У стратегії будинку брендів вплив на споживача кожної незалежної, відокремленого бренду

максимально. «Procter & Gamble» – це будинок брендів, в якому функціонують більше 80 брендів, які пов'язані з «P&G» і між собою.

– стратегія використання брендів з різною ідентичністю для різних сегментів ринку або в різних країнах, проте, застосування даної стратегії заважають дві типові помилки. По-перше, в кожному контексті ринку, (навіть не дивлячись на загальне ім'я) можуть будуватися різні ідентичності і позиція бренду. Однак використання десятків ідентичностей призводить до внутрішньої непорядкованості бренду, а це найкращий спосіб побудувати погано діє, неефективний бренд. По-друге, у різних зарубіжних ринках різні контексти, і важко визначити, коли і яку субкатегорію слід використовувати, і як звести бренди і взаємини між ними в єдину складну архітектуру бренду.

Система глобального планування міжнародного бренду має включати (рис. 4):

Одним з ключових аспектів просування міжнародного бренду є зростання його капіталізації та прибутковості. В умовах глобалізації та зростання конкуренції між найбільшими ТНК все більшого значення набуває оцінка вартості брендів (особливо при реалізації угод зі злиттів і поглинань). В умовах, коли вартість бренду може становити до 90% вартості ТНК, бренд може використовуватися в якості внеску до статутного капіталу, виступати заставою при кредитуванні. Оцінювати бренд необхідно і для обліку збитків, завданих з боку контрафактної продукції, при приватизації та ліквідації компаній, страхування брендів, укладення ліцензійних угод. На капіталізацію міжнародного бренду можуть впливати наступні фактори [2; 7; 16]:

– поява найважливіших нових товарів (очевидно, що поява багатьох нових продуктів не робить помітного впливу на капітал бренду, однак, наприклад, коли «IBM» створила «ThinkPad», «Apple» пред-

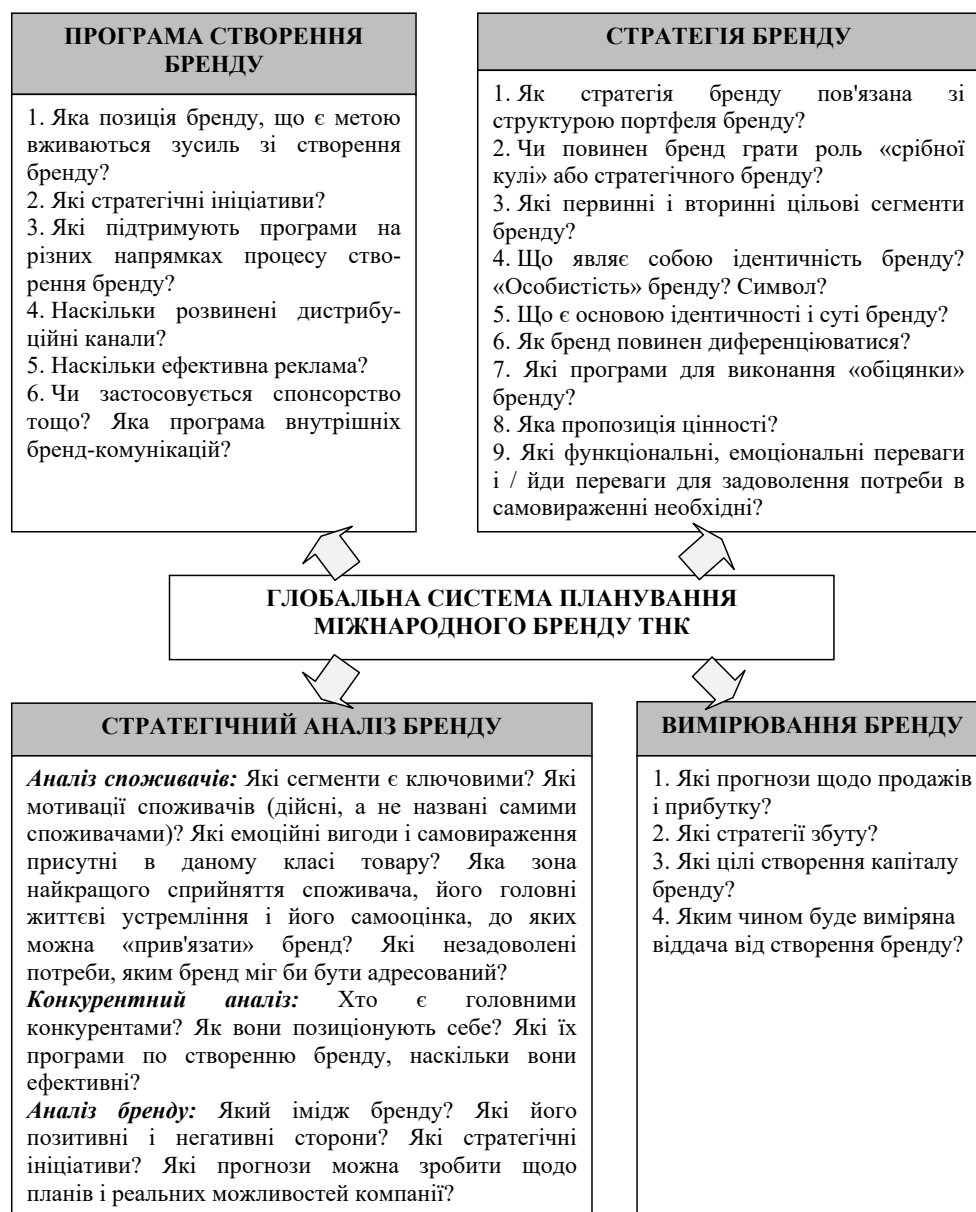


Рис. 4. Глобальна система планування міжнародного бренду в межах маркетингової стратегії ТНК

Джерело: розроблено авторами

ставила на ринок «iPod», а компанія «Microsoft» – «Windows», ці продукти надали позитивний вплив);

– зміни в топ-менеджменті компаній (так, поява в «IBM» Л. Гестнера і повернення в «Apple» С. Джобса підвищили капітал обох брендів);

– діяльність конкурентів (різке падіння капіталу бренду «Hewlett-Packard» було частково викликано масованою рекламою конкурента – компанії «Canon»);

– проблеми з антимонопольним законодавством (в цьому відношенні показовим є приклад з «Microsoft», які набули розголосу в громадському середовищі, пов'язані з викриттям «Microsoft» як компанії-монополіста).

У зв'язку з цим, автори вважають, що віддача міжнародного бренду буде невеликою в наступних випадках:

– є серйозні відмінності в частках в межах певного ринку;

– має місце різний імідж бренду (так, «Honda» в США означає надійність і якість, тоді як в Японії, де якість очевидно і мається на увазі спочатку, цей бренд позиціонується як «енергійна, молода індивідуальність»);

– міцні позиції лідерів-конкурентів на ринку зі схожою ідентичністю;

– диференціація мотивації споживачів (характерно для електроніки, яка по-різному сприймається в різних країнах);

– диференціація реакції споживачів на символіку та рекламу;

– хибний вектор стратегії міжнародного брендингу (пріоритетом має стати не формування міжнародних брендів, а лідерство бренду, тобто його присутність на всіх ринках і його підтримка з боку ефективного бренд-менеджменту). Отже для створення потужного міжнародного бренду в сфері маркетингової стратегії ТНК доцільною стає практика формування результативної стратегії брендингу, що забезпечує сильні позиції корпоративного бренду на світових ринках і виокремлює брендів унікальної ідентичності.

Висновки. Визначено, що для ефективного функціонування комунікації на міжнародному рівні і створення міжнародного бренду ТНК необхідно враховувати і локальні особливості різних країн, і глобальні зміни, що відбуваються на світовому ринку. Було доведено, що одним з ключових аспектів просування міжнародного бренду має стати зростання показника капіталізації та рентабельності бренду; обґрунтовано положення про те, що капітал міжнародного бренду може зростати під позитивним тиском нових та інноваційно-спрямованих продуктів. Визначено, що віддача міжнародного бренду має проблеми у разі: формується негативні процеси в частках ринку ТНК; з'являється різномірний імідж бренду в країні походження та на світових ринках (в сегментах ринку); міцні позиції лідерів на ринку з схожою ідентичністю; мотивація споживачів і їх реакція на символіку та рекламу диференційовані; обрана хибна маркетингова стратегія міжнародного брендингу, або низька пріоритетність для нових міжнародних брендів, а лідерство бренду, тобто його присутність на всіх ринках і його підтримка з боку ефективного бренд-менеджменту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Makedon V., Zaikina H., Slusareva L., Shumkova O., Zhmaylova O. Use of rebranding in marketing sphere of international

entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship*. 2020. Volume 24. Issue 1S. URL: <https://www.abacademies.org/articles/use-of-rebranding-in-marketing-sphere-of-international-entrepreneurship-9325.html>.

2. Hollensen S. *Global Marketing* (4th ed.) England : Pearson Education Limited, 2007. 756 p.
3. Brand Finance Global 500. The annual report on the world's most valuable and strongest brands 2020. URL: <https://www.brandfinance.com>.
4. Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>.
5. Index of Economic Freedom: Promoting Economic Opportunity. URL: <https://www.heritage.org/index>.
6. Balmer J.M.T. Corporate brand management imperatives: custodianship credibility and calibration. *California Management Review*. 2012. Vol. 54. No. 3, pp. 1–28.
7. Ivens B.S., Pardo C. and Tunisini A. Organizing and integrating marketing and purchasing in business markets: An introduction to the special issue, issues and implications. *Industrial Marketing Management*. 2009. No. 38 (8). Pp. 851–856.
8. Ониськів В.О. Вдосконалення елементів системного підходу щодо просування нової марки товару згідно із залежністю «ціна-якість» товару. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 37–47.
9. World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org>.
10. Зозульов О.В., Нестерова Ю.В. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика. *Маркетинг в Україні*. 2006. № 5 (39). С. 44–50.
11. Makedon V., Drobyazko S., Shevtsova H., Maslosh O., Kasatkina M. Providing security for the development of high-technology organizations. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2019. No. 8 (4). P. 1313–1331. URL: [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.4\(18\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.4(18)).
12. Yamauchi K. Corporate communication: a powerful tool for stating corporate missions. *Corporate Communications: An International Journal*. 2001. No. 6 (3). Pp. 131–136.
13. Metelenko N.G., Kovalenko O.V., Makedon V., Merzhynskiy Y.K., Rudych A.I. Infrastructure security of formation and development of sectoral corporate clusters. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2019. No. 9 (1). Pp. 77–89. URL: [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(7\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(7)).
14. Abratt R.A., Kleyn N. Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations: Reconciliation and Integration. *European Journal of Marketing*. 2012. Vol. 46. No. 7. Pp. 1048–1063.
15. Ухачевич Я.П., Дубоделова А.В. Управління конкурентоспроможністю продукції: брендинг. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2007. № 594. С. 336–344.
16. Махнуша С.М. Оцінка ринкових позицій бренду та визначення стратегічних орієнтирів його розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 21–27.

REFERENCES:

1. Makedon V., Zaikina H., Slusareva L., Shumkova O., Zhmaylova O. (2020) Use of rebranding in marketing sphere of international entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship*, vol. 24, Issue 1S. Available at: <https://www.abacademies.org/articles/use-of-rebranding-in-marketing-sphere-of-international-entrepreneurship-9325.html>.
2. Hollensen S. (2007) *Global Marketing* (4th ed.) England: Pearson Education Limited.
3. Brand Finance Global 500. The annual report on the world's most valuable and strongest brands 2020. Available at: <https://www.brandfinance.com>.
4. Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. Available at: <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>.
5. Index of Economic Freedom: Promoting Economic Opportunity. Available at: <https://www.heritage.org/index>.
6. Balmer J.M.T. (2012). Corporate brand management imperatives: custodianship credibility and calibration. *California Management Review*, vol. 54, no. 3, pp. 1–28.
7. Ivens B.S., Pardo C. and Tunisini A. (2009) Organizing and integrating marketing and purchasing in business markets: An introduction to the special issue, issues and implications. *Industrial Marketing Management*, no. 38 (8), pp. 851–856.

8. Onys'kiv V.O. (2011) Vdoskonalennya elementiv systemnoho pidkhotu shchodo prosuvannya novoyi marky tovaru z hidno iz zalezhnistyu «tsina-yakist'» tovaru [Improving the elements of a systematic approach to the promotion of a new brand of goods in accordance with the dependence of "price-quality" of goods]. *Marketing i menedzhment innovatsiy*, no. 2, pp. 37–47. (in Ukrainian)
9. World Economic Forum. Available at: <http://www.weforum.org>.
10. Zozul'ov O.V., Nesterova Y.V. (2006) Modeli brendynhu: klasyfikatsiya ta stysla kharakterystyka [Branding models: classification and brief description]. *Marketynh v Ukraini*, no. 5 (39), pp. 44–50. (in Ukrainian)
11. Makedon V., Drobyazko S., Shevtsova H., Maslosh O., Kasatkina M. (2019) Providing security for the development of high-technology organizations. *Journal of Security and Sustainability Issues*, no. 8 (4), pp. 1313–1331. Available at: [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.4\(18\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.4(18)).
12. Yamauchi K. (2001) Corporate communication: a powerful tool for stating corporate missions. *Corporate Communications: An International Journal*, no. 6 (3), pp. 131–136.
13. Metelenko N.G., Kovalenko O.V., Makedon V., Merzhynskiy Y.K., Rudych A.I. (2019) Infrastructure security of formation and development of sectoral corporate clusters. *Journal of Security and Sustainability Issues*, no. 9(1), pp. 77–89. Available at: [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(7\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(7)).
14. Abratt R.A., Kleyn N. (2012) Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations: Reconciliation and Integration. *European Journal of Marketing*, vol. 46, no. 7, pp. 1048–1063.
15. Ukhachevych Y.P., Dubodyelova A.V. (2007) Upravlinnya konkurentospromozhnistyu produktsiyi: brendynh [Product competitiveness management: branding]. *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka Politekhnikha". Lohistyka*, no. 594, pp. 336–344. (in Ukrainian)
16. Makhnusha S.M. (2010) Otsinka rynkovykh pozytsiy brenda ta vyznachennya stratehichnykh oriyentyriv yoho rozvytku [Assessment of market positions of the brand and determination of strategic guidelines for its development]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, no. 1, pp. 21–27. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 01.11.2020.
The article was received 01 November 2020.

СЕКЦІЯ 2 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-2

УДК 658.841.4:616-036.21 COVID-19

Білявська Ю.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8183-4036>
E-mail: y.biliavska@knute.edu.ua

Микитенко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5694-0531>
E-mail: n.mykytenko@knute.edu.ua

ВЕНДИНГ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

У статті визначено сутність та специфіка такої сучасної форми організації торгівлі, як вендинг. Доведено, що за умов пандемії COVID-19 торгівля через торговельні автомати набуває особливої важливості як безпечна безконтактна технологія обслуговування населення. Досліджено світовий досвід застосування вендингових автоматів та зроблено огляд асортименту вендингової продукції в світі. Оцінено тенденції розвитку вендингового бізнесу в розрізі обсягу та структури вітчизняного ринку, а також досліджено місця розташування торгових автоматів та регіональний розподіл вендингового бізнесу в Україні. Проведено аналіз переваг та обмежень вітчизняного вендингового бізнесу за сучасних умов. Також окреслено перспективи подальшого розвитку вендингу в Україні за умов пандемії COVID-19.

Ключові слова: вендинг, торговельні автомати, вендинговий ринок, вендинг-оператори, безконтактні технології, пандемія, COVID-19.

Белявская Ю.В., Микитенко Н.В. ВЕНДИНГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

В статье определена сущность и специфика такой современной формы организации торговли, как вендинг. Доказано, что в условиях пандемии COVID-19 торговля через торговые автоматы приобретает особую важность как безопасная бесконтактная технология обслуживания населения. Исследован мировой опыт применения вендинговых автоматов и сделан обзор ассортимента вендинговой продукции в мире. Оценены тенденции развития вендингового бизнеса в разрезе объема и структуры отечественного рынка, а также исследованы места расположения торговых автоматов и региональное распределение вендингового бизнеса в Украине. Проведен анализ преимуществ и ограниченный отечественного вендингового бизнеса в современных условиях. Также намечены перспективы дальнейшего развития вендинга в Украине в условиях пандемии COVID-19.

Ключевые слова: вендинг, торговые автоматы, вендинговий рынок, вендинг-операторы, бесконтактные технологии, пандемия, COVID-19.

Biliavska Yuliia, Mykytenko Nelya. VENDING IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC: FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE

The article is devoted to the essence and specifics of such a modern form of trade organization as vending. It has been proven that in the conditions of the COVID-19 pandemic, trade through vending machines acquires special importance as a safe contactless technology of public service. Today, in a pandemic and rapid changes in retail, category and product management is more important than ever. There are significant changes in the activities of trade enterprises due to the fact that the way of thinking of consumers has become different. In response to these unprecedented shifts in consumer demand, retailers need to prioritize effective adaptation to changes in their product range and store space planning. The world experience of vending machines application is researched and the assortment of vending products in the world is reviewed. The tendencies of development of vending business in the context of volume and structure of the domestic market are estimated, and also locations of vending machines and regional distribution of vending business in Ukraine are investigated. The analysis of advantages and limitations of domestic vending business under modern conditions is carried out. Prospects for further development of vending in Ukraine in the conditions of the COVID-19 pandemic are also outlined. These types of changes are best done with vending. Management of product categories in vending machines should play a critical role, as responding to changes in consumer demand is a key element of business efficiency. Recently, we have seen large fluctuations in consumer demand, as basic goods, immune boosters, hygiene, anti-virus and safety products are given priority, while luxury goods are relegated to the background. The different types of vending machines can be categorized into product-oriented and service-oriented machines. Product-oriented vending machines offer both cold and hot food as well as nonfood items. Vending has become a kind of communication language of the new generation between producers and retailers in the field of consumer goods, which allows to meet the needs of consumers in the most efficient way.

Keywords: vending, vending machines, vending market, vending operators, contactless technologies, pandemic, COVID-19.

Постановка проблеми. 11 березня 2020 року в світі відбулася подія, що поділила життя людей на «до» та «після», – Всесвітня організація охорони здоров'я оголосила про початок пандемії COVID-19. Впроваджений в зв'язку з цим карантин позначився

на всіх сферах людського життя та на функціонуванні всіх галузей економіки України. Режим самоізоляції та обмежувальні заходи суттєво змінили стиль життя українців. Зокрема, в умовах пандемії COVID-19 набули особливої важливості та попу-

лярності безпечні безконтактні технології обслуговування населення, однією з яких є торгівля через торговельні автомати, або вендинг. Значення словосполучення «без контакту» передбачає, що здійснення операцій зводить до мінімуму контакти зі сторонніми людьми і поверхнями, які можуть переносити вірус. Також нині актуальність розвитку вендингової торгівлі зумовлена швидким зростанням впливу нових технологій на економічні перспективи сучасних країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження сучасних форм організації торгівлі, в тому числі через торгові автомати, знайшли відображення у дослідженнях таких науковців, як Апопій В.В., Іванова М.А., Ксенофонтowa А.Ю., Мазаракі А.А., Рудницький С.І., Свистун Т.В., Шкуро А.А., Юрко І.В., Яскал О.О. та інші. Проте більшість вчених не розглядало вендинг як окремий напрям підприємницької діяльності, а лише як засіб автоматизації роздрібних продажів. Разом з тим, потребують окремого поглибленого вивчення проблеми поточного стану та перспектив розвитку й імплементації вендингових технологій в сучасних умовах пандемії COVID-19.

Мета статті полягає в узагальненні існуючої світової і вітчизняної практики використання вендингу та обґрунтуванні рекомендацій щодо його застосування за умов пандемії COVID-19 як безконтактної форми продажу. Виходячи з мети, сформульовано такі завдання: представити типову схему взаємовідносин між учасниками вендингового бізнесу; оцінити світовий і вітчизняний досвід вендингу; надати пропозиції щодо перспектив його застосування за умов пандемії COVID-19.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. В результаті пандемії COVID-19, нині на Землі настають ті зміни, які повинні були відбуватися тільки через десять років. «Всесвітня пандемія COVID-19 наближає майбутнє», – таку парадоксальну

думку висловив професор Інституту журналістики Ц.Ж. Ян [1].

Сьогодні населення починає більш економно ставитися до своїх витрат, заощаджуючи кошти. Опитування, проведені діджитал-агенцією «Postmen» в Україні в квітні 2020 року, свідчить, що люди у великих містах перестали витрачати на розваги, кафе, спортклуби, більшість відклала придбання одягу, взуття, подорожі, а необхідність закупити їжу, ліки і товари першої необхідності (за відсутності витрат на розваги) призвела до зростання загальних витрат у жителів малих населених пунктів [2; 3]. Разом з тим, потреби першої необхідності як були до пандемії, так і під час неї, залишаються для людей базовими, що актуалізує пошук таких форм торгівлі, які максимально унебезпечують населення від факторів зараження COVID-19.

Однією з технологій торгівлі, яка за умов пандемії прямує назустріч споживачеві, виступає вендинг. Вендингом є продаж товарів і послуг за допомогою автоматичних засобів, що приймають оплату [4]. І хоч винайдено торгові автомати було досить давно, ще в XIX столітті, але масово це явище почало розвиватися лише в 80-х роках XX сторіччя. У 2013 році кількість торговельних автоматів в світі перевищила 20 мільйонів, при цьому обіг коштів у світовій вендинговій торгівлі перевищив позначку 175 млрд. дол. [5].

Вендинг є ідеальним високотехнологічним видом бізнесу, який не вимагає високих інвестицій для підприємців, а також великих затрат часу для управління. Головним фактором успішності даного бізнесу є вдале місце розташування торгових автоматів. Через високу концентрацію споживачів найпоширенішими місцями установки автоматів виступають виробничі майданчики, адмінбудівлі, офісні і торгові центри, підземні пішохідні переходи.

Торгівля за допомогою автоматів передбачає альтернативний канал роздрібних продажів. Простота моделі бізнесу на ринку робить його досить привабливим як для підприємців-початківців, які мають невеликий стартовий капітал, так і для великого бізнесу – як диверсифікації їх діяльності (рис. 1).

Перевага такого бізнесу полягає в економії на орендній площі за рахунок відсутності кухні та інших виробничих приміщень. Потреби в персоналі також обмежені: необхідні тільки співробітники, які обслуговують автомати і стежать за їх роботою та чистотою. Цікавим є спостереження, що зазвичай вітчизняні підприємці розпочинають вендинговий бізнес або купуючи торгові автомати самостійно, або беручи необхідне устаткування в лізинг чи кредит, або стартуючи за підтримки вендор-локаторів і виробників [6, с. 58].

Слід констатувати, що продаж товарів за допомогою автоматів останніми роками користується все більшою популярністю в усьому світі. Зокрема, в Японії, яка є світовим лідером з впровадження сучасних технологій в роздрібну торгівлю, близько 76% всіх покупок здійснюється через торгові автомати. В Україні торгові автомати з'явилися порівняно недавно і вендинг ще тільки завойовує власну ринкову нішу і у середньому на 1 автомат приходить 5000 осіб. В той самий час, наприклад, у Японії один автомат доводиться в серед-



Рис. 1. Типова схема взаємовідносин між учасниками вендингового бізнесу

Джерело: побудовано авторами

ньому на 23 особи, у США – на 35, у Франції – на 100 [7].

Так, у США через автомати відбувається торгівля, яка пов'язана з продуктами харчування, різними дрібницями, домашніми пристроями. В Європі бажані можуть замовити свіжу піцу, приготовлену автоматом від компанії Torghele, здорову їжу від Farmer's Fridge, купити свіже молоко, яйця, сир, ковбасу, картоплю та інші фермерські продукти в автоматах Regionat або насіння компанія Greenaid для озеленення міста тощо. В Японії розвиток вендингу дійшов до такого рівня, що в автоматі можна навіть почистити власне взуття, зробити манікюр або придбати путівку в якусь подорож. В умовах пандемії COVID-19 фермери Великобританії починають інтенсивно використовувати вендинг як інноваційний канал реалізації свіжих харчових продуктів. Власник сімейного магазину Thorneubank Farm Shop Ніл Стівен вважає, що в поточній епідеміологічній ситуації віддача від вендинга перевершує всі очікування. Виробник розфасовує екологічно чисте кускове м'ясо, тушки птахів, сири, випічку, овочі-фрукти і виставляє їх у вітрині автомата з холодильником. Клієнт набирає номер комірки, оплачує товар пластиковою картою і забирає покупку. З моменту введення в Великобританії карантину по COVID-19 продажі ферми виросли в п'ять разів [8, с. 14].

Китай, з якого власне й почалося зараження COVID-19, а згодом й Південна Корея вже успішно адаптувалися до умов пандемії. Нині в ситуації спалаху COVID-19 особливої популярності набувають автомати, що готують їжу медичному персоналу та пацієнтам, які перебувають на карантині. Також користуються підвищеним попитом торгові автомати Meatbox 365, які пропонують клієнтам цілодобовий продаж свіжого м'яса.

Китайська молочна компанія Mengniu Dairy під час пандемії COVID-19 встановила 10 тис. торгових автоматів. Споживачі отримали змогу онлайн замовляти молоко і йогурт, які користуються нині підвищеним попитом, після чого отримувати їх в торгових автоматах. Дослідження досвіду міжнародного вендингу дозволило виділити все розмаїття вендингової продукції, що пропонується сьогодні в світі (таблиця 1).

Незважаючи на невеликі обсяги, вітчизняний ринок вендингу характеризується стійкою позитивною динамікою: на кінець 2019 року в Україні функціонувало 18 тис. вендингових автоматів, в той час як наприкінці 2017 року – лише 10 тис. [9].

Даний ринок має величезний потенціал, особливо у разі активного виходу на нього великих іноземних вендинг-операторів, з якими зручніше працювати і державним структурам, і супермаркетам. На рис. 2 представлена динаміка розвитку вендингового бізнесу в Україні.

Найбільш популярними в Україні є автомати з продажу кави та платіжні термінали (рис. 3), що обумовлено наступними факторами: гарячі напої користуються значним попитом у споживачів, особливо в місцях скупчення людей; а платіжні термінали майже не вимагають обслуговування за винятком інкасації та поповнення автомату папером для друку чеків.

У загальному обсязі комерційного вендингового покриття кавові автомати (каваматри) становлять 57%, платіжні термінали – 34%, близько 10% припадає на автомати з продажу сніків, банок/пляшок із напоями, сувенірами, засобами гігієни. Автомати з видачі попкорну, преси, фреш-соків (сокомати, фруктомати), холодних напоїв (дрінкомати) або води (з підключенням до водопровідних систем або без) та інших товарів займають менше 1% ринку [9].

До найбільш популярних місць розташування торгових автоматів в Україні відносяться: офісні та

Таблиця 1

Огляд асортименту вендингової продукції в світі

№	Країна	Асортимент
1	Австралія	Картопля фрі; напої; одяг; спортивний інвентар; спортивні товари; капці.
2	Нідерланди	Широкий спектр страв фастфуда; прокат велосипедів.
3	Великобританія	Парасольки; одноразове взуття; швидке виробництво плакатів; шампанське із золотом та кристалами Сваровські.
4	Німеччина	Іграшки; речі для спонтанних поїздок – автомат розташовується на території вокзалів і продає аксесуари, взуття, одяг та інші речі, необхідні для тривалих подорожей; рідке мило; товари для немовлят; одноразове взуття; дитячий конструктор; джинси; золоті злитки вагою до 1 кг.
5	Іспанія	М'ясо, м'ясні вироби та делікатеси; розливне мило; церковні свічі; різдвяні сувеніри; золоті злитки вагою до 1 кг.
6	Італія	Піца; золоті злитки вагою до 1 кг.
7	Польща	Корм для тварин; запасні частини для меблів.
8	Франція	Хлібні багети; фермерське молоко; напої.
9	Швейцарія	Фермерське молоко.
10	Словенія	Фермерське молоко.
11	США	Косметика по догляду за шкірою; нижня білизна; свіжі наживки для риболовлі: чорна ікра, мідії та кальмари; «свіжі» буріто; фермерські салати; вино; марихуана; піца; пироги; курячі яйця; хот-доги; кекси; капкейки; насінневі бомби; запчастини для велосипедів; футбольні м'ячі; одноразове та пляжне взуття; віскі та інші алкогольні напої; велозапчастини та велосипеди; парасольки; медичні засоби; засоби для надання першої медичної допомоги; обмін речами; невеликі предмети мистецтва та сувеніри; автомобілі; оренда яхт і котеджів.
12	Японія	Супи і ролі; морепродукти; рис; салати; банани; лід; вино; пиво; sake; електронні цигарки; сніки; рибний бульйон; консервовані рамен; консервовані хліб; солодка вата; курячі яйця; книжки і газети; настільні ігри; краватки; нижня білизна; дитячі іграшки і конструктори; парасольки; панчохи; журнали; фарби; презервативи; туалетний папір; виготовлення дублікату ключів; спортивні товари; взуття; товари для немовлят; оренда ноутбуків; манікюрні послуги; зняття стресу.
13	Китай	Морепродукти; молочні продукти; фрукти-овочі; прохолодні напої; сигарети; харчовий наповнювач; самокати; автомобілі; медичні маски.
14	ОАЕ	Мобільні телефони; золоті злитки вагою до 1 кг.

Джерело: сформовано авторами

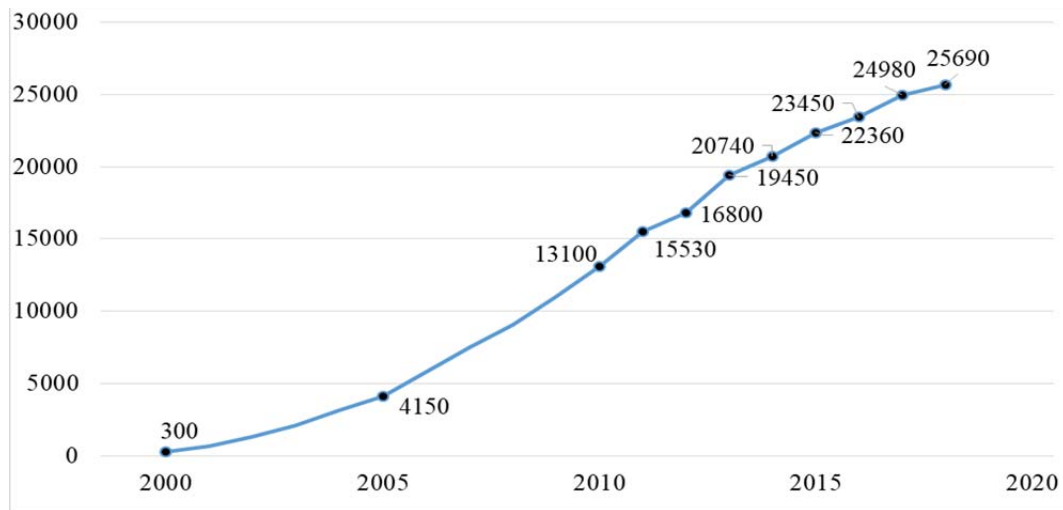


Рис. 2. Обсяг ринку вендингового бізнесу в Україні, тис. дол. США [9]

торгово-розважальні центри, вокзали, аеропорти, супермаркети, магазини роздрібної торгівлі і АЗС (рис. 4).

Незважаючи на те, що вендинг в Україні, в першу чергу, представлений каваматами, в столиці все ж з'являються нетипові для вітчизняного ринку торгові автомати. Так, Sammy Icon стала першою компанією, яка встановила в Україні торгові автомати з продажу шкарпеток. У 2017 році було встановлено

2 таких автомата – в ТЦ «Глобус» і ТРЦ «Гулівер». В 2017 році в 3 торговельних центрах ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» встановлено автомати з продажу контактних лінз і засобів по догляду за ними.

Ecosoft – компанія, яка займається виробництвом і постачанням обладнання для очищення води. Кожен вендинговий автомат підключений до водопроводу і оснащений фільтром, який очищує воду. На кінець 2018 року число таких автоматів склало 400 одиниць по всій Україні. Їх можна назвати альтернативою магазину, адже автомат виступає і представництвом компанії.

За прикладом Європи і деяких країн Азії в аеропорту Бориспіль два роки тому студія Toru Art встановила флоромат, який дає змогу клієнтам, що поспішають та не мають часу їхати до магазину квітів і спілкуватися з флористом, обрати букет, ввести його унікальний код на клавіатурі, внести необхідну суму коштів, після чого просто забрати квіти через відкриті дверця автомату.

Також за допомогою торгових автоматів реалізуються проекти з продажу готової їжі. Одним з таких проектів є GUD Food Bars, який починався з ідеї забезпечення здоровою готовою їжею співробітників ряду офісів, з планами масштабування в бізнес-центрах і на вулицях.

Проект з продажу через автомати фруктів, соків і закусок розвиває компанія «Дорога здоров'я», яка встановлює вендингові автомати в школах України.

За регіональним розподілом найшвидше вендинг розвивається у великих містах України. У менших містах встановлення автоматів не набуло значного розвитку. Для порівняння: у столиці України зосереджено майже четверть усього вендингового ринку, інша чверть – у малих містах. На другому місці – Одеса (19%), що пов'язано з високою концентрацією туризму. Третю позицію посів Харків (16%), четверту – Львів, а на п'ятій сходинці – Дніпро [11].

Перевагами вендингового бізнесу за умов пандемії COVID-19 є наступні:

1) не потрібно утримувати великий штат співробітників. Потрібна тільки людина, що

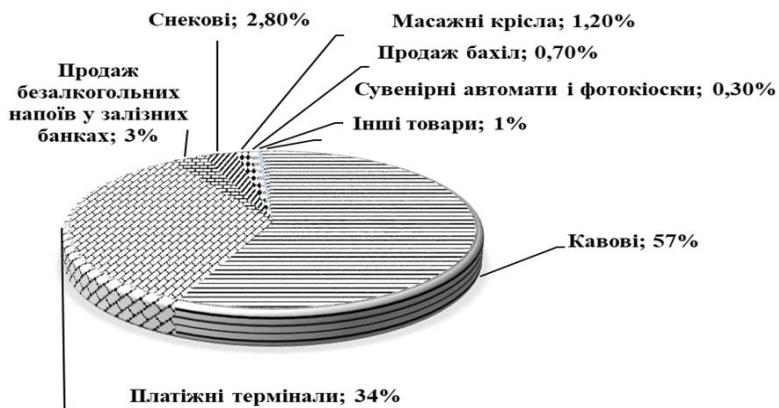


Рис. 3. Структура вендингового сектору в Україні [9]

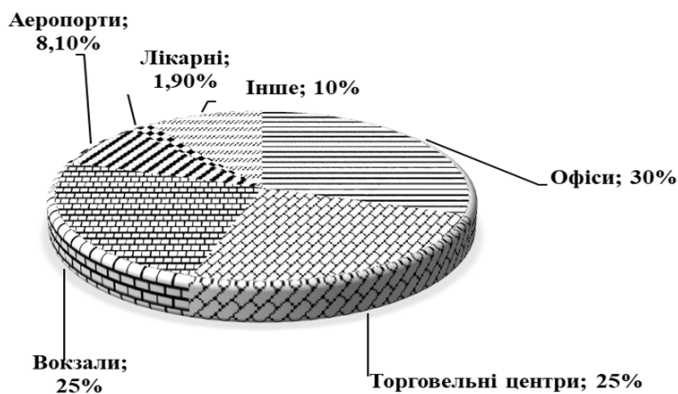


Рис. 4. Структура розташування торговельних автоматів [10, с. 15]

обслуговує автомати, водій для розвозки партій товару і бухгалтер. Хоча і цей набір співробітників не є обов'язковим. При бажанні і можливості, одна людина може поєднувати одну або кілька з цих обов'язків;

2) *виключається ризик некомпетентного обслуговування клієнтів.* У вендинговому бізнесі немає продавців, адже автомат сам виконує дану роль. Це автоматично нівелює ймовірність крадіжок продавцями товарів, їх непрофесійного звернення до клієнтів, неввічливості і недобррозичливості;

3) *невелика торгова площа.* Для встановлення автомата потрібно мінімальна торгова площа. Є й нестандартні вендингові автомати, які займають трохи більше, проте вони менш поширені. Відтак, і вартість оренди такої невеликої площі буде незначною;

4) *автомат працює цілодобово.* Зараз магазини теж працюють цілодобово, у вихідні та святкові дні, проте продавцям необхідно компенсувати це додатковою оплатою часу. Крім того, автомат ніколи не помиляється зі здачею, і не приймає фальшивих купюр;

5) *не потрібно організовувати додаткових приміщень.* Всі витратні матеріали для бізнесу можна зберігати у невеликому вільному приміщенні в ящиках або коробках;

6) *економія на рекламних кампаніях.* Найчастіше вендингові автомати не потребують реклами, адже вони рекламують себе самі;

7) *не потрібно купувати і реєструвати касові апарати.* Автомат веде фінансову звітність за допомогою встановленої в нього платіжної системи;

8) *відсутність фізичного контакту споживачів з персоналом.* Фактично це є найголовнішою перевагою вендингового бізнесу в сучасних умовах, адже дає змогу мінімізувати ризик зараження COVID-19 контактним, аерозольним або повітряно-крапельним шляхом.

Втім вендинговий бізнес має і ряд обмежень, які не можна ігнорувати за умов пандемії COVID-19, зокрема:

1) *ймовірність поломки торгового автомату.* Якою б бездоганною не була сучасна техніка, проте рано чи пізно і вона ламається. В результаті цього є ймовірність втрати частини прибутку на період її ремонту. Якщо ж автомат ремонту не підлягає, то доведеться витратити додаткові кошти на його заміну;

2) *вандалізм.* Враховуючи специфіку ряду психотипів людей, і особливо якщо автомат розташований на вулиці, є значний ризик знуцання над ним;

3) *проблеми з водопостачанням і електрикою.* Всі автомати вимагають підключення до сучасної системи водо- та електропостачання, які можуть з тих чи інших причин виходити з нормального режиму функціонування. Це позначатиметься на безперервності роботи торгових автоматів;

4) *велика залежність від місця розташування.* Проблема вибору вдалого місця розташування автомату є надважливою для подальшого успіху вендингового бізнесу. Автомат доцільніше встановлювати не просто в місцях великого скупчення людей, але за умов пандемії COVID-19 доречніше свій вибір зупинити на тих місцях, де люди перебувають більше в статичності, ніж в динаміці (офіси, лікувальні заклади, аеропорти, вокзали тощо);

5) *автомат вимагає догляду за собою.* Автомат не вмє сам стежити за своїм зовнішнім виглядом. Час від часу персонал повинен відвідувати всі точки

з автоматами і мити їх. У привабливого і чистого автомату продажі будуть значно вищими, ніж у занедбаного. Відповідно операції щодо чистки автомата і підтримки його в належному стані вимагають витрат часу і коштів;

6) *відносна новизна вендинга в Україні.* В розвинутих країнах вендингові автомати більш поширені, аніж в Україні. В нашій країні даний бізнес поки що не досяг такого рівня розвитку, для багатьох людей вендингові автомати досі є незвичним винаходом;

7) *психологічна неготовність використовувати автоматизовані послуги.* Переважна більшість українських споживачів є консервативно налаштованими, які визнають лише звичні традиційні методи торговельного обслуговування. Це стає на заваді до освоєння нових прогресивних та визнаних у світі форм торгівлі;

8) *обмежувальні заходи карантинного характеру.* З початком пандемії COVID-19 картина розвитку вендингу дещо змінилася: рентабельність автоматів та виручка від бізнесу зменшилась до критичних значень, обмежувальні заходи позначаються на скороченні споживчих потоків. Одні господарі торгових автоматів вирішують просто перечекати цей період, інші вживають тимчасових заходів відповідно до чинної ситуації, а треті – використовують кризу як нову можливість. Слід додати, що при цьому деякі споживачі недовіркою відносяться до дотримання вендинг-операторами санітарних норм обробки автоматів, через що не ризикують користуватися ними.

Отже, вендинговий бізнес має свої «підводні камені», але якщо підійти до питання з науково-економічним обґрунтуванням, грамотно підібрати «нішу» функціонування та місця розташування автоматів, регулярно їх обслуговувати, то можна отримати досить непоганий прибуток за умов пандемії COVID-19.

Отож, сьогодні актуальним є питання щодо зміцнення потенціалу вітчизняного вендингового ринку. Наприклад, ряд сегментів – продаж через вендингові автомати свіжих фермерських продуктів, а також гігієнічної продукції (масок, серветок, антисептиків, бахіл тощо) – є неосвоєними українськими операторами, але цілком можуть бути досить популярними серед споживачів за умов пандемії COVID-19.

Таким чином, ці та інші приклади свідчать про актуальність впровадження вендингових технологій як безконтактних, що сьогодні як ніколи є актуальним в умовах пандемії COVID-19. Безконтактні технології дозволяють не контактувати з людьми і суттєво скорочують час, проведений в громадських місцях. За допомогою системи NFC «близкий зв'язок без контакту» користувачі можуть розраховуватися в точках оплати, просто піднісши свій годинник або смартфон на певну відстань від терміналу. Безконтактні технології стають особливо актуальними під час пандемії COVID-19, оскільки виводять звичні справи на абсолютно новий рівень за зручністю і гігієнічністю.

Висновки. Вендинг-автомати в умовах пандемії COVID-19 здатні знизити число контактів між людьми порівняно з торгівлею в роздрібних магазинах. Але вендинг-оператори зобов'язані суворо поставитись до санітарних норм та регулярно обробляти поверхні сенсорних екранів, клавіатур та різних дозаторів, щоб мінімізувати ризик розповсюдження вірусу серед їх користувачів.

Вендинговий бізнес в Україні буде розвиватися відповідно до світових тенденцій. Найбільш перспек-

тивними сегментами бізнесу експерти називають продаж снєків і прохолодних напоїв. Ряд сегментів, таких як продаж через вендингові автомати свіжих молочних та м'ясних продуктів, гігієнічної продукції (масок, серветок, антисептиків, бахіл тощо) є неосвоєними українськими операторами, але цілком можуть бути досить запитуваними і цікавими для споживачів за умов пандемії COVID-19 та прибутковими для інвесторів. Таким чином, незважаючи на певну недовіру та побоювання новизни українцями, перспективи розвитку ринку вендингу в Україні за сучасних умов дуже гарні. Ніша поки що практично вільна, а з огляду на те, що значну частину споживачів в найближчі роки вже становитимуть представники покоління Z і Y, які звикли до самостійності та здійснюють покупки без допомоги продавців.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вирус прогресса. URL: https://radiokp.ua/virus-progressa-kitayskiy-professor-rasskazal-kak-pandemiya-priblizhaet-budushee_nid16663_au4338au (дата звернення: 19.08.2020).
2. Головні тренди на карантині: що змінилось в поведінці українців. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/14/659337/> (дата звернення: 13.08.2020).
3. Мельникович О.М., Гамова І.В., Брюханова Г.В. Соціально-відповідальна поведінка компаній під час пандемії COVID-19. *Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 27 травня 2020 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 143–145.
4. Свистун Т., Шкуро А. Вендинг як сучасний механізм організації торгівлі. *Економічна та продовольча безпека України*. 2018. № 3–4. С. 50–57.
5. Торгові автомати. URL: <http://progroshi.blogspot.com> (дата звернення: 25.07.2020).
6. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 384 с.
7. Офіційний сайт Асоціації вендингового бізнесу. URL: <http://vendingukraine.com.ua> (дата звернення: 21.07.2020).
8. Яскал О.О., Ксенюфонтowa А.Ю. Вендинговий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку автоматизованої торгівлі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Випуск 46. С. 12–15.
9. Огляд ринку. Вендинг. Вільна каса! URL <https://msb.aval.ua/news/?id=26917> (дата звернення: 19.08.2020).
10. Іванова М.А. Торгівля через автомати: міфи та реальність. *ЕКО*. 2016. № 2. С. 12–17.
11. Офіційний сайт Всесвітньої вендингової асоціації. URL: <http://www.worldvet.org> (дата звернення: 11.08.2020).

REFERENCES:

1. Virus progressa [Progress virus]. Available at: https://radiokp.ua/virus-progressa-kitayskiy-professor-rasskazal-kak-pandemiya-priblizhaet-budushee_nid16663_au4338au (accessed 19 August 2020).
2. Holovni trendy na karantyni: sho zminylos v povedinci ukrainciv [The main trends in quarantine: how has changed in the behavior of Ukrainians]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/14/659337/> (accessed 13 August 2020).
3. Melnikovich O.M., Gamova I.V., Bryuhanova G.V. (2020) Socialno-vidpovidalna povedinka kompanij pid chas pandemiyi COVID-19 [Socially responsible behavior of companies during the COVID-19 pandemic]. *Pidpriemnictvo, torhivlya, marketing: strategiyi, tehnologiyi ta innovaciyi: materialy III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Kyiv, 27 travnya 2020 r.)* / vidp. red. A.A. Mazaraki. Kyiv: KNTEU, pp. 143–145. (in Ukrainian)
4. Svystun T., Shkuro A. (2018) Vending yak suchasnyj mehanizm organizaciyi torhivli [Vending as a modern mechanism of trade organization]. *Ekonomichna ta prodovolcha bezpeka Ukrayini*, vol. 3–4, pp. 50–57. (in Ukrainian)
5. Torhovi avtomaty [The vending machines]. Available at: <http://progroshi.blogspot.com> (accessed 25 July 2020).
6. Mazaraki A.A. (2012) Torgoveln pidpriemstvo: strategiya, politika, konkurentospromozhnist [Trade entrepreneurship: strategy, policy, competitiveness]. Kyiv: KNTEU, pp. 110–117. (in Ukrainian)
7. Oficijnij sajt Asociaciyi vendingovogo biznesu [Official site of the Vending Business Association]. Available at: <http://www.worldvet.org> (accessed 21 July 2020).
8. Yaskal O.O., Ksenofontova A.Yu. (2019) Vendingovij biznes v Ukrayini: problemi ta perspektivi rozvritku avtomatizovanoyi torhivli. [Vending business in Ukraine: problems and prospects of automated trade development]. *Prichornomorski ekonomichni studiyi*, vol. 46, pp. 12–15. (in Ukrainian)
9. Oglyad rinku. Vending. Vilna kasa! Market overview [Vending. Free cash register!]. Available at: <https://msb.aval.ua/news/?id=26917> (accessed 19 August 2020).
10. Ivanova M.A. (2016) Torhivlya cherez avtomaty: mify ta realnist [Automated trading: myths and reality]. *EKO*, vol. 2, pp. 12–17. (in Ukrainian)
11. Oficijnij sajt Vsesvitnoyi vendingovoyi asociaciyi [Official site of the World Vending Association]. Available at: <http://www.worldvet.org> (accessed 08 August 2020).

Стаття надійшла до редакції 22.09.2020.
The article was received 22 September 2020.

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-3

330.341.1:331.108.4:339.9

Казакова Т.С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1680-7653>
E-mail: kazakova@ksu.ks.ua*

Осадчий О.Д.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5422-4750>
E-mail: Oosadchyi@ksu.ks.ua*

Гурова В.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7832-1459>
E-mail: v.gurova1979@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ В УМОВАХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У оглядовій статті розглядаються основні тенденції розвитку професіоналізму в умовах глобалізації, дається сучасне уявлення про освіту дорослих як феномен вітчизняної і світової культури, як сили, що долає протиріччя цивілізації, джерелі безперервного розвитку людини в професії. Автором підкреслюється важливість акмеологічних технологій і технологій критичного мислення в організації кар'єрного супроводу викладача закладу вищої освіти.

Ключові слова: професійна кар'єра, самоменеджмент, освітня траєкторія, безперервне навчання, тенденції розвитку, кар'єрний процес, людський капітал.

Казакова Т.С., Осадчий А.Д., Гурова В.А. ИННОВАЦИОННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ В УСЛОВИЯХ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В обзорной работе рассмотрены основные тенденции развития профессионализма в условиях глобализации, надано сучасне уявлення про освіту дорослих як феномен української і світової культури, як виток безперервного розвитку людини в професії. Підкреслюється значимість акмеологічних технологій і технологій критичного мислення в організації кар'єрного супроводження викладача вищого навчального закладу.

Ключевые слова: профессиональная карьера, самоменеджмент, образовательная траектория, непрерывное образование, тенденции развития, карьерный процесс, человеческий капитал.

Kazakova Tetiana, Osadchiy Oleksii, Gurova Viktoriia. INNOVATIVE DIRECTION OF THE PROFESSIONAL CAREER DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION PROCESSES

The review article considers the main trends in the development of professionalism in the context of globalization, provides a modern idea of adult education as a phenomenon of Ukrainian and world culture, as a source of continuous human development in the profession. The importance of acmeological technologies and critical thinking technologies in the organization of career support of a teacher of higher education is emphasized. Trends in the development of modern society indicate the urgent need to rethink the strategy of professional development of a professional in general and a teacher of higher education due to the specifics of his profession in particular. Innovative processes taking place in the spiritual, socio-political and economic spheres of society have put the adult education system in front of the need to rethink the value and socio-cultural significance of education, whose main mission in modern times is to help people get out of things and objects into the space of life meanings and values, into the world of human spirituality. Human capital contributes to the success of the organization by developing new strategies, technologies, goods and services that meet the needs of the market. In this regard, the classic indicators of human capital are: education; professional qualification; knowledge due to the duties performed; professional inclinations and psychometric characteristics associated with specific skill activities. But the content of these indicators in modern conditions is expanding. Thus, such skills as the ability to work in a team, to transfer knowledge, i.e. to train other employees, the ability to persistently move forward become relevant. Fundamental, supreme human aspirations are most fully realized in career activities. It gives the career subject the opportunity to move from passivity to activity, from development to self-development, from dependence to relative independence, from monotonous activities to more diverse, from short-term prospects to long-term, from subordination to leadership, from insecurity to self-confidence.

Keywords: professional career, self-management, educational trajectory, lifelong learning, development trends, career process, human capital.

Постановка проблеми. Світове господарство динамічно розвивається. Друга половина ХХ ст. характеризується наростанням процесів інтернаціоналізації і транснаціоналізації виробництва, послуг, капіталу, трансферу технологій, лібералізації міжнародної кредитно-фінансової сфери, підвищенням ролі між-

народних економічних організацій. Процес інтернаціоналізації, що стрімко розвивається під впливом широкого спектра досягнень не тільки в техніці, а й в управлінні, вивів світо господарську сферу на якісно новий рівень. Сьогодні можна говорити про формування загальносвітового економічного, фінан-

сового, інформаційного, транспортного, освітнього процесу.

Тенденції розвитку сучасного суспільства свідчать про нагріту необхідність переосмислення стратегії професійного розвитку професіонала взагалі і викладача закладу вищої освіти в силу специфіки його професії зокрема. Інноваційні процеси, що відбуваються в духовній, соціально-політичній та економічній сферах суспільства, поставили систему освіти дорослих перед необхідністю переосмислення ціннісної і соціально-культурної значущості освіти, основна місія якого в умовах сучасності полягає в тому, щоб допомогти людині вийти з оточення речей і предметів у простір життєвих сенсів і цінностей, в світ людської духовності. Провідна тенденція розвитку освіти в новому тисячолітті – інтеграція різних модернізаційних процесів, серед яких відновлення культурних традицій і подальший інноваційний розвиток української вищої освіти, актуалізує становлення нових ціннісно-сміслових орієнтирів духовно-морального розвитку людини. Специфіка психологічних, акмеологічних, соціологічних, менеджських проблем сучасного періоду визначається необхідністю освоєння нового соціально-економічного, трудового та професійного досвіду. З одного боку, з'явилися у зв'язку з переходом до ринкової економіки нові відносини, соціальні зв'язки, професії не мають ще коренів в культурі суспільства, а з іншого – відбувається болісний процес ломки соціально-психологічних стереотипів, традиційних форм професіоналізації, які також зазнають змін в сучасних умовах. Завдяки сучасним інформаційним технологіям спостерігається швидкий «перелив знань», генерування нових знань з різних напрямків, їх перетин. Виникають так звані екстерналиї, зовнішні ефекти діяльності, що створюють вигоди для суб'єктів, які беруть участь в цій діяльності. При цьому формуються «мережеві ефекти знань» [4], які виражаються у формуванні нових стійких зв'язків (в тому числі опосередкованих) між різними учасниками ринку. Основу успішно діючих організацій складають знання її співробітників – специфічного ресурсу людини, його здатності застосовувати знання та інформацію в конкретній сфері діяльності, тобто людський капітал. Людський капітал сприяє успіху організації за допомогою розробки нових стратегій, технологій, товарів і послуг, які задовольняють потребам ринку. У зв'язку з цим класичними індикаторами людського капіталу є: освіта; професійна кваліфікація; знання, обумовлені виконуваними обов'язками; професійні навички та психометричні характеристики, пов'язані з конкретними видами діяльності вміння. Але зміст даних показників в сучасних умовах розширюється. Так, актуальними стають такі вміння, як уміння працювати в команді, передавати знання, тобто навчати інших співробітників, наявність здібностей до наполегливого руху вперед і т. ін. [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковими дослідженнями професійної кар'єри, людського капіталу займаються як зарубіжні так і українські вчені. До наукових робіт щодо цього питання належать праці: Лозовецької Т., Ревть А., Каленюка І., Анісімова О., Бодалова А., Кузьміна Н., Синягіна Ю.

Мета статті – пошук і обґрунтування оптимальних можливостей продуктивного вивчення професійної кар'єри. Розглянути стратегії професійного розвитку викладача закладу вищої освіти. Надати сучасне уявлення про освіту дорослих як феномен вітчизняної і світової культури. Визначити важли-

вість акмеологічних технологій і технологій критичного мислення в організації кар'єрного супроводу викладача закладу вищої освіти.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Сучасна освіта в закладах вищої освіти є область гуманітарної практики, в якій бере участь абсолютно кожна людина. Фактично це сфера життєдіяльності дорослого, що включає контекст культурних досягнень і різноманітні видів соціально-професійної діяльності людей. Більш того, освітній простір сьогодні визначається як зосередження взаємодії всіх членів суспільства, як рух всесвітньо-історичного процесу, в якому утворюється особистість за допомогою власних емоційно-духовних і інтелектуально-вольових зусиль [3]. Прогрес держави, суспільства, особистості зумовлюється прогресом в галузі освіти. Висока якість освіти для всіх – стратегічний національний ресурс, головний конкурентний капітал, одне з фундаментальних умов сталого, динамічного розвитку суспільства. У сучасних умовах потрібні не тільки постійне накопичення, але і оновлення цього капіталу, формування особистісного механізму саморозвитку. Неодмінною вимогою до освітніх систем стає вміння вчити вчитися, а до людини – потреба вчитися протягом усього життєвого циклу. На зміну формули «освіта на все життя» приходить формула «освіта через усе життя». Необхідність цілісного утворення нової якості обумовлена як сукупністю стратегічних тенденцій сучасного суспільного розвитку, так і специфікою розвитку освіти, а саме:

- прискоренням темпу розвитку суспільства, в умовах якого розвиток освіти не може не носити випереджаючого характеру;
- швидким зростанням інтелектуалізації праці, динамізмом зміни техніки і технології, що викликає постійну потребу в підвищенні професійної компетентності педагогічних працівників, їх професійної мобільності;
- формуванням суспільства, заснованого на знаннях, в умовах якого основним громадським і особистим капіталом стають саме знання, а населення (громадяни) має бути здатне їх створювати, використовувати і передавати, безперервно нарощувати, оновлювати свій освітній потенціал;
- нарощуванням культурного шару цивілізації, посиленням ролі особистості в суспільстві, яке може бути забезпечено насамперед за рахунок динамічно розвивається культурно-освітнього компонента.

Відомо, що в даний час протягом п'яти-семи років накопичений багаж знань значно застаріває. Це означає, що всі люди, так чи інакше задіяні в трудовому процесі, повинні вчитися безперервно, з випередженням, тобто, систематично підвищувати свій професійний і культурний рівень в якійсь стабільно і ефективно діючій системі, купувати, підтримувати випереджаюче запас знань, умінь і навичок, щоб не запізнитися в часі. І людині слід спеціально навчати відповідної навчальної та життєвої самоорганізації, самоосвіти, способам побудови індивідуальної кар'єрної траєкторії. В сучасній Україні змінилося ставлення до кар'єри: вона вже не сприймається як гонитва за успіхом за будь-яку ціну, супроводжувана зневагою до моральних цінностей та ідеалів. Але одночасно з формуванням позитивного ставлення суспільства до кар'єрного прагнення індивіда різко зросли вимоги до особистості, орієнтованої на професійну успішність, що обумовлено наростанням темпів соціалізації людини, його інтеграцією в трудову діяльність, посиленням конкуренції в секторах ринку робочої сили, пов'язаних з найбільш затре-

буваними і престижними професіями. Одне з основних завдань є розробка такої стратегії організації життя викладача, реалізація якого дозволить йому оптимально в усіх відношеннях проявити себе на щаблях професійної зрілості. Самопоняття «кар'єра» передбачає успіх, активність, постійне просування вперед і вгору, досягнення вершин, значущих цілей, змагання зі своїми конкурентами і суперниками. Кар'єра – одне з небагатьох наукових понять, яке в структурно-змістовному плані залежить від суспільно-історичного, соціального устрою суспільства, від того соціокультурного простору, в якому знаходиться суб'єкт кар'єри [5].

В рамках психолого-акмеологічного підходу до феноменології кар'єри виділено таку її сутнісну характеристику, як фактор розвитку суб'єкта. Як зазначає С. Пальчевський, «це не тільки рух вперед, але і рух вгору, до вищих, більш досконалих форм, до кращих проявів людської сутності» [6]. Психолого-акмеологічна інтерпретація кар'єри відрізняється особливим змістом, що включає в себе три основних напрямки для дослідження:

1) кар'єра як процес самореалізації особистості, де особистість, будучи суб'єктом життя, реалізує життєві стратегії, вибираючи способи життя, де критерієм ефективності виступають реалізовані життєві цінності їх відповідність принципам гуманізму і людяності;

2) кар'єра як вершина, пік, «акме» (від грец. Акме – найвища точка, вершина) в розвитку [6], в життєвому шляху;

3) кар'єра як вищий рівень досягнень, критерієм ефективності якої виступає задоволеність життям, загальний психологічний стан людини, інтерес і послідовність в досягненні життєвих цілей (рішучість, сила волі, цілеспрямованість), узгодженість між поставленими і досягнутими цілями, позитивна оцінка власних якостей і вчинків, тональність настрою [1]. Високий професіоналізм виступає

в якості важливої, але не єдиною детермінанти особистісного і професійного розвитку, сполученого з успішним кар'єрним просуванням.

Психолого-акмеологічний підхід, при якому кар'єра розуміється як специфічний вид діяльності, який має своїм предметом саморозвиток і самовдосконалення [6], дозволяє розглядати її широко за межами трудової і професійної діяльності. Кар'єрна діяльність динамічна, циклічна, обмежена за часом, регулюється суб'єктивно обраними або об'єктивно заданими цілями, пов'язана з домінуючими мотивами самореалізації та досягнень.

Фундаментальні, вершинні прагнення людини отримують найбільш повну реалізацію в кар'єрних діяльності. Вона дає суб'єкту кар'єри можливість перейти від пасивності до активності, від розвитку до саморозвитку, від залежності до відносної незалежності, від одноманітної діяльності до більш різноманітної, від близьких перспектив до довготривалих, від підпорядкованості лідерства, від невпевненості до впевненості в собі.

Кар'єрний процес – рух суб'єкта трудової діяльності в просторі ділових, економічних, соціальних та інших відносин, в ході якого відбуваються зміни його ролей і статусів, а також особистісного кар'єрного потенціалу, який представляє собою сукупність чотирьох суб'єктивних факторів: 1) психофізичних характеристик індивіда (схильність і здатність, здоров'я і працездатність); 2) особистісних характеристик (потреби, інтереси, мотиви, особистісні якості); 3) компетентності (кваліфікація, обсяг і якість знань, умінь і навичок); 4) життєвої і кар'єрної орієнтації (соціально-професійна цінності, рівень домагань). Соціально-професійна характеристика етапу реалізації кар'єрного плану полягає в тому, що він найдовший з усіх періодів кар'єрного шляху людини. На цьому етапі здійснюються кроки, намічені носієм кар'єри в її плані. Перебіг процесу залежить від типу обраної кар'єри, від цілого ряду зовнішніх чинників (соці-

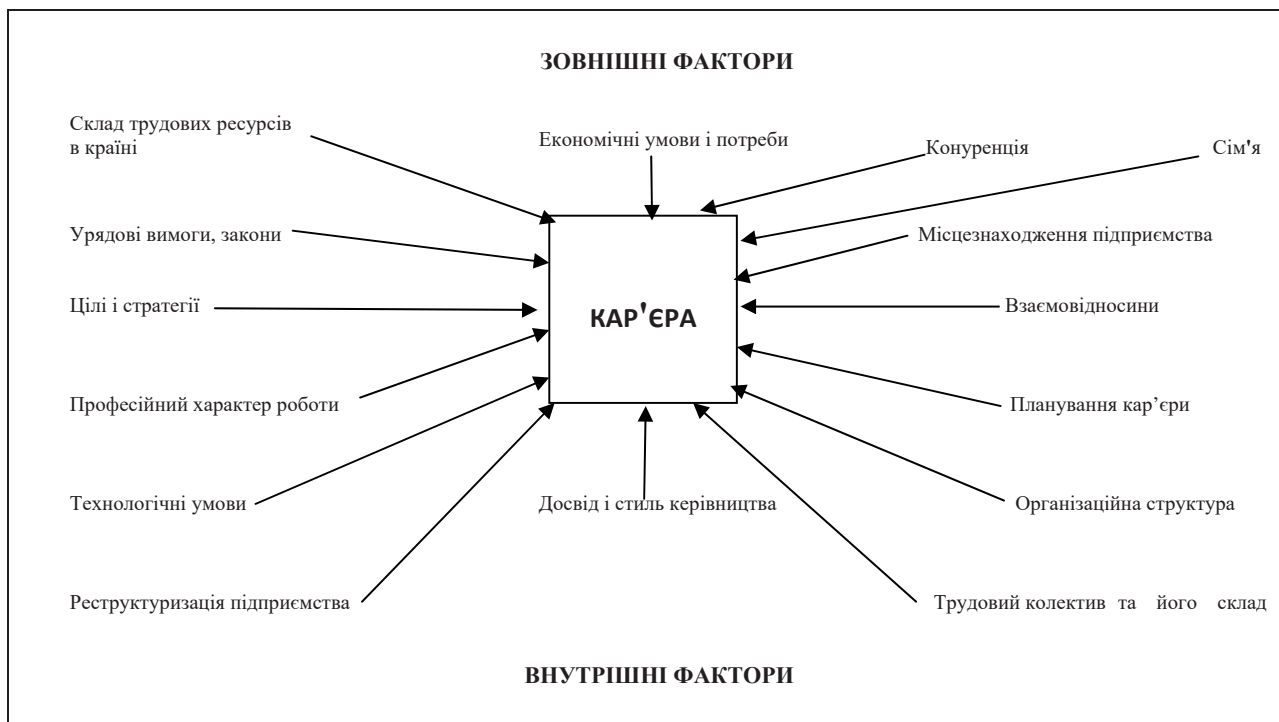


Рис. 1 Зовнішні та внутрішні фактори розвитку кар'єри

альних, політичних, економічних, психологічних), а також від розвитку кар'єрного потенціалу працівника. Соціологічні, психологічні та менеджерські дослідження показують, що у багатьох людей кар'єрні процеси характеризуються високою динамічністю. В сучасних українських умовах слід враховувати фактор невизначеності і нестійкості соціально-економічної ситуації в країні, що в значній мірі ускладнює реалізацію кар'єрних задумів представників різних професійних груп. Характеристика етапу реалізації кар'єрного плану полягає в тому, що на всій його довжині викладач вищого навчального закладу повинен постійно підвищувати рівень своєї соціальної, професійної та особистісної компетентності. Це передбачає:

- в навчанні: оволодіння технологіями самомаркетингу, індивідуальним стилем спілкування в рамках професії, а також діловим спілкуванням; створення власного іміджу способами професійної діяльності при здоровому глузді, і особливо в екстремальних умовах; формування конкурентоспроможності та вміння викликати в професійному співтоваристві і соціумі інтерес до результатів своєї професійної діяльності і до себе як до особистості;

- у вихованні: оволодіння технологіями самовиховання і персонального менеджменту (тайм-менеджменту, саоменеджменту та ін.), способами самокомпенсації одних, недостатньо розвинених або деформованих здібностей і якостей іншими, етичними професійними нормами та етикою діяння кар'єри;

- розвиток самобутнього професійного світогляду і відносної автономії, суб'єктності носія кар'єри, гнучкості мислення і готовності діяти в невизначених і кризових ситуаціях. Етап оцінки і корекції кар'єри є завершальним і складається в зіставленні того, що намічалось в кар'єрному плані, які цілі і завдання ставив перед собою носій кар'єри, який був рівень його домагань, з тим, чого він досяг на даний момент. Корекція кар'єри здійснюється за допомогою внесення викладачем змін в її план, способи і засоби, які обумовлені змінами внутрішніх потенційних можливостей і зовнішніми соціальними детермінантами. У психологічному плані розглянутий період передбачає наявність у суб'єкта кар'єри здатності адекватно оцінювати власний кар'єрний потенціал і ступінь соціальної детермінованості кар'єрного процесу, тобто його обумовленість зовнішніми (об'єктивними) факторами. На етапі аналізу і корекції кар'єрного процесу викладач вищого навчального закладу набуває нових знань про свій потенціал, розвиває аналітичні і творчі здібності, набуває навиків прийняття рішень і обґрунтування альтернативних шляхів просування по службі.

Наведений аналіз сукупності характеристик кожного етапу показує, що в консультуванні по кар'єрі потребують викладачі будь-якого етапу професійного розвитку. Консультування з кар'єри ґрунтується на переконаності в тому, що кожен викладач в змозі впоратися майже з усіма виникаючими в зв'язку з його кар'єрою проблемами. Але він, однак, далеко не завжди знає і розуміє, в чому полягає суть його «кар'єрних проблем» і як їх слід вирішувати, спираючись на власні сили і можливості з урахуванням зовнішніх факторів, що проявляються в конкретній ситуації кар'єрного процесу.

Завдання управління професійною кар'єрою викладача вищого навчального закладу можуть бути успішно вирішені при опорі на відповідні принципи неперервної освіти.

1. Принцип формування та підтримки менталітету, орієнтованого на знання. Цей принцип передбачає реалізацію системи, що розвивається заходів, спрямованих на утвердження і підтримку пріоритету знання, компетентності, формування в суспільній свідомості ставлення до освіти як до найвищої цінності громадянина, суспільства, держави.

2. Принцип загального безперервного доступу до освіти. Відповідно до цього принципу держава забезпечує можливості (освітні) для придбання та оновлення ключових компетенцій педагога, його динамічного розвитку.

3. Принцип випереджаючого характеру освітніх програм та інноваційних методик. Цей принцип означає, що реалізуються в системі неперервної педагогічної освіти освітні програми орієнтовані не тільки на поточні, а й на перспективні потреби ринку праці, враховують прогнози ринку освітніх послуг. Упор повинен бути зроблений на забезпечення особистої мотивації, формування критичного мислення та вміння вчитися.

4. Принцип наступності освітніх програм. Даний принцип означає, що перехід від однієї освітньої програми до наступної здійснюється природним чином, безболісно і не пов'язаний з подоланням додаткових бар'єрів. В кінцевому рахунку його реалізація повинна привести до створення наскрізної багаторівневої системи освіти, що потребує наскрізний стандартизації освітніх програм, побудованих в тому числі у вигляді завершених модулів.

5. Принцип багаторівневості освітніх програм. Даний принцип пропонує наявність декількох (багатьох, багатьох) завершених, підкріплених державними документами (стандартами) рівнів і ступенів освіти.

6. Принцип додатковості (взаємодоповнюючі) базового і післядипломної (додаткового) професійної освіти. Він орієнтує на створення умов, що забезпечують на додаток до фундаментального базової освіти освоєння спеціально організованих освітніх програм. Такими програмами можуть бути короткострокова професійна підготовка для випускників закладів середньої та вищої професійної освіти, курсова перепідготовка, підвищення кваліфікації, яке повинно стати найбільш мобільного, гнучкою структурою в системі неперервної педагогічної освіти.

7. Принцип індивідуалізації освіти. Суспільство зацікавлене в тому, щоб людина мала можливість вибору вивчення різних предметів, курсів (освітніх програм) в залежності від своїх особистих інтересів і планів, відвідування навчальних занять в різних закладах середньої та вищої професійної освіти свого регіону. Цілям індивідуалізації освіти сприяє також консультативна служба, яка виробляє рекомендації в сфері освітнього, професійного та особистісного розвитку педагогів і орієнтована на їх інтереси і запити.

8. Принцип інтеграції освітніх структур (мережевий організації формальної та неформальної освіти). Він відображає два взаємопов'язані процеси в системі освіти: формування багатопрофільних, багаторівневих і багатоступеневих освітніх установ і створення можливостей для реалізації програм одного рівня (одного типу) в освітніх установах різних типів. Практичними проявами цих процесів є інтеграція середніх професійних та вищих навчальних закладів, різноманіття освітніх програм закладів післядипломної освіти.

9. Принцип різноманітності форм навчання. Він передбачає розвиток різних форм навчання без відриву від роботи (заочного, вечірнього та ін.), а також

з відривом від роботи, відкритого навчання, різних форм дистанційного навчання. Загальним результатом є створення максимально сприятливих умов для просування викладача в професійному освітньому просторі.

10. Принцип інтеграції освітніх структур (мережевий організації формальної та неформальної освіти). Це передбачає перехід до управління результатами, що означає, що предметом системного контролю є не умови освітнього процесу в установах професійної педагогічної (і додаткової професійної) освіти самі по собі, а оцінка того, як і в якій мірі ці умови (умови якості освіти) знаходять вираз (втілюються) в сучасних ключових компетенціях навчаються, їх особистісному розвитку:

- вивчення і використання (освоєння) кращого вітчизняного та зарубіжного досвіду забезпечення сучасної якості освіти та управління освітою (в тому числі досвіду управління якістю освіти), створення банку даних цього досвіду, освітніх інновацій;

- створення незалежної системи оцінки та контролю якості освіти;

- створення моніторингу середньої професійної та додаткової професійної педагогічної освіти як єдності процесів спостереження, аналізу, діагностики і прогнозу розвитку освіти;

- розвиток наукового і методичного потенціалу педагогічних кадрів, які володіють комп'ютерними освітніми технологіями, за допомогою підвищення їх кваліфікації, через їх участь в всеукраїнських, міжнародних освітніх проєктах, конкурсах.

Таким чином, формування системи неперервної професійної освіти – процес складний, багатофакторний і суперечливий. Але саме в цій системі можуть реалізуватися сприятливі умови для повноцінного кар'єрного розвитку викладача закладу вищої освіти.

Таким чином, формування системи неперервної професійної освіти – процес складний, багатофакторний і суперечливий. Але саме в цій системі можуть реалізуватися сприятливі умови для повноцінного кар'єрного розвитку викладача. Рішення великої кількості завдань в області розвитку передових технологій вимагає підготовки фахівців високої кваліфікації, що володіють широкими компетенціями, здатних творчо підходити до вирішення все складніших проблем у професійній діяльності.

Однак в даний час ситуацію в світі підготовки фахівців з вищою освітою можна характеризувати як нестабільну. Позитивним є те, що активізується процес пошуку нових стратегій і педагогічних технологій навчання студентів сучасної професійної діяльності. Однак при розробці сучасних педагогічних технологій важливо, щоб в умовах модернізації вищої освіти вдалося підготувати фахівців універсальної професійної кваліфікації, які б освоїли в процесі після вузівського навчання більш широке коло професійних компетенцій, з тим щоб бути більш мобільними і конкурентоспроможними. Якщо виходити з того, що сучасний професіонал повинен бути високоосвіченим, всебічно розвиненим фахівцем у своїй галузі, то він повинен бути і професійно компетентним, володіти фундаментальними теоретичними знаннями і одночасно мати широку професійно-творчу підготовку, ясно бачити інноваційні завдання. Цілеспрямований, правильно організований безперервний процес навчання є важливою умовою розвитку кар'єри, що дозволяє заповнити дефіцит між наявними у фахівця знаннями та тими знаннями, якими вони повинні володіти зараз і в найближчому майбутньому [7].

Кар'єрний розвиток є більш широким поняттям, ніж професійне навчання, так як відображає не тільки придбання педагогом нових професійних навичок і вмінь, а й оновлення власних знань, мотивів, цінностей, інтересів. Безперервність навчання, підвищення кваліфікації, самоосвіти є основою ритмічного просування особистої кар'єри. Спираючись на дослідження в галузі освіти дорослих виділяють основні принципи навчання [3]: 1) дорослий навчається, прагне до самореалізації, до самостійності, до самоврядування і усвідомлює себе таким; 2) дорослий навчається, володіє життєвим (побутовим, соціальним, професійним) досвідом, який може бути використаний в якості важливого джерела навчання як його самого, так і його колег; 3) доросла людина навчається для вирішення важливої життєвої проблеми і досягнення конкретної мети; 4) дорослий навчається, розраховує на невідкладне застосування отриманих в ході навчання умінь, навичок, знань і якостей; 5) навчальна діяльність дорослого учня в значній мірі детермінується тимчасовими, просторовими, побутовими, професійними, соціальними факторами, які або обмежують, або сприяють процесу навчання; 6) процес навчання дорослого учня організований у вигляді спільної діяльності того, хто навчається і навчає на всіх його етапах планування, реалізації, оцінювання і в певній мірі корекції.

Висновки. Сучасний розвиток суспільства вимагає нової організації процесу навчання – «інноваційного навчання», яке формувало б у тих, хто навчається функціонування механізмів професійного розвитку, здатності до проєктивної детермінації майбутнього. Дана необхідність обумовлює організацію процесу навчання магістрів на основі особистісно орієнтованого, рефлексивного підходу, а також використання в процесі викладання акмеологічних технологій і технологій критичного мислення.

Акмеологічні технології можуть успішно застосовуватися в ході реалізації процесу навчання викладачів для допомоги в здійсненні ними самопізнання, саморозвитку, самореалізації, самозбереження, самовідновлення після стресів і т. ін. В акмеологічних технологіях робиться акцент на здатності самої особистості ставити собі завдання, реалізовувати їх, вирішувати свої життєві та професійні проблеми з установкою на отримання високих результатів [4]. Особливості організації особистісно орієнтованого заняття в значній мірі визначаються специфічними методами викладання, ступенем врахування інтересів і здібностей студентів, способами і ступенем взаємодії викладача зі студентами.

Слід зазначити, що технологія критичного мислення може служити основою для побудови та реалізації професійного кар'єрного розвитку. Таким чином, акмеологічне розуміння кар'єри має свої особливості, які в основному носять інтегруючий характер і дають можливість розглядати професійну кар'єру як діяльність активну, усвідомлену, цілеспрямовану на реалізацію покликання в житті, яка передбачає конструктивну життєву позицію зрілої особистості, її включеність в трудову діяльність, постійний рух вперед, вдосконалення, розвиток і самореалізацію суб'єкта професійної кар'єри в процесі життєдіяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрутенко В.П. Основні тенденції розвитку вищої освіти України на рубежі століть (Спроба прогностичного аналізу). *Вища освіта України*. 2011. № 1. С. 11–18.

2. Бастун М. Культурологічний підхід в освіті як засіб соціалізації особистості майбутнього педагога. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Психологія. Педагогіка. Соціальна робота*. 2012. Вип. 6. С. 61–64.
 3. Бутенко Н. Компетенції сучасного викладача вищої школи в контексті реалізації його місії. *Вісник Львівського університету. Серія педагогічна*. 2009. Вип. 25. Ч. 1. С. 31–39.
 4. Каленюк І.С. Проблеми розвитку освіти в Україні в умовах сучасної глобалізації. *Вища освіта України*. 2006. С. 366–381.
 5. Лозовецька В.Т. Концептуальні засади професійного саморозвитку сучасної особистості. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Сер.: Професійна педагогіка*. 2011. № 1. С. 33–39.
 6. Пальчевський С.С. Акмеологія – поклик майбутнього. *Акмеологія в Україні : наукове видання*. 2010. № 1. С. 7–13.
 7. Ревть А. Освітні орієнтації дорослих людей. *Педагогіка*. 2017. № 5/37. С. 165–170.
 8. Султанова Л.Ю. Етапи розвитку полікультурної компетентності майбутнього викладача закладу вищої освіти. *Концептуальні засади розвитку освіти дорослих: збірник наукових статей / За ред. Кременя В.Г., Ничкало Н.Г.; укл. Аніщенко О.В., Лук'янова Л.Б. Київ : Знання України, 2018. С. 238–245.*
-
- REFERENSES:**
1. Andrutenko V.P. (2011) The main trends in the development of higher education in Ukraine at the turn of the century (Attempt prognostic analysis). *Higher education in Ukraine*, no. 1, pp. 11–18. (in Ukrainian)
 2. Bastun M. (2012) Cultural approach in education as a means of socialization of the future teacher. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Psychology. Pedagogy. Social work*, pp. 61–64. (in Ukrainian)
 3. Butenko N. (2009) Competences of a modern high school teacher in the context of its mission. *Visnyk of Lviv National University. The series is pedagogical. Part. 1*, pp. 31–39. (in Ukrainian)
 4. Kalenyuk I.S. (2006) Problems of education development in Ukraine in the conditions of modern globalization. *Higher education in Ukraine*, pp. 366–381. (in Ukrainian)
 5. Lozovetskaya V.T. (2011) Conceptual principles of professional self-development of modern personality. *Scientific Bulletin of the Institute of Vocational Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Ser.: Professional pedagogy*, no. 1, pp. 33–39. (in Ukrainian)
 6. Palchevsky S.S. (2010) Acmeology – the call of the future. *Acmeology in Ukraine: a scientific publication*, no. 1, pp. 7–13. (in Ukrainian)
 7. Revt A. (2017) Educational orientations of adults. *Pedagogy*, no. 5/37, pp. 165–170. (in Ukrainian)
 8. Sultanova L.Yu. (2018) Stages of development of multicultural competence of the future teacher of higher education institution // *Conceptual principles of development of adult education: collection of scientific articles / Ed. Kremenya V.G., Nychkalo N.G.; incl. Anishchenko O.V., Lukyanova L.B. Kyiv: Knowledge of Ukraine*, pp. 238–245. (in Ukrainian)

*Стаття надійшла до редакції 08.12.2020.
The article was received 08 December 2020.*

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-4

УДК 339.9

Кубів С.І.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9485-0097>
E-mail: Stepkubiv76@ukr.net*

Федюк В.В.

*здобувач кафедри економіки та підприємництва
Львівського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9876-8437>
E-mail: feduk.v.v@ukr.net*

АНАЛІЗУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності в умовах дії протекціоністських заходів на внутрішніх ринках України являється одним із головних напрямків підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств аграрного сектору. Вихід на ринки з високим рівнем конкуренції та поширеним використанням сучасних технологій створює можливості для здобуття нового досвіду і знань, які можуть бути ключовими факторами успішності підприємства у майбутньому. У статті проведено аналізування динаміки експортно-імпортних операцій у сфері сільськогосподарської продукції, було сформовано класифікацію факторів, які впливають на розвиток цієї галузі, і яка на відміну від інших, базується на врахуванні вагомості цих чинників, що дозволяє побудувати вичерпний їх перелік відкинувши ті фактори, вплив котрих є не суттєвими та врахувавши ті з них, чий вплив не можна ігнорувати, оскільки вони можуть відігравати вирішальну роль у забезпеченні певного рівня успішності вітчизняних підприємств аграрної сфери на міжнародних ринках.

Ключові слова: конкурентоспроможність, зовнішньоекономічна діяльність, підприємства аграрної сфери, класифікація факторів, методико-прикладний інструментарій.

Кубив С.И., Федюк В.В. АНАЛИЗ И ОЦЕНКУ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Развитие внешнеэкономической деятельности в условиях действия протекционистских мер на внутренних рынках Украины является одним из главных направлений повышения конкурентоспособности отечественных предприятий аграрного сектора. Выход на рынки с высоким уровнем конкуренции и распространенным использованием современных технологий создает возможности для получения нового опыта и знаний, которые могут быть ключевыми факторами успешности предприятия в будущем. В статье проведен анализ динамики экспортно-импортных операций в сфере сельскохозяйственной продукции, было сформировано классификация факторов, влияющих на развитие этой отрасли, и которая в отличие от других, базируется на учете значимости этих факторов, позволяет построить исчерпывающий их перечень отбросив те факторы, влияние которых являются не существенными и учитывая те из них, чье влияние нельзя игнорировать, поскольку они могут играть решающую роль в обеспечении определенного уровня успешности отечественных предприятий аграрной сферы на международных рынках.

Ключевые слова: конкурентоспособность, внешнеэкономическая деятельность, предприятия аграрной сферы, классификация факторов, методико-прикладной инструментарий.

Kubiv Stepan, Fedyuk Vasyi. ANALYSIS AND EVALUATION OF FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL SECTOR ENTERPRISES

The development of foreign economic activity in the conditions of protectionist measures in the domestic markets of Ukraine is one of the main directions of increasing the level of competitiveness of domestic enterprises in the agricultural sector. Entering markets with a high level of competition and the widespread use of modern technologies creates opportunities for new experience and knowledge, which can be key factors in the success of the enterprise in the future. The foreign economic activity of Ukrainian enterprises in the agricultural sector is characterized by high potential for further development, however, in the current and retrospective perspective does not show effective trends for rapid growth in the future. Therefore, it is necessary to develop and use a number of scientifically sound proposals that logically follow from the results of the analysis and take into account the national characteristics of doing business in a high level of economic and political instability. The article analyzes the dynamics of export-import operations in the field of agricultural products, formed a classification of factors influencing the development of this industry, and which, unlike others, is based on the importance of these factors, which allows to build an exhaustive list of those factors, whose impact is insignificant and taking into account those whose impact cannot be ignored, as they can play a crucial role in ensuring a certain level of success of domestic agricultural enterprises in international markets. This made it possible to formulate the author's proposals to improve the process of selecting alternative factors for assessing the foreign economic activity of enterprises in the agricultural sector in international markets. Based on the analysis of the dynamics of export-import operations in the agricultural sector, a classification of factors influencing the development of this industry was formed, which, unlike others, is based on the importance of these factors, which allows us to build an exhaustive list of those factors, which are insignificant and taking into account those whose impact cannot be ignored, as they can play a crucial role in ensuring a certain level of success of domestic agricultural enterprises in international markets.

Keywords: competitiveness, foreign economic activity, agrarian enterprises, classification of factors, methodical and applied tools.

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств аграрного сектору характеризується високим потенціалом щодо подальшого розвитку проте, у поточній та ретроспективній перспективі не показує ефективних тенденцій

щодо перспективного стрімкого зростання у майбутньому. Тому необхідним є розроблення та використання ряду наукових обґрунтованих пропозицій, які логічно випливають із результатів аналізу та враховує національні особливості ведення бізнесу в умо-

вах високого рівня економіко-політичної нестабільності. Одним із напрямків наукових пошуків щодо розв'язання окресленої наукової актуальної проблеми є формування методико-прикладного інструментарію оцінювання розвитку ЗЕД підприємств аграрного сектору. Це дозволить покращити якість прогнозування перспективних тенденцій та удосконалення процедур реалізації оцінювання динаміки внутрішньовиробничих і збутових процесів, а також ефективного проводити аналізування та оцінювання факторів, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сьогодні актуальною є проблема наукового та економічного обґрунтування оцінювання факторів, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору, які дозволяють впливати на вирішенні конкретних управлінських проблем із впровадженням креативних ідей та зменшення витрат на їх комерціалізацію.

Серед науковців, які здійснили наукове обґрунтування проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств є праці Бойка, П. Гайдучького, В. Гейця, С. Дем'яненка, А. Кредісова, С. Кваші, А. Баскакова, О. Гребельника, Л. Швайка. Особливу увагу заслуговують науковці, як В. Вітлінський, М. Долішній, М. Козоріз, В. Мікловда, В. Пономаренко, Л. Піддубна [1-6]. Вони приділяли увагу особливостям економічного оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці економічного аналізування та оцінюванні факторів, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору, поза увагою науковців залишились вибір факторів, які безпосередньо впливають на зовнішньоекономічну діяльність аграрних підприємств.

Мета статті. Написання даної статті дозволило провести економічний аналіз та оцінювання факторів, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору. Це дало змогу сформулювати авторські пропозиції щодо удосконалення процесу вибору альтернативних факторів оцінювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору продукції на міжнародних ринках.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Дослідження динаміки і структури експортно-імпортних операцій підприємств аграрного сектору в Україні і прямих інвестицій із закордону показало, що діяльність вітчизняних суб'єктів у досліджуваній сфері залежить від багатьох чинників: ринкова капіталізація підприємства; частка закордонних інвесторів у статутному капіталі підприємства; частка держави у статутному капіталі підприємства; рівень прозорості підприємства; досвід реалізації зовнішньоекономічної діяльності; динаміка валютного курсу та темпи інфляції; доступність закордонних комплектуючих та технологій; особливості реалізації державної політики із захисту національного виробника.

Представлені вище 8-ім факторів не являються єдиними з тих, що впливають на успішність зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Проте врахування цих чинників є одним із найбільш вирішальних завдань, які має вирішити підприємство на етапі підготовки реалізації зовнішньоекономічних операцій. Перші три фактори є найбільш важливими, оскільки вони визначають рівень конку-

рентоспроможності підприємства на міжнародних ринках капіталу. Якщо воно уже залучило інвестиції від іноземних чи закордонних інвесторів, якщо значення ринкової капіталізації підприємства зростає, то це свідчить про потенціал щодо подальшого розвитку і стимулює інвесторів вкладати у розвиток цього підприємства. Який із факторів є більш важливим – частка закордонного інвестора чи держави необхідним буде визначити за підсумками аналізу їх вагомості.

Здатність швидко залучити інвестиції не свідчить про успішність підприємства на ринках капіталу у довгостроковій перспективі. Щоб зберегти інвестора і залучити інших необхідним є ведення прозорої політики щодо виплати дивідендів та планування емісії акцій чи інших цінних паперів. Іншим фактором, який може впливати на рішення інвестора вкладати у національну аграрну галузь є формування сприятливих умов для ведення бізнесу. Підприємці, особливо закордонні, мають бути впевнені у тому, що вони зможуть захистити свої інтереси. Тому Україні потрібна не тільки прозорість, а й розвинена і справедлива судова система. Проте аналіз цього фактора виходить за рамки предмету дослідження, тому він не включений до перелічених вище чинників.

Вагомим чинником є досвід реалізації зовнішньоекономічних операцій. Не всі підприємства володіють цим досвідом, що зумовлено нестабільним характером експортно-імпортних операцій у аграрній сфері для України. Тому є підстави вважати, що експортують продукцію тільки деякі виробники, усі інші орієнтуються на внутрішній ринок, займаючи вільні ніші, створені для них сприятливими коливаннями валютного курсу. Це зумовлює включення низки факторів, а також того, що для таких підприємств виробництво продукції базується на використанні закордонних комплектуючих, технологій, інколи фахівців.

Наступним чинником, який включений до переліку досліджуваних чинників є особливості реалізації державної політики із захисту національного виробника. Це зумовлено тим, що динаміка розвитку зовнішньоекономічної діяльності є більш сприятливою для тих галузей, для яких не діють жодні митні обмеження чи бар'єри. Це зумовлює необхідність більш глибокого дослідження цього фактора. Для зручності, всі чинники позначеними римськими літерами у тому порядку, який наведений вище.

Оскільки більшість із досліджуваних факторів не можливо систематизувати у єдиній системі вимірювання, через їх відносність та несистематичність інформації, неможливим є використання кореляційно-регресійного аналізу та інших статистичних методів. Тому для визначення вагомості досліджуваних чинників необхідним є використання методу експертних оцінок. Його реалізації розпочинається із вибору експертів, які є відомими фахівцями у тематиці досліджуваного питання. У даному випадку обрано групу науковців, які є найбільш цитованими у спеціалізованій науковій літературі (83-ти особи). Вони сформували генеральну сукупність. Мінімальну кількість експертів, які необхідно опитати, можна розрахувати за формулою:

$$\alpha = \frac{4Aqp}{2,5A + 4qp} 1000, \quad (1)$$

де α – обсяг випадкової вибірки; A – обсяг загальної сукупності; p – частка одиниць в яких присутня певна ознака; q – частка одиниць в яких певна ознака відсутня.

Під час проведення опитування експертам було запропоновано оцінити приведені вище фактори за шкалою від 10 до 100 (шкала обрана з урахування зручності проведення подальших опитувань та того, що цей спосіб визначення діапазону оцінок часто використовується на практиці). Результати представлено у табл. 1

На основі аналізування табл. 1, уже можна відзначити, що більшість експертів тяжіють до того, щоб виділити фактори, які зумовлюють інвестиційну конкурентоспроможність підприємства на міжнародних ринках капіталу, як найбільш вагомими чинниками, що впливають на успішність реалізації зовнішньоекономічної діяльності. Проте для більш повного аналізу, необхідним є дослідження загальних статистичних показників вагомості оцінених експертами факторів.

Фактори I–III є найбільш вагомими для розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Ці фактори відображають ринкову капіталізацію та стосуються інвестиційної привабливості підприємства. Це доводить, що більшість експертів переконані у необхідності залучення прямих закордонних інвестицій для розвитку національно машинобудівної промисловості та нарощення експорту у цій сфері. Окрім бальної оцінки факторів, використовуються також рангові оцінки.

Рангові оцінки дають можливість більш однозначно оцінити вагомості факторів, а також рівень узгодженості думок експертів.

Значення середньоквадратичного відхилення є практично незмінними для всіх факторів та експертів. Це свідчить про високий рівень узгодженості думок експертів, що підтверджується значення коефіцієнту конкордації, який рівний 0,897. Наступним етапом аналізу результатів експертного опитування є дослідження відносних значень оцінок факторів.

Їх розрахунок здійснюється по експертах і базується на обчислення для кожного чинника та експерта відносну оцінку вагомості на основі ділення фактичного бального значення на суму усіх бальних значень для певного фактора. Результати розрахунків приведено у табл. 2.

На основі табл. 2 можливим є дослідити частку вагомості впливу окремих факторів на основі агрегування думок усіх експертів. Проте для формування однозначних висновків необхідним є дослідження середніх арифметичних вагомості досліджуваних факторів по кожному із експертів. Якщо розбіжності у відносних оцінках факторів для різних експертів незначні, то є підстави вважати, що всі думки опитаних фахівців є узгоджені при аналізі перелічених вище факторів.

Середньоквадратичне відхилення для середніх значень, представлених на рис. 1, становить 0,0058, що становить 13,3 % від середнього значення. Таким чином, оцінки по експертах в середньому змінюють на 13–14 %, що із врахуванням того, що кількість кроків для виставлення бальних оцінок становить 10, доводить високий рівень узгодженості думок експертів. А це, у свою чергу, підтверджує статистичну значущість проведеного дослідження та те, що отримані в результаті подальших розрахунків коефіцієнти вагомості можна буде використовувати на практиці.

Окрім використаних вище способів дослідити рівень узгодженості думок експертів можливим є використання також і багатьох інших способів вирішення цього завдання.

Проаналізувавши рівень кореляції між оцінками по факторах та між думками експертів знаходиться в межах від 0,3 до 0,9, що свідчить про високий рівень узгодженості їх думок. Довівши статистичну значущість отриманих вище рядів бальних оцінок

Таблица 1

Бальні оцінки вагомості досліджуваних чинників, виставлені експертам

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
1	30	80	60	80	50	30	70	50
2	60	100	100	70	10	80	30	50
3	40	30	40	20	10	50	50	80
4	80	100	40	70	50	30	30	70
5	40	100	70	70	80	30	40	10
6	80	40	100	30	60	60	50	70
7	30	60	50	80	80	60	50	10
8	80	50	80	90	30	20	50	20
9	70	30	30	20	40	40	20	70
10	50	50	40	20	40	50	40	80
11	90	50	90	40	40	60	50	70
12	20	70	90	30	80	40	70	10
13	70	100	30	40	40	10	20	70
14	20	30	50	80	50	60	60	30
15	70	80	80	40	80	60	10	70
16	60	70	60	30	70	80	80	20
17	90	40	50	90	60	40	60	30
18	20	60	100	50	40	50	30	40
19	50	90	40	60	70	10	10	80
20	50	70	100	60	20	40	70	10
21	40	40	40	40	50	50	40	40
22	90	70	30	70	80	80	80	10
23	20	50	90	80	70	80	70	50

Примітка: побудовано авторами; 1-23 – порядкові номери опитаних експертів, систему позначення обрано з метою збереження об'єктивності дослідження та зручності представлення результатів розрахунків; I-VIII – позначення факторів, перелік яких наведений вище.

Таблиця 2

Матриця відносних оцінок факторів

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
1	0,0240	0,0548	0,0411	0,0635	0,0417	0,0270	0,0648	0,0481
2	0,0480	0,0685	0,0685	0,0556	0,0083	0,0721	0,0278	0,0481
3	0,0320	0,0205	0,0274	0,0159	0,0083	0,0450	0,0463	0,0769
4	0,0640	0,0685	0,0274	0,0556	0,0417	0,0270	0,0278	0,0673
5	0,0320	0,0685	0,0479	0,0556	0,0667	0,0270	0,0370	0,0096
6	0,0640	0,0274	0,0685	0,0238	0,0500	0,0541	0,0463	0,0673
7	0,0240	0,0411	0,0342	0,0635	0,0667	0,0541	0,0463	0,0096
8	0,0640	0,0342	0,0548	0,0714	0,0250	0,0180	0,0463	0,0192
9	0,0560	0,0205	0,0205	0,0159	0,0333	0,0360	0,0185	0,0673
10	0,0400	0,0342	0,0274	0,0159	0,0333	0,0450	0,0370	0,0769
11	0,0720	0,0342	0,0616	0,0317	0,0333	0,0541	0,0463	0,0673
12	0,0160	0,0479	0,0616	0,0238	0,0667	0,0360	0,0648	0,0096
13	0,0560	0,0685	0,0205	0,0317	0,0333	0,0090	0,0185	0,0673
14	0,0160	0,0205	0,0342	0,0635	0,0417	0,0541	0,0556	0,0288
15	0,0560	0,0548	0,0548	0,0317	0,0667	0,0541	0,0093	0,0673
16	0,0480	0,0479	0,0411	0,0238	0,0583	0,0721	0,0741	0,0192
17	0,0720	0,0274	0,0342	0,0714	0,0500	0,0360	0,0556	0,0288
18	0,0160	0,0411	0,0685	0,0397	0,0333	0,0450	0,0278	0,0385
19	0,0400	0,0616	0,0274	0,0476	0,0583	0,0090	0,0093	0,0769
20	0,0400	0,0479	0,0685	0,0476	0,0167	0,0360	0,0648	0,0096
21	0,0320	0,0274	0,0274	0,0317	0,0417	0,0450	0,0370	0,0385
22	0,0720	0,0479	0,0205	0,0556	0,0667	0,0721	0,0741	0,0096
23	0,0160	0,0342	0,0616	0,0635	0,0583	0,0721	0,0648	0,0481

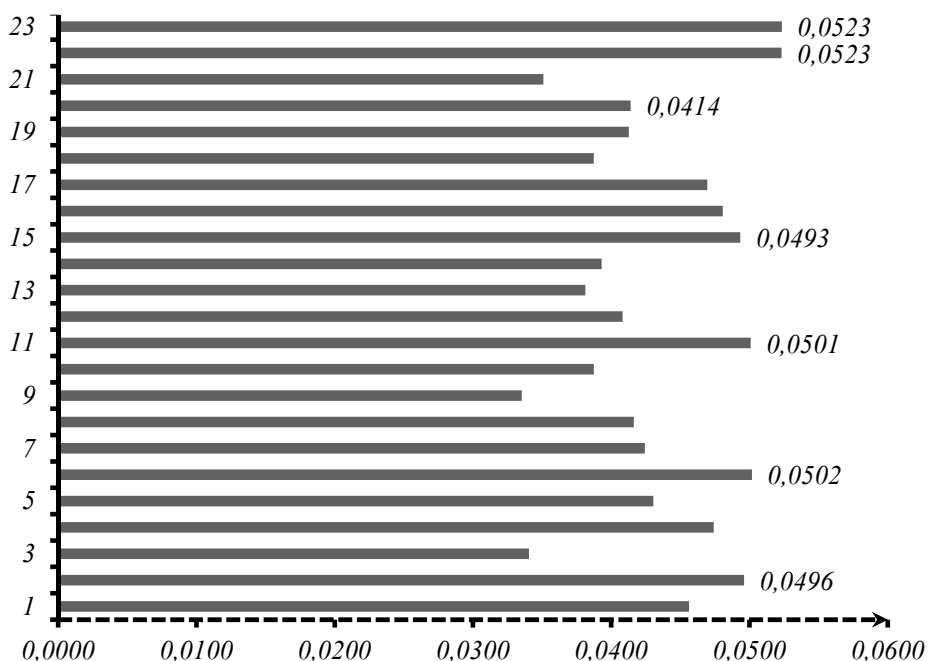


Рис. 1. Середні арифметичні відносних оцінок факторів, розраховані окремо для кожного опитаного експерта

факторів, необхідно переходити до оцінювання їх вагомості. Найпростіший та найбільш обґрунтований спосіб – це зважити усі факторів по сумі оцінок. Використання середнього арифметичного є необґрунтованим, оскільки цей показник характеризується певним рівнем похибки. Крім того, за умови використання середнього зваженого, доцільним є також визначення вагомості експертів, що ускладнює процес аналізу значущості факторів. Тому формулу, для

розрахунку коефіцієнту вагомості можна представити на основі такого виразу:

$$\omega_j = \frac{\sum_{i=1}^N e_i}{\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^N e_{ij}}, \quad (2)$$

де e_i – оцінка і-того експерта, балів; K, N – відповідно кількість факторів та експертів.

На основі використання формули (2) розраховано коефіцієнти вагомості по кожному досліджуваному фактору. Результати представлено на рис. 2.

В результаті аналізу вагомості факторів, які впливають на реалізацію зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними суб'єктами господарювання у сфері агропромислового виробництва, визначено коефіцієнти вагомості досліджуваних чинників. Відповідно до рис. 3, найбільш вагомими є фактори II та III. Важливим є те, що значення коефіцієнти розподілені близько одне коло одного. Це свідчить про те, що всі виділені чинники є значущими для підприємства при реалізації зовнішньоекономічної діяльності у сегменті агропромислового виробництва.

Висновки. На основі проведеного аналізування динаміки експортно-імпорتنних операцій у сфері аграрного сектору було сформовано класифікацію факторів, які впливають на розвиток цієї галузі, і яка на відміну від інших, базується на врахуванні вагомості цих чинників, що дозволяє побудувати вичерпний їх перелік відкинувши ті фактори, вплив котрих є не суттєвими та врахувавши ті з них, чий вплив не можна ігнорувати, оскільки вони можуть відігравати вирішальну роль у забезпеченні певного рівня успішності вітчизняних підприємств аграрного сектору на міжнародних ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вітлінський В.А. Аналіз оцінка і моделювання економічного ризику. Київ : ДЕМІУРГ, 1996. 212 с.
2. Долішній М., Козоріз М., Мікловда В. та ін. Підприємництво в Україні: проблеми становлення та розвитку : монографія / за ред. Долішній М. Ужгород. Карпати, 1997. 358 с.
3. Мазаракі А.А., Юхименко В.В., Гребельник О.П. та ін. Управління експортним потенціалом України : монографія. Київ : КНТЕУ, 2007. 210 с.
4. Пономаренко В.С., Піддубна Л.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Підручник. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2008. 328 с.
5. Прокопенко О.В. Формування стратегій забезпечення достатнього рівня економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств : монографія / за ред. Ю.С. Шипуліної. Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2012. С. 384–391.
6. Олешенко О.М. Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 272 с.
7. Stalk G. (1998) Time – next source of competitive advantage, "Harvard Business Review", July-August.

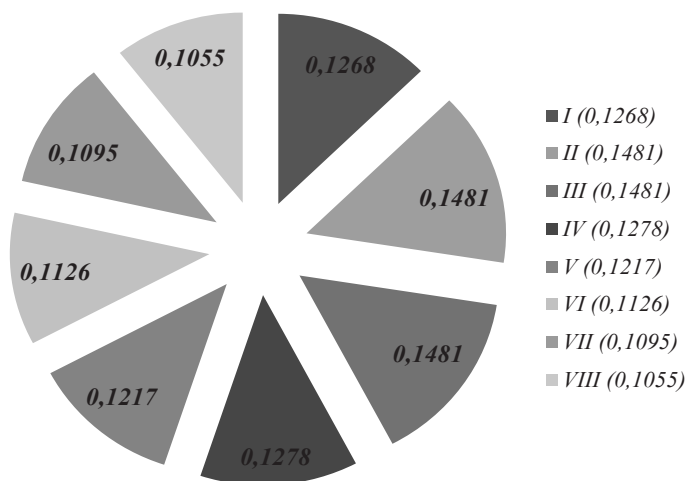


Рис. 2 Коефіцієнти вагомості досліджуваних факторів

Джерело: побудовано авторами

REFERENCES:

1. Vitlinsky V.A. (1996) Analiz otsinka i modelyuvannya ekonomichnoho ryzyku [Analysis of assessment and modeling of economic risk]. Kyiv: DEMIURH, 212 p. (in Ukrainian)
2. Dolishniy M., Kozoriz M., Miklovda V. et al. (1997) Pidpryyemnytstvo v Ukraini: problemy stanovlennya ta rozvytku [Entrepreneurship in Ukraine: problems of formation and development]: a monograph. Uzhhorod: Karpaty, 358 p. (in Ukrainian)
3. Mazaraki A.A. (ed). (2007) Upravlinnya eksportnym potentsialom Ukrainy [Management of export potential of Ukraine]: monograph. Kyiv: KNTEU, 210 p. (in Ukrainian)
4. Ponomarenko V.S., Pidubna L.I. (2008) Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva [Management of international competitiveness of the enterprise]. Textbook. Kharkiv: VD "INZHEK", 328 p. (in Ukrainian)
5. Prokopenko O.V. (2012) Formuvannya stratehiy zabezpechennya dostatnoho rivnya ekonomichnoyi bezpeky zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti mashynobudivnykh pidpryyemstv [Formation of strategies for ensuring a sufficient level of economic security of foreign economic activity of machine-building enterprises]: a monograph / ed. Y.S. Shipulina. Sumy: LLC "DD" Papyrus, pp. 384–391. (in Ukrainian)
6. Ilyashenko S.M. (2008) Upravlinnya portfelem zamovlen nauko-vo-vyrobnychoho pidpryyemstva [Management of the portfolio of orders of the research and production enterprise]: a monograph / ed. S.M. Ilyashenko. Sumy: VTD "University Book", 272 p. (in Ukrainian)
7. Stalk G. (1998) Time – next source of competitive advantage, "Harvard Business Review", July-August.

Стаття надійшла до редакції 03.11.2020.
The article was received 03 November 2020.

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-5

УДК 330.117:658.5(477)

Ситник Н.І.*кандидат біологічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту**Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3970-086x>E-mail: natalia_sytnik@ukr.net

ДЕРЖАВА ЯК СУБ'ЄКТ ФОРМУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ УКРАЇНИ

У статті розглядається роль держави як суб'єкта формування вітчизняної екосистеми стартапів. На основі аналізу міжнародного досвіду визначені існуючі у світовій практиці підходи до формування державної політики підтримки екосистеми стартапів, напрями та практичні інструменти стимулювання стартапів. Висвітлені відмінності між проактивною та реактивною політикою стимулювання екосистеми стартапів. Проаналізовано сучасний стан державної підтримки стартапів в Україні. Хоча в Україні розвиток інноваційного підприємництва визначений як стратегічний пріоритет державної політики, однак темпи імплементації практичних заходів, спрямованих на досягнення цієї мети, є недостатніми. Визначені інструменти державного стимулювання вітчизняної екосистеми стартапів, що відносяться до державно-правового регулювання, інвестування стартапів, розвитку людського капіталу, створення центрів компетенцій, інфраструктурного забезпечення, медіа та івент менеджменту.

Ключові слова: стартап, екосистема стартапів, політика підтримки стартапів, інвестування стартапів, людський капітал, інфраструктура стартапів.

Сытник Н.И. ГОСУДАРСТВО КАК СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОСИСТЕМЫ СТАРТАПОВ УКРАИНЫ

В статье рассматривается роль государства как субъекта формирования отечественной экосистемы стартапов. На основе анализа международного опыта определены существующие в мировой практике подходы к формированию государственной политики поддержки экосистемы стартапов, направления и практические инструменты стимулирования стартапов. Выявлены различия между проактивной и реактивной политикой стимулирования экосистемы стартапов. Проанализировано современное состояние государственной поддержки стартапов в Украине. Хотя в Украине развитие инновационного предпринимательства определено как стратегический приоритет государственной политики, однако темпы имплементации практических мероприятий, направленных на достижение этой цели, являются недостаточными. Проанализированы инструменты государственного стимулирования отечественной экосистемы стартапов, включающие государственно-правовое регулирование, инвестирование стартапов, развитие человеческого капитала, створення центров компетенций, инфраструктурное обеспечение, медиа и ивент менеджмент.

Ключевые слова: стартап, экосистема стартапов, политика поддержки стартапов, инвестирование стартапов, человеческий капитал, инфраструктура стартапов.

Sytnik Natalia. THE STATE AS A SUBJECT OF FORMATION OF THE NATIONAL STARTUP ECOSYSTEM

The realization of Ukraine's innovation potential is permanently hampered by a number of political and socio-economic factors. However, despite numerous problems in the economy, innovative entrepreneurship in the form of startup projects shows stable growth. The Ukrainian startup sector has become one of the few sectors of the economy that has been developing dynamically in recent years. International experience indicates that the state is an important player in building the national startup ecosystem. In particular, the state plays a leading role in preventing the outflow of startups to other world ecosystems. The purpose of the article was to establish the features of the state support for the national startup ecosystem and outline the ways to strengthen this support. Based on the analysis of international experience, the existing approaches, methods, and tools used in the world practice to support the startup ecosystems were identified. In terms of the development of the startup ecosystems, two major types of state policies are outlined: proactive policy and reactive policy. The paper provides key characteristics of these types of policies. The analysis of government support for national startup ecosystem was conducted. Although the development of innovative entrepreneurship was defined as a strategic priority of Ukrainian government, the speed of implementation of practical measures aimed at achieving this goal is insufficient. Positive tendencies in the state support of Ukrainian startups as well as the main directions for state stimulation of the domestic startup ecosystem were highlighted. To stimulate the development of the domestic startup ecosystem, the following areas of state support were considered: legal regulation, startup investment, human capital development, competence centers, infrastructure development, media and event management. The factors that inhibit state support for startups were identified. In addition, the role of the private sector in building the national ecosystem of startups was outlined. Promising area of further research is the analysis of trends in the global startup industry and comprehension of international experience to elaborate efficient tools for domestic startup ecosystem support.

Keywords: startup, startup ecosystem, state policy, investments in startups, human capital, startup ecosystem infrastructure.

Постановка проблеми. Реалізація інноваційного потенціалу України перманентно гальмується в силу дії низки факторів політичного та соціально-економічного характеру. Однак, не дивлячись на численні проблеми в економіці, інноваційне підприємництво у формі стартап проектів демонструє стабільне зростання. Український сектор стартапів став одним з небагатьох секторів економіки, що динамічно розвивається протягом останніх років. У 2019 р. порівняно з 2018 р. венчурне фінансування стартапів збільшилось на 50% і склало рекордну суму в 510 млн дол. США, обсяг операцій злиття і поглинання (M&A)

досяг 460 млн дол. (зростання у 18 разів порівняно з 2018 р.), янгольські інвестиції – 6,1 млн дол. (зростання у 6,8 разів), що свідчить про зростаючу довіру інвесторів до українського сектору стартапів. Найбільші інвестиції вдалося залучити стартап компаніям GitLab (268 млн дол.), Grammarly (90 млн дол.) та People.ai (60 млн дол.) [1].

Стартапи – це форма інноваційного підприємництва, яка дозволяє у короткі терміни перетворювати інноваційні ідеї в успішний бізнес глобального масштабу. Оскільки розвиток стартапів на початкових етапах життєвого циклу визначається, головним чином,

інтелектуальним капіталом фундаторів і не потребує значних матеріально-фінансових ресурсів, українські стартапи можуть на цьому етапі на рівних конкурувати з розвиненими країнами світу. В 2019 р. за рейтингом розвитку екосистеми стартапів StartupBlink Україна посіла 31 місце, що є високим результатом, враховуючи скромні позиції нашої країни за глобальним рейтингом конкурентоспроможності (81 місце), індексом ведення бізнесу (71 місце) та індексом інноваційного розвитку Bloomberg (53 місце). Однак відсутність сприятливих умов подальшого зростання, як показують дані міжнародних рейтингів, є потенційно небезпечною для розвитку української екосистеми стартапів, оскільки змушує перспективні стартапи змінювати країну реєстрації, перетворюючись у компанії з українським корінням.

Міжнародний досвід свідчить, що держава є важливим суб'єктом у розбудові національної екосистеми стартапів, їй належить провідна роль у запобіганні відтоку стартапів до інших екосистем світу. У цьому контексті дослідження теоретико-прикладних аспектів державної підтримки індустрії стартапів є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та прикладні аспекти інноваційного підприємництва у формі стартап проектів все частіше стають предметом дослідження науковців та фахівців з менеджменту.

Гесць В.М. визначає загальні проблеми технологічного оновлення та інноваційного розвитку економіки України, що, зокрема, перешкоджають функціонуванню стартап компаній [2]. Забезпечення інноваційних процесів в країні пов'язується з формуванням інноваційної екосистеми. Л.І. Федулова та О.С. Марченко розглядають особливості формування національної інноваційної екосистеми, як багатоконпонентну мережеву структуру, що об'єднує різних суб'єктів інноваційного процесу в процесі створення та застосування наукових знань та технологій [3].

Концептуальні основи стартапів закладені в роботах С. Бланка [4], А. Остервальдера [5], П. Грехема [6] та ін. В роботах авторів розкривається сутність стартапів, аналізуються їх визначальні характеристики, етапи життєвого циклу, фактори зростання, типи бізнес-моделей та приклади кращих практик масштабованого зростання стартапів. Характерні риси стартапів та їх відмінності від традиційних бізнес-моделей ідентифіковані Попко О.В. і Мальчик М.В. Автори відзначають проблеми створення потенційно успішних стартапів в Україні та наголошують на необхідності розроблення додаткових механізмів їх інвестиційного забезпечення [7]. В роботі Касич А.О., Джура А.М. узагальнено характеристики та етапи перетворення стартапів у конкурентоспроможне підприємство, зроблений огляд показників, які використовують міжнародні організації для дослідження процесів розвитку стартапів, а саме: рівень підприємницької активності працівників, показник загальної початкової стадії підприємницької активності, індекс активності стартапів Кауфмана [8]. Мрихіна О. і співавт. в контексті проблематики трансферу технологій досліджують особливості становлення і розвитку вітчизняного сектору стартапів, аналізують їх вплив на конкурентоспроможний розвиток ринку високих технологій та економіку країни в цілому, окреслюють шляхи та інструменти стимулювання вітчизняного сектору стартапів [9].

Участь держави у становленні сектору стартапів в Україні залишається малодослідженим питанням. Зокрема, Курченко О., базуючись на досвіді європей-

ських країн, наводить приклади державного стимулювання підтримки стартапів, визначає бар'єри на шляху розвитку стартапів в Україні та окреслює умови їх подолання [10]. В роботі [11] ідентифікуються інструменти державного стимулювання сектору стартапів у країнах Центральної та Східної Європи, які можуть знайти застосування в Україні.

Як показує аналіз літератури, дослідження ролі держави як суб'єкта формування і розвитку екосистеми стартапів ґрунтуються, головним чином, на аналізі окремих прикладів з міжнародної практики. Наразі необхідно, узагальнивши міжнародний досвід, визначити інструменти державного стимулювання ринку стартапів і на цій основі проаналізувати поточний стан та перспектив зростання участі держави у формуванні української національної екосистеми стартапів.

Мета статті полягає у встановленні особливостей сучасного стану державної підтримки вітчизняної екосистеми стартапів та напрямів посилення ролі держави в цьому напрямку на основі узагальнення міжнародного досвіду реалізації програм підтримки стартапів та аналізу інструментів, що застосовуються державою для стимулювання розвитку екосистеми стартапів.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Екосистема стартапів, спрямована на комплексну багатовекторну підтримку індустрії стартап проектів, є підсистемою інноваційної екосистеми. Остання охоплює окремі інституції, відносини, а також різні види ресурсів, необхідні для створення, накопичення, трансферу та реалізації знань у вигляді нових продуктів, сервісів та технологій [12]. До найбільш вагомих факторів зростання інноваційної екосистеми, що знаходяться у сфері впливу держави, відносяться: політична та макроекономічна стабільність, бюджетно-податкова політика, кредитно-грошова політика, інвестиційно-інноваційна політика, зрілість державних інститутів, в тому числі законодавчих і виконавчих органів влади та судочинства, заходи лібералізації підприємницької діяльності та ін.

Накопичений міжнародний досвід дозволяє виокремити два підходи до розбудови національної екосистеми стартапів: 1) зусилля держави спрямовані на створення сприятливих умов розвитку підприємництва, включаючи інноваційне підприємництво; 2) держава, на додаток до цих заходів, розробляє спеціальні програми, орієнтовані на підтримку саме сектору стартапів. В залежності від наявних ресурсів та стратегічних орієнтирів розвитку держави дотримуються одного з двох підходів. Наприклад, у Чеській Республіці, Румунії, Словенії та Хорватії, на відміну від інших країн ЄС, не має окремих програм стимулювання стартапів, однак створення сприятливих умов для інноваційного підприємництва дозволяє цим країнам займати непогані позиції в світовому рейтингу стартапів Startup Blink (у 2019 р. Чехія була на 26 місці, Румунія – на 38, Словенія – на 48, Хорватія – на 50) [13].

Міжнародний досвід свідчить, що найбільших успіхів у розбудові національних екосистем стартапів досягають країни, для яких розвиток інноваційного підприємництва є стратегічним пріоритетом державної економічної політики. Країни-лідери з розвитку індустрії стартапів займають провідні позиції в світових рейтингах інноваційного підприємництва.

Першопрохідцем у формуванні національної екосистеми стартапів стали США, де новостворені ІТ компанії, розташовані в Силіконовій Долині, почали отримувати замовлення від оборонного сектору ще в середині ХХ ст. США відносяться до неба-

гатьох країн світу, в яких держава дотримувалася проактивної політики у формуванні екосистеми стартапів: уряд фактично виступив ініціатором створення екосистеми і діяв на випередження, формуючи серед молодих інноваторів потребу у заснуванні стартапів в високотехнологічних галузях. Іншим прикладом імплементації проактивної політики в сфері індустрії стартапів є Китай. Країна набагато пізніше долучилася до процесу побудови індустрії стартапів, однак спрямувала потужний потік фінансових та матеріально-технічних ресурсів, щоб наздогнати лідерів. Урядом була розроблена комплексна поетапна програма підтримки стартапів. Одним із її напрямків стало досягнення якісної трансформації людського капіталу. У 2010 р. Китай розпочав масштабну реформу вищої освіти. В фокусі уваги уряду опинилися 70 пекінських технологічних вузів, що готують фахівців інженерно-технічних спеціальностей та ІТ. На наступному етапі, в 2015 р., уряд виділив 231 млрд дол. інвестицій на розвиток стартап компаній. В результаті масштабних державних заходів екосистема Пекіна вже створила більш ніж 100 стартапів-«єдинорогів» і зараз входить до десятки найбільших екосистем світу [14].

У більшості країн Західної Європи, Ізраїлі, Сінгапурі, де формування екосистем стартапів розпочалося у 90-х рр. ХХ ст. держава дотримувалася реактивної політики, тобто програми стимулювання стартапів розроблялися відповідно до зростаючих потреб сектору. Аналогічна ситуація спостерігається і в країнах Центральної та Східної Європи, де формування екосистем стартапів стартувало лише на початку ХХІ ст.

Не зважаючи на відмінності у підходах до політики підтримки стартап проектів, напрацьований світовий досвід дозволяє виокремити основні інструменти державного стимулювання, які довели свою ефективність. Ці інструменти, хоча і відрізняються за конкретними формами, поширеністю та особливостями застосування в різних країнах, можна віднести до однієї з таких груп: законодавче регулювання, фінансування, розвиток людського капіталу, створення інфраструктури, партнерство з центрами компетентності, медіа та івент менеджмент (рис. 1).

Розглянемо особливості державного стимулювання сектору стартап проектів в Україні.

Формування в Україні економіки, що базується на знаннях та інноваціях, передбачено низкою програмних державних документів: Стратегією сталого розвитку «Україна-2020» (затверджена Указом Президента у 2015 р.), програмою заходів з виконання Угоди про асоціацію з ЄС (затверджена Урядом у 2017 р.), Стратегією розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року (затверджена Урядом у 2019 р.). На жаль, практична імплементація цих документів постійно гальмується, конкурентна позиція України у розвитку інноваційного підприємництва залишається слабкою і суттєвого прогресу в цьому напрямку за останні 5 років не сп

За даними Глобального інноваційного індексу (Global Innovation Index), Україна у 2019 р. посіла 47 місце, погіршивши свою позицію порівняно з 2018 р. на 4 пункти. Сильними сторонами України є генерування знань, співвідношення патентів за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності, співвідношення корисних моделей за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності, витрати на закупівлю програмного забезпечення у відсотках до ВВП, обсяг експорту інформаційно-комунікаційних послуг у відсотках

до загального обсягу торгівлі. Коефіцієнт ефективності інновацій показує суттєву невідповідність між отриманим інноваційним результатом та задіяною в інноваціях ресурсною базою. Якщо у 2019 р. Україна за інноваційним результатом обіймала 36 місце (у 2018 р. – 35 місце), то за ресурсною базою – лише 82 місце (погіршення на 7 пунктів порівняно з 2018 р.). Серед ресурсних компонентів Глобального інноваційного індексу найбільш слабкими є політичне середовище (110 місце), бізнес-середовище (99 місце), загальнодержавна інфраструктура (95 місце), екологічна сталість (120 місце), кредитування (91 місце), інвестиції (115 місце) [15].

Низькі значення вищезгаданих ресурсних компонентів є відповідальністю законодавчих та виконавчих гілок держави. За цих умов передчасно розраховувати на дієві системні заходи в сфері державної підтримки стартапів, хоча певні позитивні зрушення, що стосуються як стартапів так й інноваційного ІТ підприємництва загалом, в країні відбуваються.

Створення сприятливого законодавчого поля для ведення інноваційного бізнесу є виключною прерогативою держави і значення цієї функції для формування бізнес-середовища важко переоцінити. Важливим рішенням на перспективу стало створення у 2019 р. Міністерства цифрової трансформації, яке має формувати та впроваджувати державну політику: у сферах діджиталізації, цифрової економіки та інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства; цифрових навичок громадян, національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу, надання електронних та адміністративних послуг; електронної ідентифікації та інвестицій в ІТ-індустрію [16]. До 2024 р. міністерством планується: перевести в електронний формат 100% публічних послуг для громадян та бізнесу (вже 80% найбільш популярних державних послуг будуть надаватися онлайн у 2020 р.); забезпечити 95% транспортної інфраструктури, населених пунктів та їхні соціальні об'єкти доступом до високошвидкісного інтернету; навчити 6 млн українців цифрових навичок; підвищити частку ІТ у ВВП країни до 10%. І амбітні державні проекти в галузі діджиталізації вже реалізуються, зокрема в межах програми «Держава у смартфоні».

Іншим важливим інструментом розвитку інноваційного ІТ підприємництва, спрямованим на залучення з-за кордону висококваліфікованих ІТ фахівців, має стати е-Резидентство. Цей статус дозволить нерезидентам реєструватися і вести бізнес в Україні онлайн, не виїжджаючи з країни проживання. Е-резидентство довело свою ефективність, зокрема в Естонії, надавши можливість залучити в країну перспективні ІТ компанії та стартапи. В Україні першим кроком у цьому напрямі стало прийняття закону про отримання робочої візи та спрощення реєстрації висококваліфікованих іноземних спеціалістів. Стимулюванню іноземних інвестицій має сприяти прийнятий Верховною Радою закон про відміну реєстрації іноземних інвестицій [17].

У сфері компетенції держави є створення безпечних умов ведення ІТ бізнесу, зокрема, фіскальна стабільність (збереження 5% податку на діяльність ФОП), захист прав інтелектуальної власності, гарантування захисту інвестицій в ІТ-сектор, припинення неправомірного тиску силових органів на ІТ компанії та інвестиційні фонди. Як відзначають фахівці галузі, стан справ за останні роки покращився, однак

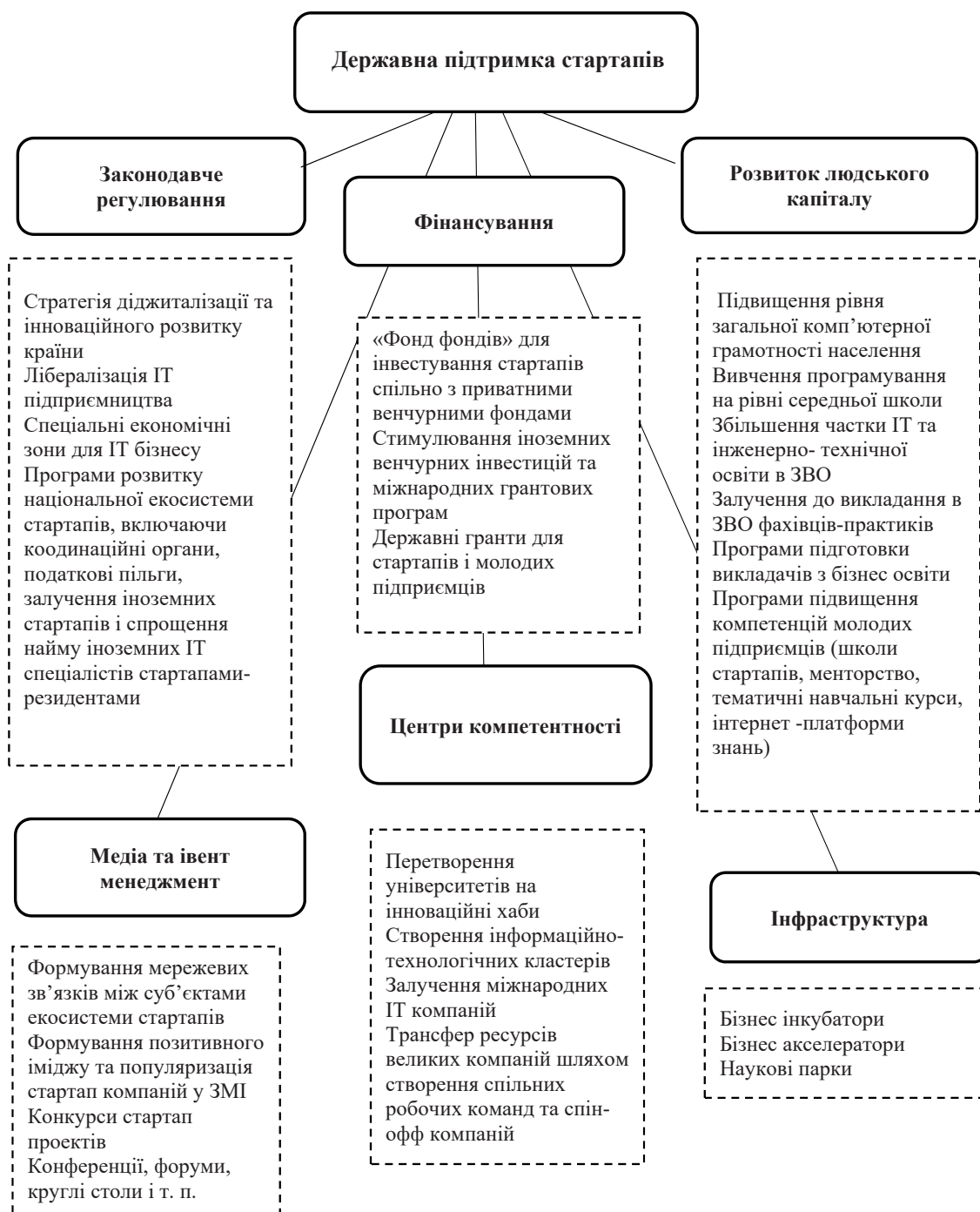


Рис. 1. Інструменти державного стимулювання розвитку екосистеми стартапів

Джерело: побудовано на основі [11]

випадки грубого порушення прав інтелектуальної власності, спроби змінити правила оподаткування ІТ компаній та прецеденти втручання правоохоронних структур в діяльність ІТ компаній розхиляють ситуацію і завдають значної шкоди іміджу держави.

Що стосується державного інвестування стартапів, уряд тільки починає впроваджувати напрацьовані у міжнародній практиці інструменти. За ініціативою Кабінету міністрів у 2019 р. був створений «Український фонд стартапів» для фінансової підтримки перспективних інноваційних проектів на посівній та передпосівній стадіях розвитку. Загальна сума фонду – 440 млн грн, а сума підтримки на один

стартап становить 25–75 тис. дол. Перші українські стартапи вже отримали державне фінансування на конкурсній основі. Нова грантова програма фонду передбачає акредитацію та оплату участі стартапів в спеціалізованій навчальній програмі для стартапів «Акселерація» [18].

Одним із позитивних чинників збільшення обсягів внутрішнього ІТ-ринку, які зростають щорічно не менш ніж на 15–20%, є сталі державні закупівлі ІТ продукції. За оцінками фахівців у 2018–2019 рр. вони склали 15,7–15,9 млрд грн [19].

Відповідно до Глобального індексу конкурентоспроможності та Глобального інноваційного індексу

інновацій конкурентною перевагою України є якість людського капіталу та рівень вищої, середньої та професійної освіти. Щороку в Україні випускають 100 тис дипломованих фахівців з інженерно-технічних спеціальностей, з них 20 тис – фахівці в ІТ галузі. Наразі в Україні налічується 185 тис розробників і 4 тис ІТ компаній. За версією порталу «HackerRank» українські розробники програмного забезпечення обіймають 11 місце з 50 країн, що увійшли у рейтинг. Українські фрілансери за якістю та ефективністю послуг займають 7 позицію у світі, а до списку 100 найкращих аутсорсингових компаній світу входить 18 українських [20]. Роль держави у підготовці фахівців інженерно-технічних спеціальностей не варто недооцінювати, хоча зростаючі потреби ІТ сектору і, зокрема, стартапів, вимагають осучаснення існуючої парадигми навчання, перегляду освітніх програм, методик викладання та взаємодії з бізнесом.

Згідно з міжнародним досвідом, підвищенню якості людського капіталу в ІТ сфері сприяють такі заходи:

- введення програмування як обов'язкового предмету вже на рівні середніх шкіл, щоб надати базові знання в цій сфері широкому колу молоді;
- формування у студентів технічних спеціальностей бізнес-компетенцій, необхідних для відкриття власного бізнесу і заохочення підприємництва;
- надання молодим інноваторам – засновникам стартапів практичних знань з ведення бізнесу через мережі менторів та бізнес-консультантів, школи інноваторів та стартапів, галузеві тематичні навчальні програми, портали знань та ін.;
- підвищення компетентності викладачів університетів, що ведуть бізнес-дисципліни на технічних факультетах з посиленням практичної орієнтованості навчання;
- залучення експертів-практиків з досвідом створення успішних ІТ стартапів до викладання на технічних факультетах.

Провідні українські університети, зокрема, Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка, Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського, Львівська політехніка вже працюють в цьому напрямку, активно реформуючи освітні програми підготовки фахівців з інженерно-технічною освітою.

Більш системних і наполегливих зусиль держави вимагає посилення співпраці між університетами та ІТ бізнесом. Як свідчить світовий досвід, перетворення університетів у потужні інноваційні хаби, навколо яких створюються інформаційно-технологічні кластери, може надати значний імпульс до розвитку стартап підприємництва.

В Україні ініціатива у створенні інформаційно-технологічних кластерів належить приватному бізнесу. Наразі більш ніж 110 міжнародних компаній і стартапів мають в Україні свої R&D центри, серед них переважають компанії США (45%), ЄС та Ізраїлю the European Union and Israel. Це пришвидшує формування вітчизняних ІТ кластерів, які інтенсивно розвиваються у більш ніж 20 містах України. Найбільші з них знаходяться у Києві, Львові, Харкові, Дніпрі та Одесі. Саме ці міста (з великою перевагою Києва, де зконцентровано більш ніж 40% розробників програмного забезпечення та більше 50% R&D центрів міжнародних компаній) значно просунулися у формуванні своїх стартап-екосистем [20].

Приватному сектору належить ініціатива у створенні інфраструктурних компонентів екосистеми стартапів, а також івент та медіа менеджменті. За кошти приватних інвесторів були започатковані

такі швидкозростаючі інноваційні центри як UNIT.City, LvivTech.City, District IT Park та «Промприлад.Реновація». Водночас, в останні роки запрацювало декілька бізнес-інкубаторів та акселераторів для стартапів на базі державних академічних освітніх закладів: Сікорський Челлендж (Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського) Start-up Business Incubator KNU (Київський університет ім. Тараса Шевченка); Tech StartUp School (Львівська політехніка), YEP (10 вищих навчальних закладів з різних регіонів України).

Висновки. Держава виступає важливим суб'єктом побудови національних екосистем стартапів. У більшості країн світу створення стартап екосистеми розглядається в більш загальному контексті – створенні оптимальних умов для підприємництва і, зокрема, інноваційного підприємництва. Всі країни-лідери за рейтингом стартап екосистем (StartupBlink) мають високі міжнародні рейтинги за показниками конкурентоспроможності національної економіки, рівнем інноваційності, умовами ведення бізнесу та якістю освіти.

Як показує світовий досвід, політика стимулювання стартапів може бути проактивною, коли держава фактично виступає ініціатором формування екосистеми стартапів, або реактивною, коли дії держави є відповіддю на зростаючі потреби стартапів.

В Україні, хоча розвиток інноваційного підприємництва визначений як стратегічний пріоритет державної політики, темпи імплементації практичних заходів, спрямованих на досягнення цієї мети, недостатні. Це ставить під сумнів можливості подальшого динамічного зростання національної стартап екосистеми. Наразі в Україні відсутня довгострокова державна стратегія розвитку екосистеми стартапів, а стимулювання стартап індустрії носить ситуативний, фрагментарний характер.

До державних ініціатив останніх років, які мають позитивний вплив на ІТ індустрію та сектор стартапів, слід віднести:

- створення Міністерства цифрової трансформації, як координуючого органу з впровадження державної політики у сферах діджиталізації, цифрової економіки та інновацій;
- лібералізація законодавства щодо отримання робочої візи, спрощення реєстрації висококваліфікованих іноземних спеціалістів та відміна реєстрації іноземних інвестицій;
- створення «Українського фонду стартапів» для фінансування стартапів на початкових стадіях.

Найбільш вагомий позитивний вплив держави на розвиток екосистеми стартапів стосується людського капіталу. Традиційно високі стандарти підготовки, як і значна щорічна кількість випускників інженерно-технічних спеціальностей є суттєвими факторами, завдяки якому забезпечується динамічне зростання ІТ галузі та, зокрема, сектору стартапів. Важливо не втратити конкурентні позиції в цьому напрямі, осучаснюючи систему освітньої підготовки фахівців технічного профілю відповідно до потреб ринку.

Розвиток української екосистеми стартапів відбувається, в значній мірі, за рахунок приватного сектору, який забезпечує лівову частку фінансування стартап проектів, інфраструктурну базу, взаємодію між корпораціями та стартапами, медіа та івент менеджмент екосистеми стартапів.

Перспективними напрямками подальших досліджень є аналіз тенденцій розвитку світової індустрії стартапів та творче осмислення міжнародного досвіду для розбудови вітчизняної стартап екосистеми.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інвестиції в українські стартапи у 2019: огляд українського венчурного та приватного капіталу. URL: <http://uvca.eu/ua/news/investments-into-ukrainian-startups-in-2019-overview> (дата звернення: 15.06.2020).
2. Геєць В.М. Бар'єри на шляху розвитку промисловості на інноваційній основі та можливості їх подолання. *Економіка України*. 2015. № 1. С. 4–25.
3. Федулова Л.І. Марченко О.С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування. *Економічна теорія та право*. 2015. № 2 (21). С. 21–33.
4. Бланк С., Дорф Б. Стартап: настольна книга основателя. Москва : Альпина Паблішер, 2013. 616 с.
5. Остервальдер А., Пинье І. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. Москва : Альпина Паблішер, 2013. 288 с.
6. Graham P. Startup equals growth. URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>. (дата звернення: 15.06.2020).
7. Попко О.В., Мальчик М.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Логістика. 2014. № 811. С. 275–279.
8. Касич А.О., Джура А.М. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 24–31.
9. Мрихіна О.Б., Стояновський А. Р., Міркунова Т.І. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 9 (171). С. 215–225.
10. Курченко О.О. Державна підтримка стартапів у країнах ЄС: уроки для України. *Вісник Інституту економіки та прогнозування*. 2016. С. 65–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vier_2016_2016_10 (дата звернення: 04.05.2020).
11. Ситник Н.І. Інструменти державної підтримки екосистеми стартапів: досвід країн Центральної та Східної Європи. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 55–62. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-55-62>.
12. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 р. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovatsiinogo-rozvitku-ukrainy/> (дата звернення: 15.06.2020).
13. Startupblink / Startup Ecosystem Rankings Report 2019. URL: <https://report.startupblink.com/> (дата звернення: 04.05.2020).
14. Васиук Г. Что нужно для формирования стартап-экосистемы в Украине? URL: <https://investgazeta.ua/blogs/chto-formirovaniya-startap-ekosistemy-ukraine> (дата звернення: 15.06.2020).
15. Global Innovation Index 2019. URL: <https://www.globalindex.org/gii-2019-report> (дата звернення: 01.04.2020).
16. Янчишин С. Перспективы для IT: какие технологии будут востребованы в 2020 году. URL: <https://mind.ua/ru/openmind/20207697-perspektivy-dlya-it-kakie-tehnologii-budut-vostrebovanny-v-2020-godu> (дата звернення: 15.06.2020).
17. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України: Офіційний сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення: 15.06.2020).
18. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо усунення бар'єрів для залучення іноземних інвестицій: Закон України від 23.05.2017 р. № 2058-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2058-19#Text> (дата звернення: 25.06.2020).
19. Український фонд стартапів: Офіційний сайт. URL: <https://usf.com.ua> (дата звернення: 25.06.2020).
20. Unit City: Tech Ecosystem Guide to Ukraine. URL: <https://tech-ukraine.com> (дата звернення: 15.06.2020).
21. Fedulova L.I., Marchenko O.S. (2015) Innovatsiini ekosystemy: sutnist ta metodolohichni zasady formuvannya [Innovative ecosystems: their essence and methodological bases of formation]. *Ekonomichna teoriia ta pravo*, no. 2 (21), pp. 21–33.
22. Blank S., Dorf B. (2013) Startap: nastol'naya kniga osnovatelya [Startup: Founder's Handbook]. Moscow: Al'pina Pablisher, 616 p. (in Russian)
23. Ostervalder A., Pyne Y. (2013) Postroenie biznes-modelej. Nastol'naya kniga stratega i novatora [Building business models. Handbook of a strategist and innovator]. Moscow: Al'pina Pablisher, 288 p. (in Russian)
24. Graham P. Startup equals growth. URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>. (accessed 15 June 2020)
25. Popko O.V., Malchuk M.V. (2014). Suchasna paradyhma startapiv u biznesi [The modern paradigm of startups in business]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*. Lohistyka, no. 811, pp. 275–279. (in Ukrainian)
26. Kasych A.O., Dzhura A.M. (2019) Startapy yak forma pidpriemnytskoi diialnosti: poniattia, znachennia, zarubizhnyi dosvid [Startups as a form of entrepreneurial activity: their concept, meaning and foreign experience]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 2, pp. 24–31. (in Ukrainian)
27. Mrykhina O.B., Stoianovskiy A.R., Mirkunova T.I. (2015) Perspektyvy startap-kompanii u konteksti konkurentospromozhnoho rozvytku ukrainskoho rynku vysokoykh tekhnolohii [The prospects for startup companies in the context of competitive development of the Ukrainian high-tech market]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 9 (171), pp. 215–225. (in Ukrainian)
28. Kurchenko O.O. (2016). Derzhavna pidtrymka startapiv u krainakh ES: uroky dlia Ukrainy [State support for startups in EU countries: lessons for Ukraine]. *Visnyk Instytutu ekonomiky ta prohnozu-vannia*. Available at: <http://nbuv.gov.ua/>(accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
29. Sytnik N.I. (2020). Instrumenty derzhavnoi pidtrymky ekosystemy startapiv: dosvid krain Tsentralnoi ta Skhidnoi Yevropy [The tools for state support of the startup ecosystem: the experience of Central and Eastern Europe countries]. *Problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 55–62. Available at: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-55-62>. (in Ukrainian)
30. Stratehiia innovatsinoho rozvytku Ukrainy na period do 2030 roku: Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 10.07.2019 [Strategy for innovative development of Ukraine for the period up to 2030: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated July 10, 2019]. Available at: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovatsiinogo-rozvitku-ukrainy/> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
31. Startupblink / Startup Ecosystem Rankings Report 2019. Available at: <https://report.startupblink.com/> (accessed 04 April 2020) (in Ukrainian).
32. Vasiukov H. Chto nuzhno dlia formirovaniya startap-ekosystemy v Ukraine? [What is needed for the formation of a startup ecosystem in Ukraine?]. Available at: <https://investgazeta.ua/blogs/chto-nuzhno-dlya-formirovaniya-startap-ekosistemy-ukraine> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
33. Global Innovation Index 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report> (accessed 01 April 2020).
34. Ianchyshyn S. (2020) Perspektyvy dlia IT: kakyte tekhnolohyy budut vostrebovanny v 2020 godu [Prospects for IT: what technologies will be in demand in 2020]. Available at: <https://mind.ua/ru/openmind/20207697-perspektivy-dlya-it-kakie-tehnologii-budut-vostrebovanny-v-2020-godu> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
35. Ministerstvo ta Komitet tsyfrovoy transformatsii Ukrainy: Ofitsiyniy sait [The Ministry and Committee for Digital Transformation of Ukraine: Official site]. Available at: <https://thedigital.gov.ua/> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
36. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo usunenня bar'єriv dlia zaluchennia inozemnykh investytsii. Zakon Ukrainy vid 23.05.2017 r. [On amendments to some legislative acts of Ukraine on the elimination of barriers to attracting foreign investments: Law of Ukraine of 23.05.2017 № 2058-VIII]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2058-19#Text> (accessed 25 June 2020). (in Ukrainian)
37. Ukrainskyy fond startapiv: Ofitsiyniy sait [Ukrainian Startups Foundation]. Available at: <https://usf.com.ua/> (accessed 25 June 2020). (in Ukrainian)
38. Unit City: Tech Ecosystem Guide to Ukraine. Available at: <https://tech-ukraine.com> (accessed 15 June 2020).

REFERENCES:

1. Investytsii v ukrainski startapy u 2019: ohliad ukrainskoho venchurnoho ta pryvatnoho kapitalu [Investments in Ukrainian startups in 2019: a review of Ukrainian venture and private capital]. URL: <http://uvca.eu/ua/news/investments-into-ukrainian-startups-in-2019-overview> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
2. Heiets V.M. (2015) Bariery na shliakhu rozvytku promyslovosti na innovatsiini osnovi ta mozhlyvosti yikh podolannia [Barriers to the industry development on innovation basis and opportunities to overcome them]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 1, pp. 4–25. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 21.10.2020.
The article was received 21 October 2020.

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-6

УДК 005-026.15

Соловйов І.О.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економіки і менеджменту
Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9767-5327>
E-mail: igorsol53@gmail.com*

Шашкова Н.І.

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки, менеджменту і адміністрування
Херсонського державного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8414-1569>
E-mail: shashnin79@gmail.com*

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ДОМІНАНТНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІКИ ТВОРЧОСТІ

Дану оглядову статтю присвячено дослідженню процесу становлення в Україні креатологічної формації з аналізом проблем, пов'язаних з переходом до креативної моделі, рушійною силою якої є креативність, тобто створення нових форм виробничих відносин за яких знаряддями праці стають знання та інформація, а кінцевим продуктом – інновації. Розглядаються особливості нової фази розвитку концепції менеджменту – креативного менеджменту. Обґрунтовано пріоритетність творчого напрямку розвитку і науковий погляд на креативний менеджмент як систему управління та мотивації творчої діяльності. Це зумовило появу управлінців – керівників творчих процесів, головною функцією яких є створення умов для розвитку різних форм креативності. Проаналізовані особливості і головні завдання сучасної менеджмент-освіти. Виявлені особливості особистісної креативності як індивідуального капіталу, що забезпечується творчими людьми, які працюють в умовах високих технологій, сприяння талантам і толерантності. Обґрунтовано науковий погляд на творчість як головний критерій і цільову функцію економічного і соціально-культурного розвитку.

Ключові слова: креативна економіка, креативний менеджмент, менеджмент, освіта, мотивація, стимулювання творчості персоналу, еволюція креативності.

Соловьев И.А., Шашкова Н.И. КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ДОМИНАНТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ ТВОРЧЕСТВА

Данная обзорная статья посвящена исследованию процесса становления в Украине креатологической формации с анализом проблем, связанных с переходом к креативной модели, движущей силой которой является креативность, то есть создание новых форм производственных отношений при которых орудиями труда становятся знания и информация, а конечным продуктом – инновации. Рассматриваются особенности новой фазы развития концепции менеджмента – креативного менеджмента. Обосновано приоритетность творческого направления развития и научный взгляд на креативный менеджмент как систему управления и мотивации творческой деятельности. Это обусловило появление управленцев – руководителей творческих процессов, главной функцией которых является создание условий для развития различных форм креативности. Проанализированы особенности и главные задачи современного менеджмент-образования. Выявлены особенности личностной креативности как индивидуального капитала, который обеспечивается творческими людьми, работающими в условиях высоких технологий, содействия талантам и толерантности. Обоснован научный взгляд на творчество как главный критерий и целевую функцию экономического и социально-культурного развития.

Ключевые слова: креативная экономика, креативный менеджмент, менеджмент, образование, мотивация, стимулирование творчества персонала, эволюция креативности.

Soloviov Ihor, Shashkova Nina. CREATIVE MANAGEMENT AS A DOMINANT ELEMENT OF THE ECONOMY OF CREATIVITY

The review article is devoted to the study of the process of formation of the newest creatological formation in Ukraine. The aim of the article is to analyze the problems associated with the country's transition to a creative model, the driving force of which is creativity or the creation of new forms of industrial relations, in which knowledge and information become tools, and the end product – innovation. Features of a new phase of development of the concept of management – creative management are considered. The foreign experience of introduction of principles of creative management is investigated, necessity of management and motivation of creative activity is proved and the priority of a creative direction of development is substantiated by formulation of priority tasks of the state at the decision of problems of increase of creative activity efficiency. Modern approaches to the interpretation of the definition of "creative economy", "creative era" in the context of their development are revealed, the scientific view on the development of the concept of creative management as a management system is substantiated, the need for management and motivation of creative activity is revealed. It is established that the human factor becomes the most important factor in resolving the contradictions between the new quality of the basis of civilization and the quality of natural regulators of economic development. It is established that a new type of management has led to the emergence of professional managers – leaders of creative processes, which perform specific functions to create conditions for various forms of creativity and stimulate the creative process. Features and main tasks of modern management education in Ukraine are considered. It is established that the main problems of teaching the theory and practice of creative management are the lack of the necessary educational literature and the lack of teachers who would use new methods and technologies. Peculiarities of personal creativity as individual capital provided by creative people working in the conditions of high technologies, promotion of talents and tolerance are revealed. The scientific view of creativity as the main criterion and target function of economic and socio-cultural development is substantiated.

Keywords: creative economy, creative management, management, education, motivation, stimulation of staff creativity, evolution of creativity.

Постановка проблеми. Характерними ознаками сучасної економічної ситуації у світі є невизначеність тенденцій, зміна лідерів, наростання кризових явищ, відсутність в управлінців творчого бачення і творчих моделей та методів управління.

Україна наразі знаходиться в глибокій, системній кризі, зумовленій багатьма чинниками, які негативно впливають на стан економіки і рівень достатку населення, країна з розвинутої, індустріальної держави перетворилась на постачальника сировини, дешевої робочої сили і споживача високотехнологічної продукції з країн Європи, Китаю і США.

Ситуація в економіці, політиці і в соціальній сфері свідчить про відсутність у керівництва держави стратегічних планів і будь-яких намірів щодо якнайшвидшого подолання численних проблем і розбудови соціально-орієнтованої економіки на основі сучасної, потужної, багатогалузевої промислово-індустріальної бази.

Аналіз досвіду країн, які в аналогічних ситуаціях знаходили шляхи і можливості для виходу з кризи дозволяє зробити висновок, що у більшості випадків вони вибудовували креативну економіку, рушійною силою якої є креативність, тобто створення нових форм виробничих відносин, за яких знаряддями праці стають знання та інформація, а кінцевим продуктом – інновації.

Отже, необхідність вирішення проблеми підвищення ефективності творчої діяльності на даному етапі потребує реалізації комплексу заходів у всіх сферах діяльності суспільства і держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вивчення і використання творчості персоналу широко розповсюджується в дослідницькій, практичній і освітніх сферах з середини 1930-х років. Вперше питання необхідності дослідження, розробки та імплементації інструментів креативного менеджменту підняли такі науковці як Дж. Гілфорд та Е. Торренс. Витоки менеджменту творчості знаходяться в розробках А. Осборна, який намагався впорядкувати і структурувати творчий процес за допомогою «мізкового штурму». Він вперше показав на практиці можливість управляти творчим процесом. Міф про обов'язковість «осяяння» у творчості було піддано сумніву. В 1950-х рр. в США з'явилися перші консалтингові агенції, які пропонували послуги з розв'язання нестандартних задач. Серед сучасних зарубіжних науковців, які займаються питаннями креативного менеджменту і дослідженням епох, які народжували творчих особистостей слід назвати Дж. Гоуена М. Олсона [8], Д. Саймонтона [9], К. Зельцера, Т. Бентлі [10], Р.Г. Флориду [7] та ін.

Серед вітчизняних дослідників, праці яких присвячені питанням креативного менеджменту слід назвати І. Свидрука [6], О. Кузьміна [1], В. Окорського, А. Валюха [4], О. Продиус [5]. Аналіз останніх досліджень і публікацій з обраної теми свідчить, що і досі залишається низка невирішених питань щодо його місця в процесах розвитку економіки і функціонування менеджмент-освіти.

Мета статті полягає у дослідженні нової фази розвитку концепції менеджменту як системи управління, що виводиться на якісно новий ступінь науковості. Було поставлено завдання: дослідити зарубіжний досвід впровадження засад креативного менеджменту, довести необхідність управління та мотивації творчої діяльності і обґрунтувати пріоритетність творчого напрямку розвитку з формулюванням першочергових завдань держави при вирішенні проблеми підвищення ефективності креативної діяльності.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. В сучасному світі матеріальним підґрунтям економіки є 62 тис. транснаціональних корпорацій (ТНК), фінансову діяльність яких забезпечують більш ніж 500 транснаціональних банків. Сьогодні ТНК володіють 80% сировинних ресурсів, 70% фінансових ресурсів і що є найголовнішим – вони володіють 75 % патентів і ліцензій.

Фінансові володарі світу мають необмежені можливості для створення умов, які сприяють розвитку творчості, що прирікає на поразку у конкурентній боротьбі з ними будь-яких виробників, не інтегрованих у структури ТНК. Зараз ТНК об'єднують свої ресурси і творчий потенціал, переходять на інноваційні технології розробки і виробництва нової продукції, створюють національні інноваційні кластери, поширюючи вплив на світову економіку.

В Україні давно існує проблема розробки та впровадження такої стратегії економічного і господарського розвитку національної економіки, яка дозволила б вітчизняним виробникам досягти прийняттого рівня конкурентоздатності. Вже не піддаються сумнівам актуальність і пріоритетність стратегічного управління розвитком і змінами на основі науково-обґрунтованих процедур прогнозування і планування, що базуються на стратегічному мисленні і творчому підході. Тому найближчі 5–10 років мають стати для України часом творчості, оскільки тільки творча діяльність визначає сьогодні динаміку і результати науково-технічного розвитку.

В. Ойкен ще в 1930 р. показав, що ринок, сутність якого з позицій управління полягає в передачі відповідальності за прийняття рішень від людини до механізму «попит-пропозиція», не забезпечує економічної рівноваги [3]. Але і централізована, так звана «командна» економіка, виявилась нездатною встановлювати ринкову рівновагу. Доведено, що тільки творчий підхід дозволяє погодити більшість протиріч, притаманних ринку, за рахунок переходу до керованої соціокультурної еволюції на базі суспільного інтелекту. Таким чином, людський фактор стає найбільш вагомим чинником вирішення протиріч між новою якістю базису цивілізації та якістю стихійних регуляторів господарського розвитку, тобто тільки інтелект менеджерів здатен вирішувати проблеми економічного розвитку.

Сучасна ситуація в світі характеризується непередбачуваністю змін, жорсткою конкуренцією, зменшенням часових проміжків між кризами, множинністю форм господарювання, моделей управління, різноплановими проблемами і конфліктами, змінами лідерів ринку.

Основними причинами виникнення кризових ситуацій в корпоративних структурах є нездатність більшості топ-менеджерів передбачати зміну векторів і пріоритетів розвитку в економіці, неспроможність вчасно знаходити правильні відповіді на питання, що виникають; відсутність креативного підходу при пошуку оптимальних рішень. Неможливість розпланувати усе заздалегідь, поява неочікуваних змін змусили бізнес перейти від цінової до інноваційної конкуренції, залучаючи творчі особистості і створюючи їм умови для самореалізації і плідної праці, впроваджуючи інноваційні та інформаційні технології, створюючи людино-машинні системи, системи організаційного навчання та ін. При цьому виявлялись шляхи інтенсифікації колективного творчого процесу на виробництві і в суспільстві, способи стимулювання індивідуальної та творчої креативності.

Розвиток суспільства та його продуктивних сил відбувається під постійним, дедалі зростаючим впли-

вом знань на усі види діяльності. З 1950-х років, тобто з початку епохи сучасної НТР, знання стало визначальним чинником розвитку економіки і зростання конкурентоздатності як окремих підприємств так і великих корпорацій. За своїм впливом на кінцевий результат знання почало випереджати капітал і трудові ресурси, які довгий час мали вирішальне значення для економічного та соціального розвитку.

На думку аналітиків японського дослідного центру NRI (Nomura Research Institute), нині на зміну індустріальній добі прийшла епоха творчості, нова креатологічна або культурно-творча епоха [13].

Саме творчість у креативній формації стає головним критерієм і цільовою функцією економічного та соціально-культурного розвитку. Креативність розглядається як ключовий ресурс і мета розвитку як особистості, так і усього суспільства. Це зумовило появу професійних управлінців серед яких виділялись керівники творчих процесів, які виконували специфічні функції:

1. Отримання нових знань та створення їх баз з метою отримання синергетичного ефекту від спільних зусиль.
2. Впровадження нововведень на усіх етапах технологічних процесів.
3. Організація та навчання команд для колективного виконання завдань і координації зусиль.
4. Впровадження системи безперервної освіти.
5. Встановлення колективної мети, цілей і цінностей.

Самим прибутковим товаром і ціннішим надбанням в сучасному світі стають патенти, ліцензії, know-how, програмне забезпечення, інтелектуальні та художньо-культурні твори. Головною метою організації стає не досягнення бізнесових цілей, а створення умов для виховання, навчання і розвитку обдарованих особистостей, талантів, організація інноваційної діяльності. Основою роботи менеджменту стає розробка нових форм і моделей управління та безперервна освіта.

В сучасній Україні такий економічний ресурс як творчість персоналу використовується мало і неефективно. Топ-менеджери не знають можливостей управлінських технологій залучення креативності в бізнес-процес. Як відмічав Т. Тен, «... організації не можуть бути творчими тільки через те, що робітники не знають як стати творцями нових ідей, рішень і розробок, а менеджери не знають як керувати і мотивувати творчість персоналу у відповідності з організаційними цілями і задачами» [11].

Питаннями виникнення і становлення нової творчої епохи вчені почали займатися з 60-х років минулого століття. Були виділені її наступні характеристики. Це наявність геніальних особистостей, умов та ресурсів для реалізації їх ідей, навчальних закладів, які б були в змозі надавати високоякісну освіту, суспільство, яке б визнавало їх досягнення.

Епохи, які народжували творчих особистостей почали називати креатологічними. Культурно-творчий простір аналогічної сучасної формації визначається поняттями «креатогенне суспільство», «креативна економіка», «тотальне мистецтво», «універсальна творча особистість». Ключовими чинниками розвитку стають:

- а) способи і методи отримання та оперативної обробки інформації;
- б) творчо обдаровані особистості ,які продукують нові ідеї;
- в) власне творчість як цільова функція всебічного розвитку суспільства.

Американський соціолог Р.Г. Флорида вказувала на те, що головною ознакою нового суспільного класу є креативна діяльність чи то у сфері бізнесу, освіти, охорони здоров'я, права або в будь-якій іншій. Особливості креативного класу визначені творчою функцією його членів. Оскільки креативність – рушійна сила економічного розвитку, креативний клас зайняв в суспільстві домінуюче положення. Лише дослідивши його зростання і характерні цінності, можна зрозуміти природу масштабних змін, що відбуваються у суспільстві і раціонально планувати майбутнє [7, с. 9].

Далі автор відзначає, що досвід низки країн світу показав як треба створювати сприятливі умови для креативності в діловому і суспільному житті: «Легким цей шлях не назвеш, але жодної іншої альтернативи немає» [7, с. 11].

Нині креативність грає ключову роль в процесах розвитку економіки і суспільства. Вона стала основним джерелом конкурентної переваги. У сьогодинньому світі перемагає той у кого вищий потенціал креативності. Цей висновок є справедливим для будь якої епохи і країни, але тільки в останні кілька десятиліть воно отримало визнання, розуміння і гідну увагу з боку влади більшості розвинутих країн та менеджменту корпорацій [12].

Креативність має багато ознак, проявів і численних взаємопов'язаних форм. Наприклад, технічна або дослідно-конструкторська креативність посилюється елементами культурної та художньої творчості. Креативність виступає як найбільш значущий і вагомий нематеріальний актив організації у будь-якій сфері і галузі економіки. Талант і творчі здібності людини не можна продати або купити. Талановиту людину можна тільки найняти або звільнити, що зумовлює появу і становлення нових форм співробітництва на підприємствах. Для того щоб розвивались різні форми креативності необхідно створювати відповідні умови для праці творчих особистостей і середовище, яке буде сприяти і стимулювати творчий процес.

Нині ми живемо у світі, в якому традиційні підходи до здобуття конкурентних переваг не діють. Реалії сьогодення висувають нові вимоги до реакцій на зміни у зовнішньому середовищі. Вони мають бути своєчасними і дійовими, тому що ніхто не може запланувати заздалегідь якісь дії у відповідь на зміни у діях конкурентів і в кон'юктурі ринків. Для цього необхідно постійно вчитися та намагатися бути на крок попереду лідерів, тому що конкурентна перевага перестає бути сумою ефективностей і перемагають ті компанії, які весь час розширюють і поглиблюють свою діяльність, постійно змінюючи і трансформуючи свою стратегію. У книзі «Кінець конкурентної переваги» Р.Г. МакГрат доводить на прикладах, що конкурентні переваги взірця середини кінця 20 ст. вже не працюють. Головним завданням компаній, які хочуть досягти успіху, стає спрямованість на розвиток, що забезпечує переваги над конкурентами. «Зараз лідером є не той, хто вибрався на вершину гори, а той, хто знаходиться в центрі кола. Для досягнення успіху лідерам вже недостатньо планувати і керувати діями підлеглих, вони повинні уміти надихати їх своїми ідеями. У мережевому світі кращий спосіб стати ключовим гравцем – це стати незамінним партнером» [2].

Креативність стає економічною категорією і потребою, що зумовило появу нового креативного класу. Ключовим елементом в ньому є особистості, функцією яких є творча робота, вміння нестандартно мис-

лити, пропонувати нетривіальні рішення як проблем сьогоднішнього, так і тих, які виникнуть у майбутньому.

Особистістю креативності, як індивідуального феномену, притаманні здатність до аналізу і синтезу, готовність ризикувати, впевненість у собі і в своїх можливостях. Креативність стає органічною складовою суспільного життя і соціальним процесом в тому разі, коли вона культивується там, де діють мотиваційні стимули і підтримуються будь-які ознаки, форми і прояви творчого мислення. Наслідком такої політики є зростання потенціалу довгострокового економічного підйому і креативного капіталу, що забезпечується творчими людьми, які працюють в умовах високих технологій, сприяння талантам і толерантності (так звана тріада економічного розвитку).

Для молодих спеціалістів сьогодні недостатньо володіти знаннями із загальних і професійних дисциплін. Вони мають творчо переосмислювати отримані знання, вчитися генерувати ефективні творчі ідеї.

Необхідною умовою розвитку творчих здібностей майбутніх менеджерів є всебічна і гармонійна професійна освіта. Розвиток здібностей – задача інверсійна по відношенню до навчання у його сучасному вигляді. Процес навчання в загальному вигляді є цілеспрямованою, послідовною зміною навчальних завдань при взаємодії викладача і студентів з поступовим формуванням у них комплексу професійних знань і компетенцій в результаті засвоєння отриманої інформації.

Головним завданням сучасної менеджмент-освіти є оволодіння майбутніми спеціалістами методологією творчих перетворень. Навчити креативності дорослу людину достатньо важко, можливо лише створити умови, які стимулюють творчу діяльність. Важливим чинником при цьому є забезпечення студентів таким навчальним матеріалом, який би долучав їх до майбутньої професійної діяльності. Завдання викладача при цьому полягає у розробці та використанні технологій, спрямованих на становлення і удосконалення творчих вмінь, розвиток творчих здібностей і формування майбутнього фахівця з урахуванням результатів діагностики його індивідуальних особливостей.

Залучення студентів до професій, активізація зацікавленості і захоплення майбутньою професійною діяльністю відбувається в процесі участі студентів у науково-дослідній роботі, виконанні творчих завдань, курсових і дипломних робіт.

Творча діяльність сприяє виявленню особистісних якостей: активність, відповідальність, самостійність, рівень розвитку інтелекту, вміння відстоювати свої погляди і позиції. Виділення в навчальних задачах протиріч та місць, які вимагають творчого підходу дозволяють студентам долучитися до креативної діяльності і засвоїти «метазнання», тобто знання про те, як добувати нові знання і виходити у світ з більшою кількістю ступенів свободи.

Одночасно студенти мають засвоювати творчі прийоми розвивати інтуїцію та оволодівати холистичним підходом, тобто здатністю бачити проблему у максимально повному вигляді, відокремлюючи непотрібні деталі.

Інтуїція – це результат взаємодії обсягу знань і напруженої роботи думки, наполегливого пошуку рішень проблеми. Власне інтуїція – поняття ірраціональне за своєю сутністю, тісно пов'язане з творчістю і процесом пізнання. У стародавній Індії вважалося, що інтуїтивні здібності призначені лише для того, щоб розвивати їх і роль вчителя при цьому є ключовою. Саме творча особистість вчителя була тим

змістом навчання, який передавався з покоління в покоління.

До важливих питань підготовки можна віднести створення умов для самореалізації інтелектуальних особистостей, інтенсифікацію їх творчості та застосування методів стимулювання творчих колективів, формування креативного середовища на підприємстві та інше. Очевидною є проблема викладання принципів і методів креативного менеджменту на управлінських спеціальностях, оскільки вивчення цих питань є важливою складовою бізнес-освіти. За кордоном практично у всіх ВНЗ викладаються курси, пов'язані з проблемами організації колективної та індивідуальної творчості. В американських університетах, наприклад, викладаються такі курси «Творчість у бізнесі», «Творчість та інновації», «Підприємницька творчість» та багато інших. Деякі фонди у США, наприклад, фонд творчої освіти активно підтримують курси з бізнес-творчості, проводять різноманітні семінари, вебінари, тренінги з творчого вирішення проблем. Існує також велика кількість консалтингових агенцій та дослідницьких центрів, які займаються навчанням у питанні організації і розвитку творчості. Нині попит на подібні освітні програми в Україні дедалі зростає. В інтернет-мережах пропонують свою допомогу численні курси і тренінги, які вчать генерації та активізації творчого потенціалу, вмінню спонукати людину до креативної діяльності, забезпечувати права працівників на результати їх інтелектуальної праці.

Сучасні освітні стандарти визначають дисципліни, виходячи з компетенцій майбутніх спеціалістів в стандартних ситуаціях в тій чи іншій сфері професійної діяльності, але час і реалії сьогодні вимагають від них вміння орієнтуватися в нестандартних ситуаціях, застосовувати творчі, інноваційні технології і досягати максимального синергетичного ефекту. Для цього вони мають засвоїти навички формування творчих колективів, мати необхідний обсяг знань, лідерські здібності та вміння інтенсифікувати колективний творчий процес. Особливо важливим є творчий підхід в царині маркетингу, реклами, аналізу господарської діяльності, при пошуку резервів зростання, складання прогнозів, розробці планів діяльності на усіх часових інтервалах. На ринку праці існує постійний попит на копірайтерів, крійторів, креативних директорів для фірм, які займаються розробкою маркетингових планів для рекламних і PR-агенцій.

Професійність молодого спеціаліста полягає не в умінні слідувати посадовим інструкціям, а в тому, щоб вмінти робити те, чому його не навчали. Більшість викладачів вищої школи погоджується з тим, що творче мислення є найнеобхіднішою якістю менеджера, але в той же час існує певний скепсис по відношенню до результатів викладання за існуючими методиками навчання. Головні аргументи скептиків: «творчості навчити не можна», «здатність творити притаманна лише обдарованим, талановитим особистостям». Для цих викладачів поняття «креативність» асоціюється із чимось невизначеним, неконкретним і суб'єктивним, таким, що відноситься до мистецтва, а не до бізнесу. Творчість, на їх думку, не укладається в канони і догми управлінської науки, оскільки є непередбачуваним і некерованим явищем. Звідси і виникають сумніви щодо практичної користі цієї дисципліни для підприємницької діяльності і бізнесу.

Нині віра у надприродну сутність творчості розхитана концепцією креативного менеджменту, яка

переконливо довела можливість розвитку творчих здібностей. Творчості можна і необхідно вчити і витрати на це виявляються найбільш ефективними інвестиціями.

Висновки. Криза, в якій знаходиться українська економіка потребує невідкладних заходів щодо її реформування і перетворення в сучасну, конкурентоздатну та ефективну. Вирішальне значення при цьому має вибір правильних орієнтирів і цілей для розбудови нової суспільної формації. Результати досліджень доводять, що основним джерелом конкурентних переваг у сучасному світі є креативність. Тому творчий напрям розвитку має бути пріоритетним, пов'язаним з розробкою і впровадженням інноваційних технологій, пошуками, відбором і навчанням творчих особистостей, еволюцією креативності у всіх сферах діяльності, індивідуальних творчих засад, навичок і талантів, які несуть у собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць через експлуатацію інтелектуальної власності. Розвиток креативного менеджменту, який став самодостатньою складовою концепції менеджменту, є актуальною проблемою, яку необхідно вирішувати на державному рівні.

Першочерговими завданнями держави, при цьому стає:

1. Забезпечення пріоритету розвитку науки, техніки і сучасних технологій.

2. Порятунк «залишків» науково-дослідних інститутів і проблемних лабораторій національної і галузевої академії наук через відновлення у необхідних обсягах державного фінансування.

3. Створення мережі нових, державних науково-дослідних установ, лабораторій, центрів, завданням яких буде пошук джерел ефективної постіндустріальної модернізації країни, наукове забезпечення розвитку високоефективних видів господарської діяльності та конкурентоздатного бізнес-середовища.

4. Створення адекватного інституціонального середовища, яке буде визначати набір можливостей, що принесуть державі найбільшу вигоду.

5. Розвиток, виховання, навчання і заохочення творчих особистостей, навички, знання яких необхідні для інноваційного розвитку країни.

В межах подальших досліджень даної проблематики запланована розробка методики впровадження засадничих основ креативного менеджменту в діяльність підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузьмін О.І. Зінкевич Д.К. Характеристика та місце креативного менеджменту в системі управління машинобудівним підприємством. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.10. С. 159–167.
2. Мак-Грат Р.Г. Конец конкурентного преимущества. Москва : Лаборатория знаний, 2016. 248 с.

3. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. Пер. с немец. Москва : Прогресс, 1995. 494 с.
4. Окорський В.П., Валюх А.М. Креативний менеджмент : Підручник. Рівне: НУВГП, 2017. 344 с.
5. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 2 (3). С. 67–72. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2012/No3-4/67-72.pdf>.
6. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 224 с.
7. Флоріда Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш формат, 2018. 380 с.
8. Gowan J.C., Olson M. The Society Which Maximizes creativity. *Journal of Creative Behavior*. 1979. № 13 (3), pp. 194–210.
9. Simonton D.K. Greatness: Who Makes History and Why / D.K. Simonton. New York : The Guilford Press, 1994.
10. Seltzer K., Bentley T. The creative age: knowledge and skills for the new economy / K. Seltzer, T. Bentley. London : DEMOS, 1999.
11. Tan G. Managing creativity in organization: A total system approach. *Creativity and Innovation Management*. 1998. Vol. 7, no. 1, pp. 23–31.
12. The Science of Creativity. *Management Development Review*. 1997. Vol. 10, no. 6, pp. 203–204.
13. Xu F., McDonnell G., Nash W. A survey of creativity courses at universities in principal countries. *Journal of Creative Behavior*. 2005. Vol. 39. No. 2, pp. 75–88.

REFERENCES:

1. Kuzmin O.I., Zinkevych D.K. (2009) Kharakterystyka ta mistse kreatyvnoho menedzhmentu v systemi upravlinnia mashynobudivnym pidpriemstvom. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. Vol. 19.10, pp. 159–167.
2. Mak-Hrat R.H. (2016) Konets konkurentnoho preymushchestva. Moskva: Laboratoriya znanyi, 248 p.
3. Oiken V. (1995) Osnovnye pryntsypy ekonomicheskoi polityky. Per. s nemets. Moskva: Prohress, 494 p.
4. Okorskyi V.P., Valiukh A.M. (2017) Kreatyvnyi menedzhment: Pidruchnyk. Rivne: NUVHP, 344 p.
5. Prodius O.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment yak zaporuka suchasnoho efektyvnoho upravlinnia. *Ekonomika: realii chasu*, no. 2 (3), pp. 67–72. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2012/No3-4/67-72.pdf>
6. Svydruk I.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment. Navch.posibnyk. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 224 p.
7. Florida R. (2018) Homo creativus. Yak novyi klas zavoiouie svit. Kyiv: Nash format, 380 p.
8. Gowan J.C., Olson M. (1979) The Society Which Maximizes creativity. *Journal of Creative Behavior*, no. 13 (3), pp. 194–210.
9. Simonton D.K. (1994) Greatness: Who Makes History and Why. New York: The Guilford Press.
10. Seltzer K., Bentley T. (1998) The creative age: knowledge and skills for the new economy. London: DEMOS.
11. Tan G. (1998) Managing creativity in organization: A total system approach. *Creativity and Innovation Management*, vol. 7, no. 1, pp. 23–31.
12. The Science of Creativity / Management Development Review. 1997. Vol. 10, no. 6, pp. 203–204.
13. Xu F., McDonnell G., Nash W. (2005) A survey of creativity courses at universities in principal countries. *Journal of Creative Behavior*, vol. 39, no. 2, pp. 75–88.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2020.
The article was received 10 December 2020.



DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-7

УДК 005.336.3:658:339.9.012

Чиркова Ю.Л.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7315-9520>
E-mail: yuliya.l.chyrkova@lpnu.ua*

Петришин Н.Я.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-1778>
E-mail: natalya.petryshyn@gmail.com*

Бортнікова М.Г.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2346-8007>
E-mail: knysh.maryana@gmail.com*

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ-СУБ'ЄКТАХ ЗЕД

Статтю присвячено вивченню проблем формування систем менеджменту якості на підприємствах-суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності. Розкрито сутність поняття «якість» та узагальнено категорію «управління якістю діяльності підприємства». Охарактеризовано сучасні системи менеджменту якості підприємницьких структур, зокрема: систему управління якістю ISO 9001, систему управління безпечністю харчових продуктів ISO 22000, систему екологічного керування ISO 14001 та систему управління безпекою та гігієною праці OHSAS 18001. Відстежено досвід світових лідерів щодо формування систем менеджменту якості, а саме Сполучених Штатів Америки, Японії та європейських країн. Простежено динаміку розвитку процесів сертифікації якості бізнес-одиниць, зокрема за кількістю отриманих сертифікатів якості групи ISO у 2013–2019 роках в Україні. В результаті, узагальнено проблеми, які виникають у вітчизняних підприємств-суб'єктів ЗЕД під час формування систем управління якістю, а також наведено рекомендації щодо їх вирішення.

Ключові слова: якість, управління якістю, система менеджменту якості, міжнародні стандарти якості, сертифікація, конкурентоспроможність підприємства.

Чиркова Ю.Л., Петришин Н.Я., Бортнікова М.Г. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ-СУБЪЕКТАХ ВЭД

Статья посвящена изучению проблем формирования систем менеджмента качества на предприятиях-субъектах внешнеэкономической деятельности. Раскрыта сущность понятий «качество» и обобщена категория «управление качеством деятельности предприятия». Охарактеризованы современные системы менеджмента качества предпринимательских структур, в частности: система управления качеством ISO 9001, система управления безопасностью пищевых продуктов ISO 22000, система экологического управления ISO 14001 и система управления безопасностью и гигиеной труда OHSAS 18001. Отслежено опыт мировых лидеров по формированию систем менеджмента качества, а именно Соединенных Штатов Америки, Японии и европейских стран. Прослежена динамика развития процессов сертификации качества бизнес-единиц, в частности по количеству полученных сертификатов качества группы ISO в 2013–2019 годах в Украине. В результате, обобщены проблемы, которые возникают у отечественных предприятий-субъектов ВЭД при формировании систем управления качеством, а также приведены рекомендации по их решению.

Ключевые слова: качество, управление качеством, система менеджмента качества, международные стандарты качества, сертификация, конкурентоспособность предприятия.

Chyrkova Yuliia, Petryshyn Nataliia, Bortnikova Mariana. PROBLEMS OF DEVELOPING THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS AT ENTERPRISES ENGAGED IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

The article focuses on examining the problems of developing the quality management systems at the enterprises engaged in foreign economic activities. Today, companies operate in constantly changing market conditions. The formation of a new competitive environment forces companies to pay attention again to the efficiency and quality of goods and services, because in a fierce competition only those companies survive that could quickly adapt to such conditions. Globalization of markets, on the one hand, gives the consumer the right to choose the best, and, on the other hand, forces the manufacturer to look for new means to improve quality at the lowest cost. All these factors lead to the active development of quality management systems and methods, considering the wishes of consumers, the search for weaknesses in production and the best adjustment of the whole process for further successful development. Considering the above mentioned, the purpose of the article is to study the development and implementation of quality management system, as well as to identify the main problems of formation of quality management systems at enterprises-subjects of foreign economic activity and provide theoretical recommendations for their solution. The article reveals the essence of “quality” notion and discloses the concept of “quality management of the enterprise”. The description of modern quality management systems is implemented on the example of quality management system ISO 9001, food safety management system ISO 22000, environmental management system ISO 14001 and occupational safety and health management system OHSAS 18001. It has been studied the experience of world leaders in forming quality management systems on enterprises, namely the United States, Japan and European countries. Statistics on the number of ISO quality certificates received in 2013–2019 in Ukraine is presented to reveal the dynamics of developing the processes of business entities quality certification in our state. The problems that arise in domestic enterprises engaged in foreign economic operations during the formation of quality management systems are generalized.

Keywords: quality, quality management, quality management system, international quality standards, certification, enterprise competitiveness.

Постановка проблеми. Стрімка глобалізація економіки та зростання конкуренції сьогодні створюють нові виклики для підприємств. Допомогти утриматися на плаву в таких умовах може впровадження системи менеджменту якості, яка дозволить підприємству покращити бізнес-процеси виробничої діяльності, підвищити якість продукції і послуг, що в свою чергу приведе до зростання кількості споживачів та прибутку організації. Оскільки прогрес світової економіки демонструє, що якість продукції є визначальним показником успішної господарської діяльності, тому варто робити ставку саме на неї. Вітчизняним підприємствам-суб'єктам ЗЕД важко вистояти в ринковій конкуренції, часто саме через нижчу якість продукції, а з формуванням систем менеджменту якості часто виникають проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість систем управління якістю у своїх дослідженнях підтверджують багато учених, серед яких Е. Демінг, Т. Пітерс, Д. Гарвін, Дж. Джуран, Ф. Кросбі, В. Шухарт. Їхні праці здійснили значний вплив на сучасне розуміння поняття якості. Серед вітчизняних науковців тематику управління якістю за об'єкт дослідження обрали С.С. Гаркавенко, Р.А. Бичківський, М.І. Шаповал, П.Я. Калита та інші. Це свідчить про інтерес та розуміння виняткової важливості даної теми у вітчизняному та зарубіжному науковому середовищі. Разом з тим, попри велику кількість наукових досліджень, що присвячені системам менеджменту якості, недостатньо уваги приділено проблемам, з якими стикається підприємство при формуванні зазначених систем, зокрема в умовах активізації міжнародної економічної співпраці підприємницьких структур.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних проблем формування систем менеджменту якості на підприємствах-суб'єктах ЗЕД та надання теоретико-прикладних рекомендацій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний покупець щодня стає вимогливішим та сам диктує умови ринку, вимоги до якості товарів, до цін тощо. Підприємство вже сьогодні мусить володіти інформацією про те, яка потреба в покупця виникне завтра, щоб відразу і максимально повною мірою її задовольнити. Такі умови стимулюють виробників зокрема й до покращення якості продукції та якості обслуговування.

Саме по собі поняття «якість» є досить багатограним та має безліч трактувань, оскільки під ним мається на увазі велика кількість специфічних властивостей певних предметів чи явищ. В класичному варіанті якість розглядається як комплекс властивостей об'єкта, що засвідчують його здатність задовільнити конкретні потреби, відповідати своєму призначенню та вимогам, що пред'являються. Українська асоціація якості трактує якість, як безперервний процес вдосконалення, спосіб ведення бізнесу, коли необхідно бути кращим, досконалішим, ніж конкуренти, а не лише мати продукцію вищої якості. За міжнародним стандартом ISO 9000-2000, якість – це «ступінь, до якого сукупність властивостей продукту, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або загальнозрозумілі очікування» [1].

Якість визначається дією багатьох випадкових, місцевих і суб'єктивних факторів. Саме для врахування впливу таких факторів на рівень якості і потрібна система менеджменту якості. Для цього необхідними є не окремі епізодичні зусилля, а комплекс заходів постійного впливу на процес ство-

рення товару задля підтримки встановленого рівня якості [2].

Доцільно розмежувати поняття «управління якістю продукції» та «управління якістю діяльності підприємства». Управління якістю продукції відбувається як постійний цілеспрямований процес впливу на фактори та умови, які супроводжують створення продукції, що характеризуватиметься критерієм оптимальності з точки зору представлених до неї вимог, і в підсумку уможливіє максимально ефективне її використання. Що стосується категорії управління якістю діяльності підприємства, то це узагальнююче поняття, безпосереднім елементом якої є менеджмент якості продукції. Вона являє собою систему управління для спрямування та контролювання усіх напрямів діяльності організації (виробничо-технологічного, кадрового, ринкового, інноваційного, зовнішньоекономічного) стосовно критерію якості. Іншими словами, – це система, відповідальна за комплексний план діяльності підприємства, що спрямований на розробку і впровадження агрегованого підходу із забезпечення та поліпшення якості діяльності, продукції та послуг на усіх ключових процесах підприємства [3].

Також можна сказати, що це процес поліпшення усієї сукупності параметрів якості через послідовне наближення їх характеристик до заданих з одночасним зниженням частоти та амплітуди їх коливань у межах цільових значень. Головна функція такого процесу – забезпечення ефективності діяльності в інтересах споживачів продукції та працівників компанії [4].

Задля покращення якості продукції та забезпечення конкурентних переваг в умовах євроінтеграції на вітчизняних підприємствах-суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) впроваджуються системи менеджменту якості. Наразі існує і використовується значна кількість різноманітних систем управління якістю, які є добровільними для впровадження на підприємствах, але їх наявність є обов'язковою при налагодженні міжнародної економічної співпраці. Аналізування найпопулярніших сучасних систем управління якістю на підприємствах відображено в табл. 1 [5].

Для багатьох окремих галузей створені власні стандарти менеджменту якості, в основу яких покладені ISO серії 9000 та особливості забезпечення безпеки, управління якістю у певних галузях економіки. До прикладу, у сфері телекомунікацій функціонує система якості TL 9000, в аерокосмічній галузі – AS 9100, для медичної продукції – ISO 13485: 2003, для автомобільної галузі ISO 16949 тощо.

Вищезгадані системи менеджменту якості уже перевірені роками та довели свою ефективність. Вітчизняним підприємствам варто запозичити досвід формування систем менеджменту якості у провідних країн світу. Наприклад, в США вирішення проблем якості шукали в протекціоністських заходах, таких як тарифи, квоти, мито, які мали б захищати від конкурентів їхню продукцію. Саме ж питання покращення якості було на другому плані. Проте згодом передові американські менеджери дійшли думки, що цей метод має тимчасовий ефект, тому потрібно підвищувати якість продукції новими заходами. В середині 80-х років ХХ ст., як спосіб покращення якості і виявлення дефектів, проводилися навчання прямо на робочих місцях. У той же час були видані дві монографії Е. Демінга: «Якість, продуктивність і конкурентоздатність» та «Вихід із кризи», у яких викладено знамениті «14 ідей», які і стали базою для менеджменту якістю. Від тоді у США стали

Таблиця 1

Сучасні системи менеджменту якості на підприємствах України

Назва системи	Короткий зміст
Система управління якістю відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2015	Управлінська модель, за допомогою якої можна швидко реагувати на зміни ринкового середовища. Дієвий інструмент для аналізу роботи підприємства, який ідентифікує проблемні місця для впровадження запобіжних та коригувальних дій. Впровадження цього стандарту, як вагомий показник якості продукції чи послуг, дозволяє підприємству утримувати постійних клієнтів та залучати нових, збільшувати обсяги збуту продукції, підвищувати рівень конкурентоспроможності.
Система управління безпечністю харчових продуктів (СУБХП) ISO 22000:2018 або HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)	Являє собою, перш за все, запобіжну систему, що передбачає проведення ідентифікації та контролювання небезпечних біологічних, хімічних, фізичних та інших чинників у критичних точках технологічного процесу виробництва. Вона базується на беззаперечному виконанні підприємством-виробником усіх вимог чинних санітарних норм і правил. Може функціонувати або самостійно, а також входити до складу комплексної системи управління якістю. Основне призначення системи - забезпечити контроль на всіх етапах виробництва для того, щоб не виникало ситуації, коли продукція вже реалізовується, а ще не оформлені результати дослідницьких та випробувальних процедур.
Система екологічного керування відповідно до вимог ДСТУ ISO 14001:2015	Є частиною всієї системи менеджменту організації, яка забезпечує формування екологічної політики на підприємстві. Сертифікована система екологічного керування у відповідності до вимог стандарту ДСТУ ISO 14001 збільшує економічні показники шляхом зменшення фінансових витрат на виплату штрафних санкцій. Окрім того, виконання вимог стандарту допомагає організації проводити моніторинг і впроваджувати процедури вимірів, які дозволяють відслідковувати прямі або непрямі впливи на навколишнє середовище.
Система управління безпекою та гігієною праці (OHSAS) відповідно до вимог ДСТУ OHSAS 18001	Система управління безпекою та гігієною праці – це частина загальної системи управління, яка спрямована на ідентифікацію небезпек, оцінку та управління ризиками в сфері безпеки та гігієни праці, що супроводжують діяльність організації.

чіткіше усвідомлювати проблему якості, а у компаніях з'являлися ресурси, потенціал, амбіції і добре оплачуване керівництво вищої ланки. Саме великі капіталовкладення в нові технології, розроблення та створення нових видів продукції створили передумови для нової технічної революції, у тому числі в області якості [1].

Особливості американського досвіду з менеджменту якості полягають у наступному:

- жорсткий контроль за якістю виготовлення продукції з використанням методів математичної статистики;
- контроль за процесом планування виробництва, виконанням планів;
- удосконалення управління фірмою в цілому;
- допомога підприємствам з боку держави;
- великий обсяг інвестицій у розвиток НТП [1, с. 47].

Також вартим уваги є японський підхід щодо якості. Після Другої світової війни промисловість Японії була абсолютно зруйнована, однак наприкінці 40-х – початку 50-х років японські менеджери пройшли навчання у американських науковців з якості Е. Демінга і Д. Джурана, після чого стали успішно застосовувати знання з менеджменту якості в своїй країні. В Японії управління якістю розглядалось як метод керівництва не лише окремими підприємствами, а й в цілому економікою країни. Цей підхід зрештою став базою для так званого «японського дива» [1].

Ключові аспекти японського досвіду з менеджменту якості зводяться до такого:

- імплементація програм підвищення якості;
- широке впровадження наукових розробок в технології;
- аналіз причин невідповідності на базі методів математичної статистики;
- високий рівень комп'ютеризації всіх виробничих операцій;
- довірчі довгострокові відносини з постачальниками;
- систематичне навчання персоналу, в тому числі й керівництва;
- державна підтримка та широка пропаганда ідей якості [1, с. 44–45].

В той час, коли Японія і США, починаючи з 50-х і 60-х років, реалізовували програми підвищення якості та здійснювали перехід до менеджменту якості, в європейських країнах питання якості ще залишалось на рівні контролю та забезпечення. Проте вже в середині 80-х років почався рух до високої якості продукції й удосконалення самого забезпечення якості, що було викликано великою конкуренцією в Європі. Вже у 1985 р. прийняли концепцію гармонізації європейських стандартів і введено вимоги щодо забезпечення безпеки і надійності продукції на рекомендаційному рівні. А наприкінці 80-х років частина Європи зробила орієнтацію на стандарти ISO 9000. Для їх прийняття було проведено величезну підготовчу роботу для створення спільного економічного ринку з ефективним обміном товарами і робочою силою між країнами Європи [1, с. 49].

Європейський досвід з менеджменту якості містить наступні базові моменти:

- гармонізація вимог національних стандартів, правил щодо проведення сертифікації;
- створення регіональної інфраструктури і мережі національних організацій, уповноважених проводити роботи з сертифікації продукції;
- створення спільного європейського ринку;
- прагнення європейських країн здійснити суттєві зміни в області якості та сприйняття громадянами країн нових вимог;
- творче використання передового досвіду з поліпшення якості [1, с. 53].

Щодо України, то по кількості впровадження систем менеджменту якості та сертифікації ми маємо значно нижчі показники, ніж в країнах ЄС, США, але вітчизняні підприємства вже мають достатній рівень усвідомленості про необхідність застосування ефективних механізмів управління та ведення діяльності на засадах впровадження і функціонування сучасних стандартів якості серії ISO. Нижче подано статистику по кількості виданих сертифікатів ISO в Україні протягом 2013–2017 років (табл. 2) [6].

Найбільша кількість сертифікатів вітчизняним підприємствам по ISO 9001 видано в металургійній, харчовій та машинобудівній галузі. Загалом

можна побачити зростання в останні роки, проте все ж ці показники поступаються європейським країнам. Це частково пов'язано з тим, що українські підприємства-суб'єкти ЗЕД при формуванні систем менеджменту якості стикаються з рядом проблем, які можна умовно поділити на такі групи: суб'єктивного характеру, економічного характеру та організаційно-управлінського характеру (рис. 1) [7].

Цілком очевидно, що вирішення вказаних проблем повинно відбуватись послідовно, проте сис-

темно та комплексно. Для цього на вітчизняних підприємствах вкрай необхідно більш глибоко впроваджувати тотальну систему менеджменту якості TQM. Концепція TQM передбачає цілеспрямоване й належно скоординоване використання методів управління якістю на всіх етапах виробничої діяльності – від досліджень та розроблень до післяпродажного обслуговування [1, с. 58]. Не зважаючи на те, що вказана технологія є основою для розроблення стандартів якості ISO, вона виходить

Таблиця 2

Кількість виданих в Україні сертифікатів за стандартами ISO у 2013–2019 рр.

Тип стандарту	Кількість стандартів за рік, шт.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ISO 9001	1275	1311	1052	1386	1173	1294	1506
ISO 22000	173	201	167	209	186	199	363
ISO 14001	196	190	155	442	193	222	251
ISO 27001	12	9	12	22	47	49	55
ISO 50001	10	22	5	21	24	19	12



Рис. 1. Проблеми формування систем менеджменту якості (СМЯ) на вітчизняних підприємствах-суб'єктах ЗЕД

далеко за рамки цих стандартів. Якщо стандарти ISO 9000 проголошують досягнення якості кінцевою стратегічною метою, то концепція TQM позиціонує досягнення запланованого рівня якості як поточний процес, де сам рух так само важливий, як і кінцева мета. Саме концепція TQM дає змогу максимально задовольняти вимоги і запити всіх груп зацікавлених осіб організації, яка виступає в ролі постачальника високоякісних благ. При цьому, опираючись на досвід провідних країн світу, доцільно зазначити, що не зважаючи на значний арсенал потужних інструментів (моделей премії якості EFQM, бенчмаркінг, системи комплексного обслуговування устаткування TPM тощо), навіть їх коректне застосування не призводить до отримання очікуваних результатів щодо удосконалення якості, якщо на підприємствах відсутня базова культура TQM. Неможливо удосконалити те, чого априорі немає, тому власникам та керівникам підприємства, зокрема й менеджерам зовнішньоекономічного напрямку необхідно докласти усіх зусиль для формування базової культури тотального управління якості, в межах якої забезпечити розуміння основних принципів, методів та інструментарію як з боку відповідальних керівників, так і усіх без винятку виконавців.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки, можемо наголосити, що саме якість продукції сьогодні має надзвичайно велике стратегічне значення у політиці кожного підприємства. Багато компаній витісняються з вітчизняного ринку і не мають можливості виходу на іноземний, саме через недостатній рівень якості продукції. У таких умовах конкуренції ігнорування важливості якості може привести підприємство до втрати споживачів, прибутків, а в результаті й до кризи. В першу чергу, висока якість продукції може бути отримана завдяки продуманій та добре сформованій системі управління якістю. Проте розробка і впровадження системи менеджменту якості потребують істотних ресурсів, як матеріальних, так і трудових. Окрім цього, ще є низка проблем, які можуть виникнути у організації під час формування системи менеджменту. Це можуть бути проблеми суб'єктивного, економічного або організаційно-управлінського характеру. Поступове вирішення зазначених проблем можливе шляхом поглибленого впровадження системи TQM із акцентуванням уваги на розвитку базової культури управління якістю на підприємствах, зокрема й в умовах активізації зовнішньоекономічних операцій. Таким чином, за умови вирішення усіх таких проблем та успішного впровадження системи менеджменту якості, вона зможе забезпечити підприємство не тільки додатковими економічними вигодами, а й довгостроковими конкурентними перевагами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Заплотинський Б.А., Тупкало В.М. Управління якістю. Навчально-методичний посібник. Київ : ННІМП ДУТ, 2015. 168 с.
2. Мишко О.В. Управління якістю – запорука підвищення конкурентоспроможності продукції. *Економіка. Фінанси. Право*. 2014.

- № 3. С. 41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2014_3_12 (дата звернення: 21.10.2020).
3. Данченко О.Б. Белова О.І., Сафар Х.М. Основні аспекти управління якістю діяльності підприємства торгівлі. *Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка*. 2019. Вип. 2. С. 169–175. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2019_2_22 (дата звернення: 21.10.2020).
4. Безнощенко Н. О. Підвищення якості продукції як чинник зростання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4. С. 15–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_4_4 (дата звернення: 22.10.2020).
5. Сучасні системи управління якістю, що застосовуються в Україні. Навіщо потрібно впроваджувати? Кому це потрібно? URL: https://www.ormr.gov.ua/news/4986suchasni_sistemi_upravlinnia_ikistiu_shcho_zastosovuiutsia_v_ukraini_navishcho_potribno_vprovadzhuvat_komu_tse_potribno.html (дата звернення: 21.10.2020).
6. The ISO Survey 2019. URL: <https://isotc.iso.org/livelink/livelink?func=ll&objId=18808772&objAction=browse&viewType=1> (дата звернення: 24.10.2020).
7. Іванілов О.С., Гришко О.А. Актуальні проблеми розвитку системи менеджменту якості промислового підприємства залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. №50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualni-problemi-rozvitku-sistemi-menedzhmentu-yakosti-promislovogo-pidpriemstva-zaliznichnogo-transportu> (дата звернення: 24.10.2020).

REFERENCES:

1. Zaplotynskiy B.A. Tupkalo V.M. (2015) Upravlinnia yakistiu [Quality management]. Kyiv: NNIMP DUT. (in Ukrainian)
2. Myshko O.V. (2014) Upravlinnia yakistyu – zapорука pidvyshchennya konkurentospromozhnosti produkciyi [Quality management – preventing increased competitiveness of products]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 3, p. 41. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2014_3_12 (accessed 21 October 2020) (in Ukrainian).
3. Danchenko O.B., Bielova O.I., Safar Kh.M. (2019) Osnovni aspekty upravlinnia yakistyu diyal'nosti pidpriyemstva torhivli. [Basic aspects of quality management of trade enterprises]. *Vcheni zapysky universytetu "KROK". Seriya: Ekonomika*, vol. 2, pp. 169–175. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2019 (accessed 21 October 2020). (in Ukrainian)
4. Beznoshchenko N.O. (2013) Pidvyshchennya yakosti produkt-siyi yak chynnyk zrostannya konkurentospromozhnosti mashynobudivnoho pidpriyemstva [Improving product quality as a factor in the growth of competitiveness of machine-building enterprises]. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*, vol. 4, pp. 15–22. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_4_4 (accessed 22 October 2020). (in Ukrainian)
5. Modern quality management systems used in Ukraine. Why implement? Who needs it? Available at: https://www.ormr.gov.ua/news/4986-suchasni_sistemi_upravlinnia_ikistiu_shcho_zastosovuiutsia_v_ukraini_navishcho_potribno_vprovadzhuvat_komu_tse_potribno.html (accessed 21 October 2020). (in Ukrainian)
6. The ISO Survey 2019. Available at: <https://isotc.iso.org/livelink/livelink?func=ll&objId=18808772&objAction=browse&viewType=1> (accessed 24 October 2020).
7. Ivanilov O.S., Hryshko O.A. (2015) Aktual'ni problemy rozvytku systemy menedzhmentu yakosti promyslovoho pidpriyemstva zaliznynchno transportu [Actual problems of quality management system development of an industrial enterprise of railway transport]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 50. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualni-problemi-rozvitku-sistemi-menedzhmentu-yakosti-promislovogo-pidpriemstva-zaliznichnogo-transportu> (accessed 24 October 2020). (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 08.11.2020.
The article was received 08 November 2020.

СЕКЦІЯ 3

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-8

УДК 338.43:332.1(477.7)

Завгородній А.В.
*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економіки та інформаційних технологій
Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини
Вищого навчального закладу «Університет «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2598-2106>
E-mail: Andrew-mdu@ukr.net*

РОЗВИТОК АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ

Сучасний розвиток агропродовольчої сфери Південного регіону України обумовлений глобальними факторами зміни клімату та соціально-економічними наслідками пандемії COVID-19. Головною складовою агропродовольчої сфери є сільське господарство, яке має значний рівень розвитку в областях Південного регіону України. Протягом останніх років спостерігається щорічне коливання індексу сільськогосподарської продукції як у напрямках зменшення, так і збільшення показників. Однак, визначальні зміни у розвитку відбулись у поточному році, що обумовлене вкрай негативним впливом кліматичних умов на врожайність всіх основних сільськогосподарських культур та призвело до зменшення прибутковості кризового фінансового стану значної кількості господарств, які потребують державної підтримки для подальшого функціонування. Подібні тенденції будуть спостерігатись і в наступні роки, що вимагає комплексного стратегічного реформування агропродовольчої сфери Південного регіону України у напрямку удосконалення традиційної продукції, запровадження інновацій з метою розширення існуючих і формування нових ринків збуту.

Ключові слова: агропродовольча сфера, сільське господарство, рослинництво, тваринництво, виноградарство, державна підтримка, інновації.

Завгородній А.В. РАЗВИТИЕ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЕ ЮЖНОГО РЕГИОНА

Современное развитие агропродовольственной сферы Южного региона Украины обусловлено глобальными факторами изменения климата и социально-экономическими последствиями пандемии COVID-19. Главной составляющей агропродовольственной сферы является сельское хозяйство, которое имеет значительный уровень развития в областях Южного региона Украины. В течение последних лет наблюдается ежегодное колебание индекса сельскохозяйственной продукции как в направлениях уменьшения, так и увеличения показателей. Однако, определяющие изменения в развитии состоялись в текущем году, что обусловлено крайне негативным влиянием климатических условий на урожайность всех основных сельскохозяйственных культур и привело к уменьшению прибыли и кризисного финансового состояния значительного количества хозяйств, нуждающихся в государственной поддержке для дальнейшего функционирования. Подобные тенденции будут наблюдаться и в последующие годы, требует комплексного стратегического реформирования агропродовольственной сферы Южного региона Украины в направлении усовершенствования традиционной продукции, внедрение инноваций с целью расширения существующих и формирования новых рынков сбыта.

Ключевые слова: агропродовольственная сфера, сельское хозяйство, растениеводство, животноводство, виноградарство, государственная поддержка, инновации.

Zavhorodnii Andrii. DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL FOOD SPHERE OF THE SOUTHERN REGION

Global climate change factors and socio-economic consequences of the COVID-19 pandemic affect the current development of the agri-food sector of the Southern region of Ukraine. Agriculture is the main component of the agri-food sector. Economic development, food security of the region, living standards depend on agriculture. Crop and animal husbandry has a high level of development in the Southern region of Ukraine. The index of agricultural products has been fluctuating constantly in recent years. These oscillations have directions of decrease and directions of increase. However, the development of the agri-food sector has significantly decreased this year. The reason for the decrease is very negative climatic conditions, in particular, drought. Yields have fallen sharply, and companies are in a financial crisis. The state can help the affected enterprises and provide state support. Climatic and market conditions determine the need to adjust the development of the agri-food sector. New competitive varieties of grain are being introduced, which are able to ensure sustainable yields of high quality products in arid conditions of the steppe zone of southern Ukraine, work is being carried out on breeding highly productive breeds of sheep, sunflower hybrids are being created. It is important to introduce new cultures for the Southern region of Ukraine. Their cultivation should increase yields in arid climates. It is advisable to grow olives and make olive oil. The region has favorable conditions for growing peanuts, amaranth, saffron, sweet potatoes, chickpeas, asparagus, almonds. It is important to improve the marketing component of traditional crops. The systematic implementation of the state policy of sustainable innovation and investment recovery and development with the involvement of public funds and resources of private business will contribute to ensuring the further development of the agri-food sector of the Southern region of Ukraine. The interaction between scientists, private enterprises, farmers, the state and other participants in ensuring the development of the agri-food sector on the basis of partnership is important. This interaction will help improve the implementation of the strategy for improving the agri-food sector. Similar trends will occur in the coming years. Comprehensive strategic reform of the agri-food sector of the southern region of Ukraine is necessary. This includes the improvement of traditional agricultural products. The introduction of innovations is crucial for further development. These measures will lead to the expansion of markets and economic growth.

Keywords: agro-food sphere, agriculture, crop production, animal husbandry, viticulture, state support, innovations.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку агропродовольчої сфери Південного регіону України зазнав значних перетворень, обумовлених факторами природного та соціально-економічного змісту. Глобальна зміна клімату у напрямку підвищення температури повітря та зменшення кількості опадів призводить до збільшення рівня посушливості в регіоні, що негативно впливає на урожайність сільськогосподарських культур та обсяги продукції тваринництва. Зазначена обставина збільшує економічну напруженість у регіоні та впливає на продовольчу безпеку держави в цілому, особливо у період пандемії COVID-19 та пов'язаної з нею економічної нестабільності на внутрішньому та міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені досліджують проблематику агропродовольчої сфери Південного регіону України. Зокрема, ґрунтоване дослідження теоретичних засад агропродовольчої сфери здійснюють в своїх працях О. Бовкун [1], Т. Калашнікова [7], Є. Ланченко [9], В. Самофатова [12], практичні результати розвитку певних видів сільськогосподарської продукції як складової агропродовольчої сфери окремих областей Півдня України аналізують Л. Галагат [2], Л. Клименко, Л. Длугоборська [8]. Однак, зазначені дослідження розглядають питання розвитку агропродовольчої сфери Південного регіону України в окремих аспектах, що обумовлює необхідність комплексного дослідження проблематики із врахуванням її новітніх тенденцій.

Мета статті полягає в аналізі розвитку агропродовольчої сфери Південного регіону України в напрямку дослідження сільського господарства як її визначальної складової із врахуванням новітніх тенденцій та визначенням перспективних напрямків удосконалення.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Південний регіон України вирізняється вагомим природно-ресурсним потенціалом та сприятливим кліматом для ведення тваринництва та вирощування на території Миколаївської, Одеської та Херсонської областей значних врожаїв широкого спектра зернових, технічних і плодоовочевих культур. Регіону також притаманний значний потенціал виноградарства та садівництва. Але належність територій до зон недостатнього зволоження і ризикованого землеробства визначає значний рівень залежності розвитку агропродовольчої сфери від кліматичних умов.

Відмінною рисою є приблизна рівність питомої ваги Миколаївської, Одеської та Херсонської областей в загальному виробництві продукції рослинництва та тваринництва Південного регіону України (рис. 1, рис. 2).

Південний регіон є найбільшим виробником в Україні овочевої та баштанної продукції, займає провідні позиції у вирощуванні томатів та рису. Основними напрямками рослинництва є вирощування проса, ячменю, вівса, пшениці, зернобобових, сої та соняшника. Миколаївська, Одеська та Херсонська області відзначаються значним розвитком садівництва і виноградарства та мають потенційні можливості для подальшого удосконалення вирощування органічної продукції.

У галузі тваринництва Південного регіону України провідні позиції займає Херсонська область, яка має високі рівні за кількістю надоеного молока від однієї корови, настригу вовни від однієї вівці, виробництву яєць. В Миколаївській і Одеській областях відбувається зменшення обсягів виробництва молока,

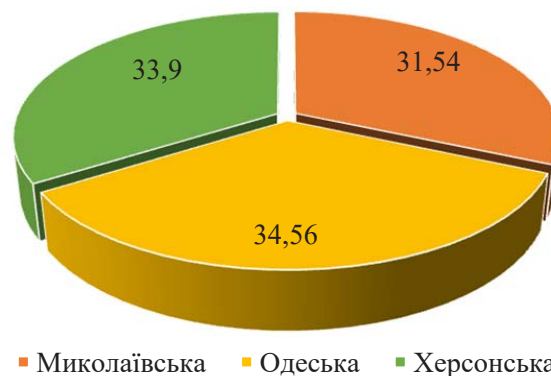


Рис. 1. Питома вага областей в загальному виробництві продукції рослинництва Південного регіону України у 2019 році, у % [13]

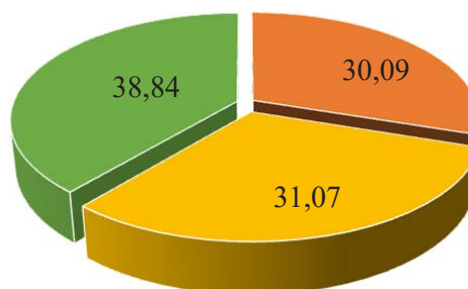


Рис. 2. Питома вага областей в загальному виробництві продукції тваринництва Південного регіону України у 2019 році, у % [13]

м'яса через скорочення чисельності поголів'я худоби та птиць в усіх категоріях господарств, однією з причин цього є наслідки аномальної засухи, що унеможливила заготівлю достатньої кількості кормів.

Співвідношення питомої ваги областей обумовлює необхідність комплексного дослідження розвитку агропродовольчої сфери Південного регіону України у напрямку удосконалення процесу підготовки та здійснення сільськогосподарської діяльності на засадах впровадження інновацій.

В 2019 році у Південному регіоні України кількість підприємств для яких основним видом діяльності є вирощування однорічних, дворічних і багаторічних культур, процес відтворення рослин, організація тваринництва, а також змішане сільське господарство та допоміжна діяльність у сільському господарстві та післяурожайна діяльність становила 10759 одиниць, що на 5,1% менше, ніж у 2017 році [4–6].

Індекс сільськогосподарської продукції господарств усіх категорій Південного регіону України за 2010–2019 роки зазнавав щорічних коливань, зокрема, найменший його показник зафіксовано у 2012 році, а найвищий – у 2013 році, який відзначився значним нарощування обсягів виробництва зернових та соняшника. З 2014 року спостерігається незначна кореляція показників індексу сільськогосподарської продукції, однак у 2019 році зафіксоване значне падіння зазначеного показника в Одеській області.

Як видно з рис. 4, станом на вересень 2020 року індекс сільськогосподарської продукції зменшився

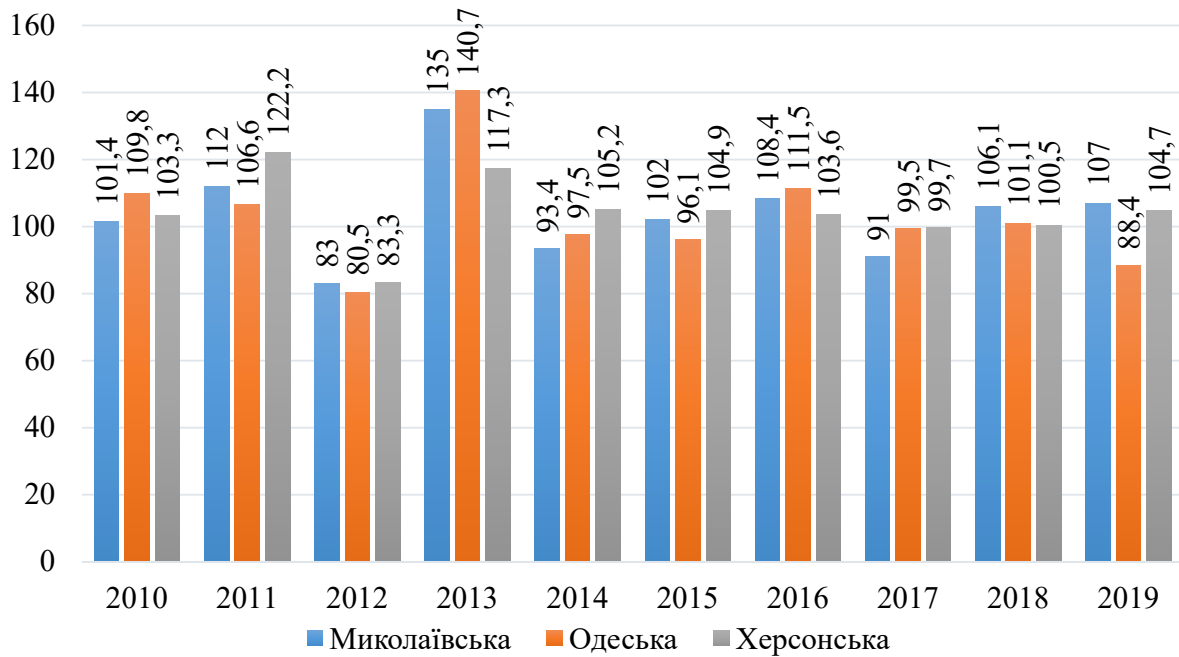


Рис. 3. Динаміка зміни індексів сільськогосподарської продукції господарств усіх категорій Південного регіону України за 2010–2019 рр. (у % до попереднього року)

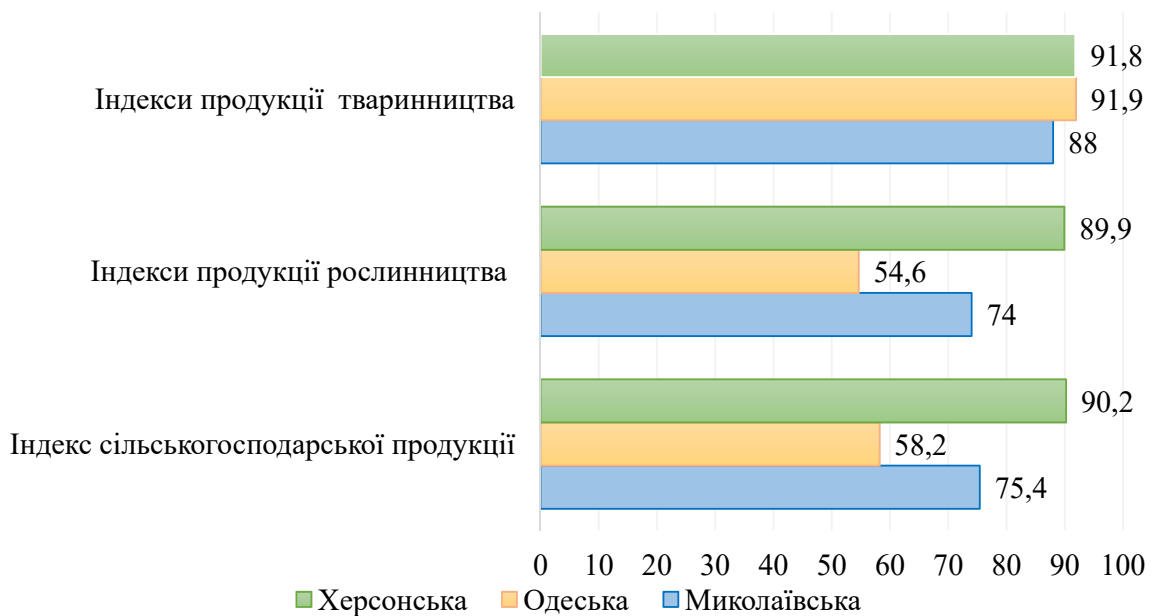


Рис. 4. Індекси сільськогосподарської продукції, продукції рослинництва і тваринництва господарств усіх категорій областей Південного регіону України у січні-вересні 2020 року (у % до відповідного періоду попереднього року) [4–6]

у всіх областях Південного регіону, що пов'язане із скороченням чисельності поголів'я худоби та птиці, як в сільськогосподарських підприємствах, так і в господарствах населення та скороченням виробництва в галузі рослинництва через несприятливі погодні умови. Зокрема, в Одеській області за січень-вересень 2020 року зафіксовано найбільше в Україні падіння фізичного обсягу виробництва продукції сільського господарства (показник становить 58,2% від відповідного періоду 2019 року), при чому, індекс у підприємств області становить 46,7%, а у госпо-

дарств населення – 77,1% [11]. Найменше падіння індексу сільськогосподарської продукції в південному регіоні відбулося у Херсонській області – показник становить 90,2% від відповідного періоду 2019 року, слід зауважити, що у господарств населення показник залишився майже без змін і у січні – вересня 2020 року становить 99,4% [6].

2020 рік відзначився негативними наслідками впливу кліматичних умов на подальший розвиток агропродовольчої сфери Південного регіону України. Через посуху середня урожайність соняшника у

регіоні сягає 0,6–0,8 т/га, що на 0,7–0,8 т/га менше, ніж у 2019 році. Найскладніша ситуація в Одеській області, в якій за результатами жнив немає культури, урожайність якої виросла. Через несприятливі погодні умови область втратила приблизно 30% дрібних фермерських господарств [11]. Приблизно 65% постраждалих – це південь області, решта 35% – північ. Ця обставина не лише унеможливила їх цього річний розвиток та модернізацію, але і поставила під сумнів їх подальше функціонування без державної підтримки, податкових пільг та компенсації за втрачений урожай. Це може призвести до регіональної кризи, оскільки сільськогосподарські підприємства забезпечують роботою місцевих жителів, завдяки податкам яких формується більша частина бюджетів сіл та селищ області. Задля покращення ситуації в агропромисловому комплексі та мінімізації втрат аграріїв від посухи Одеська обласна державна адміністрація виділила 15 млн. грн. додатково на підтримку цих підприємств. Загалом на підтримку агропромислового комплексу з обласного бюджету було виділено понад 22 млн грн [10].

Через весняні приморозки і літню посуху винограду в 2020 році, у порівнянні з минулим роком, зібрали менше, зокрема, в Херсонській області – на 900 т, також знизилась середня врожайність – 5,3 т/га у порівнянні з 5,6 т/га у минулому році [13].

Кліматичні та ринкові умови визначають необхідність коригування розвитку агропродовольчої сфери у визначених напрямках.

По-перше, удосконалення традиційних сільськогосподарських культур, відповідно до кліматичних та ринкових умов. Зокрема, впроваджуються нові конкурентоспроможні сорти зернових, що здатні забезпечити одержання сталих урожаїв високоякісної продукції в посушливих умовах степової зони Півдня України (сорти пшениці м'якої озимої «Благо», «Бургунка» тощо), ведеться робота з виведення високопродуктивних порід овець м'ясного напрямку. Відбувається створення гібридів однієї з найприбутковіших сільськогосподарських культур регіону – сояшника, які одержали властивості високої врожайності в умовах тривалої посухи, до яких належать, наприклад, «Казіо», «Санай», «Босфора» тощо.

По-друге, запровадження новітніх культур для Південного регіону України, для збільшення урожайності яких сприятиме зміна кліматичних умов. Зокрема, доцільним є вирощування оливок і виготовлення оливкової олії, що робить перспективним створення оливкових плантацій.

Також Херсонська і Одеська області мають найбільш сприятливі умови для вирощування арахісу, вирощування якого, однак, вимагає спеціальної агротехніки. Зважаючи на значну посушливість клімату доцільним вважається вирощування у регіоні амаранту як посухостійкої рослини, а також вирощування таких культур як шафран, батат, нут, сочевиця, спаржа. Одним із реальних способів диверсифікації сільського господарства в умовах мінливого клімату Півдня України є створення промислових мигдальних садів.

Окрім застосування нових видів продукції відбувається удосконалення маркетингової складової традиційних сільськогосподарських культур. Херсонщина вже здійснює експорт кавунів до країни Прибалтики, у Великобританію, Молдову, Німеччину, Польщу, але для збільшення експорту та підвищення попиту на внутрішньому ринку є реєстрація географічного зазначення «Херсонський кавун»,

що має свідчити про стійку репутацію завжди якісного та смачного продукту.

Забезпеченню подальшого розвитку агропродовольчої сфери Південного регіону України сприятиме системна реалізація державної політики сталого інноваційно-інвестиційного відновлення та розвитку із залученням державних коштів та ресурсів приватного бізнесу. Зокрема, у 2020 році ухвалено Концепцію державної цільової програми розвитку овочівництва до 2025 року, яка спрямована на розвиток галузі овочівництва та забезпечення населення високоякісною овочевою продукцією.

Для забезпечення сталого розвитку агропродовольчої сфери необхідним є впровадження науково-обґрунтовано підходу до створення і реалізації стратегії, яка базуватиметься як на вітчизняних особливостях, так і на врахуванні досвіду країн світу. Для впровадження розроблених стратегічних заходів особливе місце займає практичне налагодження взаємодії між державою, науковцями, приватними підприємствами, фермерами та іншими учасниками забезпечення розвитку агропродовольчої сфери на засадах партнерства, що сприятиме реалізації спільної мети.

Зокрема, у Південному регіоні України функціонують науково-дослідні установи з центром наукового забезпечення в Інституті зрощуваного землеробства, які займаються дослідженням впливу кліматичних змін, селекцією культур та тварин, районованих для степового півдня, розробкою нових технологій. Також діють Інститут рису, Інститут тваринництва степових районів, що є національним науковим центром з проблем вівчарства, Інститут сільського господарства Причорномор'я Національної академії аграрних наук України. На базі Миколаївського національного аграрного університету проходять засідання науково-координаційної Ради Південного міжрегіонального наукового центру НААН України.

Необхідним є розширення державної підтримки виноградарсько-виноробної галузі Південного регіону України шляхом надання прямої адресної підтримки на гектар для утримання виноградників, надання підтримки на закладання молодих виноградників, зміни компенсації вартості саджанців, вирішення питання меліорації на державному рівні.

Важливою складовою ефективного розвитку виступає оптимізація роботи переробних підприємств та удосконалення логістики зі зберігання продукції. Визначальним має стати стратегічний розвиток органічного агропромисловництва із впровадженням високопродуктивних сортів сільськогосподарських культур у Південному регіоні України.

Висновки. Розвиток агропродовольчої сфери Південного регіону України має відбуватися у напрямку стабільного забезпечення населення держави доступною за ціною сільськогосподарською продукцією високої якості шляхом підвищення ефективності, запровадження інноваційних складових та збільшення конкурентоспроможності господарств сфери із метою забезпечення продовольчої безпеки та розширення існуючих та формування нових ринків збуту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бовкун О.А. Формування системи діагностики, управління економічною безпекою підприємств агропродовольчої сфери : монографія *Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини*. Умань : Візаві, 2019. 135 с.
2. Галат Л.М. Фактори та тенденції розвитку овочівництва у Херсонській області. *Агросвіт*. 2019. № 22. С. 9–18.

3. Інвестиційний потенціал Херсонської області. *Департамент розвитку сільського господарства та зрошення Херсонської обласної державної адміністрації*. URL: <https://razumkov.org.ua/statii/khto-i-iaк-investuie-v-ukrainuhttps://khoda.gov.ua> (дата звернення: 06.11.2020).
4. Індекс сільськогосподарської продукції по Миколаївській області. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.11.2020).
5. Індекси сільськогосподарської продукції в Одеській області Головне управління статистики в Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.11.2020).
6. Індекси сільськогосподарської продукції у Херсонській області Головне управління статистики у Херсонській області. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.11.2020).
7. Калашнікова Т.В. Удосконалення державної підтримки аграрних підприємств України в умовах глобалізації: [Монографія]. Харків : «Влавке», 2014. 280 с.
8. Клименко Л.В., Длугоборська Л.В., Школьнік О.О. Маркетингові аспекти формування експортного потенціалу садівничих господарств. *Агросвіт*. 2019. № 24. С. 42–49.
9. Ланченко Є.О. Формування системи соціально-трудових відносин у аграрному секторі економіки : монографія. Київ : ЦП «Компринт», 2019. 556 с.
10. На Одещині на підтримку АПК додатково виділено 15 млн гривень. *Аграрне інформаційне агентство Agravery*. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/na-odesini-na-pidtrimku-apk-dodatkovovo-vidileno-15-mln-griven> (дата звернення: 03.11.2020).
11. На Одещині через посуху збанкрутувало близько 30% дрібних фермерів. *Kurkul.com*. URL: <https://kurkul.com/news/22686-na-odeschini-cherез-posuhu-zbankrotuvalo-blizko-30-dribnih-fermeriv> (дата звернення: 06.11.2020).
12. Самофатова В.А. Сталый розвиток агропродовольчої сфери регіону: теорія, методологія, управління. Одеса : Астропринт, 2018. 312 с.
13. Сільське господарство України за 2019 рік. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 07.11.2020).
3. Development and Irrigation of Kherson Regional State Administration (2020) *Investytsiynyy potentsial Khersons'koyi oblasti* [Investment potential of Kherson region]. Available at: <https://razumkov.org.ua/statii/khto-i-iaк-investuie-v-ukrainuhttps://khoda.gov.ua> (accessed 06 November 2020).
4. Main Department of Statistics in Mykolayiv Oblast (2020) *Indeks sil's'kohospodars'koyi produktsiyi po Mykolayivs'kiy oblasti* [Index of agricultural production on the Nikolaev area]. Available at: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua> (accessed November 02, 2020).
5. Main Department of Statistics in the Odessa region (2020) *Indeksy sil's'kohospodars'koyi produktsiyi v Odes'kiy oblasti* [Indices of agricultural products in the Odessa region]. Available at: <http://www.od.ukrstat.gov.ua> (accessed 06 November 2020).
6. Main Department of Statistics in Kherson region website (2020) *Indeksy sil's'kohospodars'koyi produktsiyi u Khersons'kiy oblasti* [Indices of agricultural products in Kherson region]. Available at: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/> (accessed 06 November 2020).
7. Kalashnikova T.V. (2014) *Udoskonalennya derzhavnoyi pidtrymky ahrarykh pidpryyemstv Ukrayiny v umovakh hlobalizatsiyi* [Improving state support of agricultural enterprises of Ukraine in the context of globalization]. Kharkiv. "Vlavke", 280 p. (in Ukrainian)
8. Klimenko L.V., Dlugoborskaya L.V., Shkolny O.O. (2019) *Marketingovi aspekty formuvannya eksportnoho potentsialu sadivnychychkh hospodarstv* [Marketing aspects of the formation of the export potential of horticultural farms]. *Agrosvit*, no. 24, pp. 42–49. (in Ukrainian)
9. Lanchenko E.A. (2019) *Formuvannya systemy sotsial'no-trudovoykh vidnosyn u ahromomu sektori ekonomiky* [Formation of the system of social and labor relations in the agricultural sector of the economy]. Kyiv: "Komprynt", 556 p. (in Ukrainian)
10. Agravery News Agency (2020) *Na Odeshchyni na pidtrymku APK dodatkovovo vydileno 15 mln hryven* [In the Odesa region, an additional UAH 15 million has been allocated to support the agro-industrial complex]. Available at: <https://agravery.com/en/posts/show/na-odesini-na-pidtrimku-apk-dodatkovovo-vidileno-15-mln-griven> (accessed 03 November 2020).
11. Kurkul.com (2020) *Na Odeshchyni cherez posukhu zbankrotuvalo blyz'ko 30% dribnykh fermeriv* [In the Odesa region, about 30% of small farmers went bankrupt due to the drought]. Available at: <https://kurkul.com/news/22686-na-odeschini-cherез-posuhu-zbankrotuvalo-blizko-30-dribnih-fermeriv> (accessed 03 November 2020).
12. Samofatova V.A. (2018) *Stalyy rozvytok ahroprodovol'choyi sfery rehionu: teoriya, metodolohiya, upravlinnya* [Sustainable development of the agri-food sector of the region: theory, methodology, management]. Odessa: Astroprint, 312 p. (in Ukrainian)
13. Agriculture of Ukraine for 2019. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 07 November 2020).

REFERENCES:

1. Bovkun O. (2019) *Formuvannya systemy diahnostryky, upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstv ahroprodovol'choyi sfery* [Formation of the system of diagnostics, management of economic safety of enterprises of agro-food sphere]: Uman state. ped. Pavel Tychyna University. Uman: Vizavi. (in Ukrainian)
2. Galat L.M. (2019) *Faktory ta tendentsiyi rozvytku ovochivnytstva u Khersons'kiy oblasti* [Factors and trends in the development of vegetable growing in the Kherson region]. *Agrosvit*, no. 22, pp. 9–18. (in Ukrainian)

*Стаття надійшла до редакції 09.11.2020.
The article was received 09 November 2020.*

СЕКЦІЯ 4 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-9

УДК 336.719.2(477)

Давиденко Н.М.*доктор економічних наук, професор,**Національний університет біоресурсів і природокористування України**E-mail: davidenk@ukr.net**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7469-5536>***Колодяжна В.О.***магістр першого року навчання,**Національний університет біоресурсів і природокористування України**E-mail: vika_kolodiazhna@ukr.net**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9962-526X>*

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті визначено сучасні підходи до визначення сутності фінансової безпеки банківської системи держави, як основної складової її економічної системи. Визначено основну мету підтримки фінансової безпеки банку та структуру банківського сектору держави в розрізі його платоспроможності. Здійснено оцінку основних показників діяльності банківського сектору держави та проведено аналіз сучасного його стану протягом 2014–2019 рр. на основі офіційної статистичної інформації Національного банку України. Визначено вплив націоналізації ПАТ «Приватбанк» та обґрунтовано основні її наслідки для державної частки банківського сектору. Охарактеризовано ефективність функціонування банківської системи України, а також вплив банківської реформи на нівелювання наслідків кризи банківської системи.

Ключові слова: фінансова безпека, держава, банківська система, платоспроможність, фінансова стійкість.

Давиденко Н.Н., Колодяжная В.А. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

В статье определены современные подходы к определению сущности финансовой безопасности банковской системы государства, как основной составляющей её экономической системы. Определена основная цель поддержания финансовой безопасности банка и структура банковского сектора государства в разрезе его платежеспособности. Осуществлена оценка основных показателей деятельности банковского сектора государства и проведен анализ современного его состояния в течении 2014–2019 годов, на основе официальной статистической информации Национального банка Украины. Определено влияние национализации ПАО «Приватбанк» и обоснованы основные её последствия для государственной доли банковского сектора. Охарактеризована эффективность функционирования банковской системы Украины, а также влияние банковской реформы на нивелирование последствий кризиса банковской системы.

Ключевые слова: финансовая безопасность, государство, банковская система, платежеспособность, финансовая устойчивость.

Davydenko Nadiia, Kolodiazhna Viktoriia. ASSESSMENT OF FINANCIAL SECURITY OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE

Today, the basis of financial security of the state is to ensure the stability and security of the banking system, because the decline in confidence in banks causes damage to the financial security of the whole country. The purpose of the article is to study the essence of financial security of the banking sector and develop proposals for its strengthening based on an assessment of the state of the banking sector at this stage of economic development. The primary tasks of the banking system are the stabilization of the monetary system of the state, the accumulation of financial resources of society, ensuring the stability of the national currency, which together have a significant impact on its financial security. That is why it is necessary to determine the state of the banking sector of the state in terms of its ability to withstand internal and external negative factors in the banking process. Therefore, the state of financial security of the banking system is subject to constant analysis, especially in our time, due to the difficult military-political situation and economic instability in the country, which has negatively affected the activities of commercial banks. The article presents the main indicators of the banking sector of Ukraine during 2014–2019, which provide an opportunity to analyze trends in its state under the influence of internal and external factors. The main characteristic features of the banking system of Ukraine in the conditions of modern challenges are determined. According to the results of the analysis, it can be stated that the state of the banking system of Ukraine is quite unstable, primarily due to the change in the structure of the banking sector and the fact that Ukraine is on the way to overcoming the crisis of the banking system. As a result of the research, measures have been identified to ensure the stability of the banking sector and increase the level of financial security of the banking system. It is established that in order to further ensure the stability of the financial security of the banking system of Ukraine at a high level, considerable attention should be paid to improving the banking management system and tools of state financial monitoring of the banking sector.

Keywords: financial security, state, banking system, solvency, financial stability.

Постановка проблеми. Банківська система є найбільш невід'ємною складовою фінансово-кредитної системи держави загалом, адже стан банківського сектору має безперечний вплив на підтримку та розвиток економіки країни. Банківські установи відіграють ключову роль в забезпеченні функціонування

фінансової системи держави, оскільки, комерційні банки мають безпосередній вплив на соціально-економічну діяльність суспільства за рахунок акумулювання його фінансових ресурсів та забезпечення їх ефективного та раціонального розподілу. Тому, на даному етапі, а саме в умовах економічної та полі-

тичної нестабільності в середині держави, а також під впливом зовнішніх факторів, слід приділити значну увагу надійності та ефективності функціонування банківської системи країни, оскільки, це має суттєвий вплив на рівень фінансової безпеки держави загалом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню фінансової безпеки держави значна увага приділялася в наукових працях вітчизняних науковців, таких як: Н.С. Педченко, О. Барановський, Т. Болгар та М. Єрмошенко. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць в аспекті даної теми, питання щодо оцінки стану фінансової безпеки банківської системи держави в умовах економічної нестабільності держави залишається відкритим.

Мета статті полягає в дослідженні сутності фінансової безпеки банківського сектору та розробці пропозицій щодо її зміцнення на основі оцінки стану банківського сектору на даному етапі розвитку економіки.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Фінансова безпека банківської системи є одним з визначальних факторів фінансової безпеки держави загалом, оскільки банківська система виступає одним з основних елементів економічної системи держави. Проаналізувавши та узагальнивши трактування поняття «фінансова безпека» вітчизняними вченими такими як: Н.С. Педченко [14], О. Барановський [1], Т. Болгар [2] та М. Єрмошенко [8], можна зробити висновок про те, що фінансова безпека банку – це такий стан банку чи банківської системи загалом, характерним для якого здатність протистояти можливим зовнішнім і внутрішнім негативним факторам банківської діяльності за рахунок сукупності правових, організаційних та управлінських заходів для забезпечення стабільного його функціонування та подальшого розвитку [3, с. 38; 8, с. 25].

Основна мета фінансової безпеки банку полягає в забезпеченні конкурентоспроможності на ринку банківських послуг як окремого банку, так і банківської системи загалом та недопущенні збитковості банківського сектору під впливом внутрішніх та зовнішніх загроз [3, с. 38].

До внутрішніх загроз, які є притаманними банківській безпеці слід включити: недосконалість організації системи управління банком, недотримання банками нормативних показників ліквідності та зниження фінансової стійкості, втрата платоспроможності банківських установ, втрата довіри населення до банківського сектору [5].

До зовнішніх загроз банківському сектору можна віднести наступне: нестабільний стан економіки,

складну воєнно-політичну ситуацію, недосконалість нормативної бази регулювання банківської діяльності, інфляційні процес, коливання валютного курсу та ін. [16, с. 100].

Протягом періоду 2014–2015 рр. баланс НБУ втрачався у зв'язку з порушенням платіжного балансу, фіскальної та банківської кризи, спричиненої крахом довіри населення до банківської системи, політичною нестабільністю та військовою агресією [9, с. 6]. Внаслідок цього спостерігалось падіння ВВП, збільшення рівня інфляції, зниження курсу гривні, що стало поштовхом до зниження платоспроможності позичальників, погіршення ділової активності банків та зменшення їх ліквідності, що призвело до зростання їх збитковості. Тому, аби зберегти життєдіяльність банківського сектору, необхідним є виведення з ринку банківських установ, які не дотримуються встановлених Постановою №368 «Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні» від 28.08.2001 р., нормативів.

Наведена на рис. 1 динаміка кількості діючих в Україні банків свідчить про те, що станом на 2014 рік в країні було 145 функціонуючих банківських установ. В період з 2014 р. по 2019 р. спостерігається суттєве скорочення кількості банків, на 70 установ, тобто на 48,3% і в результаті, станом на 2019 р. в країні налічується 75 функціонуючих банківських установ.

У 2014 році за рішенням Національного банку України 33 банки було визнано неплатоспроможними та тими, які підпадають під подальшу ліквідацію, у 2015 р. перелік таких банків збільшився, також на 33 установи, дві з яких знаходились на анексованій території АР Крим, тому було прийнято рішення про анулювання генеральних ліцензій та ліцензій на здійснення валютних операцій для даних установ. Протягом наступного року Національним банком України було визнано неплатоспроможним ще 21 банк, в 2017 р. – ще 9 банківських установ, а в 2018 р. – ще один банк втратив ліцензію.

Всього, в межах досліджуваного періоду, а саме в 2014-2019 рр. 94 банківські установи були визнані неплатоспроможними або тими, що перебувають у стадії реорганізації чи ліквідації, до яких Фондом гарантування вкладів фізичних осіб введено тимчасову адміністрацію.

На сучасному етапі, одним з основних критеріїв надійності банківської установи та підтримки її стабільного функціонування виступає платоспроможність, тому доцільним є здійснення дослідження структури банківського сектору України в аспекті його платоспроможності (табл. 1).

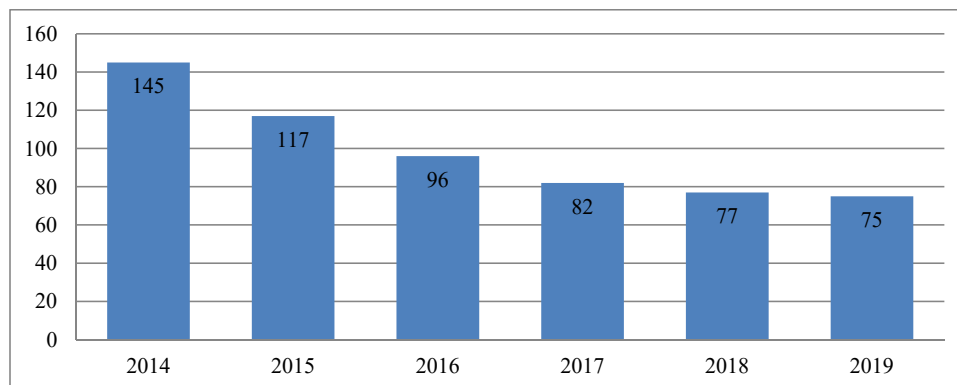


Рис. 1. Динаміка кількості діючих банків в Україні у 2014–2019 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [12; 13]

Таблиця 1
Структура банківського сектору в Україні,
2014–2019 рр., установ

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Платоспроможні	147	117	96	82	77	75
- зміна	-33	-30	-21	-14	-5	-2
Державні	7	7	6	5	5	5
- зміна	0	0	-1	-1	0	0
Іноземні	25	25	25	23	21	20
- зміна	0	0	0	-2	-2	-1
Приватні	115	85	65	54	51	50
- зміна	-33	-30	-20	-11	-3	-1
Неплатоспроможні	16	3	4	2	1	0
- зміна	16	-13	1	-2	-1	-1
У стадії ліквідації	21	64	84	95	97	94
- зміна	19	43	20	11	2	-3

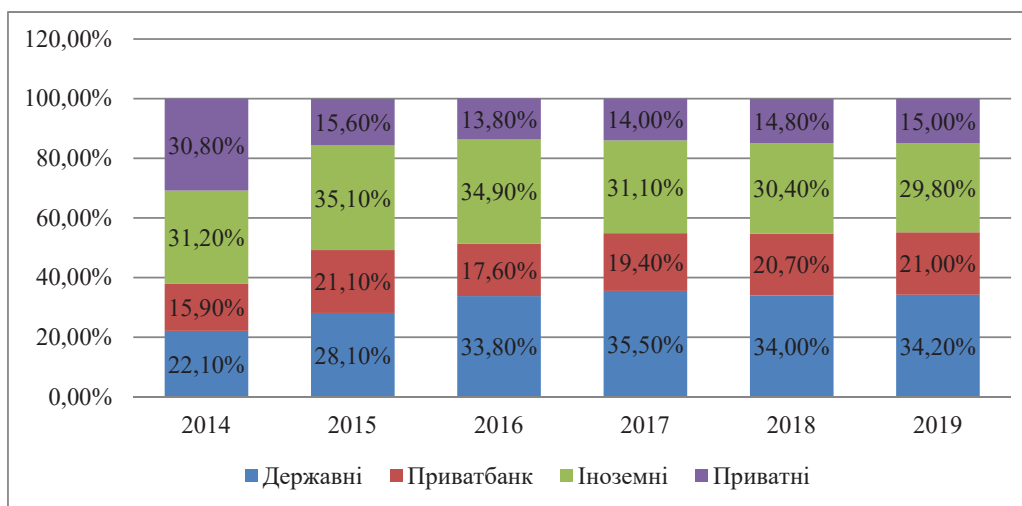
Джерело: сформовано автором на основі [11; 12; 13]

Дані, наведені в табл. 1 свідчать про те, що в межах 2014–2019 рр. спостерігається значне зменшення кількості платоспроможних банків. Станом, на 2019 рік кількість банківських установ, які є платоспроможними складає 75, що на 72 установи

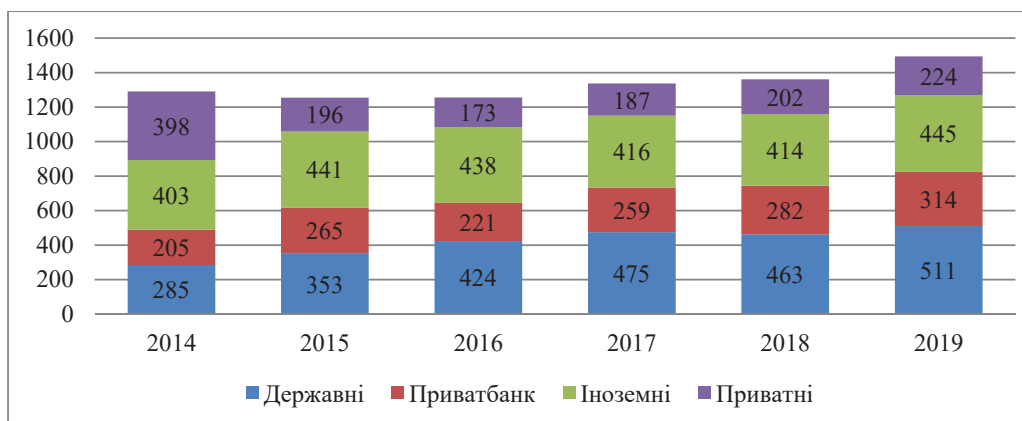
(тобто на 49%) менше, ніж за аналогічний період 2014 року, а кількість неплатоспроможних банків перебуває на рівні 15 установ.

Сучасні тенденції розвитку банківської системи України найбільш повно розкриваються за рахунок здійснення аналізу основних показників діяльності банківських установ. На рис. 2 продемонстровано динаміку розподілу чистих активів банківської системи України у 2014–2019 рр.

Протягом 2014–2015 рр. найбільшу частку в структурі чистих активів банківської системи займали іноземні банки. Згодом, після націоналізації ПАТ «Приватбанк» структура банківського сектору зазнала суттєвих змін, а саме, наприкінці 2015 р. частка державних банків у чистих активах становила 28,1%, в грошовому виразі це становило 353 млрд грн, а вже на кінець 2016 р. значення даного показника збільшилося до рівня 51,4% (645 млрд. грн), а за аналогічний період 2017 року – до 54,9% (734 млрд грн), у 2018 році значення даного показника дещо знизилася і становило 54,7% (745 млрд грн). Станом, на 2019 рік частка державних банків у чистих активах збільшилась на 0,5 відсоткових пункти і становить 55,2%, що в грошовому еквіваленті складає 825 млрд грн.



а) розподіл чистих активів за групами банків, у %



б) обсяги чистих активів банків, млрд грн

Рис. 2. Динаміка розподілу чистих активів банківської системи у 2014–2019 рр., млрд грн

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7; 13]

Націоналізація ПАТ «Приватбанк» мала суттєвий вплив і на обсяги депозитів населення в частці державного сектору банківської системи України (рис. 3). В межах досліджуваного періоду, а саме у 2014–2019 рр. спостерігається тенденція до збільшення обсягів депозитів фізичних осіб до 59,5% на кінець 2016 року, до 62,5% за аналогічний період 2017 року і до 63,4% у 2018 році. Станом на 2019 рік значення даного показника перебуває на рівні 61,6%, що є дещо нижчим в порівнянні з попереднім періодом.

Варто відмітити те, що у 2016 р. було скасовано обмеження на зняття вкладів населення, в результаті чого збільшилася довіра фізичних осіб до банківських установ, що стало передумовою відновлення депозитних вкладів населення.

Протягом 2014–2019 рр. помітною є загальна тенденція до збільшення сукупного обсягу валових кредитів. Так, зростання відбулося з 1028 млрд грн до

1029 млрд грн, тобто на 1 млрд грн, або на 0,1%. Найбільший обсяг валових кредитів прослідковувався у 2018 році і становив 1116 млрд грн. Також відбулося збільшення обсягу кредитування у національній валюті – на 83 млрд грн (на 15,7%), при чому обсяг валового кредитування суб'єктів господарювання збільшився на 2 млрд грн, а обсяг валового кредитування фізичних осіб дещо зменшився на 1 млрд грн. Зменшення обсягу кредитування в іноземній валюті склало 82 млрд грн (16,4%), зокрема, обсяг кредитування суб'єктів господарювання зменшився на 19 млрд грн (4,8%), а обсяг кредитів, наданих фізичним особам також значно зменшився на 63 млрд грн, тобто 62,4% (рис. 4).

В межах досліджуваного періоду частка кредитування суб'єктів господарювання мала тенденцію до зниження, а фізичних осіб, навпаки – до зростання, починаючи з кінця 2016 року (рис. 5).

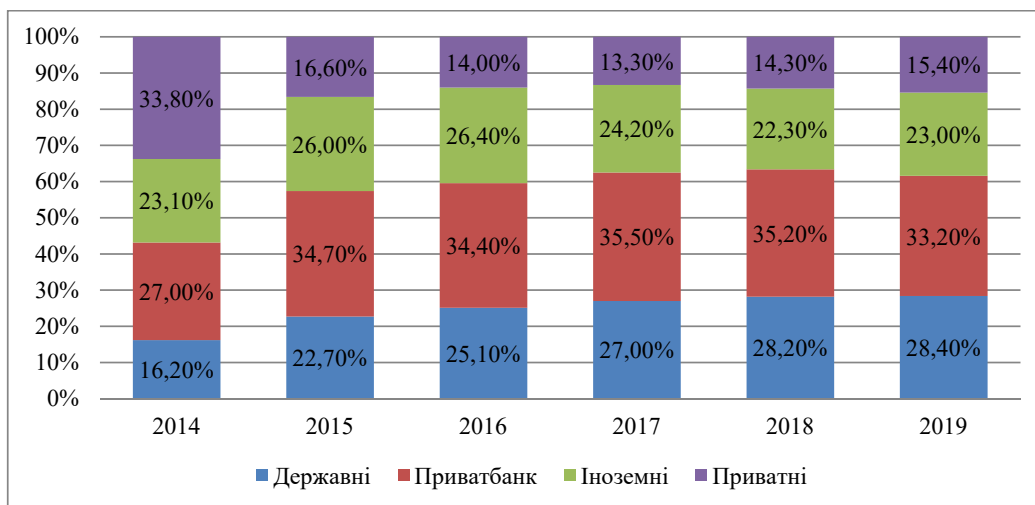


Рис. 3. Динаміка розподілу депозитів фізичних осіб за групами банків у 2014–2019 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7; 13]

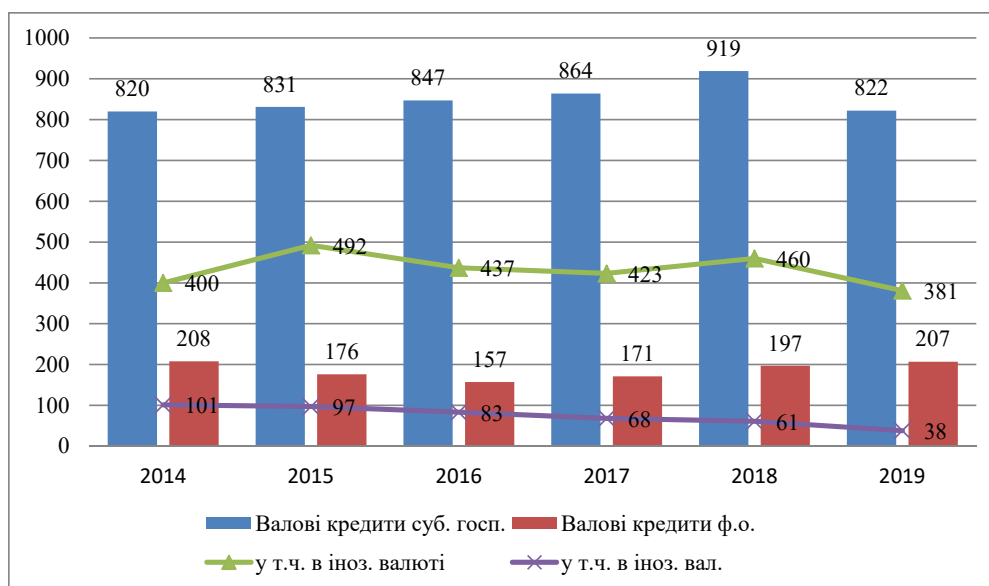


Рис. 4. Динаміка змін обсягів валових кредитів банків України у 2014–2019 рр., млрд грн

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7; 13]

Доцільно звернути увагу на те, що в структурі чистих активів банків кредити, надані суб'єктам господарювання займають найбільшу частку, хоча, в свою чергу ця частка суттєво зменшилась з 55,0% наприкінці 2014 р. до 27,8% за аналогічний період 2019 року, тобто на 27,2 відсоткових пункти. Щодо кредитів, наданих фізичним особам, то їх питома вага в структурі чистих активів банків зменшилась з 11,0% до 9,5% у 2014–2019 рр., відповідно, на 1,5 відсоткових пункти.

В зв'язку з запровадженням Положення про оцінку кредитного ризику (Постанови № 351) та визнанням реальної якості кредитного портфелю ПАТ «Приватбанк» відбувся перехід банків на використання нових правил класифікації кредитів, що в свою чергу має наблизити заявлену частку недіючих

кредитів до результатів стрес-тестування. Оновлене визначення недіючих кредитів базується безпосередньо на наявності прострочки терміном на 90 днів та більше. Послаблення банківського кредитування стало передумовою для нарощення портфелю державних цінних паперів. Таким чином, в структурі чистих активів питома вага цінних паперів, що рефінансуються НБУ (ОВДП) збільшилась з 9,4% станом на кінець 2014 року до 24,6% за аналогічний період 2019 року, тобто на 15,2 відсоткових пункти. Що стосується депозитних сертифікатів НБУ, то їх питома вага в загальній структурі чистих активів також зростає з 3,5% наприкінці 2014 року до 10,2% станом на кінець 2019 року.

Аналіз динаміки зобов'язань банків протягом 2014–2019 рр. вказує на зростання загального

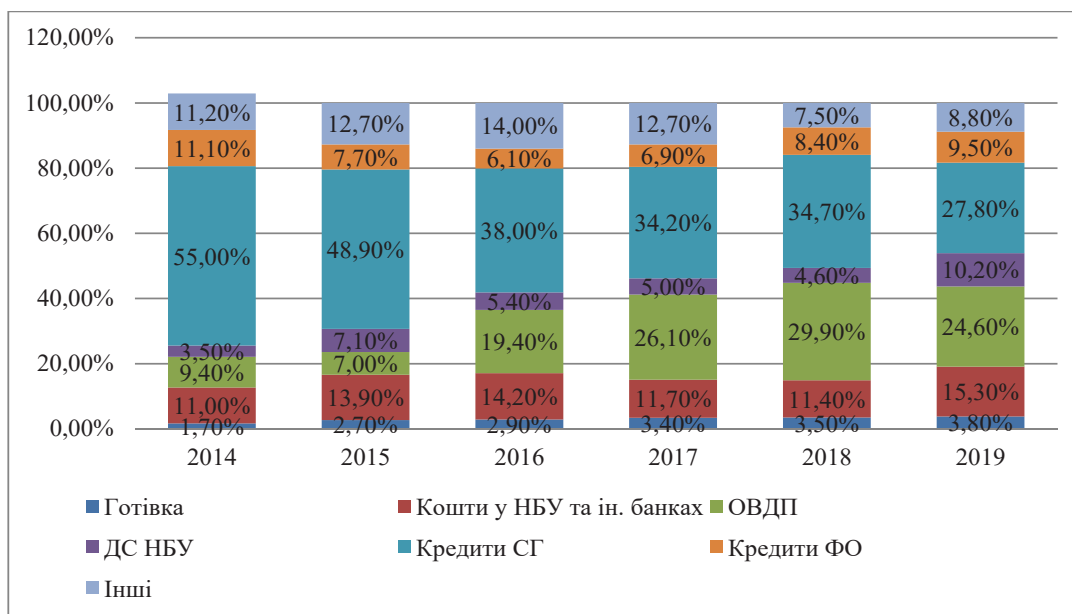


Рис. 5. Динаміка структури чистих активів сектору за складовими у 2014–2019 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7; 13]

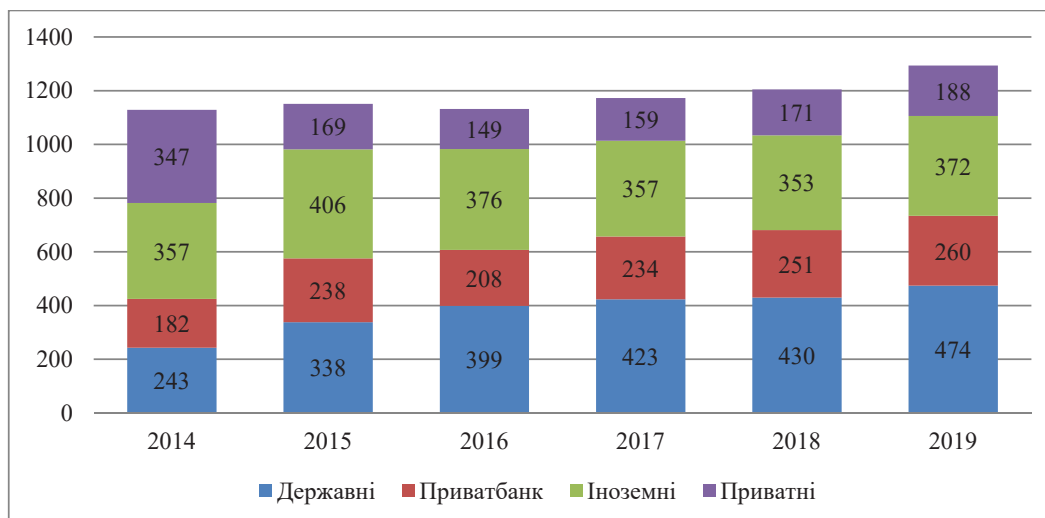


Рис. 6. Динаміка структури зобов'язань за групами банків у 2014–2019 рр., млрд грн

Джерело: сформовано автором на основі [11; 15]

їх обсягу на 165 млрд грн (на 14,6%) і станом на 2019 рік їх розмір складає 1294 млрд грн (рис. 6).

Впродовж 2014–2019 рр. в структурі зобов'язань має місце значне зростання частки зобов'язань державних банківських установ з 243 млрд грн наприкінці 2014 року, питома вага яких в загальній структурі зобов'язань складає 21,5% до 474 млрд грн наприкінці 2019 року, тобто 36,6% в загальній структурі зобов'язань (без урахування націоналізації ПАТ «Приватбанк»). Враховуючи зобов'язання ПАТ «Приватбанк», частка державних банків в структурі загального обсягу зобов'язань банківської системи станом на 2019 рік становить 734 млрд грн, тобто 56,7%, що на 127 млрд грн більше, ніж за аналогічний період 2016 року.

Наступною за обсягом зобов'язань є група іноземних банків, в динаміці якої простежується збільшення обсягу зобов'язань у 2014–2015 роках на 49 млрд грн, питома вага яких складає 31,6% та 35,3% у 2014 р. та 2015 р., відповідно. Тенденція до зниження зобов'язань спостерігається починаючи з 2015 р., причиною цього є скорочення обсягів банківської діяльності та виведення двох банків з ринку, в зв'язку з виникненням певних системних ризиків у їх функціонуванні. Обсяг зобов'язань зменшився на 34 млрд грн і станом на 2019 р. складає 372 млрд грн (рис. 7).

У загальній структурі зобов'язань банківського сектору переважаючими є депозити суб'єктів господарювання та фізичних осіб. Питома вага коштів суб'єктів господарювання має тенденцію до зростання з 25,0% наприкінці 2014 року до 40,6% ста-

ном на кінець 2019 року, тобто зміна відбулась на 15,6 відсоткових пункти. Щодо питомої ваги коштів фізичних осіб, то в даному випадку також простежується тенденція до зростання з 35,7% наприкінці 2014 року до 42,7% станом на 2019 рік, тобто на 7 відсоткових пункти. Загалом, в структурі зобов'язань банківського сектору частка коштів суб'єктів господарювання та фізичних осіб у 2014–2019 роках становить 60,7% та 83,3%, відповідно.

Проте спостерігається суттєве скорочення обсягів міжбанківських кредитів з 21% наприкінці 2014 року до 8,4% станом на кінець 2019 року та субординованого боргу з 5,6% до 0,9%, відповідно у 2014 р. та 2019 р. Кошти НБУ в зобов'язаннях банків є досить низькими і до того ж мають тенденцію до подальшого скорочення з 9,2% наприкінці 2014 року до 0,6% станом на кінець 2019 року, тобто на 8,6 відсоткових пункти (рис. 7).

Наступним важливим критерієм оцінки банківського сектору є аналіз сукупних результатів діяльності банків.

Дані табл. 2 свідчать про зростання обсягу чистих процентних доходів банків протягом 2014–2019 рр. з 52,2 млрд грн до 80,2 млрд грн, відповідно, тобто на 28,0 млрд грн. В зв'язку з відновленням попиту на банківські послуги та за рахунок підвищення тарифів обслуговування спостерігається збільшення обсягу і чистих комісійних доходів. Протягом 2014–2019 рр. комісійні доходи збільшилися на 20,9 млрд грн. і станом на 2019 рік становили 44,0 млрд грн.

Як було зазначено раніше, в період 2014–2016 рр. для банківської системи характерним було погір-

Таблиця 2

Основні фінансові результати діяльності банків України у 2014–2019 рр., млрд грн

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Зміна, +,-
Чисті процентні доходи	52,2	39,1	44,2	53,0	73,0	80,2	28,0
Чисті комісійні доходи	23,1	22,6	24,2	27,5	37,8	44,0	20,9
Відрахування в резерви	84,4	114,5	198,3	49,2	23,8	11,9	-72,5
Чистий прибуток/збиток	-33,1	-66,6	-159,4	-26,5	22,3	59,6	92,7

Джерело: сформовано автором на основі [12; 13; 15]

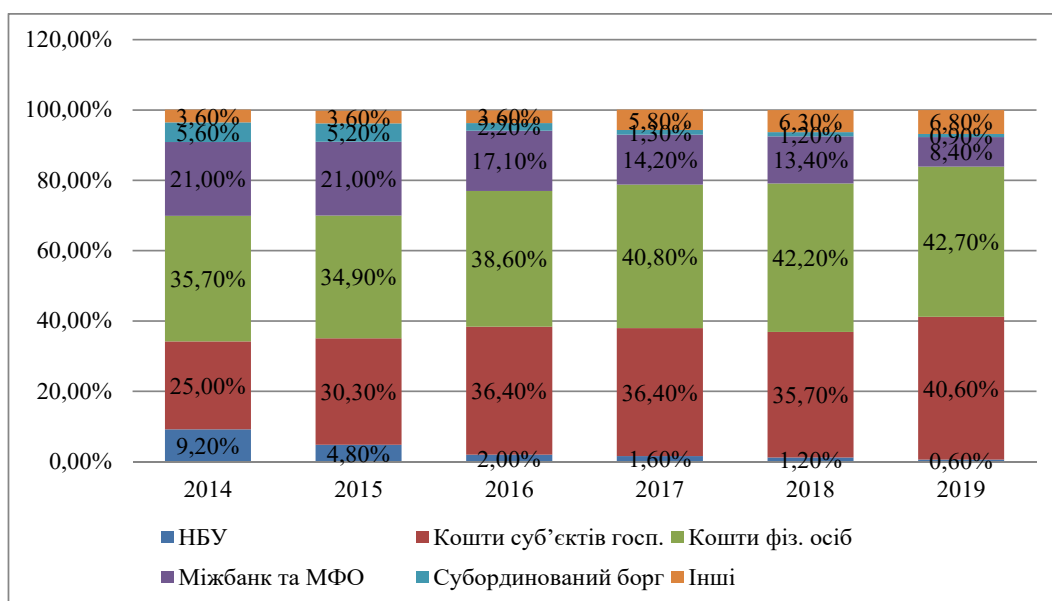


Рис. 7. Динаміка структури зобов'язань банків у 2014–2019 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі [12; 15]

шення якості кредитного портфелю, що стало однією з основних передумов для зростання збитковості функціонуючих банків з 33,1 млрд. грн. до 66,6 млрд грн, відповідно. У 2016 році ситуація дещо погіршилася, причиною цього, безпосередньо, стала націоналізація ПАТ «Приватбанк», річний збиток якого на той час складав 135 млрд грн, що займало найбільшу питому вагу в загальному обсязі збитковості банківського сектору України. У 2017 році банківська система України і надалі залишається збитковою, але рівень збитковості значно знизився до 26,5 млрд грн. У 2018-2019 р. банки відновили свою прибутковість і станом на 2019 р. розмір чистого прибутку банківського сектору становив 59,6 млрд грн, що на 37,3 млрд грн більше, ніж за аналогічний період попереднього року.

Висновки. Отже, в результаті проведених досліджень слід відмітити те, що фінансова безпека банківської системи України має певну невідповідність сучасним вимогам, адже лідируючі позиції в банківському секторі держави займають державні банківські установи, що обумовлено націоналізацією ПАТ «Приватбанк». З кінця 2016 року характерним для банківської системи України є: помірний відтік валютних вкладів населення, зростання питомої ваги депозитів у загальній структурі зобов'язань банківського сектору, зміни в обсягах кредитування суб'єктів господарювання та фізичних осіб є незначними, проте серед наявних проблемних кредитів переважаючими є кредити, надані колишнім акціонерам ПАТ «Приватбанк».

Для покращення ефективності функціонування банківського сектору України, протягом 2014–2018 рр. була проведена банківська реформа, напруги якої були спрямовані, перш за все, на формування та підтримку дієвої фінансової безпеки банківської системи України. Дана реформа дала поштовх до поступового відновлення довіри вкладників до банківської системи, свідченням чого є зростання обсягу депозитів та за рахунок додаткового залучення банками коштів шляхом рефінансування з боку НБУ, що стало передумовою збільшення обсягів кредитування як суб'єктів господарювання, так і фізичних осіб. Банківські установи стали більш стійкими до макроекономічних коливань, маючи достатній запас ліквідності та капіталу, що сприятиме ефективній та стабільній роботі банківського сектору країни загалом. Таким чином, заходи введені НБУ дали змогу нівелювати наслідки кризи банківської системи України, яка була спричинена політичною та економічною нестабільністю в 2014 році, що стало передумовою покращення рівня фінансової безпеки державного банківського сектору.

Отже, аби в подальшому забезпечити стабільність фінансової безпеки банківської системи України на високому рівні, слід приділити значну увагу удосконаленню системи банківського менеджменту та інструментів державного фінансового моніторингу банківського сектору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Барановський О.І. Специфіка фінансової безпеки в банківській сфері. *Вісник Національного банку України*. 2014. № 9 (223). С. 17–23.
2. Болгар Т.М. Фінансова безпека банків в умовах ринкової трансформації економіки України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 22 с.
3. Васильчишин О.Б. Фінансова безпека банківської системи України: філософські детермінанти : моногр. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 358 с.

4. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms> (дата звернення: 24.10.2020).
5. Давиденко Н.М. Концептуальна модель оцінки фінансового стану банківських установ. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 9. С. 30–37.
6. Давиденко Н.М. Методологічне забезпечення проведення аналізу фінансового стану підприємств. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2003. Вип. 4. С. 92–98.
7. Дані фінансової звітності банків України. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#4> (дата звернення: 21.10.2020).
8. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення : монографія. Київ : КНТЕУ, 2001. 309 с.
9. Качур І., Лепушинський В., Замміт Р. Баланс НБУ: до, під час та після кризи. *Вісник Національного банку України*. 2016. №237. С. 6–19.
10. Костюченко О.Є., Паталах В.І. Забезпечення фінансової безпеки банківської системи як складова фінансової безпеки держави. *Науковий вісник Херсонського державного університету серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 7. Ч. 5. С. 24–27.
11. Нагляд. Реорганізація, припинення та ліквідація. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/reorganizat-liquidat/stop-activ-no-legal> (дата звернення: 20.10.2020).
12. Основні показники діяльності банків України. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1> (дата звернення: 22.10.2020).
13. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2020).
14. Педченко Н.С., Дячек С.М. Розвиток методичних підходів до оцінки рівня фінансової безпеки банківської системи України. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №1 (91). С. 133–145.
15. Річний звіт Національного банку України за 2019 рік. Річна звітність НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-ukrayini-za-2019-rik> (дата звернення: 20.10.2020).
16. Ситник Н.С., Самбірська О.Р. Фінансова безпека банку як основа його стійкості. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 4 (26). С. 100–103.

REFERENCES:

1. Baranovskiy O.I. (2014) Spetsyfika finansovoi bezpeky v bankivskii sferi [Specifics of financial security in the banking sector]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, vol. 9, no. 223, pp. 17–23. (in Ukrainian)
2. Bolhar T.M. (2009) Finansova bezpeka bankiv v umovakh rynkovoї transformatsii ekonomiky Ukrainy [Financial security of banks in terms of market transformation of the economy of Ukraine]: author. dis. for science. degree of Cand. econ. Science: special. 08.00.08. Sumy: DVNZ «UABS NBU», p. 22. (in Ukrainian)
3. Vasylychshyn O.B. (2017) Finansova bezpeka bankivskoi systemy Ukrainy: philosophical determinants: monograph [Financial security of the banking system of Ukraine: philosophical determinants]. Ternopil: TNEU, 358 p. (in Ukrainian)
4. Monetary and financial statistics. Official site of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>. (accessed 24 October 2020).
5. Davydenko N.M. (2006) Kontseptualna model otsinky finansovoho stanu bankivskiykh ustanov [Conceptual model for assessing the financial condition of banking institutions]. *Current economic problems*, no. 9, pp. 30–37. (in Ukrainian)
6. Davydenko N.M. (2003) Metodolohichne zabezpechennia provedennia analizu finansovoho stanu pidpriemstv [Methodological support for the analysis of the financial condition of enterprises]. *Bulletin of the Zhytomyr State Technological Institute*, no. 4, pp. 92–98. (in Ukrainian)
7. Financial reporting data of Ukrainian banks. Official site of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#4> (accessed 21 October 2020).

8. Yermoshenko M.M. (2001) Finansova bezpeka derzhavy: natsionalni interesy, realni zahrozy, stratehiia zabezpechennia [Financial security of the state: national interests, real threats, security strategy]: monograph. Kyiv: KNTEU, p. 309. (in Ukrainian)
9. Kachur I., Lepushynskiy V., Zammit R. (2016) Balans NBU: do, pidchas ta pisliakryzy [Balance of the NBU: before, during and after the crisis]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, no. 237, pp. 6–19. (in Ukrainian)
10. Kostiuhenko O.E. (2014) Zabezpechennia finansovoi bezpeky bankivskoi systemy yak skladova finansovoi bezpeky derzhavy [Ensuring the financial security of the banking system as a component of the financial security of the state]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, vol. 7, pp. 24–27. (in Ukrainian)
11. Supervision. Reorganization, termination and liquidation. Official site of the National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/reorganizat-liquidat/stop-activ-no-legal> (accessed 20 October 2020).
12. Main performance indicators of Ukrainian banks. Official site of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1> (accessed 22 October 2020).
13. Official site of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua> (accessed October 22, 2020).
14. Pedchenko N.S., Diachek S.M. (2020) Rozvytok metodychnykh pidkhodiv do otsinky rivnia finansovoi bezpeky bankivskoi systemy Ukrainy [Development of methodological approaches to assessing the level of financial security of the banking system of Ukraine]. *Economics, management and administration*, vol. 1, no. 91, pp. 133–145. (in Ukrainian)
15. Annual report of the National Bank of Ukraine for 2019. Annual reporting of the NBU. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-banku-ukrayini-za-2019-rik>. (accessed October 20, 2020).
16. Sytnyk N.S., Sambirska O.R. (2019) Finansova bezpeka banku yak osnova yoho stiikosti [Financial security of the bank as a basis for its stability]. *Regional economy and management*, vol. 4, no. 26, pp. 100–103. (in Ukrainian)

*Стаття надійшла до редакції 25.10.2020.
The article was received 25 October 2020.*

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-10

УДК 338.434

Забаштанський М.М.

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри управління персоналом та економіки праці
Національного університету «Чернігівська політехніка»
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8966-8116>
E-mail: mazani@ukr.net*

Роговий А.В.

*доктор економічних наук, доцент, професор кафедри туризму
Національного університету «Чернігівська політехніка»
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5445-214X>
E-mail: rogovoy1976@ukr.net*

Забаштанська Т.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Національного університету «Чернігівська політехніка»
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5086-3651>
E-mail: mazani@ukr.net*

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

У статті проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку фінансового потенціалу аграрного сектору економіки України. Узагальнено фактори стимулюючого та обмежуючого впливу на стан фінансового потенціалу аграрного сектору економіки. Визначено, що ключовими проблемами, що виступають загрозою формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки є низький рівень функціонування національної економіки, пов'язаний зі значним відставанням технологічних можливостей, моральним та фізичним зношенням основних засобів, неможливістю створення інноваційного продукту з високою доданою вартістю, що спричиняє значну залежність аграрного сектору від зовнішніх партнерів. Обґрунтовано, що з метою забезпечення динамічного зростання фінансового потенціалу аграрного сектору економіки, ключовою умовою є розвиток власного високотехнологічного виробництва, здатного задовольнити технологічні, технічні та інші потреби аграрного сектору, що можливо здійснити лише за умови системного розвитку національної економіки. Доведено, що формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки виступає вагомим інструментом забезпечення продовольчої безпеки держави, ключовою умовою генерації та збереження фінансового потенціалу національної економіки. Запропоновано механізм діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки, та обґрунтована його роль у забезпеченні результативного функціонування аграрного сектору економіки.

Ключові слова: фінанси; фінансові ресурси; фінансове забезпечення; потенціал; фінансовий потенціал; аграрний сектор, формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки.

Забаштанский М.Н., Роговой А.В., Забаштанская Т.В. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

В статье проанализировано современное состояние и перспективы развития финансового потенциала аграрного сектора экономики Украины. Сгруппированы факторы стимулирующего и ограничивающего влияния на состояние финансового потенциала аграрного сектора экономики. Определено, что ключевыми проблемами, которые выступают угрозой формирования финансового потенциала аграрного сектора экономики, является низкий уровень функционирования национальной экономики, связанный со значительным отставанием технологических возможностей, моральным и физическим износом основных средств,

невозможністю створення інноваційного продукту з високою доданою вартістю, що викликає значительну залежність аграрного сектора від зовнішніх партнерів. Обосновано, що з метою забезпечення динамічного зростання фінансового потенціала аграрного сектора економіки, ключовим умовою є розвиток власного високотехнологічного виробництва, здатного задовольнити технологічні, технічні та інші потреби аграрного сектора, можливо, здійснити це лише за умови системного розвитку національної економіки. Доведено, що формування фінансового потенціала аграрного сектора економіки виступає важливим інструментом забезпечення продовольственої безпеки держави, ключовим умовою генерації та збереження фінансового потенціала національної економіки. Представлено механізм діагностики фінансового потенціала аграрного сектора економіки, і обґрунтовано його роль у забезпеченні його результативного функціонування.

Ключові слова: фінанси; фінансові ресурси; фінансове забезпечення; потенціал; фінансовий потенціал; аграрний сектор; розвиток фінансового потенціала аграрного сектора економіки.

Zabashtanskyi Maksym, Rogovyi Andrii, Zabashtanska Tetiana. FINANCIAL SUPPORT FOR STIMULATION OF LABOR POTENTIAL DEVELOPMENT

The article analyzes the current state and prospects of development of the financial potential of the agricultural sector of the Ukrainian economy. The analysis of existing approaches to the interpretation of the definition of "financial potential" revealed their diversity, which was a prerequisite for the disclosure of the author's approach to the interpretation of the definition of "financial potential of the agricultural sector". It is proposed to consider the financial potential of the agricultural sector of the economy in the context of its important role not only in ensuring its own process of expanded reproduction, but also ensuring food security of the country. Factors of stimulating and limiting influence on the state of financial potential of the agricultural sector of the economy are grouped. It is determined that the key problems that threaten the formation of financial potential of the agricultural sector of the economy is the low level of functioning of the national economy, associated with a significant backlog of technological capabilities, moral and physical depreciation of fixed assets, the inability to create an innovative product with high added value. dependence of the agricultural sector on external partners. It is substantiated that in order to ensure the dynamic growth of financial potential of the agricultural sector of the economy, the key condition is the development of its own high-tech production capable of meeting technological, technical and other needs of the agricultural sector. It is proved that the formation of the financial potential of the agricultural sector of the economy is an important tool for ensuring food security of the state, a key condition for the generation and preservation of the financial potential of the national economy. The mechanism of diagnostics of financial potential of agricultural sector of economy is offered, and its role in maintenance of its effective functioning is substantiated. It is substantiated that effective application of the mechanism of diagnostics of financial potential of agricultural sector of economy should be based on the corresponding institutional maintenance, system of indicators of diagnostics of financial potential of agrarian sector, active introduction of innovative tools of technical and technological updating of this sector.

Keywords: finances; financial resources; financial support; potential; financial potential; agricultural sector; formation of financial potential of the agricultural sector of the economy.

Постановка проблеми. Забезпечення продовольчої безпеки держави, інноваційний розвиток реального сектору економіки, гарантування високих соціальних стандартів життєдіяльності є найбільш пріоритетними завданнями функціонування будь-якої держави, яка ставить перед собою мету забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, зростання рівня життя населення.

Проте, в сучасних умовах виконання вищезазначених завдань має суттєві перешкоди, які заважають розвитку національної економіки, зокрема, її належність до III – IV технологічного укладу, що визначає низький рівень структурного взаємозв'язку виробництва та економічних відносин. Суттєве технологічне відставання національної економіки від провідних країн світу унеможлиблює її конкурентоспроможність, що спричиняє наявність значних дисбалансів секторального розвитку, сприяє трудовій міграції та поглиблює соціальні незадоволення, що в цілому має сукупний вплив на формування реальної загрози для забезпечення продовольчої та економічної безпеки.

Саме тому, сталий розвиток аграрного сектору економіки, як ключового гаранту продовольчої безпеки вітчизняної економіки, виражений у його інноваційній співпраці з іншими секторами економіки є запорукою накопичення ним необхідного фінансового потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням управління фінансовими ресурсами та формуванням фінансового потенціалу підприємств аграрного сектору економіки присвячені праці багатьох науковців та практиків, серед яких: В. Вишневецька, В. Геєць, О. Гудзь, М. Дем'яненко, В. Жук, Г. Калетник, С. Кваша, Г. Кучер, Л. Міронова, Л. Молдаван, С. Онишко, Б. Пасхавер, О. Радченко, П. Саблук, В. Савченко, Н. Трусова, Л. Худолій, Т. Шабатура, О. Шубравська, С. Шумська та інші.

Незважаючи на значну кількість фундаментальних досліджень, проведених з даної тематики, існує необхідність подальшого вивчення особливостей формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки, забезпечення оптимізації обсягу та джерел його фінансування з метою посилення наявного виробничого потенціалу в сучасних умовах трансформації фінансових відносин.

Метою даної статті є дослідження особливостей формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки, узагальнення системних перешкод його нарощення в сучасних умовах трансформації фінансових відносин.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Аграрний сектор економіки протягом всього періоду свого існування залишається одним з важливих секторів, що обумовлено його провідною роллю у забезпеченні продовольчої безпеки держави, значною частиною зайнятого в ньому населення, наявністю тісних взаємозалежностей з іншими секторами. Проте, незважаючи на виняткову роль у життєзабезпеченні держави, результативність його функціонування перебуває під впливом значного обсягу факторів, серед яких: природні умови, технічні можливості, рівень кваліфікації профільних фахівців, а також політичні та геополітичні фактори.

Враховуючи значний технологічний розквіт аграрних технологій протягом останніх років, результативність його функціонування перестала визначатись лише наполегливою працею, а перебуває у площині фінансових можливостей профільних суб'єктів господарювання, їх спроможністю використовувати сучасні технології вирощування та захисту рослин. Саме тому, питання формування фінансового потенціалу аграрного сектору економіки набуває особливої актуальності.

В сучасних умовах використовуються різні підходи до тлумачення поняття «потенціал», що у сукупності

сформувало різновекторні підходи його видів, окремі з яких тісно взаємопов'язані, що визначає наукові підходи до розкриття сутності, ролі та структуризації складових потенціалу аграрного сектору економіки.

М.Г. Ігнатенком та В.П. Руденком здійснено узагальнення наукових позицій щодо тлумачення терміну «потенціал» та визначено, що «у 42% випадків він асоціюється із сукупністю природних умов і ресурсів «багатств», можливостей, запасів, коштів, цінностей; у 18% – з потужністю виробництва, фондів, ресурсів країни, регіону; у 16% – з ресурсними, економічними, природними можливостями; у 8% – зі здатністю виробничих сил досягти певного ефекту» [6; 9]. Наукова література при дослідженні потенціалу застосовує ресурсний, цільовий, системно-функціональний, факторний та синергетичний підходи.

Проте, саме фінансовий потенціал формує спроможність використання фінансових ресурсів, визначає можливості розширеного відтворення. Враховуючи наявні підходи до трактування категорії фінансових потенціалів аграрного сектору економіки, вважаємо за необхідно розкрити авторський підхід до даної дефініції.

Фінансовий потенціал аграрного сектору економіки – спроможність аграрного сектору економіки здійснити генерування достатнього обсягу фінансових ресурсів та створити умови для їх ефективного використання, для забезпечення процесу його розширеного відтворення, досягнення фінансової стійкості і стабільності в поточній та довгостроковій перспективі.

Діагностика фінансового потенціалу є надзвичайно важливим аспектом функціонування суб'єктів господарювання аграрного сектору економіки, тому її проведення має базуватися на таких принципах [7; 9]:

- системності – здійснення діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки має охоплювати всі сфери і напрями його діяльності з метою комплексного виявлення загроз та можливостей, які здійснюють вплив на спроможність його формування;

- наукової обґрунтованості – діагностика фінансового потенціалу аграрного сектору має спиратися на застосування сучасних апробованих методів та підходів щодо її реалізації з метою унеможливлення суб'єктивного тлумачення результатів її здійснення;

- об'єктивності – забезпечення достовірності діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки можливо досягти лише в разі використання точної, реальної статистичної інформації та апробованих методів з метою мінімізації суб'єктивності дослідження або неточності оцінки;

- економічної обґрунтованості – витрати, пов'язані із забезпеченням діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору, повинні бути компенсовані позитивними результатами її впровадження;

- динамічного порівняння – діагностика фінансового потенціалу аграрного сектору повинна мати періодичний характер, пов'язаний з необхідністю забезпечення аналітичного порівняння результатів діагностики за різні періоди часу і забезпечення їх співставлення з метою дослідження тенденцій та розроблення напрямів розвитку аграрного сектору економіки.

Особливістю сучасної вітчизняної економіки є залучення значної частки інвестицій в реальний сектор через комерційні банки, що спричиняє значне зрощення позикових фінансових ресурсів, а також знижує їх доступність та обмежує споживання. Саме тому удосконалення науково-методичних підходів до діагностики фінансового потенціалу має безпосередній вплив на його достатність та якість формування, а також виступає одним з пріоритетних завдань суб'єктів господарювання аграрного сектору економіки. Загальний механізм діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки наведено у вигляді схеми на рис. 1.

Запропонований механізм діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки передбачає розроблення системи показників-індикаторів, серед яких можна виділити загальні (визначають обсяг та достатність фінансових ресурсів), а також індивідуальні (визначають структуру джерел формування та напрямів витрачання фінансових ресурсів).

Діагностика фінансового потенціалу функціонування аграрного сектору економіки передбачає здійснення діагностики фінансового потенціалу відповідних суб'єктів господарювання, а також зовнішнього середовища, сформованого регуляторною політикою органів влади. Запропонований механізм також передбачає можливість діагностики кумулятивного впливу наявного фінансового потенціалу аграрного сектору на фінансовий потенціал національної економіки, а також формування передумов забезпечення її сталого розвитку.

Пряма залежність результативності функціонування аграрного сектору економіки від можливості застосування новітніх інноваційних розробок та рішень спричинили поступове зростання обсягу капітальних інвестицій, таблиця 1.

Так, якщо загальний обсяг капітальних інвестицій протягом 2010–2019 років збільшився з 180575,5 млн грн до 623978,9 млн грн відповідно, а

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2010–2019 роки (млн грн)

Показники	Роки					
	2010	2012	2014	2016	2018	2019
Усього	180575,5	273256,0	219419,9	359216,1	578726,4	623978,9
Темп росту до 2010 року (%)	100,0	151,3%	121,5%	198,9%	320,5%	345,6%
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	11062,6	18883,7	18795,7	50484,0	66104,1	59129,5
Темп росту до 2010 року (%)	100,0	170,7%	169,9%	456,3%	597,5%	534,5%
Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	10817,7	18564,2	18388,1	49660,0	65059,4	58555,4
Темп росту до 2010 року (%)	100,0	171,6%	170,0%	459,1%	601,4%	541,3%
Інвестиції в матеріальні активи	173662,8	264853,7	212035,1	347390,5	542335,1	600568,1
Темп росту до 2010 року (%)	100,0	152,5%	122,1%	200,0%	312,3%	345,8%
Земля	1182,2	1755,4	999,3	1915,8	1673,1	2230,0
Темп росту до 2010 року (%)	100,0	148,5%	84,5%	162,1%	141,5%	188,6%

Джерело: складено за даними Державної служби Статистики України

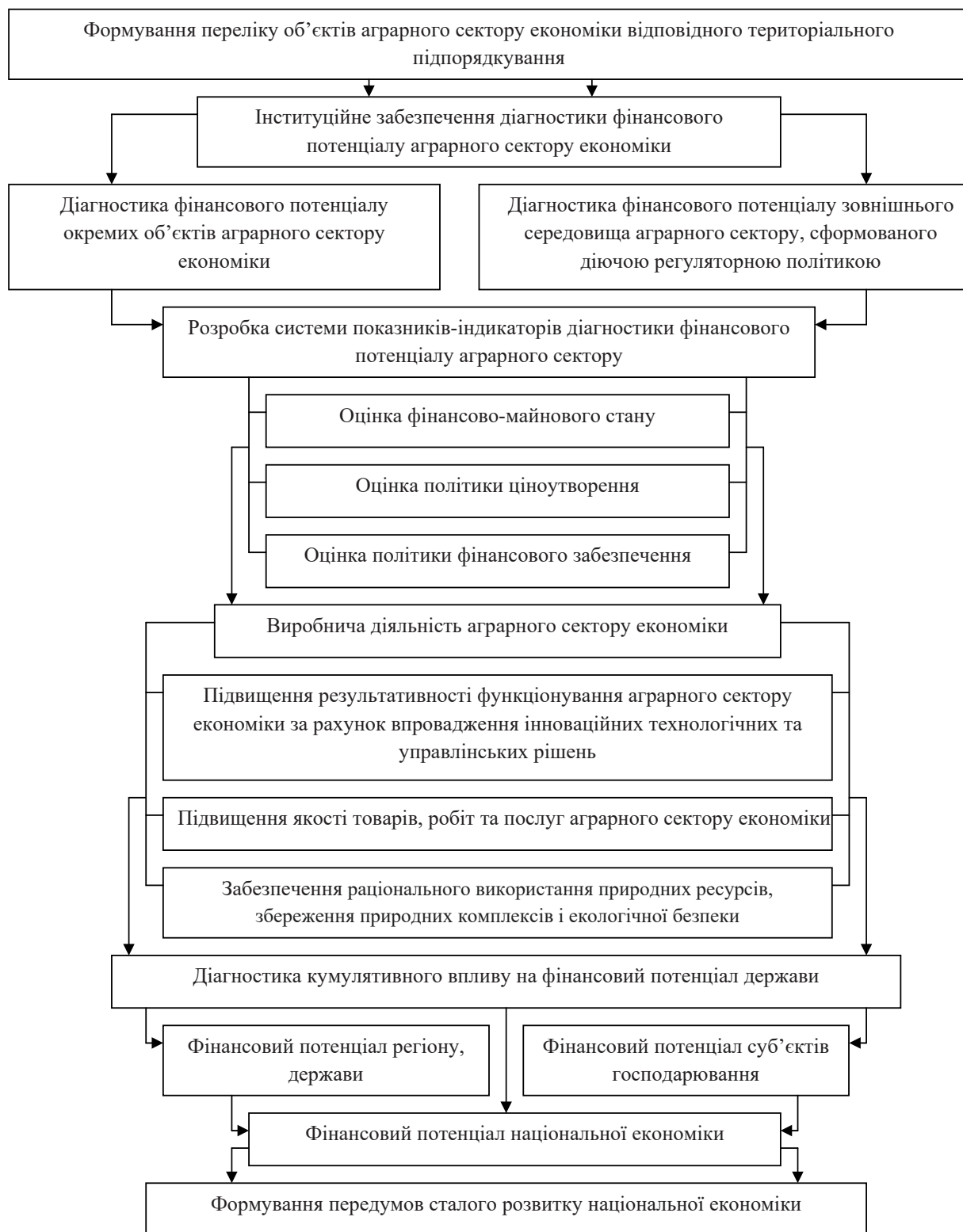


Рис. 1. Механізм діагностики фінансового потенціалу аграрного сектору економіки

Джерело: розроблено автором

темпи їх росту становить 345,6%, то темп росту капітальних інвестицій спрямованих в сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство за аналогічний період становить 534,5%.

Крім того, держава спрямовує значні фінансові ресурси на підтримку фінансового потенціалу аграрного сектору економіки. Так, за даними інфор-

маційно-аналітичного порталу АПК України, на 2020 рік передбачено спрямування 1,2 млрд грн – фінансова підтримка агропромислового комплексу шляхом здешевлення кредитів; 1 млрд грн – на розвиток тваринництва та переробку сільськогосподарської продукції; 380 млн. грн. на підтримку фермерських господарств; 400 млн грн – на роз-

виток садівництва, виноградарства та хмелярства; 437 млн грн – часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва.

Проте, незважаючи на спрямування протягом останніх років значних обсягів фінансових ресурсів на компенсацію вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва, переважна частина обладнання яке купується в аграрному секторі залишається імпортною, таблиця 2.

Таблиця 2

**Купівля підприємствами
нової сільськогосподарської техніки та запчастин,
автомобілів вантажних за потужністю,
видами та марками у 2019 році**

Найменування	Кількість, шт.	Середня ціна, тис. грн за шт. /	
		2019 р.	2019 р. у % до 2018 р.
Комбайни зернозбиральні	487	4845,4	95,5
«Полісся»	7	2804,8	102,8
«Case»	31	5449,4	97,9
«Claas»	69	5379,1	98,2
«CR», «CS», «CX»	24	4732,8	92,6
«Fendt»	6	4547,8	130,8
«John Deere»	129	5110,0	90,6
«Lexion»	25	5546,3	91,3
«Massey Ferguson»	4	3415,4	83,7
«Tucano»	20	4436,0	87,5
інші	167	4450,6	98,2

Примітка: дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

На жаль невідповідність сформованого фінансового потенціалу не дозволяє вітчизняним суб'єктам аграрної сфери повноцінно використовувати, існуючі можливості ринкового середовища. Дана ситуація в першу чергу обумовлена невідповідністю якості вітчизняного обладнання наявним потребам суб'єктам господарювання аграрного сектору. Значна орієнтація на імпорту техніку, обладнання, насіння, засоби захисту рослин, паливно-мастильні матеріали є загрозою з багатьох причин. Існування значної залежності від іноземних партнерів у процесі функціонування вітчизняного аграрного сектору, загострює питання безперервності його функціонування, оскільки на даний час не сформовані можливості вітчизняного швидкого заміщення даних потреб, у випадку відмови іноземних партнерів продовжувати подальшу співпрацю. Спрямування значної частини фінансових ресурсів аграрного сектору економіки на задоволення наявних потреб іноземним партнерам унеможливує використання мультиплікативного ефекту розвитку національної економіки, погіршує її фінансовий потенціал. Саме тому, подальший розвиток аграрного сектору залишається однією з найбільш пріоритетних задач функціонування держави. Подальша державна підтримка з дотриманням вектору на збалансоване забезпечення потреб аграрного сектору за рахунок внутрішніх можливостей не лише посилить його фінансовий потенціал, але і гарантуватиме високий рівень продовольчої безпеки країни.

Висновки. Систематичний моніторинг наявного фінансового потенціалу аграрного сектору еконо-

міки країни залишається вкрай необхідним, що обумовлено рядом причин: по-перше накопичення фінансового потенціалу є свідченням результативності функціонування даного сектору економіки; по-друге, обсяг сформованого фінансового потенціалу визначає спроможність аграрного сектору до впровадження передових інноваційних технологій та рішень; по-третє, фінансовий потенціал аграрного сектору виступає своєрідним базисом забезпечення продовольчої безпеки держави; по-четверте, з урахуванням значної частини населення задіяної в аграрному секторі економіки рівень його фінансового потенціалу, як правило визначає рівень оплати та умови праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Березін О.В., Плотник О.Д. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку. Полтава : Інтер Графіка, 2012. 221 с.
2. Забаштанський М.М. Концесійні відносини: фінансові детермінанти розвитку в Україні : [монографія]. Київ : Кондор-видавництво, 2016. 382 с.
3. Онишко С. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки. *Фінанси України*. 2003. № 6. С. 67.
4. Вихлюк М. Фінансовий потенціал агропромислових підприємств у контексті реалізації державної фінансової політики. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 44 (2). С. 64–70.
5. Гришова І.Ю., Митяй О.В., Кужель В.В. Оцінювання чинників формування фінансового потенціалу аграрного виробництва. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 10. С. 169–175.
6. Калетнік Г.М. Стратегіко-інституційні засади ефективності використання потенціалу аграрного сектору економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. № 1. С. 3–15.
7. Міронова Л.О., Моїсеєнко О.В. Фінансовий потенціал регіону: теоретичний аспект. *Вісник ДДФА. Серія: Економічні науки*. 2013. № 2. С. 141–149.
8. Прокопишак В.Б. Методика формування фінансового потенціалу аграрних підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. № 2. С. 162–168.
9. Вишнеvsька О.М., Костирко А.Г. Фінансовий потенціал сільськогосподарських підприємств: теоретичні і практичні аспекти : [монографія]. Миколаїв : ФОП Швець В.М., 2017. 268 с.
10. Худолій Л.М. Методи та інструменти фінансового забезпечення аграрного бізнесу України. *Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. Київ : ВЦ НУБіП України, 2014. Вип. 200. Ч. 3. С. 9–14.

REFERENCES:

1. Berezin O.V., Plotnik O.D. (2012) Ekonomichnyj potencial agrarnykh pidpryyemstv: mexanizmy formuvannya ta rozvytku [Economic potential of agrarian enterprises: mechanisms of formation and development]. Poltava: Inter Hraphica. (in Ukrainian)
2. Onyshko S. (2003) Finansovy potentsial innovatsiinoho rozvytku ekonomiky. [Financial potential of innovative economic development]. *Finansy Ukrainy*, no. 6, p. 67. (in Ukrainian)
3. Zabashkansky M.M. (2016) Kontsesiini vidnosyny: finansovi determinanty rozvytku v Ukraini. Monohrafiia. [Concessional relations: financial determinants of development in Ukraine]. Kyiv: Kondor-Vydavnytstvo, 382 p. (in Ukrainian)
4. Vykhlyuk M. (2017) Finansovy potentsial ahropromyslovykh pidpryyemstv u konteksti realizatsii derzhavnoi finansovoi polityky [Financial potential of agro-industrial enterprises in context of realization of the state financial policy]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, no. 44(2), pp. 64–70. (in Ukrainian)
5. Hryshova I.Yu., Mytyaj O.V., Kuzhel V.V. (2015) Ocynuvannya chynnykyv formuvannya finansovogo potentsialu agrarnogo vyrobnytstva [Evaluation of factors for formation of financial potential of agrarian production]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 10, pp. 169–175. (in Ukrainian)

6. Kaletnik H.M. (2015) Strategiko-institucijni zasady efektyvnosti vykorystannya potencialu agrarnogo sektoru ekonomiky [Strategic-institutional principles of efficiency of using potential of the agrarian sector of the economy]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannya nauky i praktyky*, no. 1, pp. 3–15. (in Ukrainian)
7. Mironova L.O., Moiseienko O.V. (2013) Finansovyi potentsial rehionu: teoretychnyi aspekt [Financial potential of a region: theoretical aspect]. *Visnyk DDFA. Ser. "Ekonomichni nauky"*, no. 2, pp. 141–149. (in Ukrainian)
8. Prokopyshak V.B. (2016) Metodyka formuvannia finansovoho potentsialu ahrarykh pidpryemstv [Methodology of forming the financial potential of agrarian enterprises]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 2, pp. 162–168. (in Ukrainian)
9. Vyshnevskaya O.M., Kostyrko A.H. (2017) Finansovyi potentsial silskohospodarskykh pidpryemstv: teoretychni i praktychni aspekty: [monohrafiia]. [Financial potential of agricultural enterprises: theoretical and practical aspects]. Mykolaiv: FOP Shvets V.M., 268 p. (in Ukrainian)
10. Xudolii L.M. (2014) Metody ta instrumenty finansovogo zabezpechennya agrarnogo biznesu Ukrainy [Methods and tools of financial support of agrarian business of Ukraine]. *Naukovyi visnyk NUBiP Ukrainy. Seriya: Ekonomika, agrarnyj menedzhment, biznes*, no. 200, part 3, pp. 9–14. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 26.10.2020.
The article was received 26 October 2020.

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-11

УДК 658.14/16

Моїсєєв В.В.

магістрант

Одеського національного економічного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0785-2527>

E-mail: slaviklyon@gmail.com

Домбровська С.О.

кандидат економічних наук,

викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку

Одеського національного економічного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5589-7837>

E-mail: sonya0493@rambler.ru

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті досліджено особливості використання вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємством в сучасних мінливих економічних умовах. Виявлено переваги показника вартості підприємства як основного критерія оцінювання ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Проаналізовано зарубіжний досвід впровадження вартісного підходу в управлінні підприємствами. Сформульовано основні напрямки підвищення показника вартості компанії. Визначено переваги вартісно-орієнтованого підходу та перепони у його впровадженні в управлінні підприємствами України. Запропоновано приймати максимізацію ринкової вартості вітчизняного підприємства за орієнтир забезпечення його позитивних результатів діяльності.

Ключові слова: вартісно-орієнтоване управління, вартісний підхід, вартість компанії, оцінка вартості, додана вартість.

Моїсєєв В.В., Домбровская С.А. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье исследованы особенности использования стоимостно-ориентированного подхода к управлению предприятием в современных изменчивых экономических условиях. Выявлены преимущества показателя стоимости предприятия как основного критерия оценки эффективности деятельности субъектов хозяйствования. Проанализирован зарубежный опыт внедрения стоимостного подхода в управлении предприятиями. Сформулированы основные направления повышения показателя стоимости компании. Определены преимущества стоимостно-ориентированного подхода и преграды в его внедрении в управлении предприятиями Украины. Предложено принимать максимизацию рыночной стоимости отечественного предприятия за ориентир обеспечения его положительных результатов деятельности.

Ключевые слова: стоимостно-ориентированное управление, стоимостный подход, стоимость компании, оценка стоимости, добавленная стоимость.

Moiseiev Viacheslav, Dombrovskaya Sofiia. ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF A VALUE BASED APPROACH TO MANAGEMENT OF ENTERPRISE

The article investigates the features of using a value-oriented approach to enterprise management in modern changing economic conditions. It is established, that the urgent problem today is to determine a reasonable target for value-oriented management. The application of indicators and models of enterprise valuation adequate to the Ukrainian economic conditions is analyzed. The advantages of the indicator of the value of the enterprise as the main criterion for assessing the efficiency of economic entities are identified. The foreign experience of introduction of the value-oriented approach in the management of the enterprises is analyzed. The main directions of increasing the value of the company are formulated. It is established, that the indicator in the system of value-oriented management approach should reflect the value of the company and the effectiveness of management decisions. The main goal of the value-oriented management system is formulated, which is to coordinate and motivate decision-making that will lead to long-term competitive advantages. It was found, that companies which use the principles of value-oriented approach in management, have advantages over companies in similar areas of business that use traditional tools for making management decisions. The advantages of the value-oriented approach and obstacles in its implementation in the management of Ukrainian

enterprises are identified. According to the VBM approach, the main indicator of evaluating the results of the enterprise is its value. This indicator of the value-oriented approach has certain advantages over traditional criteria for assessing the effectiveness of the company. It is noted, that using the approach of cost-oriented management of the enterprise does not always cause positive changes in the company's activities, which is caused by such major problems as difficulties in setting motivational goals and inconsistency between EVA and shareholder value. It is proposed to take the maximization of the market value of the domestic enterprise as a benchmark for ensuring its positive results.

Keywords: Value Based Management, value-based approach, value of company, value assessment, added value.

Постановка проблеми. Найбільш популярною концепцією менеджменту, якій відають перевагу іноземні корпорації протягом останніх десятиліть, можна відзначити вартісно-орієнтований підхід до управління підприємством. Використання даної концепції надає можливість здійснити позитивний вплив на підприємство в реаліях сучасної економіки, сприяти його адаптації до наслідків кризових явищ, забезпечити сталий та ефективний розвиток підприємства в умовах мінливості та невизначеності зовнішнього і внутрішнього економічного середовища.

В Україні впровадження системи управління вартістю підприємства потребує її адаптації до сучасних реалій та тенденцій вітчизняної економіки, здійснення фундаментального дослідження сутності й ролі ринкової вартості та ринкової капіталізації підприємства в межах цільової спрямованості даного підходу до управління, проведення детальної оцінки можливостей використання у вартісно-орієнтованому управлінні такого цільового критерію, як максимізація ринкової капіталізації підприємства. На сьогоднішній час досить актуальною проблемою є визначення об'єктивного цільового орієнтира вартісно-орієнтованого управління, застосування адекватних українським економічним умовам показників та моделей оцінювання вартості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємства присвятили свої праці такі зарубіжні дослідники, як Т. Коллер, П.В. Контес, Дж.М. Мак Таггарт, Д.Д. Мартін, М.М. Менкінс, Дж.В. Петті, А. Раппапорт, Б. Стюарт, Дж. Штернта та ін. Серед вітчизняних вчених проблемами вартісно-орієнтованої концепції менеджменту займалися такі вчені, як О.О. Захаркін, І.В. Івашковська, М.В. Корягін, О.А. Лаговська, К.А. Мамонов, О.Г. Мендрул, О.Б. Мних, Т.В. Момот, В.А. Панков, І.Й. Яремко, А.І. Шигаєв та ін.

Попри значну кількість досліджень у економічній науці щодо ролі ринкової вартості та ринкової капіталізації підприємства у вартісно-орієнтованому управлінні, є недостатньо розробленим та висвітленим питання щодо цільового критерію вартісно-орієнтованого управління в українських реаліях, що створює певні перепони у застосуванні показників та моделей оцінювання вартості підприємства.

Мета статті полягає в дослідженні доцільності застосування вартісної концепції управління підприємства та оцінці можливостей впровадження даної концепції у діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Вартісно-орієнтоване управління (англ. Value Based Management, VBM) становить собою концепцію управління, метою якої є якісне покращення стратегічних та оперативних управлінських рішень на усіх рівнях і етапах організації на основі концентрації зусиль суб'єктів, що приймають рішення. Не дивлячись на розгалуженість цільових функцій в управлінні підприємства, найбільш ефективною та адекватною сучасним економічним процесам

можна відзначити максимізацію вартості компанії, яка визначається дисконтованими грошовими потоками у майбутньому періоді. Варто зауважити, що знов створена вартість виникає лише за умови, коли підприємство отримує віддачу від інвестованого капіталу, розмір якої перевищує витрати на залучення цього капіталу.

Концепція управління вартістю компанії отримала свій розвиток, починаючи з 80-х рр. XX століття у Сполучених Штатах Америки. Перше теоретичне обґрунтування даної концепції належить А. Раппапорту. У власній праці «Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance» [1, с. 58] А. Раппапорт обґрунтовано доводить необхідність фокусування менеджерами своїх зусиль на зростанні вартості для інвесторів. Ключова ідея підходу автора полягає у оцінці ефективності інвестиційної та фінансової стратегії корпорації, враховуючи її здатність створювати акціонерну вартість (англ. Shareholder Value Added, SVA). У роботі «Ten Ways to Create Shareholder Value» [2, с. 70–72] А. Раппапортом вперше в економічній науці було визначено основні принципи вартісно-орієнтованого управління на підприємстві.

Варто зазначити, що абревіатура VBM (Value Based Management) виникла у 1990-х роках завдяки праці Б. Стюарта, Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Мурріна під назвою «Valuation: Measuring and Managing The Value of Companies» [3], яка стала фундаментальним дослідженням вартісно-орієнтованого менеджменту.

Відповідно підходу VBM основний показник оцінювання результатів діяльності підприємства – це його вартість, яка має певні переваги у порівнянні з традиційними критеріями оцінювання ефективності діяльності компанії.

До уваги пропонується у табл. 1 порівняльна таблиця показників чистого прибутку та вартості підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що показник вартості усуває певні недоліки, які є властивими показнику чистого прибутку, та надає можливість враховувати більш значну кількість факторів, що мають вплив на результат діяльності підприємства. Щодо цього питання, Т. Коупленд відзначав, що вартість є результативним показником, який інтегрує кращу і найбільш повну інформацію [3, с. 152].

Менеджери великих корпорацій все частіше використовують для оцінки поточної ефективності компаній в цілому та їх підрозділів вартісно-орієнтовані показники, які дозволяють оцінити ефективність діяльності компаній на основі економічного прибутку. Найбільш розповсюдженими з них є наступні показники:

- Economic Value Added (EVA) – показник доданої економічної вартості;
- Shareholder Value Added (SVA) – показник акціонерної доданої вартості;
- Market Value Added (MVA) – показник доданої ринкової вартості.

Показник EVA є результатом досліджень, проведених консалтинговою компанією «Stern Stewart &

Таблиця 1

Порівняльна характеристика чистого прибутку та вартості підприємства

Чистий прибуток	Вартість підприємства
<i>Мета використання показника:</i>	
Використовується для оцінки управлінських рішень на етапі тактичного управління.	Використовується для оцінки управлінських рішень на етапі стратегічного управління. Компоненти даного показника (наприклад, економічний прибуток) дають змогу оцінити результати тактичного управління.
<i>Розрахунок величини показника:</i>	
Розрахункова величина, що формується відповідно облікової політики підприємства.	Величину немає можливості штучно завищити або занижити, тому що розрахунок показника пов'язаний з рухом грошових коштів.
<i>Особливості використання показника:</i>	
Не дає змоги оцінити рівень платоспроможності підприємства та його інвестиційну активність.	Надає можливість здійснити оцінку рівня платоспроможності підприємства та його інвестиційної активності.
<i>Враховання витрат:</i>	
Враховує у розрахунках лише витрати, пов'язані з користуванням позикового капіталу.	Враховує у розрахунках витрати, пов'язані з користуванням усіх джерел фінансування діяльності підприємства.
<i>Враховання ризиків:</i>	
Не враховується діловий та фінансовий ризик, які є характерними для діяльності підприємства.	Враховується діловий і фінансовий ризик, що характерні для діяльності підприємства.

Джерело: складено автором на основі [3, с. 110-115]

Со», що була заснована Б. Стюартом, який визначає економічну додану вартість як різницю між чистою величиною операційного прибутку після оподаткування та витратами на залучення капіталу [4, с. 25].

Окрім цього, також можна зустріти ще одну назву показника EVA – залишковий прибуток, тобто це прибуток, який залишився після сплати за капітал. Основним призначенням показника є те, що власному (акціонерному) капіталу необхідно отримати хоча б ту ж саму норму повернення, враховуючи інвестиційні ризики на ринку капіталів [5, с. 172].

Показник EVA визначають як різницю між чистим операційним прибутком після сплати податків і альтернативною вартістю інвестованого капіталу.

Варто встановити основні відмінності між бухгалтерським і економічним прибутком. Перша відмінність полягає у тому, що при розрахунку економічного прибутку враховуються витрати на капітал. Друга відмінність пов'язана з особливостями у методах визначення доходів і витрат.

При обчисленні бухгалтерського прибутку застосовують метод нарахування, а для економічного прибутку використовують касовий метод. Зазначені відмінності викликають труднощі при реальному розрахунку показника EVA, оскільки базою для його обчислення слугує фінансова звітність, у якій всі показники сформовані методом нарахування.

Виходячи з особливостей розрахунку показника EVA, виникає можливість сформулювати основні напрямки покращення значення даного показника. Так, необхідне збільшення доходів, які будуть згенеровані інвестованими коштами. Досягнення такого результату можливо досягти за рахунок управління витратами, підвищення ефективності здійснення бізнес-процесів на основі реінжинірингу. Наступним напрямком може бути управління структурою капіталу, розширення та інвестування коштів в проекти, рентабельність яких вища витрат на капітал, який був залучений у процес реалізації даного проекту [6, с. 98]. Також призведе до поліпшення показника EVA підвищення ефективності управління активами шляхом продажу непрофільних або збиткових активів, скорочення термінів оборотності дебіторської заборгованості та запасів.

Показник акціонерної доданої вартості є зареєстрованим товарним знаком (SVA) консалтингової компа-

нії «L.E.K. Consulting». Зокрема, автором показника SVA заведено вважати А. Раппапорта. У своїх роботах Раппапорт визначає акціонерну додану вартість як прирощення між показником вартості акціонерного капіталу після певної операції та показником вартості того ж капіталу до цієї операції [7].

Досить часто зустрічається інше трактування показника: SVA: як приріст між розрахунковою вартістю акціонерного капіталу (наприклад, завдяки методу дисконтування грошових потоків) і балансовою вартістю акціонерного капіталу.

Доцільно відзначити, що, як і показник EVA, акціонерна додана вартість застосовується для визначення вартості компанії та ефективності інвестиційних рішень. Основною перевагою SVA перед EVA становить те, що за допомогою показника SVA оцінюється ринкова вартість інвестованого капіталу і вже немає потреби у коригуванні при обчисленні чистого операційного прибутку.

Основний недолік представленої моделі полягає у трудомісткості розрахунків та труднощах, які пов'язані з прогнозуванням грошових потоків.

Показник доданої ринкової вартості MVA дозволяє визначити величину перевищення ринкової капіталізації компанії над вартістю власного капіталу, представленої в бухгалтерському балансі. Ринкова капіталізація бізнесу являє добуток кількості випущених в обіг акцій підприємства на їх ринкову ціну.

Вважається, що показник MVA є похідним показником EVA. Крім того, авторські права на показник MVA також належать компанії «Stern Stewart & Co». Сама ж консалтингова компанія інтерпретує MVA як додатковий акціонерний капітал, який дорівнює поточній вартості майбутніх очікуваних EVA [8].

Показник в системі VBM повинен відображати вартість компанії та ефективність прийняття управлінських рішень. Розглянутий показник MVA не відповідає зазначеним вимогам, адже на ринкову капіталізацію мають вплив численні неконтрольовані менеджментом компанії фактори. Якщо результати діяльності компанії оцінювати за даним показником, це може спричинити прийняття керівництвом рішень з короткостроковим впливом на курсову вартість акцій.

Основна ж мета системи VBM полягає у координації та мотивації прийняття рішень, які призведуть довгострокові конкурентні переваги.

Існує багато яскравих прикладів успішного застосування концепції VBM. Найбільш яскравим є приклад компанії «Coca-Cola», яка почала використовувати показник EVA з 1981 р. та забезпечила собі успіх та стає зростання. Компанії, які використовують принципи VBM, мають перевагу по відношенню до компаній аналогічних сфер бізнесу.

У табл. 2 представлено відсоток поліпшення конкретних характеристик у компаній, які використовують концепцію VBM, порівняно з компаніями, що користуються традиційними системами управління.

Таблиця 2
Зростання характеристик компаній при використанні VBM-системи

Характеристика	% зростання
Підвищення прозорості у створенні вартості компанії	87
Зацікавленість робітників у створенні вартості	87
Підвищення ефективності використання ресурсів	82
Збільшення доходності акцій у порівнянні з конкурентами	73
Зростання ефективності планування інвестицій	69
Побудова ефективної схеми ведення кредитних переговорів	68
Орієнтація на довгостроковий розвиток	68

Джерело: складено автором на основі [9, с. 67]

Як вказано у дослідженні [9], концепція VBM зовсім не впливає на здатність компанії до інновацій. Крім того, успішні виконавці виявили, що програми VBM не тільки підвищують вартість для інвесторів, але також підвищують очікування інвесторів, що робить необхідним для компанії постійно знаходити нові способи створення вартості. Однак, всупереч цим застереженням, раціонально застосована програма VBM спрямовує рентабельність компанії на надійний шлях, забезпечуючи найкращу можливість для стійкого зростання у порівнянні з іншими концепціями.

Необхідно відзначити, що використання підходу VBM не завжди спричиняє позитивні зміни у діяльності компанії, це пов'язано з такими основними проблемами, як труднощі при постановці мотиваційних завдань на основі EVA для менеджерів та неузгодженість між показником EVA і створенням акціонерної вартості, яка виникла внаслідок використання амортизаційного методу бухгалтерського обліку згідно GAAP.

Світовий досвід показує, що застосування підходу VBM має певні обмеження, тому не кожна компанія може отримати однаково користь. Так, концепція VBM, яка приймає до уваги показники повернення на капітал, більш придатна для капіталомістких, виробничих галузях, порівняно зі сферою послуг, де більшу увагу приділяють розвитку людських ресурсів. Вважається, що до використання підходу VBM мають кращу підготовку компанії, які відчувають фінансові труднощі, аніж ті, які тільки створили бізнес та у яких справи і так добре йдуть.

Використання підходу VBM є дуже складним процесом, оскільки передбачається кардинальна зміна сформованих норм корпоративної культури. Відповідно до західної статистики, майже половина випад-

ків впровадження VBM має обмежений ефект, тобто не виправдовує всіх покладених на цей інструмент очікувань. Можна відзначити основні причини, які призводять до невдач:

- керівництво недооцінює обсяги часу і ресурсів, які необхідні для впровадження VBM;
- керівництво надає недостатню підтримку впровадженню VBM, створення вартості не є ключовим аспектом стратегії компанії;
- використовуються занадто складні моделі оцінки вартості підприємства;
- обрані нераціональні критерії оцінки вартості.

Аналізуючи систему менеджменту українських підприємств варто відзначити, що переважна більшість з них навіть не планує введення вартісного підходу. Що стосується тих українських компаній, менеджмент яких декларується, як спрямований на використання концепції VBM, то на більшості з них не здійснюються реальні кроки щодо практичної їх реалізації. Це свідчить про низький рівень використання підходу VBM на українських підприємствах. Виникає питання, чи потрібно взагалі вітчизняним підприємствам здійснювати перехід на вартісно-орієнтовану систему управління. У світовій практиці є багато прикладів, які доводять ефективність даної концепції. Проте варто встановити наскільки вона підходить для України. В українській економіці існує ряд перешкод, які роблять дану концепцію менш ефективною. До них можна віднести низький рівень розвитку фондового ринку, відсутність відкритості суб'єктів бізнесу, невизначеність багатьох умов (законодавство, упереджене ставлення до компанії державних органів з політичних причин).

Висновки. Концепція управління підприємством, яка базується на максимізації його вартості, є однією з найуспішніших та розповсюджених. Це спричинено тим, що зміна вартості компанії, яка виступає критерієм ефективності господарської діяльності, враховує значний обсяг інформації, пов'язаної з функціонуванням компанії. Безумовно, існують і певні труднощі у розрахунках показника вартості компанії, позаяк є певні обмеження і недоліки, тому найбільш ефективним для українських підприємств може бути комбіноване використання кількох показників при оцінюванні процесу створення вартості.

З усім тим, концепція вартісно-орієнтованого управління має труднощі з широким розповсюдженням в Україні найближчим часом. Головна складність застосування цього підходу полягає у складних розрахунках та у комплексній процедурі впровадження. По-перше, щоб розрахувати показник EVA, компанія повинна перейти від традиційної форми звітності до управлінської. По-друге, виникає необхідність у додаткових матеріальних та людських ресурсах, що вимагається певними розрахунковими моделями концепції VBM. Окрім цього, персонал компанії може сумнівно сприйняти такий підхід, що також варто враховувати. Тому на сьогоднішній час українським підприємствам рекомендується орієнтуватися на максимізацію своєї ринкової вартості, забезпечуючи сталий та стрімкий розвиток в мінливих економічних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Rappaport A. Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance. New York : Free Press, 2000. 270 p.
2. Rappaport A. Ten Ways to Create Shareholder Value. *Harvard Business Review*. 2006. Pp. 66–77.

3. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. Москва : Олимп Бизнес, 2008. 576 с.
4. Гусев А.А. Концепция EVA и оценка эффективности деятельности компании. *Финансовый менеджмент*. 2005. № 1. С. 25–26.
5. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента: как анализировать, сравнивать и контролировать данные, определяющие стоимость компании. Москва : Дело, 2001. 360 с.
6. Домбровська С.О., Лапіна І.С. Структура капіталу підприємства: сучасні проблеми та парадигма розвитку : монографія. Харків : «Діса плюс», 2020. 256 с.
7. Степанов Д. Value-Based Management и показатели стоимости. URL: <http://www.management.com.ua/finance/fin025.html> (дата звернення: 20.10.2020).
8. The independent strategy consulting boutique – Stern Stewart & Co. URL: <http://www.sternstewart.com> (дата звернення: 23.10.2020).
9. Haspeslagh Ph., Tomo N., Fares B. Managing for Value: It's Not Just About the Numbers. *Harvard Business Review*. 2007. Pp. 65–73.

REFERENCES:

1. Rappaport A. (2000) Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance. New York: Free Press.
2. Rappaport A. (2006) Ten Ways to Create Shareholder Value. *Harvard Business Review*, pp. 66–77.
3. Kouplend T., Koller T., Murrin D. (2008) *Stoimost kompanij: ocenka i upravlenie* [Company value: assessment and management]. Moscow: Olimp Biznes. (in Russian)
4. Gusev A.A. (2005) *Koncepcija EVA i ocenka jeffektivnosti dejatel'nosti kompanii* [EVA concept and assessment of the company's performance]. *Finansovyj menedzhment* [Financial management], no. 1, pp. 25–26.
5. Uolsh K. (2001) *Klyuchevye pokazateli menedzhmenta: kak analizirovat', sravnivat i kontrolirovat' dannye, opredelyayushchie stoimost kompanii* [Key management indicators: how to analyze, compare and control the data that determine the company's value]. Moscow: Delo. (in Russian)
6. Dombrovska S.O., Lapina I.S. (2020) *Struktura kapitalu pidpriemstva: suchasni problemy ta paradyhma rozvytku* [The capital structure of the enterprise: modern problems and development paradigm]. Kharkiv: «Disa plus». (in Ukrainian)
7. Stepanov D. Value-Based Management i pokazateli stoimosti [Value-Based Management and cost indicators]. Available at: <http://www.management.com.ua/finance/fin025.html> (accessed 20 October 2020).
8. The independent strategy consulting boutique – Stern Stewart & Co. Available at: <http://www.sternstewart.com> (accessed 23 October 2020).
9. Haspeslagh Ph., Tomo N., Fares B. (2007) Managing for Value: It's Not Just About the Numbers. *Harvard Business Review*, pp. 65–73.

*Стаття надійшла до редакції 01.11.2020.
The article was received 01 November 2020.*

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-12

УДК 658.8:338.27

Фурсова В.А.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
Національного аерокосмічного університету імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4841-3416>
E-mail: fivex@rambler.ru*

Гавриш Г.О.

*кандидат економічних наук
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7093-8772>
E-mail: galina.gavrysh@gmail.com*

Тимохова Г.Б.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та права
Харківського гуманітарного університету
«Народна українська академія»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5352-6960>
E-mail: tymohova@gmail.com*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТАННЯ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ БАНКРУТСТВА ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Через пандемію коронавірусу і введення жорстких карантинних обмежень, глобальна економіка зіткнулася з серйозними викликами, які спричинили різке зростання числа банкрутств підприємств по всьому світу. Однією з найбільш постраждалих сфер економіки в Україні стала торгівля, що актуалізувало проблему вибору адекватної моделі для оцінювання ризику банкрутства торгових підприємств. У дослідженні, відповідно до поставленої мети, проаналізовані зарубіжні та вітчизняні моделі оцінки рівня ризику банкрутства підприємств торгівлі, виділені їх переваги та недоліки. Найсуттєвішою проблемою відзначається недолік уваги до моделей, які оцінюють ймовірність банкрутства підприємств торгівлі. Авторами також виділені ряд специфічних особливостей підприємств сфери торгівлі, урахування яких повинно послужити базою для подальших досліджень в напрямку вдосконалення підходів до оцінки ризику банкрутства таких компаній.

Ключові слова: банкрутство, сфера торгівлі, підприємство, галузеві особливості, дискримінантна модель.

Фурсова В.А., Гавриш Г.А., Тимохова Г.Б. АКТУАЛИЗАЦИЯ ВОПРОСА ОЦЕНКИ РИСКА БАНКРОТСТВА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Из-за пандемии коронавируса и введения жестких карантинных ограничений, глобальная экономика столкнулась с серьезными вызовами, которые вызвали резкий рост числа банкротств предприятий по всему миру. Одной из наиболее пострадавших сфер экономики в Украине стала торговля, что актуализировало проблему выбора адекватной модели для оценки риска банкротства торговых предприятий. В исследовании, согласно поставленной цели, проанализированы зарубежные и отечественные модели оценки уровня риска банкротства предприятий торговли, выделены их преимущества и недостатки. Самой существенной проблемой отмечается недостаток внимания к моделям, которые оценивают вероятность банкротства предприятий торговли. Авторами также выделены ряд специфических особенностей предприятий сферы торговли, учет которых должен послужить базой для дальнейших исследований в направлении совершенствования подходов к оценке риска банкротства таких компаний.

Ключевые слова: банкротство, сфера торговли, предприятие, отраслевые особенности, дискриминантная модель.

Fursova Viktoriya, Havrysh Halyna, Tymohova Halina. UPDATING THE ISSUE OF FORECASTING TRADE ENTERPRISES BANKRUPTCY RISK IN THE CONDITIONS OF CORONAVIRUS PANDEMIC

Due to the coronavirus pandemic and the implementation of strict quarantine restrictions, the global economy has faced serious challenges that have increased the number of corporate bankrupts around the world. To survive on market under new conditions any enterprise should be able to promptly assess its risks of insolvency. In Ukraine the trade was one of the most affected areas of the domestic economy (nearly one-third of trade enterprises have gone bankrupt), that is why it is very crucial to find out an adequate model for assessing the bankruptcy risk of commercial enterprises. This article is devoted to the research of challenges and opportunities of trade enterprise insolvency assessment. The object of research is risk discriminant and logit models as an instrument of trade enterprise financial stability assessment, based on the financial indicators. The key research methods were used in the article: analysis of scientific literature and comparison method. In the study, in accordance with the aim, were analyzed foreign (Lithuania, Poland, Russia) and domestic models for assessing the level of bankruptcy risk of trade enterprises, discussed their advantages and disadvantages. Authors came to conclusion, that the most significant problem is the lack of attention to models that forecast the probability of trade enterprises bankruptcy. Moreover a lot of models does not include the indicators of receivables and payables, which can significantly affect the liquidity of the company. The authors also highlighted a number of specific features of trade enterprises, among them are: 1) significant amounts of receivables and payables; 2) food trade enterprises have a fast sales cycle and perishable goods, which significantly increases the risks of the enterprise; 3) stage of the life cycle of the enterprise; 4) a significant level of dependence of trading companies on demand, which decreases sharply in a crisis and causes significant fluctuations in corporate revenue; 5) availability of offline and online sales channels. All this features should serve as a basis for further research to improve approaches to assess the risk of bankruptcy of such companies.

Keywords: bankruptcy, trade sphere, enterprise, industry features, discriminant model.

Постановка проблеми. Оцінювання ризику банкрутства й досі не втрачає свої актуальності у всьому світі, як серед академічних досліджень, так й на практиці, особливо враховуючі останні деструктивні тенденції на глобальному ринку, пов'язані з локдауном більшості економік світу на фоні розвитку пандемії Covid-19. Так, експерти очікують що до кінця 2020 року через пандемією коронавірусу збанкрутують тисячі компаній по всьому світу [1], глобальна економіка за даними МВФ скоротиться на 4,4%, а економіка України на 7,2% [2]. Найсильніше спалах пандемії Covid-19 торкнувся таких галузей, як туризм, транспорт (пасажирські та авіаперевезення), громадське харчування та торгівля, що значно посилює виникнення ризику банкрутства підприємств цих сфер. Так, за прогнозами СОТ падіння обсягів світової торгівлі буде коливатися у межах від 13% до 32% у 2020 р. [3, с. 42].

В Україні фінансові результати до оподаткування великих та середніх компаній торгової галузі за січень–червень 2020 р. скоротились на 89% до 4,1 млрд. грн. у порівнянні з аналогічним періодом минулого року, а кількість збиткових підприємств зросла на 11,8 в. п. до 29,9% від їх загальної кількості (рис. 1).

Більш того, в період жорсткого карантину 211 302 підприємств в сфері торгівлі (або порядку 75% від зупинених фізичних осіб підприємств за всіма галузями) було закрито [3, с. 44]. Суттєво скоротився попит на новий одяг, побутову техніку й електроніку (за оцінками Pro-Consulting ринок побутової техніки просів на 37%) [4]. Все це обумовлює пошук ефективних методик прогнозування ризику банкрутства в нових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні десятиріччя дослідниками різних країн розроблено безліч методик щодо оцінювання ризику банкрутства, а найбільш відомим класиком, зробившим вагомий вклад в розвиток прогнозування банкрутства вважається Є. Альтман [6]. Але ключовою проблемою більшості представлених в літературі моделей оцінювання ризику банкрутства, є те, що вони були розроблені з використанням конкретної вибірки підприємств з певної країни та в визначений період часу, не відображають галузеву специфіку, тому не є уні-

версальними. У зв'язку з цим, в останній час значно зростає інтерес до моделей, які враховують особливості різних галузей економіки. Серед вітчизняних та зарубіжних науковців, які займались галузевою проблематикою при розробці моделей прогнозування ризику банкрутства відмітимо: О.О. Терещенко [7], Є.С. Ткача, Ю.Д. Ханафієву [8], М. Буткус [9] та ін. Проте, базуючись на ґрунтовних напрацюваннях Б. Прусака [10], А.В. Казакова і А.В. Колышкіна [11], а також власному дослідженні, можна зробити висновки, що науковий інтерес до оцінки ризику банкрутства підприємств торгівлі зовсім незначний, на відміну від промислових компаній, що й актуалізувало тему дослідження.

Метою дослідження є аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду оцінювання ризику банкрутства підприємств торгової сфери та визначення їх переваг та недоліків в сучасних умовах розвитку економіки України.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Серед зарубіжних дослідників, які зробили спробу діагностувати ризик банкрутства для торгових підприємств зазначимо: М. Буткус, С. Жакар, Д. Чібульскене, Р. Баліна, А.В. Казакова й А.В. Колишкіна, Г.В. Давыдову, А.Ю. Белікова (табл. 1). Вітчизняним науковцем, який запропонував модель оцінки ризику банкрутства компаній галузі торгівлі є Ю.В. Підлипний.

Зазначимо, що в основі усіх наведених вище підходів щодо прогнозування ризику банкрутства є дискримінантні і logit моделі, які побудовані з використанням фінансових коефіцієнтів.

Так, модель литовських дослідників М. Буткус, С. Жакар, Д. Чібульскене включає 4 показника і призначена для малих (точність прогнозу складає 91%) та середніх підприємств (точність прогнозу досягає 96%), які функціонують в галузі торгівлі. На основі отриманого показника Z ймовірність банкрутства підприємства розраховується за такою формулою:

$$P(Y=1) = \frac{e^z}{1+e^z} . \quad (1)$$

Шкала оцінки отриманих результатів: $P < 0,25$, ймовірність банкрутства компанії дуже велика;



Рис. 1. Динаміка фінансових результатів до оподаткування великих та середніх торгових підприємств за січень–червень 2019–2020 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [5]

Таблиця 1

Моделі ризику банкрутства торгових підприємств

Автори моделі	Модель
1. Модель М. Буткус, С. Жакар, Д. Чібуйскене [9] (Литва, 2014 р.)	Z торгових підприємств = $-0,938 - 13,047 \cdot (\text{GAK}/T) + 0,064 \cdot (\text{PP}/\text{GAK}) - 2,368 \cdot (\text{PP}/T) + 12,772 \cdot (\text{NK}/I)$ GAK / T – відношення оборотного капіталу до активів; PP / GAK – відношення виручки від реалізації до оборотного капіталу; PP / T – відношення виручки від реалізації до активів; NK / I – показник платоспроможності.
2. Модель Р. Баліна [12] (Польща, 2018 р.)	$ZRLWF = 1,236 + 1,20 \cdot X_{23} + 0,26 \cdot X_{30} + 0,10 \cdot X_{32} - 0,32 \cdot X_{38}$ X_{23} – капітал/виручка від продажу; $X_{30} = X_{4B} - X_{4P}$; X_4 – короткострокова дебіторська заборгованість + короткострокові інвестиції / поточні зобов'язання; Індикатор X_{4B} означає середнє значення по галузі, а показник X_{4P} означає певне значення для компанії-учасника; $X_{32} = (\text{виручка від продажу})_t / (\text{виручка від продажу})_{(t-1)}$, $X_{38} = (\text{поточні зобов'язання})_t / (\text{поточні зобов'язання})_{(t-1)}$. t – часовий інтервал.
3. Модель А.В. Казакова, А.В. Колишкіна (Росія, 2018 р.) [11, с. 253]	$Y = -22,329 - 1,825 \cdot (\text{CASH}/\text{SL}) - 0,181 \cdot \ln \text{AAR} - 0,039 \cdot \ln \text{S} + 1,395 \cdot \ln \text{L}$ CASH / SL – відношення грошових коштів до короткострокових зобов'язань; AAR – натуральний логарифм від різниці між величиною активів і дебіторською заборгованістю; lnS – натуральний логарифм від величини виручки; lnL – натуральний логарифм від величини загальної заборгованості.
4. Модель А. Белікова, Г. Давидової (Росія, 1999 р.) [13]	$R = 8,38 \cdot K_1 + K_2 + 0,054 \cdot K_3 + 0,63 \cdot K_4$ K_1 – відношення оборотного капіталу до активів; K_2 – відношення чистого прибутку до власного капіталу; K_3 – відношення виручки до активів; K_4 – відношення чистого прибутку до собівартості.
5. Модель Ю.В. Підлипного [14, с. 257] (Україна, 2017 р.)	$R = 4,19 \cdot K_1 + K_2 + 0,027 \cdot K_3 + 0,315 \cdot K_4$ K_1 – відношення оборотного капіталу до активів; K_2 – відношення чистого прибутку до власного капіталу; K_3 – відношення виручки від реалізації до активів; K_4 – відношення чистого прибутку до затрат.
6. Модель Національного банку України [15] (Україна, 2016 р.)	Для великих і середніх підприємств: $Z = 2,094 + 0,389 \cdot X_2 + 0,466 \cdot X_5 + 0,523 \cdot X_6 + 0,265 \cdot X_7 + 0,576 \cdot X_8 + 0,279 \cdot X_{13} + 0,237 \cdot X_{17}$ X_2 – показник загальної ліквідності; X_5 – показник оборотності запасів; X_6 – показник покриття боргу валовим прибутком; X_7 – частка боргу підприємства до активів; X_8 – показник оборотності кредиторської заборгованості; X_{13} – показник частки неопераційних елементів балансу; X_{17} – показник покриття фінансових витрат валовим прибутком Для малих підприємств: $Z = 1,936 + 0,359 \cdot X_7 + 0,299 \cdot X_8 + 0,616 \cdot X_{11} + 1,137 \cdot X_{13} + 0,183 \cdot X_{14} + 0,266 \cdot X_{17}$ X_{11} – показник покриття боргу чистим доходом; X_{14} – показник оборотності поточних активів.

Джерело: складено авторами за даними [9; 11–15]

$0,25 \leq P < 0,5$, велика ймовірність банкрутства;
 $0,5 \leq P < 0,75$, велика ймовірність банкрутства;
 $P > 0,75$, компанії не загрожує банкрутство [9].

В Польщі Рафаель Баліна для торгових компаній запропонував 4 факторну модель оцінки ризику банкрутства, особливістю якої є те, що вона враховує середнє значення по галузі показника дебіторської заборгованості та короткострокових інвестиції до поточних зобов'язань та конкретного підприємства, а також динаміку показників. Для функції ZRLWF вважається граничною точкою на рівні 0,5 [12].

В основі моделі А.В. Казакова і А.В. Колишкіна лежить логарифмічний підхід та використано також 4 показника. Точність моделі складає 83%, а ймовірність банкрутства (P_i) розраховується за формулою:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Y}} \quad (2)$$

Показник (P_i) може приймати значення від 0 до 1, тобто підприємство може стати банкрутом з ймовірністю від 0 або 100% [11]. Суттєвою перевагою цього підходу є врахування дебіторської заборгованості та загальної заборгованості підприємства.

Модель А. Белікова і Г. Давидової включає показники рентабельності капіталу та витрат, а також оборотності активів та забезпеченості власними оборотними засобами. Точність моделі складає 81% (за 3 квартали до дати виникнення банкрутства), а за

результатами розрахунків ймовірність банкрутства класифікується таким чином: менше 0 – максимальна (90–100%); від 0 до 0,18 – висока (60–80%); від 0,18 до 0,32 – середня (35–50%); від 0,32 до 0,42 – низька (15–20%); більше 0,42 – мінімальна (до 10%) [13].

Таким же самим показникам надає перевагу й вітчизняний дослідник Ю.В. Підлипний. Точність його моделі складає 69–70%, а ймовірність банкрутства ідентифікується у цих самих межах, що й в моделі А. Белікова і Г. Давидової: менше 0 – максимальна (90–100%); від 0 до 0,18 – висока (60–80%); від 0,18 до 0,32 – середня (35–50%); від 0,32 до 0,42 – низька (15–20%); більше 0,42 – мінімальна (до 10%) [14]. Недоліком запропонованої моделі є те що вона, як і модель М. Буткус, С. Жакар, Д. Чібуйскене, та А. Белікова і Г. Давидової не враховує дебіторську заборгованість, сума якої на торгових підприємствах зазвичай є великою та може суттєво впливати на ліквідність підприємства.

З метою визначення рівня кредитного ризику та класу боржника суб'єкта господарювання Національний банк України розробив власну дискримінанту модель, яка враховує не тільки галузеві особливості, а й розмір підприємства. Серед переваг даного підходу відзначимо врахування кредиторської заборгованості для великих і середніх підприємств та показник покриття боргу. Ключовими недоліками

Таблиця 2

Інтерпретація отриманих результатів за інтегральним показником для визначення класу та рівня ризику боржника

Розмір підприємства	Інтервали значень інтегрального показника за класами									
	значення	класи								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
мали підприємства торгівлі	≥	+3,24	+2,69	+2,13	+1,58	+1,03	+0,47	-0,08	-0,63	-
	≤	-	+3,24	+2,69	+2,13	+1,58	+1,03	+0,47	-0,08	-0,63
середні та великі підприємства торгівлі	≥	+3,77	+3,12	+2,46	+1,80	+1,14	+0,49	-0,17	-0,83	-
	≤	-	+3,77	+3,12	+2,46	+1,80	+1,14	+0,49	-0,17	-0,83

Джерело: [15]

є – відсутність показника, який відображає рівень дебіторської заборгованості, а також не має даних щодо точності моделей. Отримані результати щодо рівня кредитного ризику та класу боржника інтерпретують за допомогою таблиці 2. Чим більше клас, тим вище ризик банкрутства підприємства.

Зауважимо, що загальним недоліком зарубіжних моделей є необхідність перевірки їх адекватності для українських підприємств, оскільки вони були побудовані на статистичних даних компаній інших країн.

Також значний вклад в розвиток напрямку стосовно прогнозування ризику банкрутства внесли дослідники Е.А. Федорова, Л.Е. Хрустова, Д.В. Чекризов [16], які адаптували дискримінантні моделі відомих науковців (Альтмана, Тафлера і Тішоу, Спрінгейта, Ліса, Р. Сайфуліна і Г. Кадикова, Р.К.Х. Гальвао, В.М. Бесерра, М. Абу-Сеада та ін.) та скорегували інтегральний показник залежно від галузевих особливостей підприємства. Наприклад, в моделі Альтмана для підприємств торгівлі інтегральний показник повинен бути менше або дорівнювати 1,1663 (замість оригінального значення $\leq 1,1$), моделі Тафлера і Тішоу – $\leq 0,56467$ (проти $< 0,2$). Але всі ці інтегральні значення адаптовані для російських торгових підприємств, тому їх використання може дати помилкові результати для українських компаній.

Висновки. Таким чином, кожна модель містить певні переваги та недоліки, тому необхідно з обережністю підходити до вибору моделі оцінки ризику банкрутства підприємства.

Серед специфічних особливостей, які необхідно враховувати при розробці або вдосконаленні наявних моделей оцінки ризику банкрутства для підприємств торгівлі, є наступні:

- наявність значної суми дебіторської та кредиторської заборгованості;
- швидкий цикл реалізації продукції та наявність товару який швидко псується, що суттєво підвищує ризику підприємства (особливо це стосується підприємств, які реалізують продукти харчування);
- стадія життєвого циклу підприємства, що позначається на різниці в доходах більш зрілих і молодих підприємств;
- суттєва залежність торгових компаній від попиту з боку населення, який різко знижується в умовах кризи, що викликає значні коливання виручки підприємств (тому доцільно враховувати показник динаміки виручки);
- наявність оффлайн та онлайн каналів продажу (в умовах пандемії Інтернет-продажі дозволяють підприємству виживати і отримувати прибуток, тому необхідно визначити їх частку в загальному обсязі торгових операцій).

У зв'язку з цим, наведені фактори необхідно інтегрувати в одну з методик через бальність або рейтинги, засновані на експертній думці чи інший меха-

нізм, що дозволяє врахувати специфіку галузі і дати об'єктивний висновок щодо надійності компанії сфери торгівлі. Таким чином, подальші дослідження в даному напрямку необхідно присвятити розробці моделі оцінки ризику банкрутства для підприємств торгівлі, що враховує наведені особливості даної галузі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Financial Times. Pandemic will cause 'lasting damage' to living standards, IMF warns. URL: <https://www.ft.com/content/8b286455-d9ed-42a9-b933-5a1d3f4f08b2> (дата звернення: 16.10.2020).
2. Международный валютный фонд. Перспективы развития мировой экономики, октябрь 2020 года. URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020> (дата звернення: 16.10.2020).
3. Денков Д., Каракуц А., Щедрін Ю. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. Центр прикладних досліджень, 2020. 56 с.
4. Соколов О. Рітейл під час та після карантину. URL: <https://commercialproperty.ua/interview/riteyl-pid-chas-ta-pislya-karantynu/> (дата звернення: 16.10.2020).
5. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.10.2020).
6. Altman E.I. Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1540-6261.1968.tb00843.x> (дата звернення: 21.10.2020).
7. Терещенко О.О. Дискримінантний аналіз в оцінці кредитоспроможності підприємства. *Вісник Національного Банку України*. 2015. № 6 (88). С. 24–27.
8. Ткач Е.С., Ханафиева Ю.Д., Чекушина І.А. Модель оцінки вероятності банкрутства в нафтогазовій отраслі. URL: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rnp/ppaper/ch1641.pdf>. (дата звернення: 21.10.2020).
9. Butkus M., Žakare S., Cibulskien D. Bankroto diagnostikos modelis ir jo pritaikymas bankroto tikimybei lietuovos i monese prognozuoti. *Taikomoji Ekonomika: Sisteminiai Tyrimai*. 2014. № 8. pp. 11–32.
10. Prusak B. Corporate Bankruptcy Prediction in Poland Against the Background of Foreign Experience. *Finanse*. 2019. № 15 (1). Pp. 10–19. DOI: 10.2478/fiqf-2019-0002.
11. Казаков А.В., Колышкин А.В. Разработка моделей прогнозирования банкротства в современных российских условиях. *Вестник Санкт Петербургского университета. Экономика*. 2018. Т. 34. Вып. 2. С. 241–266.
12. Balina R. Forecasting Bankruptcy Risk in The contexts of Credit Risk Management – A Case Study on Wholesale Food Industry in Poland. *International Journal of Economic Sciences*. 2018. Vol. VII (1). pp. 1–15. DOI: 10.20472/ES.2018.7.1.001.
13. Давыдова Г.В., Беликов А.Ю. Методика количественной оценки риска банкротства предприятий. *Управление риском*. 1999. № 3. С. 13–20.
14. Підліпний Ю.В. Особливості аналізу ймовірності банкрутства в умовах кризи. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2017. Випуск 1 (49). Т. 2. С. 254–258.
15. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: Постанова Правління Національного Банку України від 30.06.2016 № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#Text> (дата звернення: 25.10.2020).

16. Федорова Е.А., Хрустова Л.Е., Чекризов Д.В. Отраслевые особенности применения моделей прогнозирования банкротства предприятия. *Стратегические решения и риск-менеджмент*. 2018. №1. С. 64–71. DOI: 10.17747/2078-8886-2018-1-64-71.

REFERENCES:

1. Financial Times (2020) Pandemic will cause 'lasting damage' to living standards, IMF warns (2020). Available at: <https://www.ft.com/content/8b286455-d9ed-42a9-b933-5a1d3f4f08b2> (accessed October 16, 2020).
2. Mezhdunarodnyy valyutnyy fond (2020) [International Monetary Fund]. Perspektivy razvitiya mirovoy ekonomiki, oktyabr' 2020 goda (2020). [World Economic Outlook, October 2020]. Available at: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020> (accessed October 16, 2020).
3. Dienkov D., Karakuts A., Shchedrin Yu. (2020) Vplyv COVID-19 ta karantynnykh obmezhen na ekonomiku Ukrainy [Impact of COVID-19 and quarantine restrictions on the economy of Ukraine]. Tsentri prykladnykh doslidzhen [Center for Applied Research]. (in Ukrainian)
4. Sokolov O. (2020) Riteil pid chas ta pislia karantynu [Retail during and after quarantine]. Available at: <https://commercialproperty.ua/interview/riteyl-pid-chas-ta-pislya-karantynu/> (accessed 16 October 2020).
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Statystychna informatsiia [Statistical information]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 23 October 2020).
6. Altman E.I. (1968) Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1540-6261.1968.tb00843.x> (accessed October 21, 2020)
7. Tereshchenko O.O. (2015) Diskryminantnyi analiz v otsintsi kredytopromozhnosti pidpriemstva [Discriminant analysis in the assessment of creditworthiness of the enterprise]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, no. 6 (88), pp. 24–27. (in Ukrainian)
8. Tkach E.S., Khanafieva Yu.D., Chekushina I.A. (2016) Model' otsenki veroyatnosti bankrotstva v neftegazovoy otrasli [Model assessment of probability of bankruptcy in the oil and gas industry]. Available at: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rmp/ppaper/ch1641.pdf>. (accessed 21 October 2020).
9. Butkus M., Zakare S., Cibulskien D. (2014) Bankroto diagnostikos modelis ir jo pritaikymas bankroto tikimybei lietuvoje i monese prognozuoti. *Taikomoji Ekonomika: Sisteminiai Tyrimai*, no. 8, pp. 11–32.
10. Prusak B. (2019) Corporate Bankruptcy Prediction in Poland Against the Background of Foreign Experience. *Finanse*, no. 15(1), pp. 10–19. DOI: 10.2478/fiqf-2019-0002.
11. Kazakov A.V., Kolyshkin A.V. (2018) Razrabotka modelej prognozirovaniya bankrotstva v sovremennykh rossijskikh usloviyakh [Forecasting Models in Contemporary Russian Conditions]. *Bulletin of St. Petersburg University. Economics*. T. 34. Issue 2, pp. 241–266.
12. Balina R. (2018) Forecasting Bankruptcy Risk in The contexts of Credit Risk Management – A Case Study on Wholesale Food Industry in Poland. *International Journal of Economic Sciences*. Vol. VII (1), pp. 1–15. DOI: 10.20472/ES.2018.7.1.001.
13. Davydova G.V., Belikov A.Yu. (1999) Metodika kolichestvennoy otsenki riska bankrotstva predpriyatiy [Methods of quantitative assessment of the risk of bankruptcy of enterprises]. *Risk management*, no. 3, pp. 13–20. (in Ukrainian)
14. Pidlypnyi Yu.V. (2017) Osoblyvosti analizu ymovirnosti bankrotstva v umovakh kryzy [Features of the analysis of the probability of bankruptcy in a crisis]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Economics series*. Issue 1 (49). Vol. 2, pp. 254–258. (in Ukrainian)
15. Polozhennia pro vyznachennia bankamy Ukrainy rozmiru kredytnoho ryzyku za aktyvnymy bankivskymy operatsiyamy (2016) [Regulations on determining the amount of credit risk by banks of Ukraine for active banking operations]: Postanova Pravlinnia Natsionalnoho Banku Ukrainy vid 30.06.2016 no. 351. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#Text> (accessed October 25, 2020).
16. Fedorova E.A., Khrustova L.E., Chekrizov D.V. (2018) Otrasleyve osobennosti primeneniya modeley prognozirovaniya bankrotstva predpriyatiya [Industry characteristic of bankruptcy prediction models appliance]. *Strategic decisions and risk management*, no. 1, pp. 64–71. DOI: 10.17747/2078-8886-2018-1-64-71. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 05.11.2020.
The article was received 05 November 2020.

СЕКЦІЯ 5 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-13

УДК 338.27:339.13.021:615.225

Кучер П.В.

аспірант кафедри економіко-математичного моделювання
Київського національного економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1687-1092>
E-mail: kucheroobot@gmail.com

Юнькова О.О.

доцент кафедри економіко-математичного моделювання
Київського національного економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8326-5383>
E-mail: olenayunkova@gmail.com

МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ПРИКЛАДІ ПРЕПАРАТУ ВІД ВАРИКОЗУ

В даній статті розглянуто процес дослідження та економетричного моделювання продажів лікарського препарату від варикозу (назва досліджуваного препарату є умовною – «Вейнер»). Проведено кореляційно-регресійний та факторний аналіз чинників, які мають безпосередній вплив на продажі препарату. Оцінено вплив кожного фактору на досліджувану величину і потім проведено моделювання часового ряду. Окрім того, проведено детальний аналіз досліджуваного показника (обсяги продажів лікарського препарату в штуках) за допомогою автокореляційної функції і також методу перших різниць, щоб визначити природу ряду. Результати економетричного моделювання дали змогу виявити головні чинники впливу на продажі лікарського препарату «Вейнер», а також здійснити прогнозування в короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Ключові слова: ринок лікарських засобів, продажі лікарських препаратів, моделювання, часовий ряд, кореляційно-регресійний аналіз, множинна регресія, прогнозування.

Кучер П.В., Юнькова Е.А. МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ПРЕПАРАТА ОТ ВАРИКОЗА

В данной статье рассмотрен процесс исследования и эконометрического моделирования продаж лекарственного препарата от варикоза (название исследуемого препарата является условным – «Вейнер»). Проведено корреляционно-регрессионный и факторный анализ факторов, которые имеют непосредственное влияние на продажи препарата. Оценено влияние каждого фактора на исследуемую величину и затем проведено моделирование временного ряда. Кроме того, проведен детальный анализ исследуемого показателя (объемы продаж лекарственного препарата в штуках) с помощью автокорреляционной функции и также метода первых разностей, чтобы определить природу ряда. Результаты эконометрического моделирования позволили выявить основные факторы влияния на продажи лекарственного препарата «Вейнер», а также осуществить прогнозирование в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: рынок лекарственных средств, продажа лекарственных препаратов, моделирование, временной ряд, корреляционно-регрессионный анализ, множественная регрессия, прогнозирование.

Kucher Pavlo, Yunkova Olena. MODELLING OF THE MEDICINES MARKET DYNAMICS ON THE EXAMPLE OF THE DRUG FOR VARICOSIS

The current state of the economy, which is characterized by dynamism, a high degree of environmental uncertainty, significant technological transformations, requires a quantitative assessment of the development of socio-economic processes. In such conditions, marketing activities aimed at achieving the goals of the enterprise and meeting the needs of consumers, usually based on the study of markets for individual products, identifying prevailing trends, developing marketing strategies. The ability to predict future prospects increases the success of marketing activities of any enterprise. Therefore, forecasting sales of a product is always a pressing issue. Solving the problem of forecasting plays a crucial role in the processes of both strategic planning and operational management in various fields of science and technology. To ensure competitiveness, domestic analysts use various economic and mathematical methods and models that allow forecasting economic and financial performance of the enterprise, optimize the management system and more. The scientific article considers the process of analysis and econometric modeling for sales of the varicose veins drug (to make this research as objective as possible, the name of the studied drug is conditional – "Veiner"). Correlation-regression and factor analysis of factors that have a direct impact on drug sales is performed. The influence of each factor on the studied variable is estimated and the time series is modeled. In addition, a detailed analysis of the studied indicator (sales of the drug in pieces for three full years) was performed using the autocorrelation function and also the method of the first differences to determine the nature of the time series. The results of econometric modeling allowed to identify the main factors influencing the sale of the medicine drug. After that, short-term and long-term forecasting, based on the obtained results, was carried out. Taking into account that the projected results reproduced accurately enough the actual sales of the drug, it can be said that the used method can be applied to similar researches.

Keywords: drug market, drug sales, modeling, time series, correlation-regression analysis, multiple regression, forecasting.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки, який характеризується динамізмом, високим ступенем невизначеності навколишнього середовища, суттєвими технологічними перетвореннями, потребує кількісного оцінювання розвитку соціально-економічних процесів. Здатність передбачати майбутні перспективи підвищує успішність економічної діяльності будь-якого підприємства. У зв'язку з цим прогнозування продажів того чи іншого продукту завжди залишається актуальною проблемою. Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняні аналітики використовують різні економіко-математичні методи та моделі, які дозволяють прогнозувати економічні та фінансові показники підприємства, оптимізувати систему управління тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значну увагу різним аспектам моделювання економічних процесів та явищ, прогнозуванню їхнього розвитку присвятили В.В. Вітлінський [1], Т.Р. Косовцева [2], Ю. Андрусенко [3], Д.І. Чумаченко [4], Н.А. Дегтярева [5; 6], С.Б. Данилевич [7], Г.В. Присенко [8], О.О. Воронков [9], Н.В. Кудрицька [10], Л.О. Ященко [11], С.Ф. Каморніков [12], М.О. Мозолевська [13]. Крім того аналіз фармацевтичного ринку, зокрема, розглядається в роботах А.В. Доровського [14], О.М. Ковінько [15], О.В. Гарматюк [16], Д. Кирсанова [17], Е. Дмитрик [18] та інших.

Метою дослідження є аналіз часового ряду, який відображає обсяги продажів лікарського препарату від варикозу «Вейнер», моделювання цього ряду і побудова короткострокового та довгострокового прогнозів із застосуванням регресійного методу прогнозування і пакету «Statistica».

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Ринок лікарських засобів – чи не найдинамічніший в Україні. Самолікування досі залишається не найкращою звичкою українців. Лікуються часто не за рецептами, а на підставі порад аптекарів та знайомих у яких були такі ж симптоми. Близько 70–75% українців ходять до лікаря рідше, ніж раз на 3–4 місяці, або не звертаються взагалі. І при цьому близько 75–80% купують ліки частіше, ніж 2–3 рази на місяць. Якщо оцінювати купівельну поведінку і маркетингову активність, то ринок фармацевтичних препаратів стає дуже подібним на FMCG (Fast Moving Consumer Goods, або ширвжиток), не зважаючи на іншу специфіку товару [15, с. 56–57].

Моделювання та прогнозування динаміки продажів одного з лікарських засобів виконується за допомогою моделі множинної лінійної регресії, причому очікувані значення досліджуваного показника визначаються на підставі прогнозованих значень факторних змінних, для визначення яких застосовано можливості нейромережевого прогнозування відомого пакету статистичних досліджень «Statistica» [11; 19].

Маємо обсяги продажів (в шт.) препарату від варикозу під умовною назвою «Вейнер», які спостерігаються потижнево протягом чотирьох років (рис. 1).

Візуальний аналіз показує, що ряд має зростаючий тренд і періодичні коливання, тривалість яких приблизно збігається з одним календарним роком. Основними засобами дослідження обрано автокореляційні функції (АКФ) та спектральний аналіз Фур'є. Побудовані засобами пакету «Statistica» автокореляційні функції для рівнів початкового ряду і для їхніх перших різниць виявили чітку періодичність коливань з періодом «52», що відповідає одному року. Спектральний аналіз Фур'є, який також дає змогу перевірити наявність сезонності, і крім того, виявляє приховані коливання, які не показує автокореляційний аналіз, також підтвердив попередній результат.

В моделі множинної регресії в якості результативного показника розглядаються обсяги продажів препарату від варикозу позначені як units. Серед факторів, які можуть впливати на формування units, розглянуто такі показники:

- UAH – виручка в гривнях;
- price UAH – середня ціна препарату на ринку;
- GT (brand) – показник google трендів, який відображає динаміку пошукових запитів в мережі даного препарату [21];
- GT (варикоз) – показник google трендів, який відображає динаміку пошукових запитів в мережі медичного терміну «варикоз» [21];
- T – середня температура повітря в Україні [22];
- Td – середня температура точки роси в Україні [22];
- Po – атмосферний тиск [22];
- P – атмосферний тиск, приведений до середнього рівня моря [22];
- U – вологість повітря [22];
- TRP – реклама (сумарний рейтинг, набраний в результаті рекламної кампанії серед цільової аудито-



Рис. 1. Обсяги продажів препарату «Вейнер» впродовж 4-х років (потижнево)

рії, тобто сумарна кількість рейтингів цільової аудиторії бачила / чула рекламне повідомлення);

– AdStock (0,8) – показник подібний до TRP, але він враховує в суму частину значення минулого тижня/місяця. Грубо кажучи, це TRP з затухаючим ефектом;

– SRO – пенетрація в магазинах (число, яке показує в скількох процентах аптек України був доступний препарат в даному місяці/тижні);

Отже, передусім серед перелічених факторів потрібно відібрати такі, що увійдуть до моделі і забезпечать її адекватність, а також даватимуть змогу досліджувати вплив контрольованих чинників на формування рівня продажів.

Для визначення впливу кожного із факторів на результативний показник будуватиметься кореляційно-регресійна матриця, яка відображає значення парних коефіцієнтів кореляції між досліджуваними показниками (табл. 1).

На підставі отриманих результатів обираються такі: GT (brand) – показник google трендів, який

відображає динаміку пошукових запитів в інтернеті; P – атмосферний тиск, AdStock (0.8) – показник, що враховує результативність рекламних заходів та SRO – показник, що характеризує доступність препарату для покупців.

Засобами пакету «Statistica» визначаються параметри лінійної множинної регресії і перевіряється її адекватність (табл. 2):

Модель за попереднім аналізом є адекватною, всі параметри є значущими. Коефіцієнт детермінації 0,93 є дуже хорошим результатом [23, с. 5–7]. Залишки моделі мають розподіл, близький до нормального (рис. 2):

Побудований нормально ймовірнісний графік (рис. 3) свідчить, що систематичних відхилень фактичних даних від теоретичної нормальної прямої не спостерігається, а це означає, що залишки розподілені нормально – розкид не є дуже великим, тобто вони підкоряються нормальному закону розподілу.

Таблиця 1

Кореляційна матриця парних зв'язків між показниками

	units	price UAH	GT (brand)	GT (варикоз)	T	Td	Po	P	U	TRP	AdStock (0,8)	SRO
units	100%											
price	65%	100%										
GT (brand)	68%	75%	100%									
GT (варикоз)	47%	20%	62%	100%								
T	39%	3%	43%	72%	100%							
Td	40%	2%	40%	66%	95%	100%						
Po	-10%	-5%	-12%	-22%	-18%	-23%	100%					
P	-15%	-5%	-16%	-30%	-29%	-34%	99%	100%				
U	-22%	-1%	-32%	-56%	-69%	-43%	-1%	8%	100%			
TRP	57%	60%	69%	39%	39%	40%	-12%	-17%	-22%	100%		
AdStock (0,8)	65%	67%	70%	39%	43%	46%	-8%	-13%	-20%	88%	100%	
SRO	86%	85%	71%	25%	15%	18%	-6%	-8%	-2%	56%	64%	100%

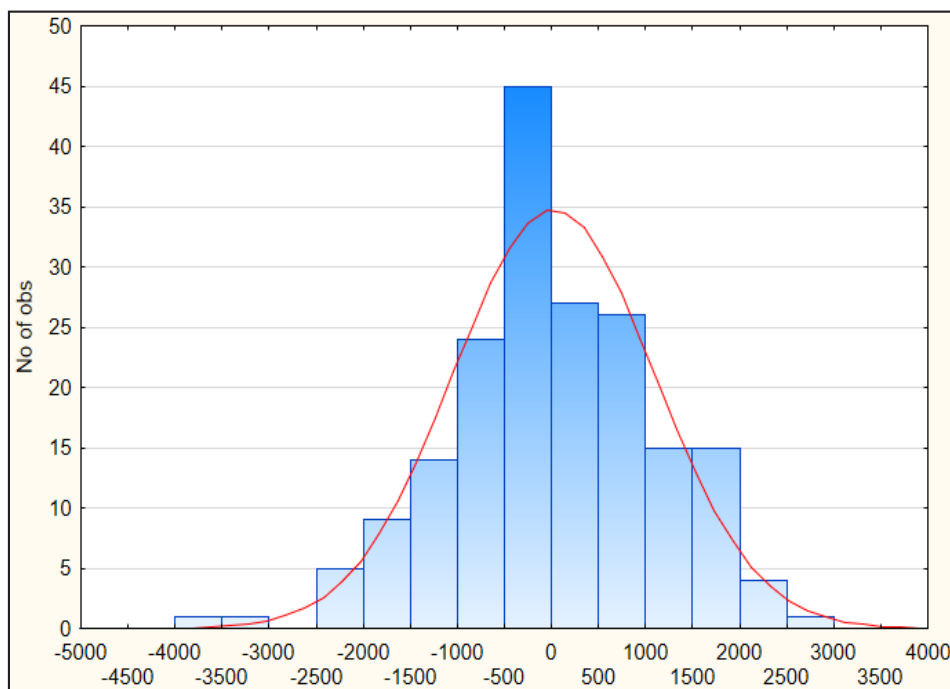


Рис. 2. Гістограма залишків

Таблиця 2

Результати перевірки побудови і перевірки моделі множинної регресії в пакеті «Statistica»

R = 0.96, adj.R = 0.93, F(4,182) = 611.58						
N = 187	b*	Std err of b*	b	Std err of b	t = 182	p-value
Intersept			32030	14468	2,2	0,02
GT (brand)	0,27	0,03	113	12,5	8,9	0
P	-0,07	0,01	-72	18,8	-3,8	0,0001
AdStock	0,2	0,02	4	0,6	7,3	0
SRO	0,6	0,02	432	20	21,5	0

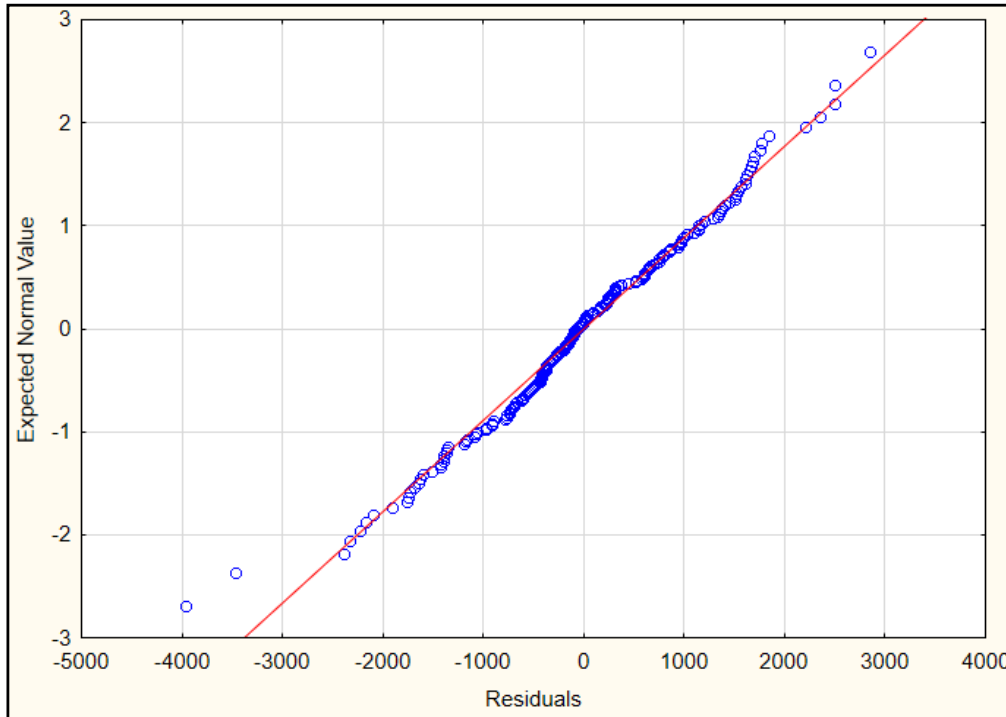


Рис. 3. Нормально-ймовірнісний графік залишків

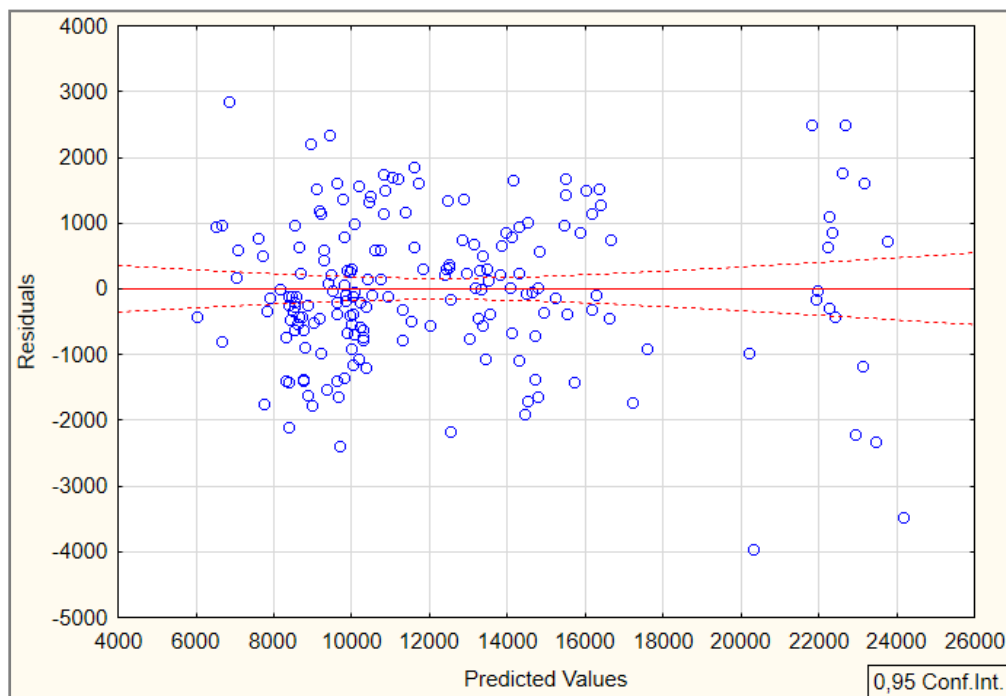


Рис. 4. Перевірка залежності залишків і передбачених значень

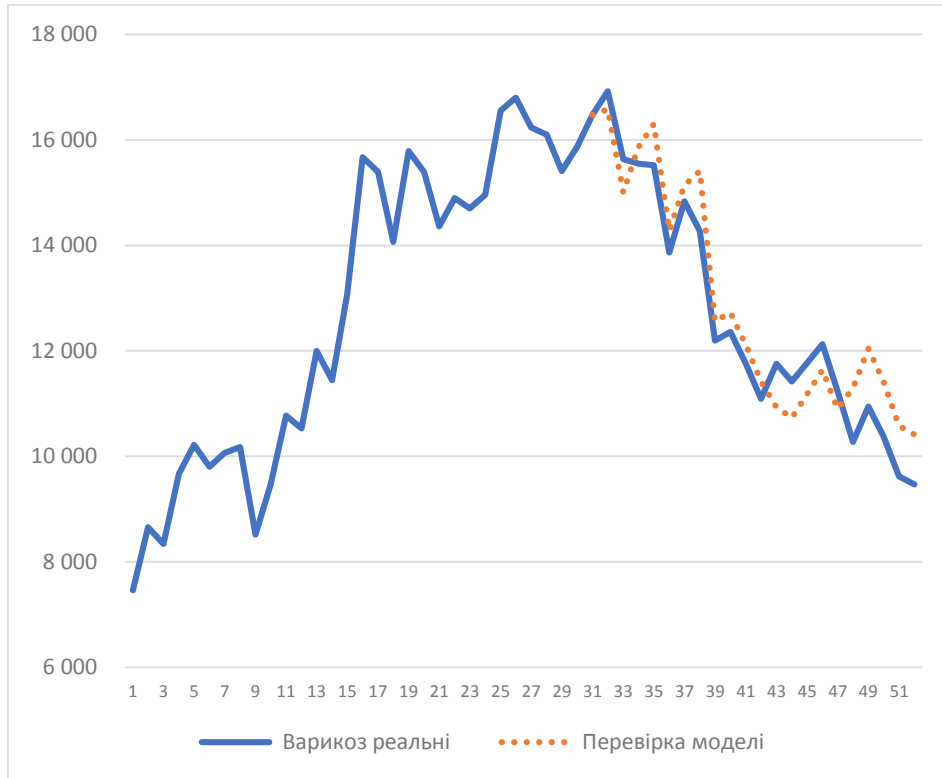


Рис. 5. Порівняння прогнозних значень, побудованих за допомогою багатофакторної регресійної моделі, з даними спостережень

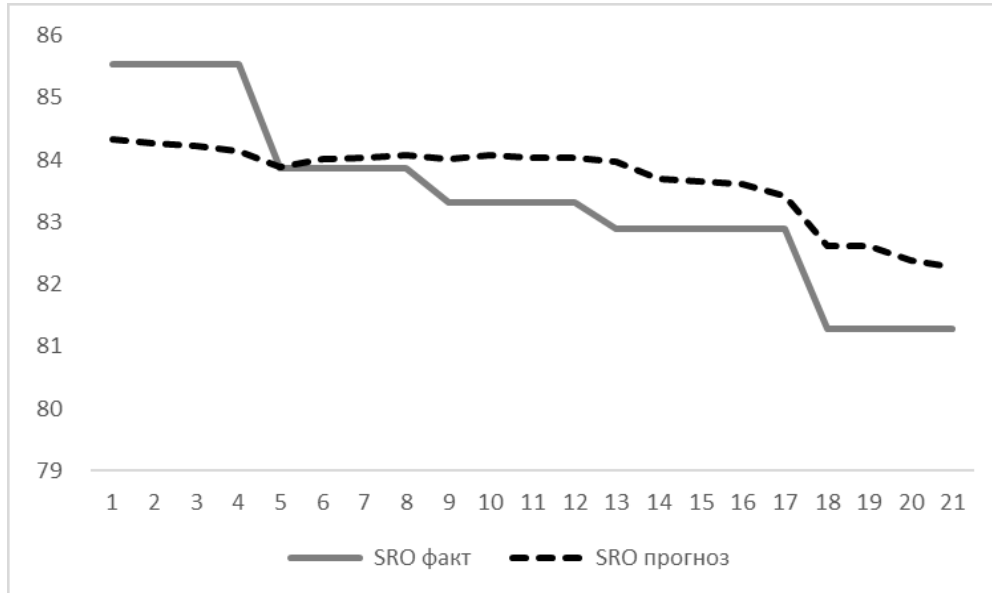


Рис. 6. Результати неймережевого прогнозування для SRO

Залежність залишків від передбачених значень відображена на (рис. 4). Як бачимо, точки не мають систематичного розташування і є досить хаотичними, тому можна стверджувати, що залишки не залежать від прогнозованих значень. Отже, модель адекватна [20, с. 135–137].

Згідно дисперсійного аналізу побудованої моделі $P\text{-value} < 0.05$, отже модель визначається як прийнятна (табл. 3):

Таблиця 3
Вікно Anova (дисперсійний аналіз)

Effect	Analysis of Variance; DV: units				
	Sum of sq	df	Mean sq	F	p-value
Regress.	3,20E+09	4	820700091	652,6794	0.00
Residual	2,29E+08	182	1257432		
Total	3,51E+09				

Щоб перевірити, як узгоджується прогноз, побудований за цією моделлю зі спостереженими значеннями, введемо реальні значення факторів в отриману модель і відобразимо результат на рис. 5. У перспективі модель залишається досить точною і добре відтворює характер руху часового ряду.

Для побудови довгострокового прогнозу в роботі використовується 70% даних, а для короткострокового прогнозу – 90% даних, решта даних використано для перевірки прогнозу і виявлення його якості.

При побудові прогнозу за моделлю множинної регресії використовуються прогнозні значення факторних змінних, отримані за допомогою засобів нейромережевого прогнозування пакету «Statistica». Єдиний показник, який не прогнозується – це AdStock. Зазвичай його фактичні значення отримують із рекламних медіапланів.

При цьому відмінність між фактичними значеннями цього показника і попередньо спрогнозованими досить відносна, адже самі моменти виходу реклами є фіксованими і стабільними. При прогнозуванні показника SRO припускаємо, що ситуація з дистрибуцією товару є невизначеною. Результати прогнозування цього показника та решти інших представлені на рис. 6, 7, 8.

Після підстановки значень факторних змінних отримаємо прогнозні значення результативного показника (рис. 9).

Також варто зазначити, що застосування описаного підходу для скороченого набору даних, а саме для 70% спостережених даних, дає змогу перевірити якість прогнозу на реальних даних у довгостроковому періоді. Прогноз для засобу від варикозу відображено на рис. 10.

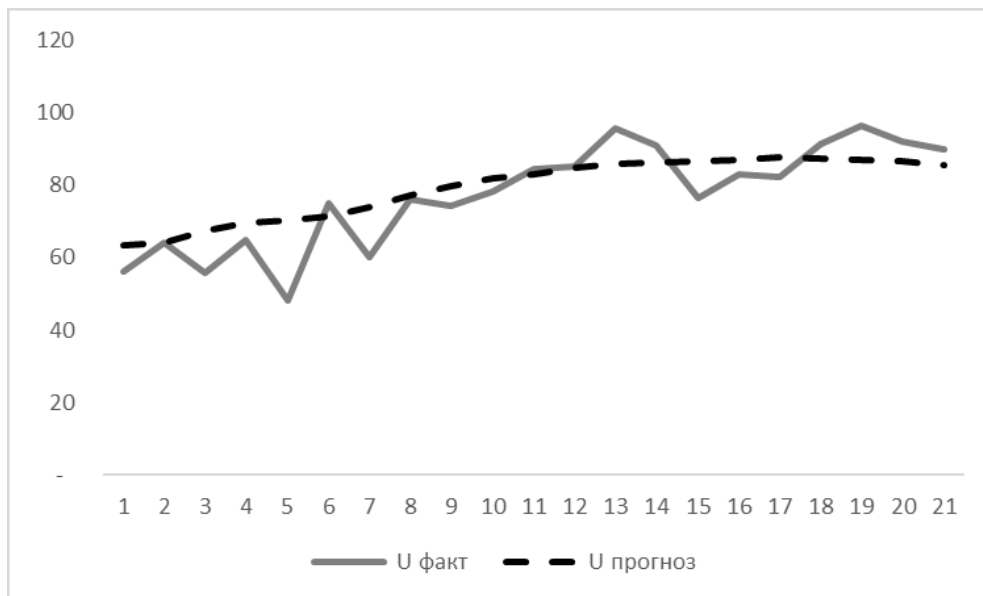


Рис. 7. Результати нейромережевого прогнозування для U (вологість)

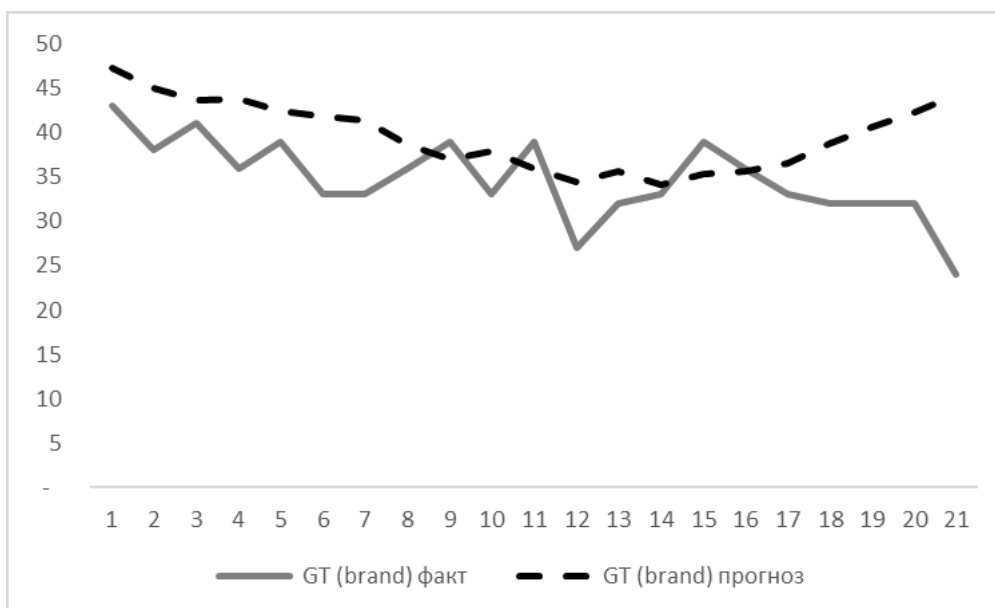


Рис. 8. Результати нейромережевого прогнозування для GT-brand



Рис. 9. Прогнозування продажів препарату від варикозу за допомогою лінійної множинної регресії з використанням 90% статистичної бази

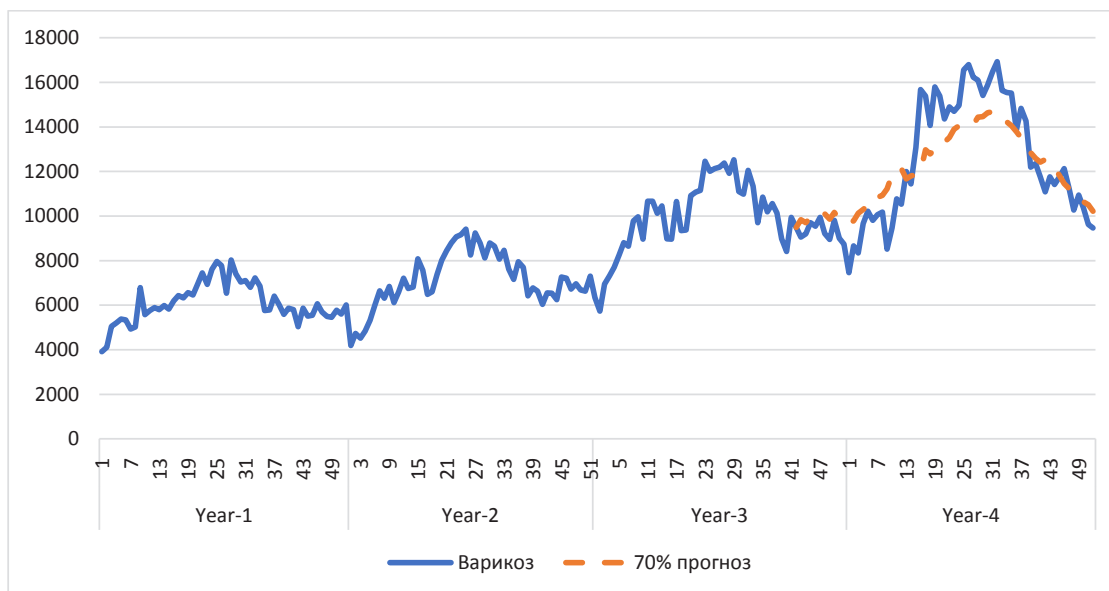


Рис. 10. Прогноз обсягів продажу препарату від варикозу

Як бачимо, для короткострокового прогнозу метод спрацював практично ідеально, а от для довгострокового варіанту виявився гіршим. Це пов'язано з тим, що при прогнозуванні величини SRO зроблено припущення, що дистрибуція бранда в прогнозований період заздалегідь невідома. Однак насправді в досліджуваній період саме і була збільшена кількість точок збуту, що, очевидно, значно вплинуло на приріст продажів. Якщо врахувати цей момент у моделі, то точність прогнозування може зрости.

Висновки. На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що поєднання кореляційно-регресійного аналізу та нейромережевого моделювання дає змогу зменшувати вплив невизначеності при моделюванні динамічних процесів і досить точно прогнозувати економічну ситуацію на довільному ринку, зокрема на ринку лікарських препаратів. Запропоновані в роботі підходи можуть використо-

вуватись аналітиками рекламних компаній, фармацевтичних корпорацій для аналізу ринку, прогнозування ситуації в медичних сегментах тощо. На підставі отриманих прогнозів можливе розроблення перспективних економічних планів підприємств і організацій, які працюють не лише на фармацевтичному, але й на інших товарних ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Віплінський В.В., Скіцько В.І. Еволюційне моделювання в процесах прийняття рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 187–201.
2. Косовцева Т.Р., Беляев В.В. Технологии обработки экономической информации. Адаптивные методы прогнозирования. Учебное пособие. Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2016. 31 с.
3. Андрусенко Ю. Анализ основных моделей прогнозирования часовых рядов. *Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил*. 2020. № 3 (65). С. 91–96.

4. Чумаченко Д.І., Чумаченко Т.О. Математичні моделі та методи прогнозування епідемічних процесів : монографія. Харків : Планета-прінт, 2020. 178 с.
5. Дегтярева, Н.А. Модели анализа и прогнозирования на основе временных рядов : монография. Челябинск : Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2018. 160 с.
6. Дегтярева, Н.А. Эконометрические модели анализа и прогнозирования : монография. Челябинск : Цицеро, 2017. 170 с.
7. Данилевич С.Б., Дьячкова О.В. Современные информационные технологии в экономике. Бизнес-анализ данных средствами аналитической платформы Deductor : учеб. пособие для студентов вузов очного, заоч.-дистанц. Обучения и последипломного образования, обучающихся по направлениям подготовки 0305 – Экономика и предпринимательство. Харьков : Изд. НУА, 2013. 64 с.
8. Присенко Г.В. Прогнозування соціально-економічних процесів : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2008. 224 с.
9. Воронков О.О. Конспект лекцій з курсу «Економетрика» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки 6.030504 – Економіка підприємства). Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 90 с.
10. Кудрицька Н.В. Прогнозування розвитку транспортно-дорожнього комплексу України за допомогою нейронних мереж. *Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем* : Зб. наук. пр. Київ : МННЦІТС НАН та МОН України, 2014. Вип. 19. С. 198–207.
11. Ященко Л.О. Методологічні основи спектрального аналізу на прикладі дослідження чисельності населення України. *Статистика України*. 2015. № 1. С. 4–10.
12. Каморников С.Ф., Каморников С.С. Эконометрика. Москва : Интеграция. 2015. 262 с.
13. Ставицкий О.В., Мозолева М.О. Використання нейронних мереж для прогнозування у фінансовій сфері. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11. С. 1–9.
14. Доровской А.В. Состояние и перспективы развития фармацевтического рынка Украины. *Проблемы экономики*. 2014. № 3. С. 71–80.
15. Ковинько О.М., Стахова А.І., Вовк А.П. Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 11. С. 56–59.
16. Гарматюк О.В., Автомеєнко А.А. Маркетингова політика комунікацій у фармацевції. *Економічні горизонти*. 2017. № 1. С. 35–41.
17. Кирсанов Д. Аптечный рынок Украины по итогам 9 месяцев 2019 г. Еженедельник «Аптека». 2019. URL: <https://www.apтека.ua/article/519677> (дата звернення: 15.09.2020).
18. Дмитрик Е. Бриф-анализ фармрынка: итоги октября 2019 г. Еженедельник «Аптека». 2019. URL: <https://www.apтека.ua/article/522878> (дата звернення: 15.09.2020).
19. Гайдаєнко О. Застосування кореляційно-регресійного аналізу для прогнозування результатів діяльності підприємства. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2017. № 1. С. 16–23.
20. Матушкіна А.Е., Золотько К.Е. Прогнозування цін поліетилену з використанням методів кореляційно-регресійного аналізу в середовищі Statistica 8. *Питання прикладної математики і математичного моделювання*. 2017. № 17. С. 134–139.
21. Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA> (дата звернення: 10.09.2020).
22. Погода в Києві. URL: https://rp5.ua/Погода_в_Києві (дата звернення: 10.09.2020).
23. Щербініна С.А., Клишко О.Г., Марочко Т.Р. Застосування економіко-математичного моделювання для аналізу діяльності промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7130> (дата звернення: 12.09.2020).
24. Adaptive forecasting methods. Tutorial]. St. Petersburg: ITMO University. (in Russian)
25. Andrusenko Y. (2020) Analiz osnovnykh modelei prohozuvannia chasovykh riadiv [Analysis of basic time series forecasting models]. *Collection of scientific works of Kharkiv National University of the Air Force*, vol. 3, no. 65, pp. 91–96. (in Ukrainian)
26. Chumachenko D.I., Chumachenko T.O. (2020) *Matematychni modeli ta metody prohozuvannia epidemichnykh protsesiv: monohrafiia* [Mathematical Models and Methods for Forecasting Epidemic Processes: Monograph]. Kharkiv: Planet-print. (in Ukrainian)
27. Degtyareva N.A. (2018) *Modeli analiza i prognozirovaniya na osnove vremennykh ryadov: monografiya* [Analysis and forecasting models based on time series: monograph]. Chelyabinsk: A. Miller Library Publishing House. (in Russian)
28. Degtyareva N.A. (2017) *Ekonomicheskie modeli analiza i prognozirovaniya: monografiya* [Econometric models of analysis and forecasting: monograph]. Chelyabinsk: Tsitsero. (in Russian)
29. Danilevich S.B., D'yachkova O.V. (2013) *Sovremennye informatsionnye tekhnologii v ekonomike. Biznes-analiz dannykh sredstvami analiticheskoy platformy Deductor: ucheb. posobnik dlya studentov vuzov ochnogo, zaoch.-distant. Obucheniya i poslediplomnogo obrazovaniya, obuchayushchikhsya po napravleniyam podgotovki 0305 – Ekonomika i preprinimatel'stvo* [Modern information technologies in the economy. Business data analysis by means of the analytical platform Deductor: textbook. assistant for university students full-time, correspondence-distance. Study and postgraduate education enrolled in areas of training 0305 – Economics and Entrepreneurship]. Kharkov: Ed. NUA. (in Russian)
30. Prysенko H.V. (2008) *Prohozuvannia sotsialno-ekonomichnykh protsesiv navch.-metod. posib. dlia samost. vyvch. dysts* [Forecasting of socio-economic processes: teaching method. way. for self. studied dist.]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
31. Voronkov O.O. (2015) *Konspekt leksii z kursu «Ekonometrika» (Dlia studentiv zaочноi formy navchannia osvithno-kvalifikatsiynoho rivnia «Bakalavr» napriamu pidgotovki 6.030504 – ekonomika pidpriemstva)*. KhNUMH im. O.M. Beketova [Summary of lectures on the course "Econometrics" (for part-time students of educational and qualification level "Bachelor" in the direction of training 6.030504 – Economics of the enterprise). KhNUMG named after O.M. Beketova]. Kharkiv: KhNUMG named after O.M. Beketova. (in Ukrainian)
32. Kudrytska N.V. (2014) Prohozuvannia rozvytku transportno-dorozhnogo kompleksu Ukrainy za dopomohoiu neironnykh merezh. [Forecasting the development of the transport and road complex of Ukraine with the help of neural networks]. *Economic and mathematical modeling of socio-economic systems*, no. 19, pp. 198–207. (in Ukrainian)
33. Yashchenko L.O. (2015) Metodolohichni osnovy spektralnoho analizu na prykladi doslidzhennia chyselnosti naselennia Ukrainy [Methodological bases of spectral analysis on the example of research of the population of Ukraine]. *Statistics of Ukraine*, no. 1, pp. 4–10. (in Ukrainian)
34. Kamornikov S.F. Kamornikov S.S. (2015) *Ekonometrika* [Econometrics]. Moscow: Integration. [in Russian]
35. Stavitskyi O.V. Mozolevska M.O. (2017) Vykorystannia neironnykh merezh dlia prohozuvannia u finansovii sferi [Use of neural networks for forecasting in the financial sphere]. *Current problems of economics and management*, no. 11, pp. 1–9. (in Ukrainian)
36. Dorovskoi A.V. (2014) Sostoianye y perspektivy razvytyia farmatsevticheskoho rynku Ukrainy [State and development prospects of the pharmaceutical market in Ukraine]. *Problems of the economy*, no. 3, pp. 71–80. (in Ukrainian)
37. Kovinko O.M. Stakhova A.I. Vovk A.P. (2017) Farmatsevtichnyi rynek Ukrainy yak rushiinyi vazhily rozvytku ekonomiky [The pharmaceutical market of Ukraine as a driving lever of economic development]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, no. 11, pp. 56–59. (in Ukrainian)
38. Harmatiuk O.V. Avtomeienko A.A. (2017) Marketynhova polityka komunikatsii u farmatsii [Marketing policy of communications in pharmacy]. *Economic horizons*, no. 1, pp. 35–41. (in Ukrainian)
39. Kyrсанov D. (2019). Apтеchnyi Rynok ukrayny po ytoham 9 mesiatsev 2019 h. [Ukrainian pharmacy market in 9 months of 2019]. Weekly "Pharmacy". Available at: <https://www.apтека.ua/article/519677> (accessed 15 September 2020).
40. Dmytryk E. Bryf-analiz farmrynka ytohy oktiabria 2019 h. [Pharmaceutical market brief analysis: October 2019 results]. Weekly "Pharmacy". Available at: <https://www.apтека.ua/article/522878> (accessed 15 September 2020).

REFERENCES:

1. Vitlinskyi V.V. Skitsko V.I. (2013) Evoliutsiine modelivannia v protsesakh pryiniattia rishen [Evolutionary modeling in decision-making processes]. *Current economic problems*, no. 1, pp. 187–201. (in Ukrainian)
2. Kosovtseva T.R., Belyaev V.V. (2016) *Tekhnologii obrabotki ekonomicheskoy informatsii. Adaptivnye metody prognozirovaniya. Uchebnoe posobie* [Technologies for processing economic information. Adaptive forecasting methods. Tutorial]. St. Petersburg: ITMO University. (in Russian)



19. Haidaienko O. (2017) Zastosuvannia koreliatsiino-rehresiinoho analizu dlia prognozuvannia rezultativ diialnosti pidpriemstva [Stagnation of correlation-regression analysis for predicting the results of the enterprise activity]. *International collection of scientific works*, vol. 1 (13), no. 1, pp. 16–23. (in Ukrainian)
20. Matushkina A.E. Zolotko K.E. (2017) Prognozuvannia tsin polietyleny z vykorystanniam metodiv korreliatsiino-rehresiinoho analizu v seredovyschi Statistica 8 [Prediction of polyethylene prices using methods of correlation-regression analysis in Statistica 8]. *Questions of applied mathematics and mathematical modeling*, no. 17, pp. 134–139. (in Ukrainian)
21. Google Trends. Available at: <https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA> (accessed 10 September 2020).
22. Погода в Києві. Available at: https://rp5.ua/Погода_в_Києві (accessed 10 September 2020).
23. Shcherbinina S.A., Klymko O.H., Marochko T.R. (2019) Zastosuvannia Ekonomiko-Matematychnoho Modeliuvannia Dlia Analizu Diialnosti Promyslovoho Pidpriemstva [Application of economic-mathematical modeling for the analysis of activity of the industrial enterprise]. *Efficient economy* (electronic journal), no. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7130> (accessed 12 September 2020).

*Стаття надійшла до редакції 06.11.2020.
The article was received 06 November 2020.*

СЕКЦІЯ 6

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-40-14

UDC 330:339.9.01

Fomishyna Vera

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
The Chair of International Economic Activities
Kherson National Technical University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7276-3280>
E-mail: vfomi0709@gmail.com*

Rybchuk Anatoliy

*Doctor of Economics, Professor of the Chair
of Economics and Management
Drohobych State Ivan Franco Pedagogical University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5130-2442>
E-mail: rav957@ukr.net*

Zazulia Lesya

*Lecturer of the highest category
of Drohobych Mechanics and Technology College
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6219-4483>
E-mail: lz1964lz1964@gmail.com*

Honcharenko Natalia

*Teaching Assistant of the Chair of Theory and Practice of Industry Translation
of Kherson National Technical University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8836-6143>
E-mail: natalia.v.goncharenko@gmail.com*

MACROECONOMIC ASPECTS OF CONSUMPTION AND SAVINGS MANAGEMENT IN NATIONAL GLOBAL DEVELOPMENT STRATEGIES

The article examines the evolution of approaches to understanding the sources of economic development of countries of the world economy in the concepts of man-made development, sustainable development, and human development. Based on the interpretation of man as the systemic core of the world economic space, the concept of human development has proved that consumption and savings are important objects of development management in the countries of the world. The main objectives of the strategic management of consumption and savings are identified, the implementation of which will ensure the optimal balance between private savings, which form the basis of replenishment of investment resources, and consumer expenditures, which form the basis of aggregate demand and human development in countries integrated into the world economic system. The realization of these objectives forms the basis for socio-economic progress at the global level.

Key words: consumption, savings, management, global development, national economies

Фомішина В.М., Рибчук А.В., Зазуля Л.М., Гончаренко Н.В. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВАННЯМ І ЗАОЩАДЖЕННЯМ В НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЯХ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У статті вдосконалено методологічні засади та методичні підходи до визначення джерел економічного зростання країн світу в концепціях техногенного розвитку, сталого розвитку. Розглянуто механізм управління споживанням і заощадженням в сучасних економіках. На основі трактування людини як системоутворюючого ядра сучасного економічного простору в концепції людського розвитку доведено, що важливими об'єктами державного управління розвитком у країнах світу є споживання і заощадження. Єдиним джерелом збереження і примноження основних складових національного багатства, яке є узагальненим показником стратегічного розвитку країн світу, є внутрішні заощадження, доповнені потоком зовнішніх заощаджень. Водночас в сучасних економіках світу, з огляду на гуманістичну спрямованість їх розвитку, особливого значення набуває споживання як мета і джерело розвитку. Встановлено, що головним суб'єктом управління стратегічним розвитком національних економік, відповідальним за забезпечення прогресу і людського розвитку, є уряди країн: саме їх діями визначаються стратегічні і поточні завдання економічного прогресу, вибір макроекономічної і мікроекономічної політики, управління джерелами економічного розвитку і іншу визначальні елементи економічних умов. Обґрунтовано основні завдання стратегічного управління споживанням і заощадженнями: управління заощаджувально-інвестиційним потенціалом країни; сприяння ефективному використанню мобілізованих заощаджувально-інвестиційних ресурсів; створення передумов для масового залучення широких верств населення із низькими та середніми доходами до заощаджувально-інвестиційних процесів; забезпечення обсягів і структури кінцевого споживання, сприятливих для економічного зростання; скорочення неофіційного сектору економіки, у якому зосереджені великі потенційні фінансові ресурси розвитку. Таке макроекономічне регулювання має забезпечити оптимальне співвідношення між приватними заощадженнями, котрі складають основу поповнення інвестиційних ресурсів, і споживчими витратами, що складають основу сукупного попиту і людського розвитку в країнах світової економіки.

Ключові слова: споживання, заощадження, управління, глобальний розвиток, національні економіки.

Фомишина В.Н., Рыбчук А.В., Зазуля Л.М., Гончаренко Н.В. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЕМ И СБЕРЕЖЕНИЕМ В НАЦИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассмотрена эволюция подходов к пониманию источников экономического развития стран мировой экономики в концепциях техногенного развития, устойчивого развития, человеческого развития. На основе трактовки человека как системообразующего ядра мирового экономического пространства в концепции человеческого развития доказано, что важными объектами управления развитием в странах мира является потребление и сбережения. Определены основные задачи стратегического управления потреблением и сбережением, реализация которых обеспечит оптимальное соотношение между частными сбережениями, которые составляют основу пополнения инвестиционных ресурсов, и потребительскими расходами, которые составляют основу совокупного спроса и человеческого развития в странах, интегрированных во всемирную экономическую систему. Реализация этих задач составляет основу социально-экономического прогресса на глобальном уровне.

Ключевые слова: потребление, сбережения, управления, глобальное развитие, национальные экономики.

Formulation of the problem. Development of an effective growth strategy takes the lead in achieving governance goals in all countries of the world economy to achieve global development goals – overcoming poverty, reducing inequality, promoting sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all. The scientific basis of good governance is a theoretical understanding of the complex and contradictory changes that occur in economic systems, and are summarized in modern concepts of global development, which are distinguished by a human-centric orientation. At the same time, the modern (post-first, investment in them is carried out on a residual principle or is not carried out at all. Production dominates consumption.

By the end of the twentieth century, the concept of technogenic development of Western countries has exhausted itself, and it cannot be unconditionally used by other countries. This is demonstrated at least by the fact that the consumption of natural resources in developed countries is almost 50 times higher than in developing countries. To achieve the level of production and consumption of GDP by all countries of the world, advanced countries require an increase in the use of natural resources by tens of times. Thus, global progress cannot be equated with GDP growth. The need for a radical paradigm shift in the development of the world economy has become apparent. traditional concept of global development can be fully realized if it is based on the processes of balanced formation and accumulation of all types of capital. This requires a scientific interpretation of the sources and criteria for securing the means and achieving the goal of global development.

An analysis of recent research and publications. The theoretical study of nature, typology and sources of global development has a long history in the economic literature. A significant contribution to the study of this problem was made by many prominent foreign researchers – J. Galbraith, P. Gregory, M. Dalaimi, A. Deshavar, M. Kondratyev, J. Keynes, M. Mendoza and others. The problem of finding an optimal definition of the sources of development of national economic systems of development is constantly under the attention of scientists – Belarusian A.G. [9], Galchinsky A.S. [5], Glazyev S.Yu. [3], Ivanyuk I.A. [6], Tregobchuk V. [1], Shevchuk V.Ya. At the same time, if investments in fixed assets occupy a worthy place in research on the development of economic systems, then the identification of effective directions of investment in other varieties of capital remains outside. The adoption by the international community of the concept of human development as a task for the 21st century actualizes the scientific search aimed at ensuring unity in the interpretation of the sources of growth and development of the countries of the world economy.

Setting objectives. The purpose of the article is to substantiate the theoretical and methodological

foundations that determine the conceptual platform for managing investments in physical, human and natural capital and strengthening their role in economic growth and global development.

The main research material. The evolution of global development in the twentieth and early twenty-first centuries is summarized in the concepts of man-made development, sustainable development and human development. Each of these concepts changes the previous one, but not denying, but supplementing it. Each concept corresponds to an established system of sources, factors and indicators of development.

Historically and logically, the first is the concept of man-made development. Under this concept, it is considered that the fate of a national economy depends on the mechanism of economic growth. In most countries, economic theory and practice are subject to the idea of growth. Increasing economic growth is perceived as evidence of the viability, efficiency and progressivity of a country, region, and economic regulatory system. The identification of economic growth as the main means of solving all the socio-economic problems of society was a defining characteristic of the paradigm of global development, which was the basis for the implementation of economic policies until the 1960s and 1970s.

This concept is based on the methodological principle of technical (technological) and economic determinism, according to which technological processes are considered as the driving force of global progress.

The decisive role is given to physical capital; the most significant source of economic growth is savings, which are transformed into investments in physical capital. Natural and human factors are secondary, subordinate in the Conceptually, two new theories have had a significant impact on global development: sustainable development and human development. Both theories formed within the framework of the UN structures were supported by all member countries of this organization, which gave them official international status.

The sustainable socio-economic development of any country means "the functioning of its national economic complex, when simultaneously ensured: meeting the growing material and spiritual needs of the population; rational and environmentally sound management and high-efficiency use of natural resources; maintenance of natural and ecological conditions favourable to human health, preservation, reproduction and enhancement of environmental quality and natural and resource potential of social production" [1]. As an integral indicator of sustainable development, World Bank experts have proposed an indicator of adjusted savings. This indicator reflects the real rate of accumulation of national savings, taking into account the exhaustion of natural resources, harm from environmental pollution and the accounting of human resources.

Currently, the World Bank calculates, publishes and widely uses the indicator of real savings as an

indicator of development for the countries of the world. The positive values of this indicator are typical for most countries. Its maximum value for several years is recorded in Singapore (36.9 in 2015), Botswana (34.7%), China (34.5%), Nepal (32.7%). Negative values in 2015 9 countries received: Liberia (-27.8%), Republic of Congo (-26.8%), Afghanistan (-18.3%), Mauritania (-17.0%), Lebanon (-7.6%), Kyrgyzstan (-5.8%), Tunisia (-2.7%), Ukraine (-2.6%), Albania (-1.6%) [Values of the indicator Of particular note, in countries rich in natural resources, the rate of economic growth and the dynamics of real savings are often reversed (Table 1). Yes, in Russia in 2000. GDP growth rate -10%, index of real savings (-17.9%); in 2003, 7.3% and (-8.9%), respectively; in 2018, 0.7% and 17.2%, respectively [2]. Such economic growth was described by S. Yu. Glazyev as "growth with anti-development," that is, growth accompanied by environmental pollution, degradation of the country's natural and human potential [3]. Such development weakens the human capital of the state.

Table 1
Ranking of countries richest on natural resources and their growth indicators, 2018

№	Country	Cost of natural resources, trl. dol.	Growth GNI, %	Net national savings, % GNI
1.	Russia	75	0,7	17,2
2.	CHIA	45	3,0	2,6
3.	Saod. Arabia	34,4	0,4	22,0
4.	Canada	33,2	1,9	3,2
5.	Iran	27,3	3,7	20,2
6.	China	23	6,4	23,2
7.	Brazil	21,8	1,3	0,9
8.	Australia	19,9	1,7	3,9
9.	Iraq	15,9	-	9,3
10.	Venezuela	14,3	-1,1	3,0

In most countries, the establishment of the system of national accounts to date assumes that only fixed capital investments are investments in the future well-being of society. The use of the index of real savings means the inclusion of natural and human potential, along with fixed capital, in the total capital of the country. Therefore, investments in human capital, instead of costs, turn into an increase in human potential, that is, they become investments. UN analysts do not consider spending per person as non-productive consumption, but as investments that ensure the growth of the nation's total capital.

The theory of sustainable development has become not only an actively studied and popular theory of the last decade (numerous conferences, monographs, textbooks) [1; 4; 8; 9; 10], but also a fairly "practical" theory – all the developed countries of the world have expressed a desire to follow the direction of sustainable development, and numerous conceptual state and international documents in recent years use the concept of sustainable development as a basic ideology. At the same time, the concept of sustainable development does not fully meet the needs of social progress.

The concept contains an internal content-purpose contradiction. On the one hand, it views poverty and underconsumption as the cause of overexertion on nature and accordingly contains the goal of increasing overall well-being and improving the quality of life, which means at least maintaining the level of

consumption achieved as a lower limit to development [4, p. 27].

On the other hand, the focus on sustainable development entails reasonable constraints in meeting needs and moderation in consumption, as opposed to man-made development based on maximizing consumption, further flourishing and spreading consumption societies. The need to limit consumption is unacceptable to most modern States: advanced countries in which a consumption society has developed will in no way voluntarily renounce achievements in this area, and developing countries overwhelmingly have a low level of consumption that does not meet even the needs of physiological reproduction.

The contradiction is found both at the national and at the world level. At the national level, most countries are not prepared to support the lower limit of national consumption and set the goal of further economic growth, the interests of future consumption in favor of the current one. At the international level, difficulties in countries reaching a compromise on joint efforts to preserve the environment are a form of discernment. Thus, the attempts of the international community to overcome crises in the social, economic and environmental spheres at various levels of socio-environmental-economic systems (global, national, regional and local) have been repeatedly made, but despite all the declarations to achieve a balance between economic growth, social progress and the natural environment, this has not happened. The 2009 UN climate summit in Copenhagen ended with a political declaration that does not oblige countries to introduce reductions in greenhouse gas emissions.

In parallel with the concept of sustainable development in the world community, the concept of human development is being formed. The conceptual approach to human development was first outlined in the 1990 United Nations World Human Development Report, which considers man as the very goal and criterion of social development. The main position of this concept is successfully and briefly formulated by A. Galchinsky: "the vector of the evolution of civilization coincides with the vector of human evolution" [5, p. 78]. That is, human development can also be seen as a way to achieve economic growth, but this growth receives value only if it really affects the growth of people's well-being.

A distinctive feature of the concept of human development is the provision that "people do not need unlimited income to ensure a decent standard of living. Higher income generally contributes to the expansion of human choice, but this influence weakens as income grows." Thus, the principle of the downward return of income and consumption [6, p. 47] applies here. The cornerstone of the theory of human development is the empowerment of life choices, which can be achieved through the equitable distribution of productive assets and income and is focused on the development of abilities and meeting the needs of a person, his maximum possible participation in economic, political and cultural life.

The concept of human development offers several ways to optimize the link between economic growth and economic development: firstly, to increase investment in education, training, promoting the realization of a person's abilities and participation in the production and distribution of benefits; secondly, to achieve an equitable distribution of income and wealth, providing a material basis for human development; thirdly, to achieve a careful balance of social expenditures by

strengthening the economic base of the social sphere; fourthly, to empower people to exercise their choices in the economic, social and political spheres [6, p. 53].

The UN Human Development Index, which includes human development goals such as education, health and life expectancy, and income growth, has become a common tool for measuring human development. The size of the human development index serves as an important criterion for the distribution of countries into groups with different levels of human development. Regardless of the level of economic development (developed countries or developing countries), countries with high levels of human development include those in which $HDI > 0.8$; in countries with an average level of development – in which $0.5 < HDI < 0.8$; in countries with low levels of human development – in which $HDI < 0.5$ [7].

Thus, the concept of industrial (man-made) development is based on the leading role of physical capital, identifies economic development and economic growth, respectively, GNP determines the main indicator of development.

The cornerstone of the concept of sustainable development is natural capital, economic growth and economic development are considered as separate categories, respectively, quantitative indicators of economic growth (GNP) are supplemented by qualitative ones.

The concept of human development is based on the unity and balance of physical, natural and human capital and its application to human development. The main criterion – the human development index – focuses on the development of human capital, but to some extent ignores the use of physical and natural capital.

The balanced reproduction of all types of capital – physical, human, natural – in order to achieve the goals of socio-economic progress of the countries of the world requires fundamental changes in the management of consumption and savings of national economies.

National Governments are the principal agents of the development management of the world's modern economies, responsible for ensuring progress and human development. It is their actions that determine the strategic and current objectives of economic development, the choice of macroeconomic and microeconomic policies, the management of sources of economic development and other defining elements of economic conditions, and the general dynamics of the existence of humanity and the world economy.

In the scientific literature, the established view that the only source of conservation and multiplication of the main components of national wealth, which is a generalized indicator of the long-term development of the economic system, is domestic national savings, supplemented by the flow of external savings. At the same time, the humanistic orientation of modern global development makes it possible to determine that consumption, along with savings, becomes a source of development. On the one hand, the growth of consumption is understood as a necessary prerequisite for the diligent development of the person, the quality of life and the well-being of each citizen, that is, the goal of development; from the second – as a means of realizing this goal, namely, the necessary prerequisite for the formation and expanded reproduction of human capital as a determining source of development in modern economic systems. Accordingly, one of the main objectives of national economic development policies is the management of consumption and savings.

The full variety of management decisions aimed at releasing the potential of consumption and saving in the economic development of the countries of the world can be built into several major groups of activities.

Task I. Managing economic and investment potential. The economic development of modern economic systems requires large investments, and therefore capital. For an open economy, there are two alternative sources of financial resources and, accordingly, two types of investment policy.

1. External source – covering the investment deficit by borrowing external savings in the international financial market. This is one of the simplest solutions, which does not require significant organizational and managerial efforts to increase the productivity of the national economy. Investment policy is import-oriented – the state, under the guarantees of national wealth, attracts savings from other countries. The payment for such a simple solution is quite high – the growth of external debt and the associated consequences of partial or complete dependence on investors that modify the goals and ways of developing national economic systems.

2. Domestic source – covering the need for investment by focusing on the internal savings of national economic entities. This is a complex management function for raising funds from institutional units and converting them into investments. Its implementation requires: building an effective organizational and economic mechanism that ensures the redistribution of financial resources within the national financial system; Establishment of a system for the management and monitoring of its operation; formation of a favorable investment climate and a system of educational and information activities of the population. Such an investment policy is more complicated than import-oriented, but more desirable in terms of the independence of the country's investment and economic policies.

Accordingly, two main tasks in the management of economic and investment resources can be formulated:

a) Since domestic and external sources often do not exclude but complement each other in economic practice, decisions on the priority of external and internal sources of investment should be made within the framework of public investment policy.

b) in the case of choosing the priority of internal sources of investment – taking into account the formation of internal savings as the basis for investing in all types of capital (physical, human, natural) by: increasing the saving rate; Increasing savings profitability; Optimizing the redistribution of national income to stimulate savings.

In the process of public administration, the following factors of positive influence are taken into account:

- On growth of savings rate:
 - Political stability and legal protection of savings;
 - National and cultural traditions related to property accumulation;
- Institutional provision of alternative savings instruments;
 - restrictions in borrowing;
 - High housing costs and long-term credit;
 - Low public expenditure on social insurance;
 - risk insurance by deposits
 - Creating a financial infrastructure that maximizes the access of depositors to reliable savings institutions.
 - High retirement age threshold;
 - Obstacles to the transfer of savings abroad.
- On savings returns:

- high interest rate on deposits;
- Low level of taxation (or lack thereof) of interest income;
- low transaction costs for exchange transactions in the stock market;
- Public awareness of alternative means of investing saved money;
- state control over the real interest rate on deposits.
 - To optimize the redistribution of national income in order to stimulate savings:
 - Improving pricing of factors of production;
 - narrowing the gap in expenditures (tax payments) between different groups of the population that are used to pay for public goods and services;
 - Increasing social transfers (pensions, scholarships, benefits, subsidies) to reduce the over-differentiation of income of different social groups;
 - Reducing economic inequality and poverty.

Task II. Promoting the effective use of mobilized economic and investment resources:

- sending to formation and reproduction of all modern varieties of capital;

Allocation of available investment resources to simple and expanded reproduction of capital varieties;

- development of a promising (for decades) selective (concentration in narrow areas) scientific and technological policy, choosing within its limits clear priorities for investing in new technological frameworks;

- state control over compliance of imported technologies, machinery and equipment with the requirements of the modern stage of STD;

- Selection of sectors and spheres of national economy, priority for investment for long-term development.

Task III. The economic development of transitional and developing economies means, first and foremost, growth based on the participation of a broad range of low- and middle-income populations in the process. The problem for low-development countries is not only that savings are not transformed into investments. It is also that huge masses of people are not able to make any savings, and no motives for saving here work. Therefore, the task of public administration is to create prerequisites for the mass involvement of citizens of different ages, sex, social, professional groups in economic and investment processes (savings and investment in own business, securities, investment funds, bank deposits, etc.).

Tasks IV. Ensuring the volume and structure of final consumption favorable for economic growth (through: a) the dynamics of the consumer component of total demand; b) formation of human capital) and to achieve the goal of social progress (human development).

Task V. The informal sector of the economy is the area where large potential financial resources for development are concentrated. The resources revolving in this sector actually exist; they are already involved, adapted for production activities, profitable. However, their illegal use impedes the progressive development of the national economy.

The most general algorithm for solving these problems is to attract the following capabilities:

- a) increasing the amount of disposable income, which is used for consumption and savings, which allows to increase both absolute volumes of both consumption and savings (economic growth);

- b) establishing the optimal proportions of the distribution of disposable income for consumption and savings, c) ensuring the complete conversion of domestic savings into investments;

- d) optimization of the structure of investment expenses and consumer expenses, which will allow to achieve development objectives within the limits of their available absolute values.

Attracting these opportunities constitutes the overall objectives of public management of consumption and savings in order to achieve progressive global development.

The general logic of managing household consumption and savings for economic development is shown in Figure 1.

The problem of government influence on consumption and savings is complex and contradictory, due to the inextricable genetic unity and at the same time the functional opposite of these processes. Their unity is determined by a common source of origin – income, and their opposite – by the desire of economic actors to simultaneously increase the volumes of both components, which is impossible provided that the amount of income is absolutely limited. Specific tasks and directions of regulation may vary significantly depending on the economic and socio-political situation, the peculiarities of historical development, and the specifics of the national mentality. In general, however, macroeconomic regulation should ensure an optimal balance between private savings, which form the basis for the replenishment of entrepreneurial investment funds, and consumer expenditures, which form the basis of aggregate demand and human development in the world economy.

Conclusions. While economic growth remains a priority for social development for many countries of the world economy, especially the poor, a unidirectional focus on economic growth does not solve all development problems, and the overall loss from such an orientation may be greater. Global development is determined by numerous factors that shape the quantitative and qualitative characteristics of all structural elements of national wealth – human capital, physical capital, natural capital, as well as the synergistic effect that arises between components depending on the methods and goals of their use.

It has been established that, at the present stage, global development is achieved exclusively through the investment of financial resources, that is, through investment; at the same time, the source of development is not only direct investment in physical capital, but also investment in natural capital and investment in the formation of human capital. Under such conditions, consumption becomes investment in nature. The overall objectives of strategic consumption and savings management for global development can be summarized as: managing the country's economic and investment potential; promoting the effective use of mobilized savings and investment resources; Creating the preconditions for the massive involvement of the low- and middle-income population in economic and investment processes; Ensuring the volume and pattern of final consumption conducive to economic growth; A reduction in the informal sector of the economy, where large potential development financial resources are concentrated. Such macroeconomic regulation should ensure an optimal balance between private savings, which form the basis of investment replenishment, and consumer expenditures, which form the basis of aggregate demand and human development in the world economy. The specific tasks and directions of regulation of consumption and savings can vary significantly depending on the economic and socio-political situation, the peculiarities of historical development, and the specifics of the national mentality.

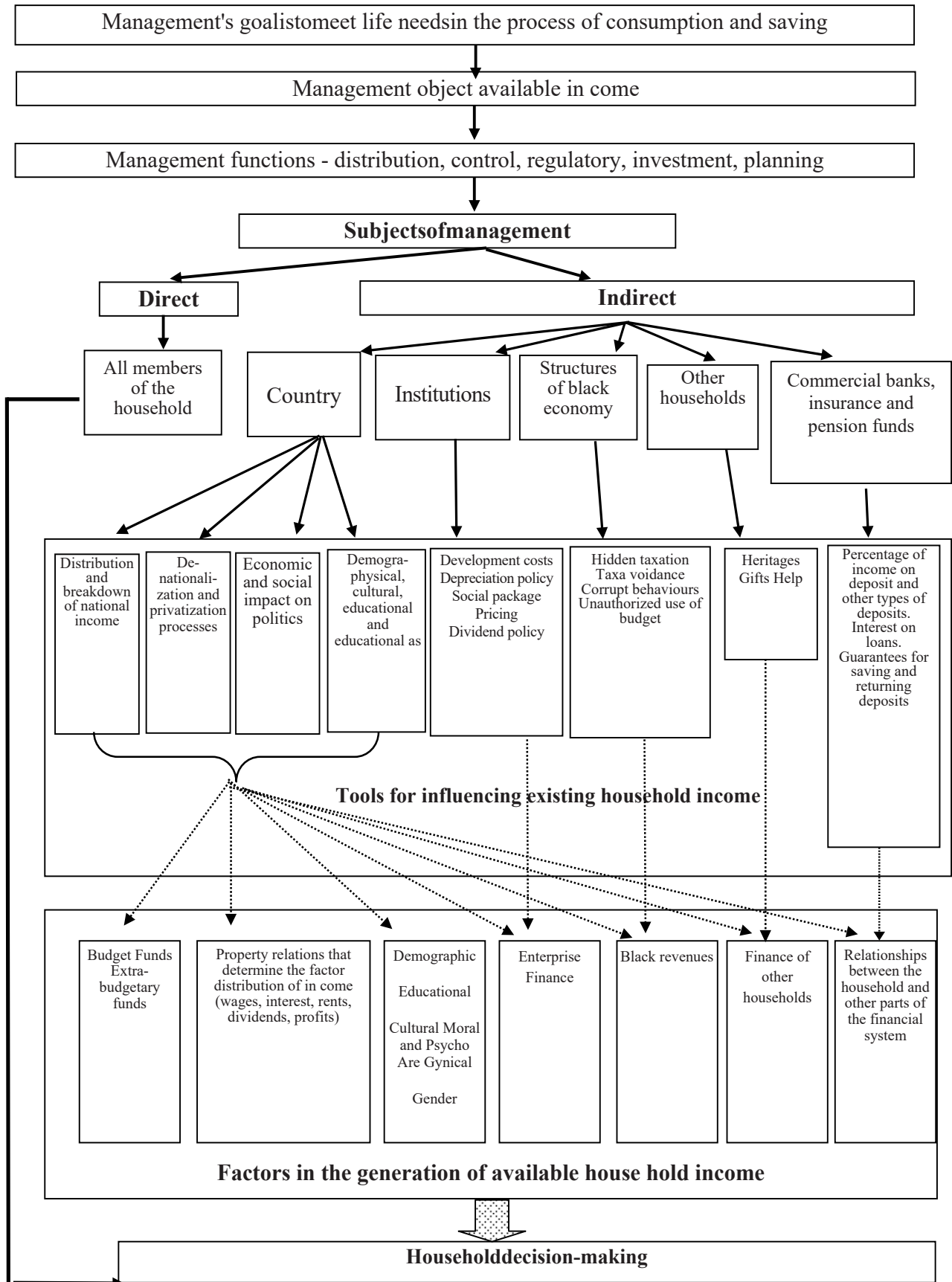


Figure 1. Organizational and functional scheme of household consumption and savings management

Source: developed by the authors

REFERENCES:

1. Trehobchuk V. (2002) Kontseptsiiia staloho rozvytku dlia Ukrainy. *Visnyk NAN Ukrainy*. № 2. Available at: <http://www.nbu.gov.ua/portal/all/herald/2002-02/7.htm>.
2. Danyie natsyonalnykh schetov Vsemyrnoho banka y faily danykh natsyonalnykh schetov OESR. U. Available at: <https://data.worldbank.org/NY.GNP.MKTP.KD.ZG?view=chart>.
3. Hlazev S.Yu. Nuzhno ly nam stanovytsia «hlobalnym enerhetyc heskym harantom»? Available at: <http://www.rosbalt.biz/2006/06/22/300933.html>.
4. Prohrama dii «Poriadok denniy na XXI stolittia»: Ukhvalena konferentsiieu OON z navkolyshnoho seredovyshcha i rozvytku v Rio-de-Zhaneiro (Samit «Planeta Zemlia», 1992 r.): Per. z anhl. 2-he vyd. Kyiv: Intelsfera, 2000. 360 p.
5. Halchynskiy A.S. (2006) Hlobalni transformatsii: kontseptualni alternatyvy. Metodolohichni aspekty: Nauk.vyd. Kyiv: Lybid, 312 p.
6. Yvaniuk Y.A. (2008) Vosproyzvodstvo yntellektualnoho kapytala. Moskva: Kreatyvnaia ekonomyka, 167 p.
7. Pro metodolohichni zasady vymiriuvannia liudskoho rozvytku dlia rehioniv Ukrainy. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/FIN44978>.
8. Analiz staloho rozvytku – hlobalnyi i rehionalnyi konteksty: U 2 ch. / Mizhn. rada z nauky (ICSU) ta in.; nauk. ker. M.Z. Zghurovskiy. Kyiv: NTUU «KPI», 2009. – Ch. 2: Ukraina v indykatorakh staloho rozvytku. Analiz – 2009. 200 p.
9. Bilorus O.H., Matseiko Yu.M. (2005) Hlobalna perspektyva i stalyy rozvytok: (Systemni marketol. dosl.). Kyiv: MAUP, 492 p.: il. Bibliohr. S. 474–491.
10. Shevchuk V.Ya. (2006) Makroekonomichni problemy staloho rozvytku. Kyiv: Heo-prynt, 200 p.

*Стаття надійшла до редакції 14.12.2020.
The article was received 12 December 2020.*



НОТАТКИ

Наукове видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ.
СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»
SCIENTIFIC BULLETIN
OF KHERSON STATE UNIVERSITY.
SERIES «ECONOMIC SCIENCES»**

Збірник наукових праць

Випуск 40

Коректура • *В.О. Бабич*

Комп'ютерна верстка • *Ю.Г. Войтюк*

Формат 60x84/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 10,46.
Підписано до друку 22.12.2020.
Замов. № 1220/353. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефони: +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.