

У НОМЕРІ

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Kalashnikova Khrystyna

The comprehensive approach to the implementation of modern mechanisms of state regulation of attracting foreign investments..... 3

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Лазарєва О.В.

Економіка землеустрою в країнах Європейського союзу: особливості та можливості адаптації до українського простору..... 9

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Стельмах Х.П.

Нормативно-правове забезпечення та розвиток транспортно-логістичної системи України..... 17

Рудь Н.Т., Федас Д.

Державне регулювання та підтримка інноваційного розвитку економіки в Україні..... 26

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Безкоровайна Л.В.

Корпоративне управління в конкурентному туристичному середовищі: етика і культура гостинності..... 39

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вавдіюк Н.С., Подолян Д.В.

Методичний підхід до аналізу створення стартапів студентами..... 45

Дзямуч М.І., Фадєєва І. Г., Шматковська Т.О.

Промисловий інтернет речей та його застосування у бізнес-процесах..... 54

Zabedyuk M.

Problems of ensuring the profitability of the enterprise and ways of its increase in modern conditions..... 59

Zaporozhets A.

Approaches and methods of development, adoption and implementation of management decisions..... 64

Ліпич Л.Г., Хілуха О.А., Кушнір М.А.

Дослідження чинників демотивації працівників підприємства..... 70

Лисюк Т.В., Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І.

Інноваційні інформаційні технології туристичних підприємств..... 78

Морохова В.О., Бойко О.В., Лорві І.Ф.

Маркетингові технології формування конкурентних переваг підприємств..... 87

Тараненко О.О., Животенко В.О., Шуканов П.В.	
Теоретичні основи управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму.....	94
Shevchenko V.	
The formation of the system of motivation and stimulation of work activity of the personnel of the enterprise.....	99
Шейко Ю.О., Войтюк Д.С.	
Підвищення рентабельності підприємств сфери послуг.....	104
Шматковська Т.О.	
Сучасні інформаційні та комунікаційні технології в професійній діяльності.....	110

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Карлін М.І.	
Особливості здійснення та фінансування публічних закупівель у країнах вишеградської груп в сучасних умовах.....	116
Ніколаєва А.М.	
Теоретико-методологічні аспекти оцінки ефективності фінансового ринку.....	125
Стащук О.В., Мартинюк Р.	
Специфіка застосування когнітивних технологій та штучного інтелекту в сучасній банківській діяльності.....	134
Чиж Н.М., Урбан О.А., Дзямулич М.І.	
Перспективи нарощення кредитування в Україні.....	139

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

Потьомкіна О.В.	
Формування кадрової політики підприємства: мотиваційний аспект.....	145

UDC 351.72

Khrystyna Kalashnikova,
PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences), Associate Professor of the Department
of Management and Public Administration, O. M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv
<https://orcid.org/0000-0002-9190-6187>

THE COMPREHENSIVE APPROACH TO THE IMPLEMENTATION OF MODERN MECHANISMS OF STATE REGULATION OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

When forming the main directions of public investment, preference should be given to investments in the industry, which play a leading role in ensuring economic development. At the same time, it is advisable to give preference to investment projects that have a mixed financing system. Accordingly, the use of the state share of investments acts as a guarantee of their target orientation with the possibility of further privatization.

In the article defines that investment is a mechanism of state enrichment, which allows not only to increase the level of economic development, but also to create appropriate conditions for the development of innovation. Its effectiveness is due to systematic and comprehensive approaches to the management of relevant processes, as well as scientifically sound definition of the purpose and objectives of state regulation. Appropriate mechanisms of state regulation of investment activity serve to ensure coordination of investments in accordance with the state strategic goals and development priorities of the state. It is they who determine the features of individual territorial units and the capabilities of their business entities, which at the expense of their own profits form investment resources and direct them to their own production.

Mechanisms of state regulation of investment activities play the role of an appropriate system of regulatory, organizational, legal, monetary, state and economic measures to achieve the established economic, organizational, social, economic, financial and other results. Forms of their implementation include the formation of favorable economic conditions; direct and indirect participation of public authorities in investments; protection of the rights and interests of investment entities and examination of investment projects.

Keywords: foreign investment, investment process, activity, financial assistance, complex mechanism

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

Під час формування основних напрямів державного інвестування варто надати перевагу інвестиціям у галузі, які відіграють провідну роль у забезпеченні розвитку економіки. При цьому доцільно надавати переваги інвестиційним проектам, що мають змішану систему фінансування. Відповідно, використання державної частки інвестицій виступає у вигляді гарантії їх цільової спрямованості з можливістю подальшої приватизації.

В статті визначено, що інвестиції є механізмом збагачення держави, який дозволяє не тільки підвищити рівень економічного розвитку, але й сформувати належні умови для розвитку інновацій. Його ефективність зумовлена системним і комплексним підходами до управління відповідними процесами, а також науково обґрунтованим визначенням мети та цілей державного регулювання. Для забезпечення координації інвестицій відповідно до державних стратегічних цілей та пріоритетів розвитку держави слугують відповідні механізми державного регулювання інвестиційної діяльності. Саме вони визначають особливості окремих територіальних одиниць та можливості їхніх суб'єктів господарювання, які за рахунок власних прибутків утворюють інвестиційні ресурси та спрямовують їх на власне виробництво.

Механізми державного регулювання інвестиційної діяльності відіграють роль відповідної системи регуляторних, організаційно-правових, грошово-кредитних, державних та економічних заходів з метою досягнення встановлених економічних, організаційних, соціальних, господарських, фінансових та інших

результатів. Форми їх реалізації охоплюють формування сприятливих економічних умов; пряму та непряму участь органів державної влади у капіталовкладеннях; захист прав та інтересів суб'єктів інвестиційної діяльності та проведення експертиз інвестиційних проектів.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційний процес, діяльність, фінансова допомога, комплексний механізм

Problem statement in general and its connection with important scientific and practical tasks. In the context of public reform and the formation of public administration in Ukraine, the issues of updating approaches to state regulation of investment activities, improving mechanisms for attracting foreign investment, reviewing relevant public policy in the context of accelerating the growth of investment attractiveness of the country. Quite difficult external and internal political, social and economic circumstances, caused by the next wave of the global economic crisis and hostilities in eastern Ukraine, create new challenges for market transformation processes. Given the existing economic risks, Ukraine seeks to create an attractive investment climate in the country as an indicator of the state of the national economy.

At the same time, an effective role in intensifying the development of administrative-territorial units should be played by an effective investment policy of the state, as investments are the basis for stable and effective economic progress, which allows reducing the gap with neighboring countries. However, at present, the activity of state regulation in the field of attracting foreign investment does not play a proper role in the process of ensuring the transformation of economic processes. The reasons for this situation lie in the imperfection of the system of state regulation of attracting foreign investment, which often does not take into account the realities of today. These realities determine the satisfaction of the needs of potential investors in further liberalization of the country's stock market, the introduction of electronic services and constant dialogue between the government and business, reducing the level of corruption in the investment process and more.

Overview of recent research and publications. Problems of state regulation of foreign investment are studied in the scientific works of such foreign and Ukrainian scientists as V. Babayev, I. Berezhna, I. Blank, B. Danylyshyn, O. Datsy, J. Duning, M. Kramer, M. Latinin, A. Merzlyak, M. Potter, O. Rudenko, D. Sachs, G. Fedorov, P. Hennon, S. Chimer, M. Chumachenko and others. Despite numerous scientific achievements, the issues of state regulation of investment activities in the context of decentralization of power require more detailed research in the context of the transfer of these powers to the regional and local levels.

Objectives of the article. It consists in defining and theoretically substantiating the ways to improve the system of state regulation of attracting foreign investment in the context of decentralization.

Research results. According to researchers [1], the formation of a single methodological tool in Ukraine to create an investment cycle and organize its effective implementation has state, legal, scientific and practical prerequisites; it should be implemented on the basis of system design, hierarchy theory, investment management and construction. As you know, the scientific prerequisites for the formation of the method are manifested in the development of diagnostic, system research, organizational, technological and analytical methods and models of the investment process at different stages of the investment cycle. The practical validity of the method implies its readiness for comprehensive analysis at the stage of project selection and guaranteeing the necessary conditions for its implementation by the investor.

Along with practical and research needs, all macroeconomic characteristics of development should be taken into account

Factors that slow down the development of the investment process, experts [2] include, rather, very limited reserves of domestic sources of financial support for a large number of organizations and enterprises and fears of foreign investors about investing in Ukraine's

economy. The latter is still the case today, as the system of tax influence on producers' remains inefficient in Ukraine, and the low level of depreciation policy leads to falling profits and depreciation as the main source of personal investment resources of relevant enterprises and organizations. In addition, the growth of investments in the banking system and the domestic economy is not adequately ensured and the organizational and economic mechanism of the stock market remains imperfect. Due to the low level of profitability, economic entities are not motivated to accumulate resource potential in the direction of investing in science, technology and production. To improve this situation in the investment sphere in Ukraine, state regulation of the investment process has recently been carried out and a favorable legal framework for attracting foreign investment has been created, but such actions have not led to significant changes in this direction.

When forming the main directions of public investment, preference should be given to investments in the industry, which play a leading role in ensuring economic development. At the same time, it is advisable to give preference to investment projects that have a mixed financing system.

Accordingly, the use of the state share of investments acts as a guarantee of their target orientation with the possibility of further privatization. In Ukraine provides for the development of new regulations that will regulate:

- transformation of organization, evaluation and selection on a competitive basis of investment projects involving budget resources;
- depreciation policy to overcome the inefficient practice of depreciation, which does not adequately meet all investment needs of organizations in construction materials and increases the tax;
- regulation of the investment share of budget financing, directed to capital construction.

At the same time, the following key aspects of improving the regulatory and legal support for attracting foreign investment should be identified: guaranteed use of profits and other financial resources received as a result of investment activities, additional preferential provision to encourage foreign investors to invest in priority areas, guaranteed provision of compensation in case of violation of the rights of foreign investors, in case of legislative changes or urgent cessation of investment activity, a clear definition of the territories in which the activities of foreign investors are restricted or prohibited.

In addition, when creating favorable conditions for foreign investors should be guided by the main criterion, which is the return on investment. After all, it is the rapid payback, high level of liquidity of the project, rate of return and long-term operation of the project for the investor should demonstrate the level of profitability and reliability of investment in an investment project in a particular sector.

Proved that "in order to solve social and economic problems, Ukraine needs to receive foreign investments worth almost 40 billion conventional units". However, in the conditions of modern Ukraine, these investments will not be enough for the "resuscitation" of the mining sector, light and heavy industry, agricultural sector, etc., which are gradually losing markets.

The list of international organizations that provide financial assistance to our country is quite diverse, and therefore, primarily, determines the investment protection against non-commercial risks. At the same time, the main condition for partial investment is a constant and stable set of appropriate rules that allow a potential investor confidence in their effectiveness. It also indicates the urgency of systematization of the Ukrainian regulatory investment sector and systematization of the process of state regulation of investment activities.

Under such conditions, comprehensive measures aimed at creating general and specific conditions for the development of market relations in the country, aimed at solving problematic issues of state regulation of investment activities in Ukraine, may be timely. These include

simplification of tax legislation, tax incentives for production, preferential taxation of investors of long-term investment projects to compensate for the costs of slow capital turnover, mobilization of free resources of enterprises and the public by increasing interest rates on contributions and deposits, formation of the bankruptcy mechanism at the legislative level, inhibition of inflation, stabilization of the socio-political situation, etc. It is characteristic that the listed mechanisms of development of the industry cause limited association of national resources with foreign capital, substantiation of investment areas, conducting an annual expert analysis of the need for foreign investment, establishing the potential attractiveness of the domestic market for foreign investors, etc. Accordingly, the effectiveness of such a comprehensive mechanism for attracting foreign investment is due to certain factors (prerequisites).

It should be noted that the Ukrainian practice of applying standard investment approaches shows a small influence of foreign capital on the level of efficiency of the industrial complex of the state; on its structural restructuring, technical restoration of production and development of modern technologies. Thus, only a modern comprehensive mechanism for attracting foreign investment can balance the rates of return, guarantees and incentives to attract foreign investment in the development and privatization of expertise, as well as the level of risk. Such a mechanism should provide the necessary result of investment and make a significant contribution to economic development, implementation of new methods, approaches and management technologies.

In this context, we can identify priority areas of the investment process that can ensure high efficiency: involvement of foreign colleagues in the implementation of investment projects related to the use of industrial and innovative potential, restriction of investment areas and implementation of projects taking into account the current innovation potential, formation of modern organizational forms of introduction of industrial and financial capital, involvement of private and public resources in the investment process, formation and implementation of investment programs at the regional level. At the same time, it is important that foreign loans under state guarantees be used mainly to finance those investment projects that provide a high level of expertise in those industries where relatively short payback periods of productive investment.

It is essential that a comprehensive mechanism attracting foreign investment be aimed primarily at creating a favorable investment climate and increasing the level of investment activity. It is based on the economic and organizational unit, based on the strategy of attracting foreign investment, determining the priority areas of foreign investment, the system of tax benefits, increasing opportunities for foreign investment in the formation and privatization of joint ventures. At the same time, it seems expedient to introduce a differentiated system of preferential taxation, which takes into account the duration and volume of foreign investment activity as key criteria for its effectiveness. Discounts of up to 50% of the income tax established at the legislative level are deserved by enterprises and organizations with foreign investment, which carry out their activities in priority areas.

The formation and effective operation of a comprehensive mechanism for attracting foreign investment at the national level involves the following measures:

- generalization and adaptation to the Ukrainian realities of foreign experience in attracting foreign investment in the development of the state economy; shortcomings in the main areas of attracting foreign resources;
- structural and functional justification of a comprehensive mechanism for attracting investment;
- forecasting the volume of foreign investment in key areas of application.

Introduction of a comprehensive mechanism for attracting foreign investment at the regional level, in addition to the formation of a favorable climate for innovation, involves the formation of technology centers or industrial technology parks.

According to researchers, "the industrial and technological park is a concentration of small innovative business incubators and enterprises with preferential operating conditions. The main purpose of the industrial and technological park is the formation and implementation of innovative ideas, the formation of a mechanism for the introduction of innovations in production, the formation of a research center. The industrial and technological park can be formed on the basis of university or research centers "[4].

Adaptation to the conditions of Ukraine of world experience in the development of modern technologies leads to the formation of cluster associations that allow using all the advantages of key industries to accelerate economic growth rates and form all the necessary conditions for the production and sale of competitive products. The implementation of this approach involves the following regional measures:

- formation of a regional (oblast) investment fund to support investment initiatives;
- introduction of a mechanism for providing grant financial assistance (from the resources of the regional investment fund) to stimulate investors and create jobs in administrative-territorial units with high unemployment rates;
- development of mutual investment institutions in the context of expanded participation in financing the innovation activities of venture funds;
- introduction of a mechanism for providing financial (from the resources of the regional investment fund) and advisory assistance on innovation centers, technology parks and investment business incubators;
- improvement of the procedure for registration of foreign investments;
- formation of an insurance system with access to international insurance markets and attraction of powerful insurance companies to regional markets for insurance of investment risks of various nature;
- providing training and retraining of professional staff in the investment sphere;
- establishing cooperation of local authorities with the media in order to form a favorable investment image of the state and its territories, their investment prospects and economic potential. All this should be considered in the context of establishing strategic guidelines (directions) of the relevant administrative-territorial unit in order to increase its investment attractiveness: ensuring economic security of the relevant territorial unit (in particular, preventing foreign investment entities from direct management of competitive industries and protection domestic producers); risk minimization (in particular, support of enterprises by local authorities, financial and tax authorities and withdrawal of part of the profits from the shadow sector); achieving leadership positions in the markets, which contributes to the rapid return on investment through increased sales of products, works and services; distribution of available resources between sectors of the economy that have the ability to ensure a sufficient level of profitability for local businesses (in particular, through demand for products and labor); maximizing the efficiency of foreign capital revenues in the context of revenues to the local budget and the creation of new jobs; maximizing the use of labor and financial resources in directing them to the development of industrial enterprises and relevant investment goals (in particular, through the development of financial institutions; reducing migration; financing of investment activities; improvement of production capacity, etc.); increasing economic potential (in particular, through the formation of new enterprises, improvement); raising the level of qualification of employees, increasing the population with higher education, reducing the rate of migration; stimulating the investor's interest in investing in the territory of the relevant administrative-territorial unit (in particular, simplification of the issuance of relevant permits and discounts on the use of relevant energy resources).

Thus, the introduction of a comprehensive mechanism for attracting foreign investment is a timely solution to the problems associated with the low level of investment in the banking system and the domestic economy; imperfection of the organizational and economic mechanism of the stock market; low level of return on investment in science, technology and production; low level of motivation of potential investors by the state and local authorities, etc. Its effective functioning at the national level involves a number of measures aimed at adapting to the Ukrainian realities of foreign experience in various systems of attracting foreign investment in the development of the state economy; study of advantages and disadvantages in the main areas of attracting foreign resources; forecasting the volume of foreign investment in key areas of application.

Accordingly, the regional level determines the implementation of measures aimed at forming a regional (regional) investment fund; introduction of a mechanism for providing grant financial assistance; improvement of procedures for registration of foreign investments; formation of an insurance system with access to international insurance markets; providing training and retraining of professional staff in the investment sphere; cooperation of local authorities with the media to promote the investment prospects and economic potential of the territory.

Conclusions. Investment is a mechanism of state enrichment, which allows not only to increase the level of economic development, but also to create appropriate conditions for the development of innovation. Its effectiveness is due to systematic and comprehensive approaches to the management of relevant processes, as well as scientifically sound definition of the purpose and objectives of state regulation. Appropriate mechanisms of state regulation of investment activity serve to ensure coordination of investments in accordance with the state strategic goals and priorities of state development. It is they who determine the features of individual territorial units and the capabilities of their business entities, which at the expense of their own profits form investment resources and direct them to their own production. Mechanisms of state regulation of investment activities play the role of an appropriate system of regulatory, organizational, legal, monetary, state and economic measures to achieve the established economic, organizational, social, economic, financial and other results. Forms of their implementation include the formation of favorable economic conditions; direct and indirect participation of public authorities in investments; protection of the rights and interests of investment entities and examination of investment projects. At the same time, the protection of investment capital provides an increase in investment and improves the general economic situation in the country, which encourages public authorities to form effective mechanisms for modernizing economic, informational and regulatory support of investment activities in the context of territorial orientation.

References:

1. Vasil'chenko S. M. Teoretichni osnovi investuvannya. Finansi Ukraïni. – 2001. – № 1. – S. 93–98.
2. ZHalilo L. A. Ekonomichna strategiya derzhavi. Teoriya, metodologiya, praktika. Kiïv : NIS, – 2003. – 368 s.
3. Enciklopediya derzhavnogo upravlinnya : u 8 t. / Nac. akad. derzh. upr. pri Prezidentovi Ukraïni ; nauk.-red. kolegiya : YU. V. Kovbasyuk (golova) ta in. Kiïv : NADU, 2011. T. 4 : Galuzeve upravlinnya / nauk.-red. kolegiya : M. M. Izha (spivgolova), V. G. Bodrov (spivgolova) ta in. – 2011. – 648 s.
4. Majorova T. V. Sistemnij pidhid u viznachenni sutnosti investicijnogo procesu. Finansi, oblik i audit : zb. nauk. pr. / vidp. red. A. M. Moroz. Kiïv : KNEU, – 2011. – Vip. 17.1. – S. 137 – 147.

Дата подання публікації 10.07.2021р.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.43:331

Лазарева О.В., доктор економічних наук, професор,
 професор кафедри управління земельними ресурсами
 O. Lazarieva, Doctor of Economic Sciences, Professor,
 Professor Department of the landed resources management
<https://orcid.org/0000-0002-1050-7118>

ЕКОНОМІКА ЗЕМЛЕУСТРОЮ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА МОЖЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ ДО УКРАЇНСЬКОГО ПРОСТОРУ

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

В статті проаналізовані питання, пов'язані з успішністю ведення економіки землеустрою. Ціллю дослідження є вивчення основних аспектів здійснення економіки землеустрою в країнах ЄС та на цій основі обґрунтування перспектив здійснення економіки землеустрою в Україні.

Проаналізовано досвід орендних відносин, грошової оцінки, переоцінки землі. Діагностовано ціни на земельні ділянки в європейських країнах.

Вивчено такий метод економіки землеустрою як економічне стимулювання. З'ясовано, що він в основному стосується надання різноманітних субсидій і прямих виплат фермерам на дотримання ними стандартів охорони земельних ресурсів. Вивчення пріоритетів здійснення економіки землеустрою в країнах Єврозою дозволило окреслити можливості її адаптації до українського простору.

Встановлено, що основними показниками економіки землеустрою є структура земельних угідь, питома вага сільгоспугідь та ріллі в загальній площі, питома вага ріллі та багаторічних насаджень в сільгоспугіддях, питома вага умовної площі в площі сільгоспугідь, структура посівів, середньорічна чисельність робітників на 100 га сільгоспугідь (трудозабезпеченість), фондооснащеність (фондозабезпеченість), фондо- та енергоозброєність, відносні затрати на внутрігосподарський землеустрій, відносна величина витрат на проектні вишукувальні роботи по землеустрою, капітальні вкладення по організації території.

З'ясовано, що основними перспективами здійснення економіки землеустрою в українських реаліях є обов'язкова розробка схем землеустрою і техніко-економічне обґрунтування використання та охорони земель, запровадження повноцінного ринку землі, стратегічне планування використання земель, визначення вартості земельних ділянок, виходячи з рівня окупності витрат культур, справедливе визначення нормативної грошової оцінки землі, залучення іноземних інвестицій, надання кредитної підтримки малому та середньому бізнесу, обов'язкове визначення показників економіки землеустрою.

Ключові слова: економіка землеустрою, землеустрій, грошова оцінка земельних ділянок, ціна землі, вартість землі, економічне стимулювання, ефективність землеустрою, ринок землі.

ECONOMY OF LAND MANAGEMENT IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION: FEATURES AND POSSIBILITIES OF ADAPTATION TO THE UKRAINIAN SPACE

Petro Mohyla Black Sea National University

The article analyzes the issues related to the success of land economics. The aim of the study is to study the main aspects of land economics in the EU and on this basis to substantiate the prospects of land economics in Ukraine.

The experience of lease relations, monetary valuation, land revaluation is analyzed. Diagnosed land prices in European countries.

The method of land management economics as economic stimulation is studied. It was found that it mainly concerned the provision of various subsidies and direct payments to farmers for their compliance with land protection standards. It is focused on the fact that in Western Europe the economic stimulation of environmental and land protection measures is carried out through soft loans, subsidies and interest-free loans for the purchase of

environmentally friendly equipment, grace periods for depreciation of environmental funds, tax exemptions for income tax. projects, price incentives for the production of environmentally friendly products.

The research revealed that the economics of land management is a science of rational and efficient use of land resources, the organization of land protection and increase its fertility.

The study of the priorities of land management in the European Union allowed to outline the possibilities of its adaptation to the Ukrainian space.

It is established that the main indicators of land management economy are the structure of land, the share of agricultural land and arable land in total area, the share of arable land and perennial plantations in agricultural land, the share of conditional area in agricultural land, crop structure, average annual number of workers per 100 workers.), capital equipment (capital security), capital and energy equipment, relative costs of on-farm land management, the relative value of costs for project survey work on land management, capital investments in the organization of the territory. To determine the effectiveness of the land management project should calculate the value of marketable products that were produced at the time of the project and which will be produced by the project and material costs for crop and livestock production and humus balance at the time of the project and the project.

It was found that the main prospects for land economics in the Ukrainian reality are the mandatory development of land management schemes and feasibility study of land use and protection, the introduction of a full land market, strategic land use planning, determining the value of land based on cost recovery crops, fair definition of normative monetary valuation of land, attraction of foreign investments, provision of credit support to small and medium business, obligatory determination of indicators of land management economy.

Key words: land management economics, land management, monetary valuation of land plots, land price, land value, economic incentives, land management efficiency, land market.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Враховуючи перехід України до світового економічного простору, роль економіки землеустрою в контексті вивчення її євроінтеграційних перспектив посідає особливе місце. В цих умовах формування ефективної системи ведення економіки землеустрою з урахуванням європейських перспектив є невід'ємною частиною раціоналізації землекористування, що підвищує продуктивність землі та стійкість національної економіки.

Оскільки однією із головних задач землеустрою є організація ефективного використання землі, то й відповідно здійснюється взаємодія основних факторів виробництва, а саме землі, праці та матеріально-технічних ресурсів. Це потребує необхідності вивчення питань, що стосуються ведення економіки землеустрою, а також забезпечення раціонального використання земельних, трудових та матеріальних ресурсів при розробці проектів землеустрою.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. В наукових джерелах сьогодні майже не зустрічаються наукові праці, в яких досліджується питання саме сутності економіки землеустрою. Зустрічаються лише поодинокі випадки. Так, А.М. Третяк економіку землеустрою [1, с. 9] розуміє як відносини людей в процесі землевпорядної діяльності щодо пошуку, узгодження інтересів та прийняття ефективних рішень із планування використання та охорони земельних ресурсів та організації території землеволодінь та землекористувань.

Стосовно трактування землеустрою, то вивченням цього питання займалися різні вчені. Так, Г.І. Грещук [2] стверджує, що поняття землеустрій доцільно вживати, коли мова йде про заходи, які направлені на регулювання земельних відносин та організацію певних територій. Д.С. Добряк [3] висловлює думку, що землеустрій є основоположним механізмом регулювання земельних відносин, що має відповідне законодавче забезпечення. І.В. Шарко [4] землеустрій розуміє як процес, що забезпечує повноту досягнень прикладних досліджень, які охоплюють питання еколого-економічної та соціальної ефективності землекористування, зростання вартості земельного капіталу та формування ринкової інфраструктури. П.Т. Казьмір [5] трактує землеустрій як складний соціально-економічний процес, що реалізується через механізм інженерно-технічних, організаційних, екологічних і земельно-правових заходів, які знаходяться у тісному

взаємозв'язку та відображаються в землепорядних розробках. Й.М. Дорош [6] стверджує, що землеустрій є системоутворюючим фактором формування земельних відносин. Потре в сучасних реаліях потребують висвітлення перспективи здійснення економіки землеустрою в українську економіку з урахуванням європейських пріоритетів.

Цілі статті. Відповідно ціллю дослідження є вивчення основних аспектів здійснення економіки землеустрою в країнах ЄС та на цій основі обґрунтування перспектив здійснення економіки землеустрою в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У більшості країн Західної Європи однією з форм використання земель є оренда. Так, у Бельгії більше 70 % земель перебуває в оренді, у Німеччині та Франції – понад 60 %, у Нідерландах – 35 % земель [7, с. 68].

У Франції діє Департамент по управлінню землею. Крім того, у Франції функціонує некомерційна корпорація, діяльність якої зводиться до управління сільськогосподарськими землями від імені держави [8]. В Німеччині діє федеральний закон про територіальне планування, існує закон по інфраструктурному плануванню. Муніципалітети в межах федерального закону здійснюють територіальне планування і розробляють Генеральні плани будівництва, в межах яких складається план використання земельних ділянок і план забудови [9].

Що стосується грошової оцінки земельних ділянок, то у країнах Євросоюзу вартість земель визначається із розрахунку показника продуктивності або шляхом встановлення її реальної ринкової вартості згідно із цінами купівлі-продажу земельної ділянки [10, с. 130].

У Великобританії застосовуються два методи оцінки земель: на основі потенційної та на основі фактичної продуктивності ґрунтів [11].

У Німеччині основою для оцінки вартості землі є оцінка реальної вартості ділянки, яка передбачає визначення якості ґрунтів, оцінку родючості землі, врахування місця розташування земельної ділянки, віддаленості від основних магістралей, рівень цін, заробітної плати [12].

В країнах Європи регулярно проводиться переоцінка землі, що зумовлено тим, що її ринкова вартість може змінюватись. При цьому середній чистий дохід, що дає земельна ділянка, визначається в цілому за останні 5 років [13].

У Польщі вартість 1 га землі визначається як добуток вартості за 1 ц житв в оціночну ставку одного гектара. Відповідно встановлюється і податок на землю, враховуючи при цьому вид і клас земель.

У таких європейських країнах, як Угорщина, Румунія, Чехія та Словаччина оцінка земель розпочинається з бонітування, в основу якого покладені такі чинники як ґрунт, клімат, рельєф.

В Іспанії оцінка земельних ділянок сільськогосподарського призначення передбачає наявність трьох таких етапів як визначення списку вирощуваних культур на рівні регіону та оцінка інтенсивності їх вирощування; доведення розробленої раніше шкали оцінки до рівня муніципалітету з огляду на його специфічні природні і ґрунтові умови; індивідуальна оцінка земельних ділянок [14].

У Швеції для оцінки земель сільгосппризначення спочатку несільськогосподарські землі оцінюють за ринковою вартістю (методом порівняння продажів), а сільськогосподарські – за капіталізованим чистим прибутком (методом земельної ренти, чому передує агрокліматична оцінка [14].

У Франції вартість землі оцінюється з врахуванням продуктивності сільськогосподарського використання, визначається за врожайністю

сільськогосподарських культур з урахуванням затрат. Завершальним етапом оцінки є їх розподіл за класами, про що інформація розміщується у кадастрових матрицях [15, с. 22].

Найвищі ціни на земельну ділянку зафіксовані в Нідерландах – 60 тис дол за гектар. У більшості ж західноєвропейських країн ціни коливаються в межах від 15 до 30 тис дол з гектар, а в Східній Європі – від 1 до 5 тис дол за гектар [16, с. 138]. У Франції та Німеччині ціни за один гектар землі коливаються від 10 до 12 тис євро [17, с. 588]. При проведенні оцінки беруться до уваги такі показники, як ступінь інтенсивності ведення сільськогосподарської діяльності, структура та тип ґрунту.

Оцінюючи в цілому міжнародний довід оцінки землі в країнах Європи, зауважимо, що він ґрунтується на Європейських стандартах оцінки (European Valuation Standards), які розробляються Європейською групою оцінювачів основних фондів.

Заслуговує на увагу і такий метод охорони ґрунтів в країнах ЄС, як економічне стимулювання, що реалізується в рамках САП (Спільної аграрної політики). Це стосується в першу чергу надання різноманітних субсидій і прямих виплат фермерам на дотримання ними стандартів охорони земельних ресурсів. Так, наприклад, у Німеччині, землевласники обов'язково мають враховувати регіональні природно-кліматичні умови господарювання, поліпшувати структурний склад ґрунту та запобігати його ущільненню, дбайливо ставитись до природних ландшафтів [18].

Взагалі в країнах Західної Європи економічне стимулювання природоохоронних та землеохоронних заходів здійснюється за допомогою пільгового кредитування, надання субсидій та безвідсоткових позик на придбання екологобезпечного обладнання, пільгових строків амортизаційного списання природоохоронних фондів, звільнення від податків частини прибутків, що спрямовується на природоохоронні об'єкти, цінове стимулювання виробництва екологічно чистої продукції, компенсація 50 % втрат, що зумовлені залуженням та залісненням. Крім того, в країнах ЄС отримав розповсюдження такий метод швидкого космічного супутникового спостереження за земельним фондом, який дозволяє контролювати стан ріллі, пасовищ, садів і виноградників [19].

В цілому проектування землеустрою в країнах ЄС свідчить, що політика розвитку землекористування ґрунтується на Єдиній політиці Європейського Союзу, а проектування землеустрою здійснюється у разі необхідності створення нового землеволодіння або зміни меж вже існуючих, в процесі проектування землеволодіння, удосконалення технологій виробництва тощо [20].

Вивчення пріоритетів здійснення економіки землеустрою в країнах Євросоюзу дозволило окреслити можливості її адаптації до українського простору.

Враховуючи, що землеустрій являє собою сукупність соціально-економічних та екологічних заходів, спрямованих на регулювання земельних відносин та раціональну організацію території адміністративно-територіальних утворень, суб'єктів господарювання, що здійснюються під впливом суспільно-виробничих відносин і розвитку продуктивних сил [21], відповідно економіка землеустрою являє собою науку про раціональне та ефективне використання земельних ресурсів, про організацію охорони землі та підвищення її родючості. Предметом же економіки землеустрою є система організаційно-економічних та виробничих відносин, що регулюють процеси використання та охорони земель з метою підвищення їх ефективності та сприяють обґрунтуванню землепорядних рішень. Відповідно економіка землеустрою являє собою науку про раціональне та ефективне використання земельних ресурсів, про організацію охорони землі та підвищення її родючості.

В українських реаліях інноваційність землеустрою полягає в унормуванні відносин між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, суб'єктами господарювання на землі, інвесторами, визначає стратегію розвитку

землекористування, що забезпечує його конкурентоспроможність, адаптує території до вимог ринкової економіки та відкритого конкурентного ринку [22].

На нашу думку, основними показниками економіки землеустрою є структура земельних угідь, питома вага сільгоспугідь та ріллі в загальній площі, питома вага ріллі та багаторічних насаджень в сільгоспугіддях, питома вага умовної площі в площі сільгоспугідь, структура посівів, середньорічна чисельність робітників на 100 га сільгоспугідь (трудозабезпеченість), фондооснащеність (фондозабезпеченість), фондо- та енергоозброєність, відносні затрати на внутрігосподарський землеустрій, відносна величина витрат на проектні вишукувальні роботи по землеустрою, капітальні вкладення по організації території.

Узагальнюючі ж показники ефективності землеустрою відображають його екологічну, економічну та соціальну сторони та базуються на показниках приросту чистої продукції. До числа узагальнюючих показників необхідно віднести наступні: відношення приросту чистої продукції до затрат на проектування й виконання заходів по організації території, що потребують капітальних вкладень протягом розрахункового періоду; відношення приросту чистої продукції, отриманої за рахунок землеустрою, до затрат живої та уречевленої праці.

До числа узагальнюючих відносяться також і показники взаємозамінності ефекту від землеустрою та ефекту від додаткового залучення ресурсів – капіталовкладень, виробничих фондів, праці, землі.

Економічна ж ефективність проекту організації території визначається також порівняно з існуючим станом використання земель.

Для визначення ефективності проекту землеустрою доцільно розраховувати вартість товарної продукції, яка вироблялась на час складання проекту і яка буде вироблятися за проектом; матеріально-грошові затрати на виробництво продукції рослинництва і тваринництва та баланс гумусу на час складання проекту і за проектом.

Запропоновані показники економіки землеустрою дадуть змогу зробити відповідні висновки щодо сучасного стану використання сільськогосподарських угідь та організації їх території стосовно природних і еколого-економічних умов, а також дадуть змогу надати пропозиції щодо організації території і впорядкування сівозмін.

З урахуванням вищевикладеного спробуємо надати ще й рекомендації щодо перспектив здійснення економіки землеустрою в Україні:

1) розробка схем землеустрою і техніко-економічне обґрунтування використання та охорони земель адміністративно-територіальних утворень повинно забезпечувати еколого-економічне обґрунтування сівозмін та впорядкування угідь;

2) запровадження повноцінного ринку землі повинно передбачати дотримання механізму його регулювання та ефективного обігу земельних ділянок суб'єктів господарювання, що сприятиме забезпеченню використання землі як сталого базису виробництва;

3) ведення землеустрою має передбачати стратегічне планування використання земель, що сприятиме формуванню земельних відносин ринкового типу;

4) визначення правильної вартості земельних ділянок, виходячи з рівня окупності витрат культур, сприятиме дотриманню екологічної придатності ґрунтів, що забезпечуватиме вирощування відповідного асортименту культур

5) справедливе визначення нормативної грошової оцінки землі, а також створення системи економічного стимулювання та відшкодування збитків забезпечить дотримання об'єктивних розмірів плати за землю та орендної плати;

6) економічне стимулювання та раціональне використання земельних ресурсів сприятиме залученню іноземних інвестицій, наданню кредитної підтримки малому та середньому бізнесу;

7) обов'язковість визначення показників економіки землеустрою, що сприятиме правильній організації території та впорядкуванню сівозмін відповідно до потреб господарюючих суб'єктів.

Розглянуті вище перспективи здійснення економіки землеустрою представлені на рис. 1.

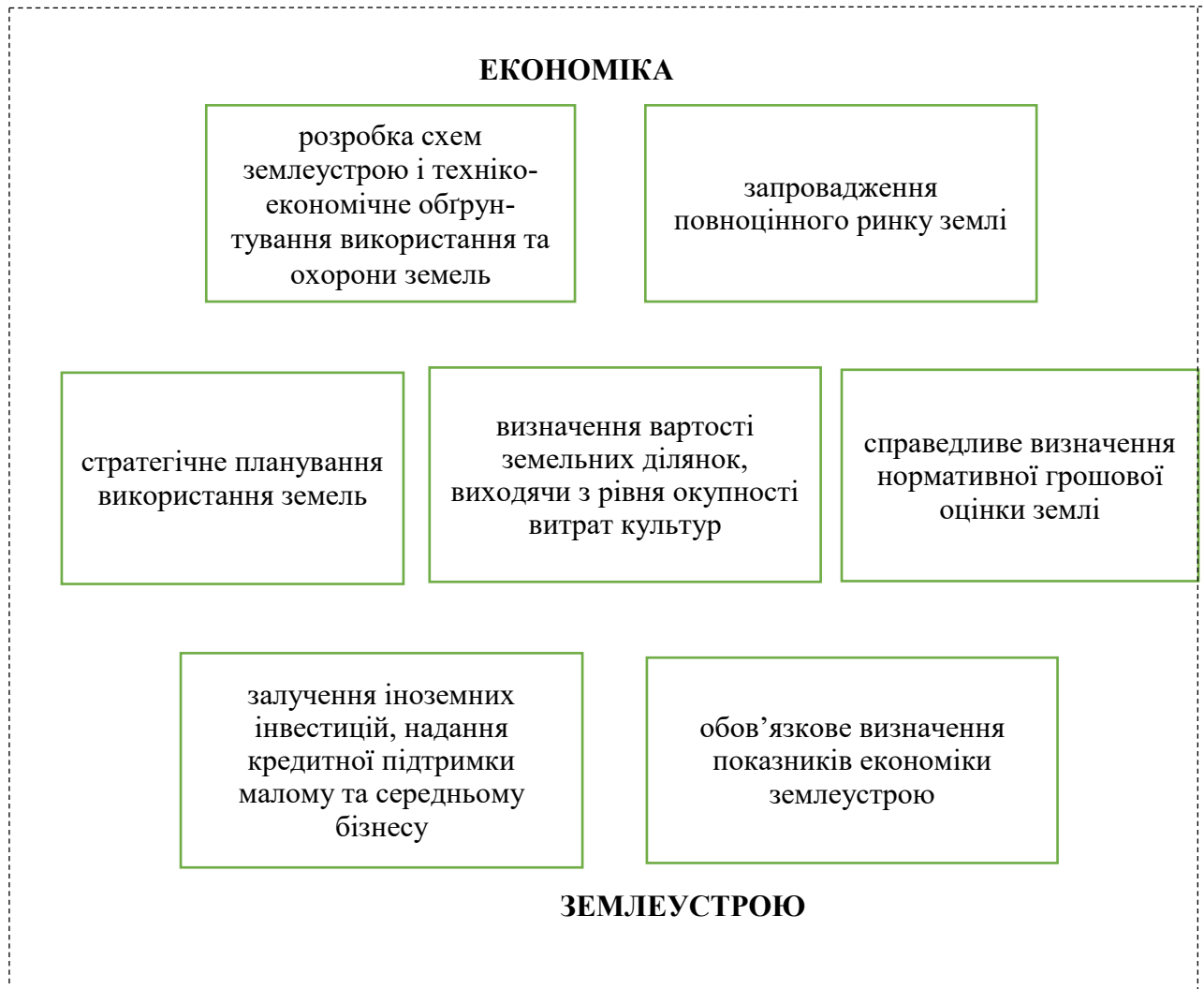


Рис. 1. Перспективи здійснення економіки землеустрою в українському просторі
Джерело: Складено автором

Забезпечення дотриманих вище перспектив ведення економіки землеустрою сприятиме гармонізації українського економічного простору відповідно європейських пріоритетів.

Висновки. В процесі дослідження вивчено основні аспекти здійснення економіки землеустрою в країнах ЄС. З'ясовано, що у таких країнах як Бельгія, Німеччина, Франція та Нідерланди основною формою використання землі є оренда. В європейських країнах вартість земель визначається або ж із розрахунку показника продуктивності, або шляхом встановлення її реальної ринкової вартості згідно із цінами купівлі-продажу земельної ділянки. В цілому ж міжнародний довід оцінки землі в країнах Європи ґрунтується на Європейських стандартах оцінки.

Вивчення в цілому перспектив здійснення економіки землеустрою в європейських країнах окреслило можливості її адаптації до українських реалій.

Основними показниками економіки землеустрою є структура земельних угідь, питома вага сільгоспугідь та ріллі в загальній площі, питома вага ріллі та багаторічних насаджень в сільгоспугіддях, питома вага умовної площі в площі сільгоспугідь, структура посівів, середньорічна чисельність робітників на 100 га сільгоспугідь (трудозабезпеченість), фондооснащеність (фондозабезпеченість), фондо- та енергоозброєність, відносні затрати на внутрігосподарський землеустрій, відносна величина витрат на проектні вишукувальні роботи по землеустрою, капітальні вкладення по організації території. Узагальнюючими ж показники ефективності землеустрою слід віднести відношення приросту чистої продукції до затрат на проектування й виконання заходів по організації території, відношення приросту чистої продукції, отриманої за рахунок землеустрою, до затрат живої та уречевленої праці.

Перспективами здійснення економіки землеустрою в українських реаліях є обов'язкова розробка схем землеустрою і техніко-економічне обґрунтування використання та охорони земель, запровадження повноцінного ринку землі, стратегічне планування використання земель, визначення вартості земельних ділянок, виходячи з рівня окупності витрат культур, справедливе визначення нормативної грошової оцінки землі, залучення іноземних інвестицій, надання кредитної підтримки малому та середньому бізнесу, обов'язкове визначення показників економіки землеустрою. Дотримання запропонованих вище перспектив сприятиме переходу економіки України на такий шлях розвитку, який враховуватиме позитиви європейського досвіду провідних країн.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на обґрунтування пріоритетності здійснення наукових досліджень у сфері землеустрою.

Список бібліографічного опису:

1. Третяк А.М., Третяк В.М., Гетманьчик І.П., Гулько А.А. Поняття та сутність економіки землеустрою та землевпорядкування в Україні. *Агросвіт*. № 11. 2021. С. 3-10.
2. Грешук Г.І. Сутність землеустрою та землевпорядкування: концептуальний підхід. *Агросвіт*. № 23. 2016. С. 24-27.
3. Добряк Д.С., Кузін Н.В. Землеустрій як інструмент реабілітації деградованих земель сільськогосподарського призначення. *Збалансоване природокористування*. № 3. 2016. С. 116-126.
4. Шарко І.В., Ярута М.Ю. Інноваційність національної системи землекористування. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва*. Серія „Економічні науки”. № 4. Т. 2. 2019. С. 314-323.
5. Організація сільськогосподарського використання земель на ландшафтно-екологічній основі. За ред. проф. П.Г. Казьміра. Л.: СПОЛОМ, 2009. 254 с.
6. Дорош Й.М. Землеустрій як основоположний механізм формування земельних відносин в умовах трансформаційної економіки. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. № 1-2. 2012. С. 6-14.
7. Височанська М.Я. Зарубіжний досвід використання земельних ресурсів. *Агросвіт*. № 15. 2015. С. 67-72.
8. Мартин А. Г. та ін. Земельна політика європейського співтовариства: принципи, проблеми, реалізація: монографія. К.: Компринт, 2017. 159 с.
9. Наконечна К.В. Особливості земельних відносин в різних країнах світу. *Ефективна економіка*. № 10. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/65.pdf (дата звернення: 18.08.2021).
10. Коробська А.О. Державне регулювання використання земель сільськогосподарського призначення в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 – економіка та управління національним господарством (економічні науки). Подільський державний аграрно-технічний університет, Кам'янець-Подільський, 2020. 255 с.
11. Гривнак К. Застосування нормативно-грошової оцінки землі як бази оподаткування. *Вісник Міністерства доходів і зборів України*. 2012. № 30. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/magazine/id/71> (дата звернення 18.08.2021)
12. Реформування підходу до оцінки земель сільськогосподарського призначення для цілей оподаткування на підставі міжнародного досвіду. Ірпінь : НДІ фінансового права, 2014. 32 с.
13. Зінчук Т. О., Данкевич В.Є. Європейський досвід формування ринку сільськогосподарських земель. *Економіка АПК*. 2016. № 12. С. 84–92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_ark_2016_12_14 (дата звернення: 18.08.2021).
14. Кадастровая оценка земли и связанной с ней недвижимости в Испании. Владимир, 1998: Ин-т оценки Земли, 1998. 111 с.
15. Дивнич А.В. Формування ринкової вартості земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств. *Технологический аудит и резервы производства*. 2012. № 11(3). С. 17–22.
16. Марчук У.О. Оцінка землі у міжнародній обліковій системі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 24. Частина 2. 2017. С. 138. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_24/2/32.pdf (дата звернення: 19.08.2021).
17. Кошель А. О. Міжнародний досвід оцінки та оподаткування земель сільськогосподарського призначення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. – № 6. – С. 588–590. URL: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/119.pdf> (дата звернення: 18.08.2021).

18. Держсільгоспінспекція впроваджує механізм охорони земель на досвіді Німеччини. Офіційний сайт Держсільгоспінспекції України. URL: <http://www.disgu.gov.ua/index.php?start=315> (дата звернення 19.08.2021).
19. Андрущенко А.В. Економічне стимулювання раціонального використання та охорони земель сільськогосподарського призначення. URL: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer/APK/2010_1/files/10aapoal.pdf (дата звернення 19.08.2021).
20. Dumanski J. International Workshop on Sustainable Land Management for the 21st Century: Summary. Workshop Proceedings. Agricultural Institute of Canada, Ottawa, ON. 1994. 50 p.
21. Закон України «Про землеустрій» від 22.05.2003 № 858-IV. URL: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-zemleustriy-vidomosti2003.html> (дата звернення: 19.09.2021).
22. Лазарева О.В. Інноваційний характер розвитку сучасного землеустрою. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. № 1. 2018. С. 81-87. URL: https://www.researchgate.net/publication/324770227_Innovative_character_of_development_of_modern_organization_of_the_use_of_the_land/fulltext/5b3c29694585150d23f67899/Innovative-character-of-development-of-modern-organization-of-the-use-of-the-land.pdf (дата звернення 19.08.2021).

References:

1. Tretiak, A., Tretiak, V., Hetmanchuk, I. and Hunko, L. (2021), The concept and essence of the economy of land organization and land planning in Ukraine, *Agrosvit*, vol. 11, pp. 3–10.
2. Hreshchuk, G. (2016), The essence of land management: the conceptual approach, *Agrosvit*, vol. 23, pp. 24–27.
3. Dobryak, D.S., Kuzin, N.V. (2016). Land management as a tool for rehabilitation of degraded agricultural lands. *Zbalansovane prirodokoristuvannya*. № 3. pp. 116-126.
4. Sharko, I.V., Yaruta, M.O. (2019). Innovativeness of the national land use system. *Visnyk HNAU im Dokuchaeva. Seria «Economic science»*. № 4. Т. 2, pp. 314-323.
5. Kazmir P.T. (2009). Organization of agricultural land use on a landscape-ecological basis. L. Spolom, 254 p.
6. Dorosh, Y.M. (2012). Land management as a fundamental mechanism for the formation of land relations in a transformational economy. *Zemleustriy, kadastr I monitoring zemel*. № 1-2, pp. 6-14.
7. Visochanska, M.Ya. (2015). Foreign experience in land use. *Agrosvit*, vol. 15, pp. 67-72.
8. Martyn, A.G. and others. (2017). Land policy of the European community: principles, problems, implementation. *Monografia*. K.: Kompprint, 159 p.
9. Nakonechna, O.O. (2018). Features of land relations in different countries. *Efektivna ekonomika*. № 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/65.pdf (accessed 18.08.2021).
10. Korobskaya, A.O. (2020). State regulation of agricultural land use in Ukraine. Cand. Thesis. Podolsk State Agrarian Technical University: Kamenets-Podolsky. 255 p.
11. Grivnak, K. (2012). Application of normative-monetary assessment of land as a tax base. *Visnyk Ministerstva dohodiv I zboriv Ukrainy*. № 30. Available at: <http://www.visnyk.com.ua/ua/magazine/id/71> (accessed 18.08.2021).
12. Reforming the approach to the valuation of agricultural land for tax purposes based on international experience. (2014). Irpin: NDI finansovogo prava. 32 p.
13. Zinchuk, T.O., Dankevich, V.E. (2016). European experience of agricultural land market formation. *Ekonomika APK*. № 12, pp. 84-92. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2016_12_14 (accessed 18.08.2021).
14. Cadastral valuation of land and related real estate in Spain. (1998). Vladimir. In-t ochenky zemly. 111 p.
15. Divnich, A.V. (2012). Formation of the market value of land resources of agricultural enterprises. *Tehnologicheskyy audit I rezervy proizvodstva*. № 11(3). pp. 17-22.
16. Marchuk, U.O. (2017). Land valuation in the international accounting system. *Naukovyy visnik Hersonskogo derzhavnogo universitetu*. Vipusk 24. Chastyna 2. P. 138. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_24/2/32.pdf (accessed 19.08.2021).
17. Koshel, A.O. (2015). International experience of assessment and taxation of agricultural lands. *Global and national problems or economy*. № 6. pp. 588-590.
18. The State Agricultural Inspectorate is implementing a land protection mechanism based on the German experience. Available at: <http://www.disgu.gov.ua/index.php?start=315> (accessed 19.08.2021).
19. Andrichenko, A.V. Economic stimulation of rational use and protection of agricultural lands. Available at: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer/APK/2010_1/files/10aapoal.pdf (accessed 19.08.2021).
20. Dumanski J. International Workshop on Sustainable Land Management for the 21st Century: Summary. Workshop Proceedings. Agricultural Institute of Canada, Ottawa, ON. 1994. 50 p.
21. About land management. *Zakon Ukrainy 2003*, № 858-IV. Available at: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-zemleustriy-vidomosti2003.html> (accessed 19 August 2021).
22. Lazariyeva, O.V. (2018). Innovative nature of modern land management development. *Economic Journal of the Lesya Ukrainka East European National University*. № 1. pp. 81-87. Available at: https://www.researchgate.net/publication/324770227_Innovative_character_of_development_of_modern_organization_of_the_use_of_the_land/fulltext/5b3c29694585150d23f67899/Innovative-character-of-development-of-modern-organization-of-the-use-of-the-land.pdf (accessed 19.08.2021).

Дата подання публікації 19.08.2021 р.

УДК:656(4+5)(1-83)

Стельмах Х.П., к.е.н., науковий співробітник
 Stelmakh K. Candidate of Economic Sciences, Researcher
<https://orcid.org/0000-0001-6094-8790>

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України»

В статті розглянуто нормативно-правове забезпечення та розвиток транспортно-логістичної системи України, визначено складові, що її формують. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2014 р. зумовило необхідність реформування та прискорення євроінтеграційних процесів загалом. Їх прискорення вимагає більш повного врахування європейського законодавства в законодавстві України, в тому числі потребує внесення змін до вже до чинних законів та погоджених законопроектів з урахуванням директив та регламентів ЄС. Розвиток транспортно-логістичної системи та формування нормативно-правового забезпечення набуває важливого значення у рамках реалізації всеохоплюючої національної транспортної стратегії (НТС) України до 2030 р., що було відображено в Програмі ЄС «Підтримка впровадження транспортної стратегії України» та в Угоді про фінансування цієї Програми. Метою дослідження є виявлення перспектив розвитку та виокремлення окремих аспектів формування нормативно-правового забезпечення транспортно-логістичної системи, а також відповідні рекомендації щодо покращення її функціонування. В статті проаналізовано нормативно-правове забезпечення та розвиток транспортно-логістичної системи, виокремлено проблеми та запропоновано шляхи їх подолання. Головна ціль нормативно-правового забезпечення сьогодні полягає у внесенні змін, які посилюють вплив на діяльність організацій транспортного сектору через інтеграцію транспортного ринку України до ЄС. Щодо короткострокового періоду відсутнім є системний розвиток галузей, тоді як у довгостроковому періоді можна очікувати комплексну трансформацію інфраструктури транспорту.

Ключові слова: транспортно-логістична система, нормативно-правове забезпечення, інфраструктура, галузі транспорту, регіони, транспортна стратегія.

LEGAL FRAMEWORK AND DEVELOPMENT OF THE TRANSPORT-LOGISTICS SYSTEM OF UKRAINE

SI «The Institute of Regional Research Named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine»

The paper outlines the legal framework and development of the transport-logistics system of Ukraine and determines its components. Signing the EU-Ukraine Association Agreement in 2014 has brought about the need to reform and accelerate the European integration processes overall. Their acceleration requires stronger adaptation of Ukrainian legislation to the European one, including the need for making amendments to current Laws and approved draft laws considering the EU directives and regulations. The development of the transport-logistics system and elaboration of legislative framework gains utmost importance in conditions of implementation of the comprehensive 2030 National Transport Strategy of Ukraine (NTS), which is provided by the EU Program 'Support to the Implementation of the Transport Strategy of Ukraine' and in Funding Agreement by this Program. The research aims to detect the development perspectives and emphasize several aspects of the development of the transport-logistics system's legal framework as well as offer recommendations to improve its functioning. The paper analyzes the legal framework and development of the transport-logistics system, singles out the problems, and suggests ways to overcome them. Making amendments that strengthen the impact on the activity of the transport sector organizations through the integration of Ukrainian and EU transport markets is the major goal of the legal framework currently. Regarding the short-term period, the systemic development of sectors is lacking, while a complex transformation of the transport infrastructure can be expected in the long run.

Keywords: transport-logisticssystem, legal framework, infrastructure, transport sectors, regions, transport strategy.

Постановка проблеми у її загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Великий транзитний потенціал України обумовлює наявність розвиненої логістично-транспортної інфраструктури, зокрема 22 тис. км залізничних шляхів, з яких 45 % електрифіковано, щільної мережі автомобільних доріг загального користування протяжністю 170 тис. км, системи незамерзаючих морських торговельних портів Чорноморсько - Азовського басейну та портів в Українському Придунав'ї, великої кількості річок, придатних для судноплавства [1, с. 60].

Водночас, формування ефективної нормативно-правової бази позитивно впливає на розвиток транспортно-логістичної системи України. Існують проблеми впровадження тих чи інших рішень, що потребують законодавчого обґрунтування та своєчасності.

Транспортно-логістична система - це складна багаторівнева сукупність взаємопов'язаних елементів інфраструктурного значення та об'єктів транспортно-логістичного призначення для забезпечення оптимізації вантажопотоків, перевезення пасажирів та надання різного виду транспортних послуг.

В своєму складі міністерство інфраструктури представлено сукупністю галузей: автомобільного та міського транспорту, водного транспорту, авіатранспорту, залізничного транспорту, дорожнього господарства та поштового зв'язку. Законодавчо регулювання діяльності галузей інфраструктури представлено сукупністю законів та нормативно-правових актів.

Стратегія Європейського Союзу для Дунайського регіону реалізується з 2011 р. та охоплює 14 країн, з них країни Євросоюзу – Австрія, Болгарія, Німеччина (Баден-Вюртемберг, Баварія), Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина Чехія та країни, які не є членами ЄС - Боснія та Герцеговина, Молдова, Сербія, Україна, Хорватія, Чорногорія. Стратегія спрямована на забезпечення інфраструктурного, екологічного, соціально-економічного та інституційного розвитку регіону. В рамках цієї стратегії зокрема міністерство інфраструктури України бере участь у роботі пріоритетних проєктів щодо поліпшення ситуації у транспортній сфері та розвитку транспортних мереж. Відповідно, досконалість нормативно-правового забезпечення безпосередньо впливає на формування обсягів транзитних перевезень. Нормативно-правове забезпечення у сфері транспортних мереж та логістично-транспортної інфраструктури охоплює логістичну, інфраструктурну, транспортно-експедиторську, технічну та економічну складові. Особливе місце зараз у розвитку національних транспортних мереж та логістично-транспортної інфраструктури реформування відповідних галузей транспорту, тому напрямок нашого дослідження є актуальним сьогодні.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.

Питанню розвитку транспортно-логістичної системи присвячено безліч наукових праць. До прикладу, Н.Л. Панасенко, В.Б. Іваник [2] розробили алгоритм комплексного інтегрального оцінювання розвитку транспортної системи в Україні та здійснили вибір базових статистичних показників для дослідження сучасного стану транспортної системи України. Для визначення комплексної інтегральної оцінки були вибрані статистичні дані про роботу залізничного, автомобільного, трубопровідного, річкового та морського транспорту України за 2000-2012 роки, а також визначені вагові коефіцієнти та розраховано комплексну інтегральну оцінку.

Проте, нормативно-правове забезпечення автомобільного транспорту в Україні практично не передбачає надання державної підтримки розвитку цієї сфери. За висновками деяких вчених, Закон України «Про автомобільний транспорт» абсолютно не зорієнтований на становлення ринку послуг з пасажирських перевезень автомобільним транспортом [3, с. 80].

Цілями статті Метою дослідження є виявлення перспектив розвитку, певних ключових моментів формування нормативно-правового забезпечення транспортно-логістичної системи, а також відповідні рекомендації щодо покращення її функціонування. Для реалізації поставлених цілей у статті планується вирішити такі завдання, як дослідження стану нормативно-правового забезпечення України усіх галузей транспорту, розглянути деякі стратегії розвитку певних видів транспорту, виділити основні проблеми розвитку транспортно-логістичної системи та можливі шляхи їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасні економічні виклики мають глобальний характер і потребують гнучкості у прийнятті певних соціально-економічних рішень з боку законотворення, особливо стосовно логістично-транспортної інфраструктури.

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2014 р. зумовило необхідність реформування та прискорення євроінтеграційних процесів загалом. Їх прискорення вимагає більш повного врахування європейського законодавства в законодавстві України, в тому числі потребує внесення змін до вже до чинних законів та погоджених законопроектів з урахуванням директив та регламентів ЄС. Розвиток нормативно-правового забезпечення транспортної інфраструктури набуває важливого значення у рамках реалізації всеохоплюючої національної транспортної стратегії (НТС) України до 2030 р., що було відображено в Програмі ЄС «Підтримка впровадження транспортної стратегії України» та в Угоді про фінансування цієї Програми.

На сьогодні, зокрема уряд схвалив оновлену Стратегію розвитку морських портів до 2038 року (23 грудня 2020 р. № 1634) прийняту Кабінетом Міністрів України від 11 липня 2013 р. № 548-р., що передбачає певні позитивні зміни пов'язані із прикордонними регіонами:

- оптимізація діяльності неприбуткових адміністрацій морських портів шляхом їх об'єднання за регіональним принципом;
- розроблення механізму участі органів місцевого самоврядування у процесах планування розвитку морських портів з можливістю входження до рад морських портів;
- впровадження стандартів корпоративного управління в портовій галузі;
- розвиток е-сервісів у морських портах;
- впровадження смарт-інфраструктури, екологічно безпечних технологій, спрямованих на зменшення шкідливих викидів від виробничих процесів у портах та отримання енергії з альтернативних джерел;
- впровадження інформаційної системи «Морське вікно» з подальшою її інтеграцією з інформаційними системами контролюючих органів;
- інтеграція українського сегмента з європейською системою «SafeSeaNet» тощо [4].

Найбільшими за обсягом вантажопереробки серед морських портів України на сьогодні є морські порти Південний, Миколаїв, Одеса та Чорноморськ, в яких обслуговуються близько 87 % вантажопотоку (переважно суб'єктами господарювання, заснованими на приватній формі власності) всіх морських портів України. Основною перевагою зазначених морських портів є наявність глибоководних підходів. Інші морські порти України на сьогодні можуть приймати судна з меншою осадкою, при цьому обслуговування вантажопотоків здебільшого забезпечують стивідорні компанії державної форми власності.

Нормативно-правове забезпечення автомобільного і міського транспорту представлено низкою законів та постанов, зокрема: Закон України «Про автомобільний транспорт» (ВВР, № 3492-IV від 23.02.2006), Закон України «Про дорожній рух» (ВВР, № 2953-XII від 28.01.93, 1993), Постанова Кабінету Міністрів України «Про

затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» (N 176, 18.02. 1997), Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення конкурсу з перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування» (№ 1081 03.12. 2008), Наказ Міністерства транспорту України «Про затвердження Положення про робочий час і час відпочинку водіїв автотранспортних засобів» (N 340, 07.06.2010), Закон України «Про транзит вантажів» (ВВР, № 51, 1999) [5].

Законом України «Про транзит вантажів» свобода транзиту забезпечується шляхом відсутності необґрунтованих затримок і обмежень, у тому числі стосовно засобів транзиту, та звільнення від сплати будь-яких інших платежів, крім єдиного збору, що справляється у пунктах пропуску через державний кордон України» [6].

Відповідно, спільно з бізнесом і громадськістю мініінфраструктури розробило «Проект стратегії розвитку автомобільної промисловості в Україні» від 30 жовтня 2020 р., яка передбачає стимули для вітчизняного виробництва електрокарів, а також враховує популяризацію як приватного, так і громадського електричного транспорту. Автомобільна стратегія, яка передбачає:

- прийняття законопроектів «№ 3476» і «№ 3477» щодо розвитку електротранспорту, які пропонують фінансові стимули для виробництва в Україні електрокарів, зарядних пристроїв і комплектуючих до них;
- відновлення (запровадження) якісно нового спеціального митного, податкового та інших режимів економічної діяльності, які б діяли на території спеціальних економічних зон;
- прийняття законопроектів «№ 3724» і «№ 3725», що запроваджують дієві фінансові стимули для ініціаторів створення, керуючих компаній та учасників індустріальних парків;
- прийняття законопроекту «№ 3739», який законодавчо забезпечує проведення держзакупівель автотехніки вітчизняного виробництва;
- дотримання нових екологічних стандартів не нижче «Євро-5».

Нагадаємо, вже затверджено розроблений міністерством інфраструктури законопроект «Про внесення змін до Закону України «Про автомобільний транспорт». Міністерством ініційовано розробку змін у державні будівельні норми щодо планування і забудови територій, які б дозволили розміщення електрозарядних станцій на всіх дорогах загального користування, у тому числі, і місцевих.

Міністерство підтримує звільнення імпорту електромобілів від сплати ПДВ, а також ініціює розробку ключових змін у державні будівельні норми (ДБН) щодо розміщення автозаправок на дорогах. На сьогодні в Україні функціонує близько 25 тис. електрокарів, 25 тис. гібридів і майже 9 тис. пунктів електрозарядних станцій, які розміщені здебільшого у містах [7].

Розробка зазначеного документу здійснювалась в рамках проекту технічної допомоги проекту ЄС «Підтримка імплементації Угоди про асоціацію та національної транспортної стратегії».

Для залізничного транспорту України, в рамках реалізації зазначеної вище НТС, діяла Державна цільова програма його розвитку на 2010 - 2019 рр., яка була направлена на підвищення ефективності управління та функціонування залізничного транспорту. Зазначимо, що на початку 2021 р. урядом України вперше передбачено в державному бюджеті фінансування для придбання нових пасажирських вагонів і розвитку пасажирської залізничної інфраструктури, щоб підвищити якість і швидкість пасажирських залізничних перевезень.

Закон України «Про залізничний транспорт» (ВВР, № 40, 1996) є основним документом, що регулює діяльність залізниці в Україні. Для забезпечення

зовнішньоекономічних зв'язків України АТ "Укрзалізниця" здійснює міжнародні перевезення у прямому залізничному, прямому змішаному та непрямому міжнародному сполученнях. АТ "Укрзалізниця" при міжнародних перевезеннях має право на відшкодування витрат, пов'язаних з додатковими послугами, що не передбачені міжнародними договорами, за рахунок вантажовідправника і вантажоодержувача на основі договорів. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які поставляють продукцію на експорт з перевезеннями її залізницями України, можуть відраховувати частину валютних коштів залізницям у рахунок провізної плати та на відшкодування витрат на додаткові послуги. Обов'язковому продажу іноземної валюти та оподаткуванню коштів в іноземній валюті, одержаних залізницями за міжнародні перевезення, підлягають кошти, що залишилися у залізниць після відрахувань іноземним залізницям, які беруть участь у цих перевезеннях [8].

В табл. 3 подано інформацію по ключових законах, що сприяють реформуванню в галузі залізничного транспорту.

Таблиця 3

Реформи в галузі залізничного транспорту

<i>Законопроекти</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Законопроект "Про залізничний транспорт України" (1196) (Опрацьовується в комітеті) 03.10.2019 р.</i>	Зокрема, передбачається організаційне та фінансове виділення з єдиного АТ УЗ кількох напрямів - інфраструктури, вантажних перевезень, пасажирського, інших. Серед пріоритетів має бути зростання якості послуг, покращення сервісу, залучення приватних інвестицій, зменшення витрат.
<i>Результати</i>	
У сфері транспорту Україна зокрема зобов'язалася до 2022 р. імплементувати в своє національне законодавство низку стандартів для гармонізації з існуючими в ЄС. Тут варто виділити Директиву 2001/14/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 2001 р. про розділення пропускну здатності (та недискримінаційний доступ) залізничної інфраструктури і стягнення зборів за користування залізничною інфраструктурою. Необхідність імплементування цієї директиви, що зокрема сприяє створенню умов для конкуренції на залізницях, призвела до появи чотирьох законопроектів "Про залізничний транспорт" у Верховній Раді України попереднього скликання протягом 2015-2019 рр. жоден з них не прийняли.	
<i>Законопроект 1196-1 "Про залізничний транспорт України" (далі - проект) розроблений в рамках гармонізації законодавства України та ЄС. (Опрацьовується в комітеті) 06.12.2019</i>	Проект спрямований на лібералізацію у сфері залізничного транспорту та створення умов для розвитку конкуренції на ринку залізничних перевезень. Основні переваги проекту - потенційне збільшення приватних інвестицій в оновлення локомотивів та рухомого складу, розширення вантажної бази залізничних перевезень. Втілення цієї прогресивної концепції дало б змогу зупинити занепад та відновити розвиток української залізниці. Однак в проект в нинішньому вигляді не забезпечує реалізацію заявлених планів.
<i>Результати</i>	
Залізничні перевезення щороку генерують до 15 млрд. грн. збитків. Фінансування цих збитків за рахунок інфраструктури та вантажних перевезень руйнує усю українську залізницю. Необхідно негайно визначитися з механізмом відмови від такого крос-субсидування (підвищення вартості квитків до економічно обґрунтованого рівня там де можливо, адресні субсидії чи компенсація з бюджету). Зрештою, з точки зору виконання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, в Україні для прийняття змін до Закону "Про залізничний транспорт" є час лише до 2022 р.	

*складено на підставі [9]

Щодо водної галузі України, в межах реалізації НТС та стратегії розвитку морських портів України (термін реалізації до 2038 року), наказом державного підприємства «Адміністрація морських портів України» було затверджено проекти коротко-, середньо- та довгострокових планів розвитку морських портів країни [10].

План виконання НТС 2030 передбачає пріоритетні інфраструктурні проекти для кожного регіону, які вже реалізуються - будівництво нової смуги в Одеському аеропорту, капітальний ремонт дороги «Запоріжжя – Маріуполь», зведення

Кременчуцького мосту, транспортний коридор «GO highway», кільцеві дороги Львова, Тернополя, Житомира та Києва, дно поглиблення портів Південний та Чорноморськ, відкриття поромної переправи через Дунай «Орловка – Ісакча», розбудова пунктів пропуску на кордоні з Польщею та Угорщиною, вхід на ринок лоукост операторів «Ryanair» та «Wizzair», проектування Миколаївського мосту, та завершення будівництва Запорізького та Подільсько-Воскресенського мосту в Києві. НТС 2030 узгоджена з інвестиційним планом ЄС щодо включення нашої транспортної мережі в «TEN-T» та надання коштів в розмірі 50 млрд. євро (ЄІБ, Світовий банк та ЄБРР). Тобто це конкретні проекти з джерелами фінансування для розбудови інфраструктури України [11].

Впровадження нових законів повинно кардинально змінити залізничний транспорт до 2030 р. - організаційно, економічно, технологічно, технічно та екологічно. Головна мета роботи Укрзалізниці полягає у підвищенні фінансово-економічної стабільності за рахунок стійкого розвитку, росту доходності та рентабельності наданих послуг з перевезення пасажирів та вантажів, оскільки останніми роками помітний істотний спад. Середньострокова перспектива передбачає оновлення рухомого складу (локомотивів, вантажних та пасажирських вагонів) та інфраструктури, реформування галузі шляхом побудови вертикально інтегрованої структури, створення залізничних компаній за напрямками діяльності, а не за регіональним принципом. Стратегія розвитку Укрзалізниці має бути переглянута із уточненням положень, з урахуванням глобалізації, уникнення монополії.

Щодо поштового зв'язку, то діяльність «Укрпошти» в Україні регулюється: Всесвітньою поштовою конвенцією (конвенцію затверджено Указом Президента № 316/2017 від 10.10.2017), Законом України «Про поштовий зв'язок» (ВВР), № 6, 2002), розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про національного оператора поштового зв'язку» (10 січня 2002 р. N 10-р), постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання послуг поштового зв'язку» (5 березня 2009 р. № 270), нормативами і нормативними строками пересилання поштових відправлень, нормативами розвитку та розміщення у містах і сільській місцевості мережі об'єктів поштового зв'язку та поштових скриньок національного оператора поштового зв'язку (28.11.2013 № 958), Антикорупційна програмою Укрпошти (2015 р.). Антикорупційна програма Укрпошти включає: виявлення корупційних ризиків; удосконалення структурної схеми управління підприємством; запобігання тонізації системи продажу товарів широкого вжитку; контроль достовірної інформації, забезпечення повноти та актуальності даних обліку, забезпечення доброчесності праці; покращання використання державного майна; формування громадської підтримки дій УДППЗ «Укрпошта» у запобіганні і протидії корупції; профілактичні та просвітницькі заходи. Нагадаємо, що 5 березня 2021 р., національний поштовий оператор «Укрпошта» та компанія VIDI підписали договір на закупівлю 1860 авто «Citroen Berlingo L2 Worker» для пересувних поштових відділень вартістю 1,3 млрд грн. Це стало можливим завдяки залученню кредиту ЄБРР на 33 млн. євро. До кінця 2021 року нові авто курсуватимуть країною у рамках проекту «Пересувні відділення» у складі 2500 мобільних поштових відділень.

Завдяки НТС відбулася децентралізація Укравтодору, затверджено державну цільову економічну програму розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення на 2018 - 2022 рр. та державну програму підвищення рівня безпеки дорожнього руху в Україні на період до 2020 р. Області отримали рекордне фінансування: у 2018 р. - понад 11,5 млрд. грн. на автошляхи і відповідальність за них; у 2019 р. - понад 14,6 млрд. грн, план на 2020 р. - понад 22,1 млрд. грн. змінено підхід до перевірки якості виконаних дорожніх робіт. Починаючи з 2018 р. всі контракти на середні поточні ремонти передбачають гарантію не менше ніж 5 років, на капітальні

ремонти – 10 років. У разі виявлення дефектів виконавець робіт має ліквідувати їх власним коштом [12].

Відзначимо, що євроінтеграція є головним зовнішньополітичним пріоритетом України, а подальша розбудова та поглиблення взаємовідносин з ЄС здійснюється на засадах економічної інтеграції (табл. 4).

Таблиця 4

Ключові напрями євроінтеграції України у логістично-транспортній інфраструктурі

1. Співробітництво у сфері гармонізації законодавства та чинних стандартів	• Угода про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії • Нормативно-правова база України щодо адаптації законодавства України у сферах транспорту, туризму та поштових послуг до законодавства ЄС
2. Реалізація проектів залучення фінансових інструментів і коштів фінансових установ ЄС	• Міжнародна технічна допомога ЄС у сфері транспорту • Співпраця з тематичними програмами та агентствами ЄС у сфері авіаційного морського та річкового, залізничного транспорту
3. Участь у регіональних транспортно-логістичних проектах ЄС	• Східне партнерство • Стратегія ЄС для Дунайського регіону • Міжрегіональна програма «TRACECA»

* складено автором

Учасниками стратегії ЄС для Дунайського регіону є країни ЄС (Німеччина, Австрія, Угорщина, Чехія, Словаччина, Болгарія, Румунія, Словенія, Хорватія) і країни, що не входять до його складу (Боснія і Герцеговина, Сербія, Чорногорія, Молдова, Україна (з 2011 р.). В адміністративному плані стратегії Україна представлена 4 областями, частково розташованими в басейні р. Дунай та її притоків: Одеська (має безпосередній вихід до Кілійського гирла р. Дунай), Чернівецька та Івано-Франківська (на території яких розташовані витoki річок Прут та Сірет), а також Закарпатська (знаходиться в басейні річки Тиса). Загальна площа української частини Дунайського регіону складає 68,1 тис. кв. км. із загальною чисельністю населення 5,9 млн. осіб. Україна стала першою країною, що не є членом ЄС, яка буде головувати в стратегії і у період з листопада 2021 по листопад 2022 рр.

Зазначимо, що ухвалення Закону «Про приєднання до Угоди про розвиток мультимодальних перевезень TRACECA» в 2021 р. створює правові підстави для здійснення мультимодальних перевезень. В ньому пропонується ввести єдиний договір мультимодального перевезення незалежно від зміни видів транспорту, а також впроваджує відповідальність оператора такого перевезення за вантаж перед замовником послуги з моменту прийняття ним вантажу та до моменту його видачі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Наявні проблеми у формуванні нормативно-правового забезпечення та логістично-транспортної інфраструктури розвитку національних транспортних мереж, зокрема несвоєчасність реалізації поставлених задач, впливає на ефективність розвитку ринку транспортних послуг, оскільки за період 2015 - 2020 рр. здебільшого відсутні позитивні результати у галузях транспортної інфраструктури, а проекти ключових законів перебувають досі на розгляді. Зніми у законодавстві у 2015 - 2016 рр., характеризуються безсистемністю, а у 2017 - 2020 рр., не здійснено глобальних змін у інфраструктурі. За висновками дослідження для істотного покращення стану транспортної системи необхідні заходи, спрямовані першочергово на децентралізацію управління, модернізацію рухомого складу, розвиток логістики, транспортно-складської та інформаційної інфраструктури, забезпечення доступності та якості транспортних послуг населенню, забезпечення рентабельності річкових перевезень та роботи портів, розвиток пропускної спроможності морських портів, вдосконалення мережі інформаційно-комунікаційних

технологій транспорту, покращення функціонування національного оператора поштового зв'язку.

Наприклад, Проект Закону про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері транспорту зараз на стадії опрацювання. Функціонування комісії у сфері регулювання транспорту дозволило б контролювати та встановити певну рівновагу на ринку між попитом і пропозицією на транспортні послуги, уникнути певних проблем у транспорті, зокрема у Укрзалізниці.

Існує необхідність розробки Кодексу автомобільного транспорту України. До прикладу, ще у 2000 р., Верховна Рада України навіть видала відповідну Постанову про введення документа в дію, проте досі ця ідея залишається на рівні ініціативи.

В контексті організаційно-управлінського напрямку розвитку екологічної логістики транспорту в Україні доцільно зменшити хаотичність потоків сировини і готової продукції, яка крім негативного впливу на навколишнє середовище збільшує навантаження на магістралі. Для безперебійної роботи та ефективності «зеленої логістики транспорту», необхідно забезпечити модальність транспорту, тобто використання комбінації різних видів транспорту через їх відповідні характеристики. І якщо, наприклад, автомобільний транспорт необхідний у транспортно-складській логістиці і здійснюється на міжрегіональних відстанях, проте, як правило, неефективний для агросировини. Мультимодальні та інтермодальні перевезення наприклад, водним (морським та річковим) та залізничним видами транспорту сприятиме екологізації.

Зміни в екологізації автомобільного транспорту в Україні сприяють модернізації автомобільного транспорту відповідно до стандартів Євро 5 та Євро 6, і в перспективі перетворення на гібриди з повним переходом до електродвигунів. Варто пам'ятати, що у світі частка потужностей використання енергії сонця та вітру стабільно зростає, порівняно з електростанціями. В майбутньому електричний транспорт дозволить зберігати енергію з альтернативних джерел, щоб зменшити витрати на накопичення струму [13].

Дослідження показують, що у 2010-2015 рр. економія пального за рахунок належного екологічного управління в Нідерландах становила 5%. Так званий екологічний підхід «Energie Zuinig Rijden» – це метод зміни поведінки водіїв з точки зору екологічного водіння та подальших дій навчання тренерів середнього та вищого рівня для досягнення реалістичності цілей енергозбереження. Цей підхід виявився успішним оскільки, необхідні зміни для запровадження нового підходу до управління (знизу вгору) стимулювали енергозбереження [14].

Поняття "зелена логістика" повинно бути основою для реалізації зазначених напрямків та для її реалізації в національних умовах важливо вивчити та використовувати прогресивний європейський досвід транспортно-логістичних компаній. Світові тенденції розвитку транспортно-логістичних систем зосереджуються на інноваціях та енергозбереженні, глобалізації а особливе місце посідає «зелена логістика транспорту».

Неможливо повністю зупинити процеси глобалізації, особливо зараз у часи пандемії. Однак, звичайно, ми прокинемось у зовсім іншій світовій економічній та геополітичній системі. Географічна структура постачання сировини та напівфабрикатів, безумовно, незначно зміниться. Це стосується, серед іншого, відносин між економіками європейських країн та Китаю - пандемія точно показала велику залежність від китайського ланцюга створення вартості всієї європейської економіки [15].

Список бібліографічного опису:

1. Михайличенко К. Відновлення транзитного потенціалу як чинник підвищення конкурентоспроможності України. Стратегічні пріоритети. 2015. № 4. С. 59–65.
2. Панасенко Н.Л., Іваник В.Б. Комплексна оцінка транспортної системи та її підсистем в Україні. Економічний простір. 2014. № 84. С. 89–97.

3. Конституція України: Закон від 23.02.2006 № 3492-IV. База даних «Законодавство України»/ВР України. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (дата звернення: 25.07.2021)
4. Стратегія розвитку морських портів до 2038 року (23 грудня 2020 р. № 1634)
5. Конституція України: Закон від 28.01.93 № 2953-XII. База даних «Законодавство України»/ВР України. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3353-12#Text> (дата звернення: 25.07.2021)
6. Укрінформ. В Україні планують замінити міський громадський транспорт на електричний до 2030 року. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3139333-v-ukraini-planuut-do-2030-roku-zaminiti-miskij-gromadskij-transport-na-elektricij.html>
7. Конституція України: Закон від 20.11.2003 № 1297-IV. База даних «Законодавство України»/ВР України. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1172-14#Text> (дата звернення: 25.07.2021)
8. Михайличенко К. Інтеграція України до транспортної системи «Європа – Азія» як чинник забезпечення національних інтересів держави. Стратегічні пріоритети. 2014. № 1 (30). С. 69–76.
9. Ігнатова Н. Удосконалення транспортної інфраструктури в контексті співпраці ЄС-Україна: господарсько-правовий аналіз. 2018. сайт. Режим доступу: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/11360/Ihnatova%20N%20S.pdf?sequence=1>
10. Бізнес. 2019. Навіщо розроблялась Національна транспортна стратегія України до 2030 року: сайт. Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/transportna-strategiya-2030-yak-pracyuye-i-shcho-v-prioriteti-novini-ukrajini-50034098.html>
11. Урядовий портал. Реформа інфраструктури: сайт. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostantnya/reforma-infrastrukturi>
12. Міністерство розвитку громад та територій: сайт. Режим доступу: <https://www.minregion.gov.ua>
13. Randall T., 2016: Here's how electric cars will cause the next oil crisis [źródło elektroniczne] <https://www.bloomberg.com/features/2016-ev-oil-crisis/> [dostęp: 13.12.2018]
14. Luijt R., 2017: 5 lat duńskiej eko-jazdy: Zarządzanie zmianą zachowań, Transportation Research Part 98, 46–63
15. Стельмах Х. Тенденції формування глобальних ланцюгів доданої вартості: сайт. Режим доступу: http://li-maup.edu.lviv.ua/uploads/media/content/Zbirnyk_MAUP_29102020.pdf#page=246

References

1. Mykhailychenko K. Vidnovlennia tranzynnoho potentsialu yak chynnyk pidvyshchennia konkurentospromozhnosti Ukrainy yu. Stratehichni priorytety. 2015. № 4. S. 59–65.
2. Panasenko N.L., Ivanyk V.B. Kompleksna otsinka transportnoi systemy ta yii pidsystem v Ukraini. Ekonomichnyi prostir. 2014. № 84. S. 89–97.
3. Konstytutsiia Ukrainy: Zakon vid 23.02.2006 № 3492-IV. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy»/VR Ukrainy. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (data zvernennia: 25.07.2021)
4. Stratehiia rozvytku morskyykh portiv do 2038 roku (23 hrudnia 2020 r. № 1634)
5. Konstytutsiia Ukrainy: Zakon vid 28.01.93 № 2953-XII. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy»/VR Ukrainy. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3353-12#Text> (data zvernennia: 25.07.2021)
6. Ukrinform. V Ukraini planuiut zaminuty miskiyi hromadskiyi transport na elektrychniy do 2030 roku. Rezhym dostupu: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3139333-v-ukraini-planuut-do-2030-roku-zaminiti-miskij-gromadskij-transport-na-elektricij.html>
7. Konstytutsiia Ukrainy: Zakon vid 20.11.2003 № 1297-IV. Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy»/VR Ukrainy. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1172-14#Text> (data zvernennia: 25.07.2021)
8. Mykhailychenko K. Intehratsiia Ukrainy do transportnoi systemy «Ievropa – Aziia» yak chynnyk zabezpechennia natsionalnykh interesiv derzhavy. Stratehichni priorytety. 2014. № 1 (30). S. 69–76.
9. Ihnatova N. Udoshkonalennia transportnoi infrastruktury v konteksti spivpratsi YeS-Ukraina: hospodarsko-pravovyi analiz. 2018. sait. Rezhym dostupu: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/11360/Ihnatova%20N%20S.pdf?sequence=1>
10. Biznes. 2019. Navishcho rozroblialas Natsionalna transportna stratehiia Ukrainy do 2030 roku: sait. Rezhym dostupu: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/transportna-strategiya-2030-yak-pracyuye-i-shcho-v-prioriteti-novini-ukrajini-50034098.html>
11. Uriadovyi portal. Reforma infrastruktury: sait. Rezhym dostupu: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostantnya/reforma-infrastrukturi>
12. Ministerstvo rozvytku hromad ta terytorii: sait. Rezhym dostupu: <https://www.minregion.gov.ua>
13. Randall T., 2016: Here's how electric cars will cause the next oil crisis [źródło elektroniczne] <https://www.bloomberg.com/features/2016-ev-oil-crisis/> [dostęp: 13.12.2018]
14. Luijt R., 2017: 5 lat duńskiej eko-jazdy: Zarządzanie zmianą zachowań, Transportation Research Part 98, 46–63
15. Stelmakh Kh. Tendentsii formuvannia hlobalnykh lantsiuhiv dodanoi vartosti: sait. Rezhym dostupu: http://li-maup.edu.lviv.ua/uploads/media/content/Zbirnyk_MAUP_29102020.pdf#page=246

Дата подання публікації: 14.08.2021р.

УДК 321.01:330.341

Рудь Н.Т., д.е.н., професор
 Rud N. Doctor of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0002-9040-146X>

Федас Д., студент гр. ЕК-41
 Fedas D., student gr. EC-41

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Луцький національний технічний університет

В статті показано, що перехід економіки на інноваційний шлях розвитку є безальтернативним для України, для чого необхідне державне регулювання і підтримка розвитку інноваційної діяльності. В даний час механізм державної підтримки в країні слабо розвинений, включає лише його окремі, розрізнені між собою ланки, використання яких не дозволяє створити цілісну систему державної підтримки інноваційних підприємств.

Проаналізовано найбільш інноваційні країни світу, інструменти їх державного регулювання і підтримки. Розглянута інноваційна політика провідних країн світу, їх механізми сприяння, фінансування та нормативно-правового забезпечення інноваційного розвитку. Проаналізована законодавча база України щодо становлення інноваційної економіки. Актуальним залишається прийняття Закону про інноваційну інфраструктуру.

Рекомендується створити єдиний державний орган, який відповідає за координацію роботи всіх ланок і напрямів інноваційної діяльності в країні, в тому числі і кадрове забезпечення. У зв'язку з цим пропонується створити Координаційну Раду, яка вписується в існуючу структуру Міністерства освіти та науки України, як окремий орган, що повністю відповідає за інноваційний розвиток в країні.

Відмічено про необхідність вжиття заходів щодо підтримки національного науково-технічного потенціалу.

Слід сформулювати відповідальність регіональної влади в області практичного застосування результатів досліджень і розробок з урахуванням специфіки регіонального виробничого комплексу в сфері повноважень регіональної влади щодо розвитку інноваційної інфраструктури, визнання первинності інноваційної діяльності по відношенню до здійснюваних в регіоні структурних перетворень.

При відборі цільових інвестиційних програм доцільно використовувати критерій: технологія – галузі – регіони з метою поширення найбільш перспективних технологічних систем у всіх тих регіонах, до яких «прив'язані» конкретні галузі, що використовують ці технології: стартова підтримка регіональних галузевих інноваційних проєктів і програм пайовою участю у фінансуванні міністерств і відомств, що враховує фактори розподілу науково-технічного потенціалу за секторами економіки та соціально-економічну обстановку в конкретному регіоні.

Реалізація інструментів державної підтримки, запропонована в даній статті, дозволить внести певний внесок у формування інноваційної економіки країни.

Ключові слова: держава, регулювання, підтримка, інновація, розвиток.

STATE REGULATION AND SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY IN UKRAINE

Lutsk National Technical University

The article shows that the transition of the economy to an innovative path of development is unalterable for Ukraine, which requires government regulation and support for the development of innovation. Currently, the mechanism of state support in the country is poorly developed, includes only its separate, disparate links, the use of which does not allow to create a comprehensive system of state support for innovative enterprises.

The most innovative countries of the world, tools of their state regulation and support are analyzed. The innovation policy of the leading countries of the world, their mechanisms of assistance, financing and normative-legal maintenance of innovative development are considered. The legislative base of Ukraine on the formation of an innovative economy is analyzed. The adoption of the Law on Innovation Infrastructure remains relevant.

It is recommended to create a single state body responsible for coordinating the work of all levels and areas of innovation in the country, including staffing. In this regard, it is proposed to create a Coordinating Council,

which fits into the existing structure of the Ministry of Education and Science of Ukraine, as a separate body fully responsible for innovative development in the country.

It was noted that it is necessary to take measures to support the national scientific and technical potential.

It is necessary to formulate the responsibility of regional authorities in the field of practical application of research and development results, taking into account the specifics of the regional production complex in the field of regional authorities to develop innovation infrastructure, recognition of innovation in relation to structural changes in the region.

When selecting targeted investment programs, it is advisable to use the criterion: technology - industries - regions in order to spread the most promising technological systems in all those regions to which specific industries using these technologies are "tied": initial support of regional sectoral innovation projects and equity programs participation in the financing of ministries and departments, which takes into account the factors of distribution of scientific and technical potential by sectors of the economy and the socio-economic situation in a particular region.

The implementation of state support instruments proposed in this article will make a contribution to the formation of the country's innovative economy.

Key words: state, regulation, support, innovation, development.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Інноваційний розвиток в нашій країні потребує одночасного вирівнювання освітнього, економічного, технічного, виробничого та інших рівнів. Сьогодні державна підтримка формування інноваційної економіки в країні практично відсутня. Не прийнятий закон про інноваційну інфраструктуру, нормативно-законодавчі акти не використовують ресурси податкового законодавства, не стимулюють введення в господарський обіг результатів інтелектуальної діяльності та ін. Сьогодні інноваційна діяльність в нашій країні не приваблива. Попит на інновації дуже обмежений, внутрішній ринок орієнтований, в основному, на імпорт готової продукції та експорт сировини. Комерційні рішення великих корпорацій рідко збігаються з вирішенням завдань державного масштабу. Нерозвиненість внутрішнього ринку сприяє підризу процесу відновлення виробництва і переходу до інвестиційної фази економічного зростання. Скорочення обсягів виробництва і випуску наукомісткої продукції, низький результуючий показник впровадження свідчать про відсутність сформованого ринкового механізму відтворення високотехнологічного наукомісткого сектора промисловості. «Світовий досвід показує, що наявність ринкових відносин – ще не достатня умова швидкого економічного розвитку. В Україні досі не створено технологічні, інституціональні та соціальні передумови для розвитку за інноваційним типом. У країні потрібно створити сприятливий інноваційний клімат, що дозволить включити інноваційну сферу в ринкові відносини» [1, с. 79].

Підтвердженням вище зазначеного стає Рейтинг самих інноваційних економік світу [2], у якому Україна лише на 56 місці, а ось у Global Innovation Index 2019 [3] – опустилась на 3 позиції і займає тепер 47 місце. У розрізі показників: політична та операційна стабільність – 125 місце з 129-ти, ефективність уряду – 95, верховенство права – 107, легкість початку бізнесу – 48, легкість вирішення проблеми неплатоспроможності – 115, освіта – 43, вища освіта – 37, інформаційні та комунікаційні технології – 81, урядові онлайн-послуги – 92, загальна інфраструктура – 95, екологічна стійкість – 120, кредитування – 91, легкість отримання кредитів – 29, кредитування приватного сектора – 86, інвестиції – 115, кваліфіковані працівники – 45, створення знань (патенти, винаходи) – 17 (в цьому розділі за показником корисні моделі за походженням – 1 місце), вплив на знання – 47, поширення знань – 47, нематеріальні активи – 17, креативні товари і послуги – 91, креативність в онлайн – 43.

Так, недосконалість інструментів та методів державного регулювання гальмує інноваційний розвиток економіки, створюючи таким чином ряд проблем.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження необхідності державного регулювання та підтримки інноваційного розвитку економіки здійснювали такі вчені: А. А. Антохов, О. В. Белякова, К. М. Бліщук, В. І. Борейко, В.А. Гросул, В.В. Ілляхіна, Л. О. Згалат-Лозинська, О. С. Кваша, К. І. Оксенюк, О.С. Сакун, О.М. Стреліна, С.В. Тарабан, С.В. Ушеренко С.В. Человань, Ю. В. Шушкова та інші. Дослідження формування й проведення державної інноваційної політики в постіндустріальних країнах підтверджує, що соціально-економічний прогрес цих країн на пряму залежить від ефективності регулювання та підтримки державою інноваційної діяльності.

Ціль статті – аналіз закордонного досвіду впливу держави на інноваційний розвиток та обґрунтування необхідності державного регулювання і підтримки інноваційної економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Ціла низка проблем заважає Україні стати однією з самих інноваційних та розвинутих країн світу, головна з них – відсутність потужної підтримки та слабе регулювання з боку держави інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність в нашій країні неприваблива: попит на інновації дуже обмежений, внутрішній ринок орієнтований, в основному, на імпорт готової продукції та експорт сировини. Комерційні рішення великих корпорацій рідко збігаються з рішеннями завдань державного масштабу. Насамперед, це зумовлено тим, що Україна знаходиться лише на шляху переходу від постіндустріальної до інноваційної економіки. Для визначення цих проблем необхідно проаналізувати досвід трійки лідерів країн (табл. 1) рейтингу інноваційних економік світу видання Bloomberg [4] та України.

Таблиця 1

Державна підтримка та регулювання інноваційного розвитку економіки в лідерів країн

Країна	Державна підтримка розвитку інновацій	Державне регулювання інноваційного розвитку
Німеччина	Складовою частиною загальнодержавної системи підтримки наукової та інноваційної діяльності є широко розгалужена мережа державних і публічно-правових, науково-дослідних закладів різного спрямування. Крім того, започатковано низку програм та механізмів, покликаних покращити умови здійснення НДДКР і прискорити впровадження на практиці інновацій.	Створення нормативно-правової бази, внесення змін до податкового законодавства, розробка державних програм розвитку.
Сінгапур	Діє створена державна інфраструктура з підтримки інноваційної діяльності та задіяні у ній інститути, міжвідомча програма підтримки підприємств на основі технологічного розвитку «GET-Up». Здійснюється сприяння комерціалізації перспективних інноваційних розробок.	Створення безпечного правового поля для здійснення та забезпечення інноваційних розробок.
Південна Корея	Потужна підтримка надається освіті та науці. Обираються пріоритетні галузі, зокрема біотехнологія, приладобудування, інформатика й зв'язок. Створення тісного взаємозв'язку між вищою школою, державними НДІ та приватним сектором.	Створення податкового законодавства, яке регулює фінансову сферу інноваційної діяльності.

Примітка. Складено авторами на основі [4, 5]

Україна задекларувала інноваційний шлях розвитку економіки, визначила державні пріоритети інноваційного розвитку, створивши нормативно-правову базу.

Питання регулювання і підтримки інноваційного розвитку розглядаються в стратегіях, які є основою інноваційної політики та передбачають сукупність основних цілей, принципів, напрямів, пріоритетів, завдань та механізмів реалізації інноваційної політики. Значне місце, у створенні механізму державного регулювання та підтримки інноваційного розвитку економіки займає саме світовий досвід у цій сфері (табл. 2).

Таблиця 2

Інноваційна політика країн світу

1	2	3	4
Країна	Механізми сприяння розвитку інновацій	Джерела фінансування та умови підтримки інноваційної діяльності	Нормативно-правове забезпечення
Республіка Польща	Одним із механізмів сприяння розвитку інновацій є технологічний кредит. Він надається на підставі умов, що не відрізняються від ринкових, з застереженням можливості часткового зниження квоти капіталу кредиту.	1) цільові дотації з державного бюджету; 2) сплати ренти капіталу технологічних кредитів; 3) комісія за надання технологічних кредитів; 4) відсотки від виділених технологічних кредитів; 5) відсотки від депозитів коштів Фонду в банках; 6) кошти, надані з бюджету ЄС та інші кошти з закордонних джерел, що не підлягають поверненню.	Закон про науково-дослідницькі організації; Закон про підтримку інноваційної діяльності.
Швеція	Розвиток знань як платформи для інноваційної діяльності, створення та підтримка інноваційних бізнес-утворень та підприємницьких структур, підвищення внеску держави у розвиток інноваційної діяльності, стимулювання розвитку інноваційного підприємництва серед населення.	Бізнес відіграє ключову роль у фінансуванні інноваційних досліджень,	Стратегія розвитку інноваційної діяльності «Інноваційна Швеція». Національні, регіональні програми розвитку.
США	Економіко-правові, що ґрунтуються на положеннях Конституції, законах, розпорядженнях; державне фінансування наукової сфери; контрактна система відносин між суб'єктами інноваційної діяльності та державою; податкова система; патентно-ліцензійна, антитрестовська політика; амортизаційні заходи, субсидії; передавання технологій; підтримка міжорганізаційної кооперації та дрібного інноваційного бізнесу; урядові закупівлі; розвиток інфраструктури досліджень і розробок.	Близько половини усіх фундаментальних досліджень США виконують американські університети, причому велика частина з них фінансується урядом. Промислові компанії в основному фінансують прикладні дослідження. Держава надає пріоритет проєктам, які знаходяться «на стику» різних галузей науки і не гарантують швидкої комерційної віддачі, але є багатообіцяючими з точки зору довготривалої перспективи.	Закон Стівенсона-Уайдлера «Про технологічні нововведення»

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Китайська народна республіка	Полягає у державній підтримці підприємств з інноваційними технологіями, цілеспрямованій програмі заохочення технологічних інновацій шляхом пільгового оподаткування підприємств з інноваційними технологіями та надання пільгових кредитів для впровадження цих технологій у виробництво.	Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності в Китаї виступає Державний інноваційний фонд підтримки малих підприємств, що впроваджують нові технології.	Державний план середньо- і довгострокового розвитку в галузі науки і техніки на 2006–2020 роки.
Японія	Встановлення сталого діалогу виробництво – наука – держава, розвиток людських ресурсів та розвиток конкурентоспроможних наук.	Пряме фінансування своїх дослідницьких організацій, окремих дослідницьких проєктів та програм і фінансування окремих дослідницьких проєктів та програм через спеціалізовані агенції при міністерствах. Урядом можуть фінансуватись як держані проєкти, так і проєкти приватних дослідницьких організацій та університетів.	Закон Японії про розвиток науки і техніки. Закон з науково-технічного розвитку.
Велика Британія	Ключовим механізмом державної підтримки розвитку науки й високих технологій у Великобританії з фінансової точки зору є застосування податкових пільг у сфері інноваційної діяльності.	Інноваційна діяльність малої або середньої компанії може бути профінансована державою у вигляді гранту, податкові пільги.	Закон 1988 р. про прибутковий і корпора-тивний податок (Income and Corporation Taxes Act 1988); Закон 2000 р. про фінанси (Finance Act 2000); Закон 2002 р. про фінанси (Finance Act 2002).

Примітка. Побудовано авторами за даними [5]

Всі країни об'єднує те, що на державному рівні чітко поставлені пріоритети, за якими і здійснюється регулювання інноваційної діяльності, що створює сприятливі умови для інноваційного розвитку економіки. Законодавча база кожної з держав регулює відносини у сфері інноваційної діяльності, зокрема і фінансову сторону через податкове законодавство, яке частково або повністю звільняє від сплати податків чи будь-яких інших платежів до бюджету, розробників або ж підприємств, що впроваджують інновації.

Загалом, кожна з перелічених вище нами країн, повністю регулює інноваційний розвиток на державному рівні. Здійснюється це регулювання через спеціально створені органи державної влади, розроблене нормативно-правове забезпечення, яке захищає інтереси суб'єктів інноваційної діяльності на усіх стадіях: від виникнення ідеї до перетворення її в продукцію. Щодо джерел фінансування, то окрім державних бюджетів, значне фінансування здійснює бізнес-сектор. Так, лідерами з інвестування у дослідження і розробки (рис. 1.) залишаються США (476,46 млрд. дол.), Китай (370,59 млрд. дол.) та Японія (170,512 млрд. дол.). Україна, згідно рейтингу, знаходиться на 42 місці з показником у 2,428 млрд. дол.

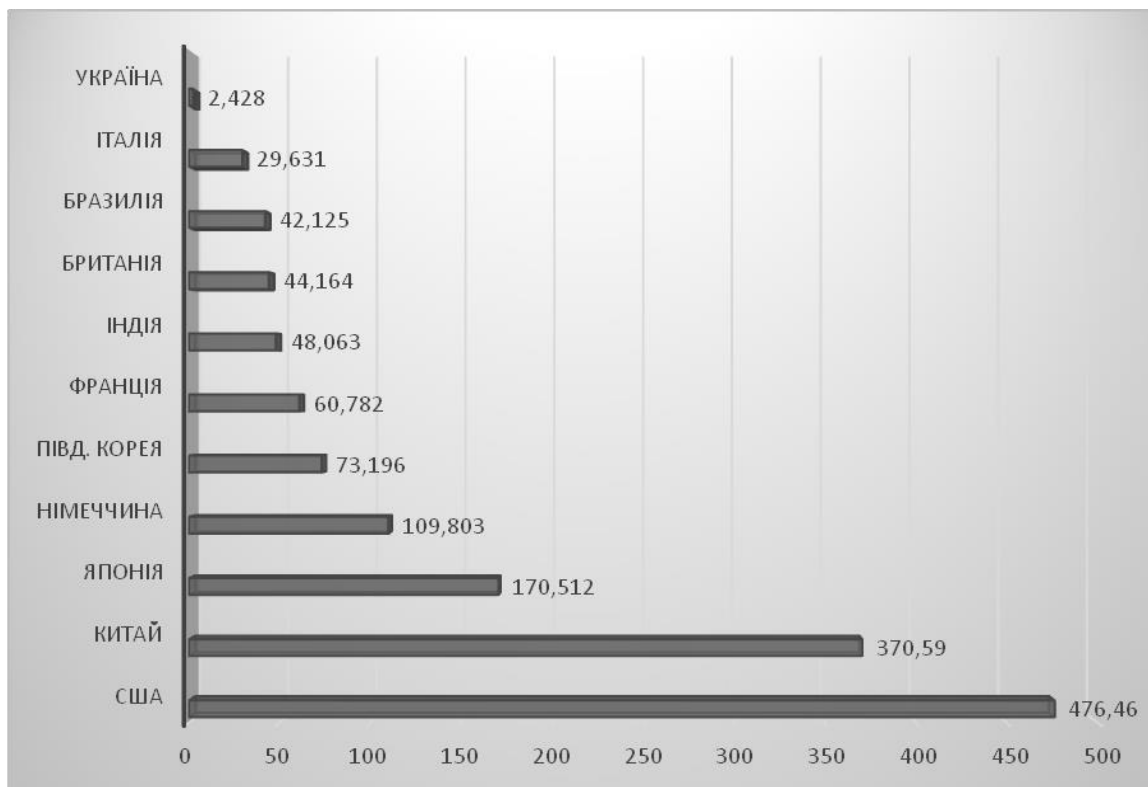


Рис. 2. Топ-10 країн, які найбільше інвестують у дослідження і розробки у 2019р., млрд. дол. (побудовано авторами за даними [6])

Регулювання інноваційного розвитку економіки України здійснюється з використанням низки методів та інструментів різного спрямування (рис. 2). Використання кожного з них має свої переваги та недоліки, а також можливе за певних умов, що визначає їх кінцевий результат.

До прямих методів можна віднести: визначення державних пріоритетів розвитку науки і техніки та державні науково-технічні програми, підтримку інновацій та нових технологій на державному рівні, державне замовлення в науково-технічній сфері тощо. До методів непрямого регулювання належать ті, які створюють інноваційний, економічний та правовий клімат в галузях впливу на інноваційний розвиток [7, с.43 – 44].

Щодо інструментів державного регулювання, то *інноваційна політика* в Україні спрямована на створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічних технологій, виробництва та реалізації нових видів інноваційної продукції. На жаль, погано сформоване інституційне середовище, потребує удосконалення промислової політики та відсутня конкретизація основних напрямків науково-освітнього розвитку. Для подальшого розвитку інноваційної економіки починати потрібно із розробки механізмів партнерства держави з бізнесом в інноваційній сфері, які майже нерозвинені.

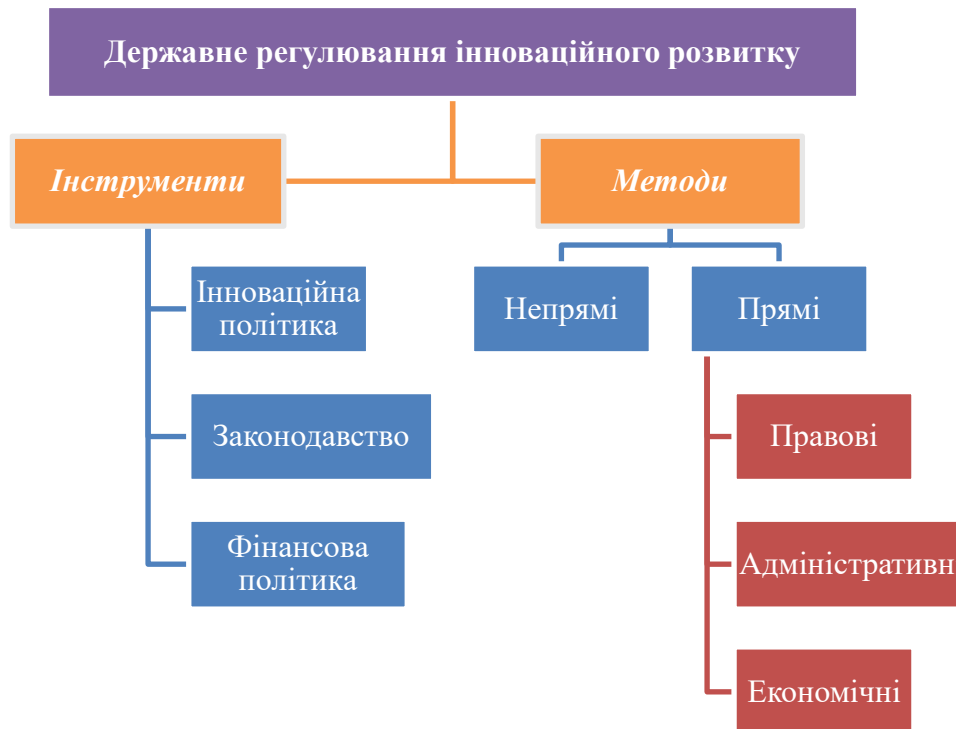


Рис. 2. Інструменти та методи державного регулювання інноваційної діяльності (побудовано авторами на основі джерела [7])

Ще одним важливим інструментом інноваційного розвитку економіки є створення потужної *законодавчої бази*, яка працюватиме в напрямку захисту національних економічних інтересів і регламентуватиме інноваційну діяльність в Україні. Фактично, законодавча база виступає фундаментом для розвитку інноваційної економіки. Від її досконалості залежать соціальна свідомість, можливості та перспективи, а також темп впровадження інновацій у життя.

Сучасна нормативно-правова база стосовно науково-технічної та інноваційної діяльності налічує близько 200 документів, з яких можна виокремити основні, які перераховані у табл. 1.

Таблиця 3. Законодавчі та нормативно-правові акти з питань інноваційного розвитку економіки

Назва документа	Мета документа
Закон України «Про інноваційну діяльність»	визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.
Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні»	Метою закону є забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки шляхом концентрації ресурсів держави на пріоритетних напрямках науково-технічного оновлення виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.
Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність»	визначає правові, організаційні та фінансові засади функціонування і розвитку у сфері наукової і науково-технічної діяльності, створює умови для провадження наукової і науково-технічної діяльності, задоволення потреб суспільства і держави у технологічному розвитку шляхом взаємодії освіти, науки, бізнесу та влади.

Продовження таблиці 3

1	2
Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків»	визначає правові та економічні засади запровадження та функціонування спеціального режиму інноваційної діяльності технологічних парків.
Стратегія сфери розвитку інноваційної діяльності в Україні на період до 2030 року	полягає у розбудові національної інноваційної екосистеми для забезпечення швидкого та якісного перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та послуги, підвищення рівня інноваційності національної економіки, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність.
Постанова ВРУ «Про Концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку України»	віднесення збереження та підвищення якості науково-технологічного потенціалу до пріоритетних національних інтересів України.
Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки»	визначає правові та організаційні засади цілісної системи формування та реалізації пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки в Україні.
Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій»	визначає правові, економічні, організаційні та фінансові засади державного регулювання діяльності у сфері трансферу технологій і спрямований на забезпечення ефективного використання науково-технічного та інтелектуального потенціалу України.
Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій»	запровадження моделі сталого економічного зростання вітчизняних підприємств шляхом удосконалення структури їх основного капіталу та інтенсивного інвестування високотехнологічного виробництва.

Примітка. Складено авторами на основі джерел [8–16]

Також, національне інноваційне законодавство включає норми Конституції України, Господарського кодексу та інших нормативно-правових актів, які визначають правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлюють форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямовані на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.

Фінансова політика щодо інноваційної діяльності визначена законами, нормативно-правовими актами, де наявні узгоджені пільгові умови фінансування інноваційної діяльності. Недосконалість як державних, так і недержавних фінансових механізмів розвитку всіх ланок інноваційної діяльності, починаючи від сфери фундаментальних досліджень і закінчуючи виходом на ринок з послугами, що матеріалізують новітні знання (обсяги та нецільовий характер бюджетних витрат нездатні забезпечити не лише розвиток науково-технологічного потенціалу України, але й його збереження хоча б на існуючому рівні) – гальмують інноваційний розвиток економіки.

Недостатність фінансування через непередбачуваність комерційних результатів новацій, високий рівень податків (насамперед на оплату праці та прибуток підприємств), великі за обсягом витрати для новоутвореного підприємства на оренду приміщень та обладнання, оплату сторонніх послуг (насамперед бухгалтерських), недостатній розвиток венчурного фінансування в Україні та проблеми правового захисту власності

іноземних інвесторів є ще одними із економічних проблем розвитку інноваційної економіки України [7].

Підтвердженням вище сказаного є Індекс інклюзивного розвитку економіки, який оцінює ступінь поширеності позитивних ефектів економічного зростання на всі верстви населення, згідно з яким у 2018 р. Україна посіла 49-е місце серед 74 країн, що розвиваються. В останні роки Україна погіршує своє становище за ІР [17].

Для дослідження діагностичних компонент державного регулювання інноваційної діяльності в роботі [18] застосовано динамічний та структурно-компонентний аналіз міжнародних індексів, зокрема, глобального індексу інновацій GII (Global Innovation Index) [19], індексу інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index) [4].

Порівняльний рейтинг та значення складових підіндексу «Інституції» GII у 2015–2019 рр. [19], показав, що місце України в рейтингу серед 141 країни в 2015 році, серед 127 країн у 2017 році і серед 129 країн у 2019 році склав: з політичного середовища – 112, 122, 110; з політичної і операційної стабільності – 110, 124, 125; з ефективності уряду – 109, 96, 95; з регуляторного середовища – 89, 82, 78; з якості регулювання – 112, 105, 94; з верховенства права – 114, 110, 107. Аналіз показує, що урядова політика України нестабільна, з можливістю політичного тиску, проявами неконституційності. Досить негативно оцінюється якість державного регулювання (що відображає стан нормативно-правової бази) та верховенство права (ілюструє ступінь правового захисту, в тому числі щодо захисту прав інтелектуальної власності).

Аналіз складових індексу інноваційного розвитку агентства Bloomberg серед головних проблем державного регулювання виявив також низьку ефективність органів державної влади в інноваційній сфері, недостатній обсяг виробництва високотехнологічних товарів, низьку продуктивність праці та впровадження науково-дослідних розробок. Саме ці проблеми визначають першочерговий вибір напрямів удосконалення важелів державного регулювання інноваційної діяльності.

Динаміка інтегрального індексу інноваційного сприяння відображена у роботі Злагат-Лозинської Л. О. [18], у 2017 – 2019 рр. в цілому демонструвала позитивні зрушення у державному регулюванні інноваційної діяльності, значення коливались від 0,077 до 1,837. Водночас отримані результати даного розрахунку виявили негативні динамічні зміни умов сприяння інноваційній діяльності за локальними групами: кадрове забезпечення інноваційної діяльності – 1,61, захист прав інтелектуальної власності – 1,54, інвестиційний потенціал інноваційної діяльності – 1,98, результативність інноваційної діяльності – 0,11 та адміністративно-організаційне забезпечення інноваційної діяльності – 0,01 (від'ємні значення Z_i), що визначає першочергові напрями державного регулювання для покращення умов сприяння інноваційній діяльності.

Кабінет Міністрів України у розробленій ним Стратегії [16], пропонує вирішити проблеми, які виникають на етапах інноваційного розвитку економіки кількома механізмами впливу. Крім того, пропонується підвищувати інноваційну культуру, розвивати освітню діяльність, спрямовану на забезпечення успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладах вищої освіти за одним з обраних напрямів: започаткування власної справи, робота на підприємстві, що відповідає сучасному технологічному рівню, або наукова (викладацька) робота.

Формування механізмів державної підтримки інноваційної діяльності можливе на основі не тільки об'єднання існуючих елементів інноваційної діяльності, а й внесення в їх структуру нових ланок, при цьому концентрація ресурсів державної підтримки повинна бути реалізована за наступними напрямками:

- проведення прикладних досліджень за певним обмеженим числом пріоритетних напрямків для забезпечення їх конкурентоспроможності на світовому ринку;
- створення інноваційної інфраструктури для реалізації національних пріоритетів технологічного розвитку, що забезпечує перетворення знань у ринкову продукцію;
- регулювання ролі використання механізму приватно-державного партнерства.

Набір заходів, за допомогою яких держава може підтримати інноваційний розвиток показаний на рис. 3. Регулювання інноваційних процесів здійснюється в сферах: соціальній, екології, відтворення. Координація інноваційної діяльності здійснюється за допомогою формування законодавчої бази, макроекономічного забезпечення, що передбачає фінансування наукових досліджень і освітніх процесів, підготовку кадрів, використання податкового механізму. Дуже важливим моментом є створення інноваційної інфраструктури. Необхідно на законодавчому рівні передбачити порядок розробки та прийняття комплексних багаторівневих територіально-галузевих програм. Існує зв'язок розвитку інновацій з проблемою реального підвищення якості життя українських громадян і зміцнення становища української держави у світовому співтоваристві. Організаційний механізм повинен з одного боку надавати підтримку, з іншого боку контролювати ці вектори участі держави, тобто повинна працювати система зворотних зв'язків. При цьому в вертикальному розрізі: держава, регіони, підприємство. Інвестиційні ризики має брати на себе держава.

Координація інноваційної діяльності, на нашу думку, має виконуватись Координаційною радою, яка вписується в існуючу структуру Міністерства освіти і науки України. Вона має координувати роботу центрів інновацій: регіональних і галузевих. До основних завдань Координаційної ради відноситься формування національної інноваційної політики, надання підтримки конкретним перспективним інноваційними проектам, взаємодія з фірмами, що буде забезпечуватися за рахунок функціонування при них Експертних рад та консультаційних центрів. Експертна рада розглядатиме пропозиції, що надійшли, проводити експертизу, оцінювати ефективність і затребуваність розробок, можливості їх комерціалізації.

При експертній раді організовується патентний відділ, який буде займатися реєстрацією заявок в Укрпатенті. Координаційна рада своєю діяльністю повинна забезпечити: формування та пропагування інноваційної культури в суспільстві, представництво в органах влади, розвиток інноваційної інфраструктури, кадрове забезпечення, контроль за виконанням програм, залучення фінансових ресурсів, повинна займатися інформаційною діяльністю: організовувати і проводити конференції, виставки, семінари з важливих аспектів і проблем інноваційного розвитку або цікавих, перспективних розробок.

Висновки і пропозиції. В сфері законодавства: прийняти закон «Про інноваційну інфраструктуру»; визначити порядок розробки та прийняття комплексних багаторівневих територіально-галузевих програм, які враховують специфіку розвитку регіону; встановити порядок розробки і включення інноваційних проєктів в основні програми економічного і соціального розвитку регіонів.

Ввести податкові стимули в області наукових досліджень і розробок, у сфері функціонування інтелектуальної власності та інноваційної діяльності. В рамках податкового стимулювання пропонується встановлення нульового митного збору для імпорту обладнання та приладів, що використовуються для науково-дослідних цілей.

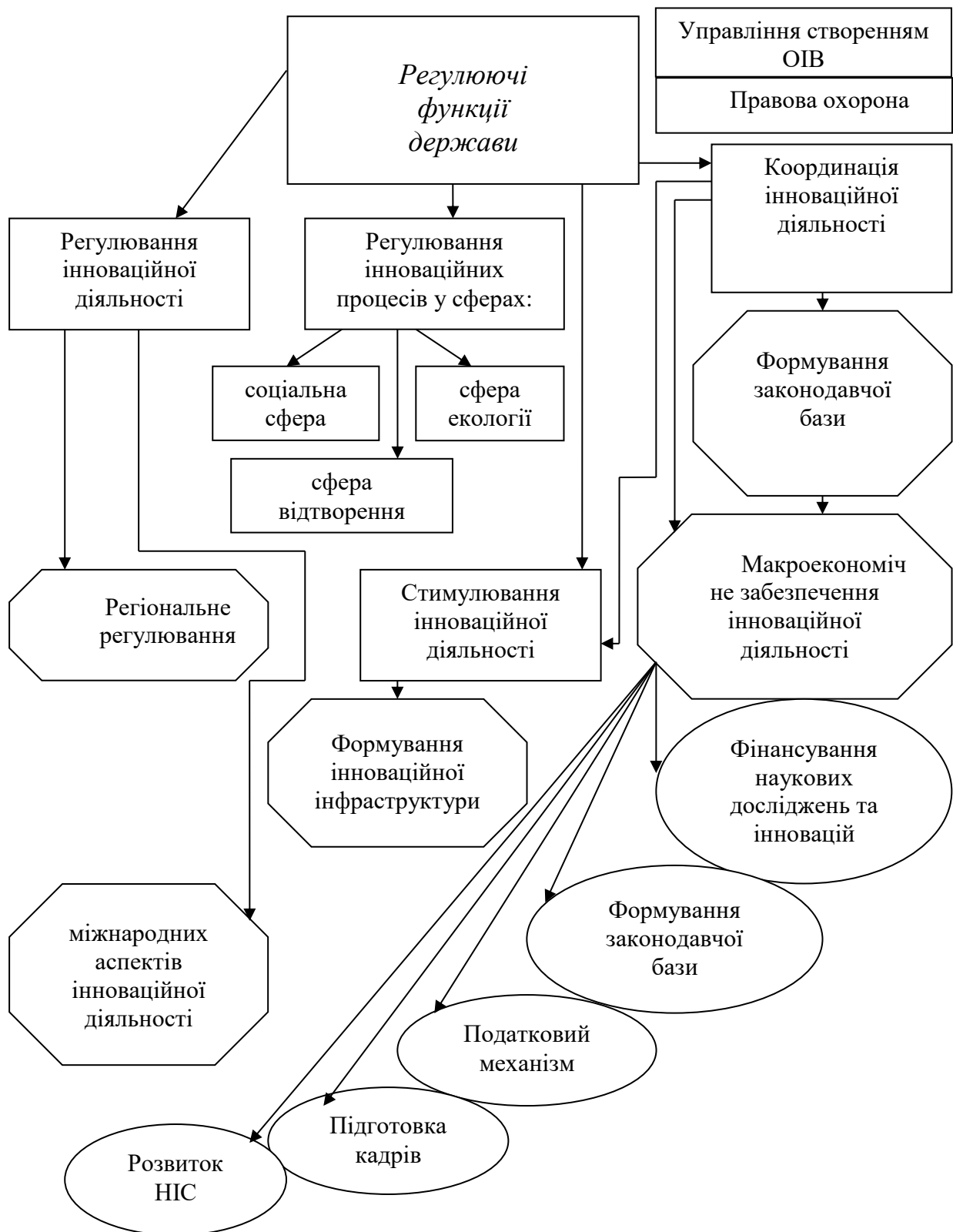


Рис. 3. Регулюючі функції держави в інноваційній діяльності (розроблено авторами)

Збільшити фінансування пріоритетних областей модернізації виробництва; консолідувати фінансові ресурси державного та приватного секторів економіки для реалізації пріоритетних науково-технічних завдань; надавати державні гарантії за залученими в інноваційну сферу кредитами.

У розробленій Кабінетом Міністрів України стратегії пропонується підвищувати інноваційну культуру, розвивати освітню діяльність, спрямовану на забезпечення успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладах вищої освіти за одним із обраних напрямів: започаткування власної справи, робота на підприємстві, що відповідає сучасному технологічному рівню, або наукова (викладацька) робота. Для цього необхідно змінити самосвідомість в суспільстві:

- пропагувати інноваційну культуру і активність у всіх сферах суспільного виробництва;
- створювати телепрограми, публікувати науково-популярні статі в газетах і журналах, посилити роботу з творчою молоддю;
- освітлювати участь в конкурсах малих інноваційних підприємств;

Таким чином, Україна повинна найближчим часом вжити заходів для того, аби державне регулювання та підтримка інноваційного розвитку економіки були ефективними. На допомогу можна запросити іноземних експертів, які проведуть незалежний аналіз перспектив та можливостей України у інноваційній діяльності, лише після цього потрібно розробляти нові стратегії державної підтримки науковців, надавати їм гарантії та захищеність, відчуття необхідності власній державі. Значну роль відіграє і фінансування, яке, на нашу думку, повинно бути раціональним та доступним для всіх. Заохочення до впровадження чогось нового, інноваційного на підприємствах, починаючи від малих, дасть той необхідний темп інноваційного розвитку економіки, якого так потребує Україна.

Список бібліографічного опису:

1. Гросул В.А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2010. № 1 (3). С. 76–82
2. Ranked: The Most Innovative Economies in the World. *Visual Capitalist*. URL: <https://www.visualcapitalist.com/world-most-innovative-economies/>.
3. Украина опустилась в рейтинге инновационных стран. *Слово і діло*. URL: <https://ru.slovoidilo.ua/2019/07/25/novost/jekonomika/ukraina-opustilas-rejtinge-innovacionnyx-stran>
4. Bloomberg Innovation Index. *Bloomberg: веб-сайт*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation>.
5. Інноваційна політика зарубіжних країн: концепції, стратегії, пріоритети: інформаційно-аналітичні матеріали / Комітет Верховної Ради України з питань науки та освіти, Міністерство закордонних справ України. URL: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36385.pdf>
6. UA.NEWS: веб-сайт. URL: <https://ua.news/ua/sostavlen-rejting-stran-po-investitsiyam-v-nauchnye-issledovaniya-i-razrabotki/>.
7. Антохов А. А. Регулювання інноваційного розвитку економіки в умовах глобалізації: зміст, методи, інструменти. *Інноваційна економіка*. 2019. № 1-2. С. 41–46.
8. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України від 14 верес. 2006 р. № 143-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16#Text>
9. Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій: Закон України від 09 квіт. 2004 р. № 1676-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1676-15#Text>
10. Про інноваційну діяльність: Закон України від 26 груд. 2002 р. № 380-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
11. Про Концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку України: Постанова ВРУ від 13 ЛІП. 1999 р. № 916-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/916-14#Text>
12. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26 лист. 2015 р. № 848-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>
13. Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08 верес. 2009 р. № 3715-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>
14. Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки: Закон України від 11 лип. 2011 р. № 2623-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-14#Text>
15. Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків: Закон України від 16 лип. 1999 р. № 991-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-14#Text>
16. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: розпорядження / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>

Науково-методологічні основи державного регулювання інноваційної діяльності в будівництві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.03. Київ, 2021. 44 с.

17. The Inclusive Development Index 2018 Summary and Data Highlights: веб-сайт. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf

18. Згалат-Лозинська Л. О. Науково-методологічні основи державного регулювання інноваційної діяльності в будівництві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.03. Київ, 2021. 44 с.

19. Global Innovation Index URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-comparison>.

References:

- Grosul V.A. (2010). Problemy innovatsiynoi diyal'nosti v Ukraini [Problems of innovation activity in Ukraine]. Byuleten' Mizhnarodnoho Nobeliv's'koho ekonomichnoho forumu – Bulletin of the International Nobel Economic Forum]. 1 (3), 76–82 [in Ukrainian].
- Ranked. The Most Innovative Economies in the World [The Most Innovative Economies in the World]. Visual Capitalist – Visual Capitalist/ URL: <https://www.visualcapitalist.com/world-most-innovative-economies/> [in English].
- Ukrayna opustylas' v reytnhe ynnovatsyionnykh stran [Ukraine has dropped in the ranking of innovative countries]. Slovo i dilo – Word and deed. URL: <https://ru.slovovidilo.ua/2019/07/25/novost/jekonomika/ukraina-opustilas-rejtinge-innovatsionnykh-stran> [in Ukrainian].
- Bloomberg Innovation Index [Bloomberg Innovation Index]. Bloomberg: веб-сайт – Bloomberg: website. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> [in English].
- Innovatsiyna polityka zarubizhnykh krayin: kontseptsii, stratehiyi, priorytety: infomatsiyno-analitychni materialy [Innovative policy of foreign countries: concepts, strategies, priorities: information and analytical materials] / Komitet Verkhovnoyi Rady Ukrainy z pytan' nauky ta osvity, Ministerstvo zakordonnykh sprav Ukrainy – Committee of the Verkhovna Rada of Ukraine on Science and Education, Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. URL: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36385.pdf> [in Ukrainian].
- UA.NEWS: веб-сайт. URL: <https://ua.news.ua/sostavlen-rejting-stran-po-investitsiyam-v-nauchnye-issledovaniya-i-razrabotki/> [in English].
- Antokhov A.A. (2019) Rehulyuvannya innovatsiynoho rozvytku ekonomiky v umovakh hlobalizatsiyi: zmist, metody, instrumenty [Regulation of innovative economic development in the context of globalization: content, methods, tools]. Innovatsiyna ekonomika – Innovative economy. 1-2, 41–46 [in Ukrainian].
- Pro derzhavne rehulyuvannya diyal'nosti u sferi transferu tekhnolohiy [On state regulation of activities in the field of technology transfer]. Zakon Ukrainy vid 14 veres. 2006 r. № 143-V – Law of Ukraine of September 14. 2006 № 143-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16#Text> [in Ukrainian].
- Pro Zahal'noderzhavnu kompleksnu prohramu rozvytku vysokykh naukoyemnykh tekhnolohiy [About the National complex program of development of high science-intensive technologies]. Zakon Ukrainy vid 09 kvit. 2004 r. № 1676-IV – the Law of Ukraine from April 9. 2004 № 1676-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1676-15#Text> [in Ukrainian].
- Pro innovatsiynu diyal'nist' [On innovative activity]. Zakon Ukrainy vid 26 hrud. 2002 r. № 380-IV – Law of Ukraine of December 26. 2002 № 380-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> [in Ukrainian].
- Pro Kontseptsiiu naukovu-tekhnohichnoho ta innovatsiynoho rozvytku Ukrainy [On the Concept of Scientific-Technological and Innovative Development of Ukraine]. Postanova VRU vid 13 LYP. 1999 r. № 916-XIV – Resolution of the Verkhovna Rada of July 13. 1999 № 916-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/916-14#Text> [in Ukrainian].
- Pro naukovu i naukovu-tekhnichnu diyal'nist' [On scientific and scientific-technical activity]. Zakon Ukrainy vid 26 lyst. 2015 r. № 848-VIII – Law of Ukraine of November 26. 2015 № 848-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text> [in Ukrainian].
- Pro priorytetni napryamy rozvytku innovatsiynoyi diyal'nosti v Ukraini [On priority areas of innovation development in Ukraine]. Zakon Ukrainy vid 08 veres. 2009 r. № 3715-VI – Law of Ukraine of September 8. 2009 № 3715-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text> [in Ukrainian].
- Pro priorytetni napryamy rozvytku nauky i tekhniky [On priority areas of science and technology]. Zakon Ukrainy vid 11 lyp. 2011 r. № 2623-III. URL – Law of Ukraine of July 11. 2011 № 2623-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-14#Text> [in Ukrainian].
- Pro spetsial'nyy rezhym innovatsiynoyi diyal'nosti tekhnolohichnykh parkiv [On special regime of innovative activity of technology parks]. Zakon Ukrainy vid 16 lyp. 1999 r. № 991-XIV – Law of Ukraine of July 16. 1999 № 991-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-14#Text> [in Ukrainian].
- Pro skhvalennya Stratehiyi rozvytku sfery innovatsiynoyi diyal'nosti na period do 2030 roku: rozporядzhennya [On approval of the Strategy for the development of innovation for the period up to 2030]. Rozporядzhennya Kabinet Ministriv Ukrainy – Order Cabinet of Ministers of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
- Inclusive Development Index 2018 Summary and Data Highlights: веб-сайт [The Inclusive Development Index 2018 Summary and Data Highlights: website]. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf [in English].
- Zgalat-Lozynska L.O. (2021). Naukovo-metodolohichni osnovy derzhavnogo rehulyuvannya innovatsiynoyi diyal'nosti v budivnytstvi: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenya d-ra ekon. nauk: 08.00.03 [Scientific and methodological foundations of state regulation of innovation in construction: author. dis. for science. degree of Dr. Econ. Science: 08.00.03]. Kyiv, 44 [in Ukrainian].
- Global Innovation Index [Global Innovation Index]. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-comparison> [in English].

Дата подання публікації 20.07.2021р.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

УДК 005.35:338.48]:177

Безкоровайна Л.В., д.п.н., доцент
 професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
 Bezkorovaina L.V., DSc in Pedagogic, Associate Professor,
 Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
<https://orcid.org/0000-0001-9502-9604>

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В КОНКУРЕНТНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ЕТИКА І КУЛЬТУРА ГОСТИННОСТІ

Запорізький національний університет

У статті автором опрацьовано питання корпоративного управління в туризмі, бізнес-етики та корпоративної культури в індустрії гостинності та їх вплив на стратегію сталого розвитку та конкурентоспроможності готельного підприємства в ринкових умовах туристичного бізнес-середовища. Розкрито, що корпоративна політика залежить від стратегії глобального розвитку, згідно якої восьма ціль проголошує забезпечення сприяння сталості туризму, що позначається на створенні нових робочих місць, розвиткові місцевої культури і виробництві місцевої продукції; економічному зростанні; підвищенні ефективності економіки через новації та диверсифікацію послуг. Нині в Україні існує чималий запас ресурсів для розвитку туризму в багатьох сферах, а саме: гастро-, агро-, екотуризм; спортивний, культурний, освітній, діловий туризм; події та фестивалі, свята, MICE (зустрічі, заохочення, конференції, заходи) тощо. Визначення поняття корпоративного управління в готельному бізнесі, роз'яснення політики корпоративної етики та культури, а також технології надання готельних послуг важливим завданням систем управління готельною індустрією для забезпечення конкурентоспроможності та ефективності в туристичному бізнес-середовищі. Адекватна глобальній стратегії розвитку, восьма мета стосується туристичної галузі та проголошує до 2030 року: забезпечення реалізації стратегій підтримки сталого туризму, що підтримує створення робочих місць, розвиток місцевої культури, місцеве виробництво; сприяє економічному зростанню, повній та продуктивній зайнятості всіх громадян; підтримка зростання валового внутрішнього продукту в найменш розвинених країнах; підняття продуктивності економіки за рахунок диверсифікації, модернізації, інноваційної діяльності. Прийнятий Глобальний договір ООН має унікальні перспективи налагодити співпрацю між промисловістю та організаціями з метою вироблення шляхів вирішення глобальних проблем. Глобальний договір ООН закликає компанії привести свої стратегії та діяльність у відповідність з десятьма загальними принципами прав людини, трудових відносин, довкілля та битви з корупцією, а ще здійснити заходи для реалізації завдань досягнення сталого розвитку. Десять принципів Глобального договору ООН, засновані на ключових конвенціях та деклараціях ООН, були визнані та закріплені в численних міжурядових ухвалах та підсумкових документах, включаючи резолюції Генеральної Асамблеї. Підприємства гостинності повинні дотримуватися цих принципів у своїй діяльності та у формулюванні стратегій подальшого розвитку та ефективної практики.

Ключові слова: туризм, туристична інфраструктура, індустрія гостинності, корпоративне управління, бізнес-етика, бізнес-культура.

CORPORATE GOVERNANCE IN A COMPETITIVE TOURIST ENVIRONMENT: ETHICS AND CULTURE OF HOSPITALITY

Zaporizhzhya National University

The author analyzed the issues of corporate governance in tourism, business ethics and corporate culture in the hospitality industry and their impact on the strategy of sustainable development and competitiveness of the hotel business in the market environment of the tourism business environment. It is revealed that corporate policy depends on the strategy of global development, according to which the eighth goal proclaims the maintenance of sustainability of tourism, which affects the creation of new jobs, development of local culture and production of local products; economic growth; improving the efficiency of the economy through innovation and diversification of services. Today in Ukraine there is a strong potential for tourism development in many areas, namely: gastro-, agro-, ecotourism; sports, cultural, educational, business tourism; events and festivals, holidays, MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events), etc. Defining the concept of corporate governance in the hotel business,

clarifying the policy of corporate ethics and culture, as well as the technology of providing hospitality services, is an important task of hotel industry management systems to ensure competitiveness and efficiency in the tourism business environment. Adequate to the global development strategy, the eighth goal concerns the tourism industry, and proclaims by 2030: ensuring the implementation of strategies to support sustainable tourism, which supports job creation, local culture development, local production; promotes economic growth, full and productive employment for all citizens; supporting the growth of gross domestic product in the least developed countries; increasing the productivity of the economy through diversification, modernization, innovation. The adopted UN Global Compact has unique opportunities to establish cooperation between industry and organizations in order to develop ways to solve global problems. The UN Global Compact calls on companies to bring their strategies and activities in line with the ten general principles of social rights, labor relationships, the environment and the fight against corruption, and to take steps to achieve social and sustainable development goals. The Ten Principles of the UN Global Compact, based on key United Nations conventions and declarations, have been recognized and enshrined in numerous intergovernmental purposes and outcome papers, including General Assembly resolutions. Hospitality enterprises must adhere to these principles in their activities and in defining strategies for further development and effective operation.

Key words: tourism, tourist infrastructure, hospitality industry, corporate governance, business ethics, business culture.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її з важливими науковими та практичними завданнями. Туризм – це водночас: царина господарства, складний міжгалузевий комплекс, в якому створюється і продається туристичний продукт, та вид економічної діяльності товариства.

Підкреслимо, що туризм є важливим складником життя людей будь-якої країни через його безпосередній вплив на соціальні, культурні, освітні, економічні ланки господарського функціонування та їх міжнародні взаємовідносини.

Поняття «туризм» відзначається як комплексна система, що обіймає певні процеси, взаємозв'язки, взаємини, що формуються в ході подорожування, а також поліфункціональну практику з надання туристичних послуг, які призначено для задоволення вимог туристів [1, с. 49-50].

Отже, туризм – це мультидисциплінарне, багатofакторне явище, котре об'єднує такі важливі складники, як: інфраструктура, гостинність, керування, перебування, доброякісність туристичного обслуговування, охорона навколишнього оточення, підготовка фахових кадрів, транспорт, забезпечення безпеки подорожуючих [1, с. 54].

Зазначимо, що діяльність із туризму виконує певні функції, що позначаються на різноманітних ланках життєдіяльності людей, а саме:

-*суспільні* функції позначаються на розвитку туризму як соціально-економічної структури, світових взаємовідносин і кооперації;

-*культурологічні* – характеризують розріст злагодженої особистості із полікультурним, цільним науковим світосприйняттям стосовно всесвітнього, інтернаціонального призначення туризму для розвиненого союзу людськості;

-*особистісні* функції позначаються на інтелектуальному, психологічному, фаховому розвитку, становленні національного усвідомлення;

-*гуманітарні* функції визначають піднесення креативних здатностей особистості, ерудиції, стремління до самовдосконалення, поширювання знань;

-*політичні* функції позначаються на розумінні фаху в туристичній галузі як дієвого способу для забезпечення миру й порозуміння товариства [1, с. 27].

Тож, питання формулювання концепції корпоративного управління в готельному підприємстві, з'ясування засад політики корпоративної етики та культури, а також технології надання послуг із гостинності, є важливим завданням структур управління підприємств готельної індустрії для забезпечення конкурентноспроможності та ефективного функціонування в умовах туристичного бізнес-середовища.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Значення туристичного бізнесу в загальному стані та тенденціях всесвітньої економіки, підвищенні ступеня зайнятості, диверсифікації та інноваційної діяльності у царині

національної економіки, збереженні й розвитку культурного потенціалу, збереженні й забезпеченні екологічно нешкідливого навколишнього природного оточення, гармонізації взаємин між державами і людьми, здійснювання зовнішньої поведінки країни, підтверджено на державному рівні, що засвідчено в тезах Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 р. (2017), Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018)) та т. ін.

Поглиблені скерованості та правила до опрацювання стратегій сталого розвитку туризму загалом та готельної індустрії окремо, зображено в нормативно-законодавчих постановках і паперах багатоманітних сходинок, а саме: Законах України «Про туризм» (2015), «Про курорти» (2000); Осацькій декларації тисячоліття (2001); Резолюції 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН (2015) та ін.

Різні питання туризму та готельної справи розкрито у наукових працях вітчизняних: О. Бейдика, О. Любіцевої, Н. Маковецької, М. Мальської та ін. і зарубіжних: К. Аннару, Дж. Боуена, Ч. Голднера, П. Димитратоса, І. Зоріна, Т. Квартальнова, Р. Макінтоша, Е. Плакойяннакі, Б. Рітчі та ін. дослідників.

З огляду на опрацьовані теоретичні засади, слід акцентувати, що вимоги туристичної галузі в нинішніх всесвітніх угодах значною мірою зосереджено на закономірності тотального кадрового забезпечення всіх шляхів розросту та різновидів туризму. Основоположні суперечності позначаються, по-перше, на характерних багатопрофільних рисах туристичної індустрії, що, певно, вимагає професіоналів різноманітних спеціальностей, професій, фахів, а по-друге, – в безкомпромісно новітніх технологіях підняття доброякісності проєктування, розроблення та надання туристичних послуг; обговорювання, планування, будування й прогнозування розросту туризму; надання сервісу та мотивування туристів [1, с. 55-56]. Тож, з'ясування проблем, пов'язаних із особливостями корпоративного управління в туризмі, є на часі.

Мета статті полягає у висвітленні питань, пов'язаних із особливостями корпоративного управління в туризмі, специфікою бізнес-етики та корпоративної культури в індустрії гостинності, а також опрацьовуванні їх впливу на стратегію сталого розвитку та конкурентоспроможності готельного підприємства в ринкових умовах міжнародного туристичного бізнес-середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сьогодні в Україні є потужний запас для розросту туризму в багатьох напрямках, а саме: гастро-, агро-, етно-, екотуризм; спортивний, рекреаційний, розважальний, науковий, пізнавальний, культурний, освітній і діловий туризм; заходи і фестивалі, свята, MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) тощо.

Царина гостинності є сукупністю підприємств та організацій, що виконують створення товарів (основоположних та обігових запасів – споруджень, устаткування, продуктів тощо) для інфраструктури гостинності, та комплект секторів та їх підприємств, що безпосередньо надають сервіси гостинності. Гостинність є сукупністю всіх видів функціонування, що продукують матеріальні блага у формі продуктів, енергії, професійної підготовки фахівців для забезпечення сфери гостинності потрібними товарами і кадрами, та безпосереднє надання обслуговувань із гостинності на засадах використання цих товарів. Індустрія гостинності є потужною, багатосторонньою та багатоманітною цариною функціонування, що має на сьогодні динамічне розгортання [2].

Корпоративне управління в галузі гостинності – це керування організаційно-правовим оформленням готельного підприємництва, оптимізацією організаційних структур, побудова внутрішньо- і міжфірмових взаємин компанії адекватно до конкретних цілей.

Виокремлюючи корпоративне управління в галузі гостинності в особливий вид, прикмети котрого зумовлено специфікою корпорації як предмета керівництва, його

потрібно визначати як управління, побудоване на пріоритетах уподобань акціонерів та їх призначенні в стратегії розвитку корпорації, керівництва, котре ураховує здійснення повноважень володіння, що передбачає взаємпрацю акціонерів (корпоративні спілкування), що побудовано на стратегії розросту корпорації загалом (заінтересованість готельного підприємства підконтрольні спільним прихильностям), врешті, це керівництво, котре продукує корпоративну культуру, бізнес-етику, тобто комплект сукупних звичок, установок, цінностей та норм функціонування.

Відповідно до стратегії глобального розвитку, саме восьма мета чіпає галузь туризму, й оголошує до 2030 р.: забезпечення здійснення стратегій сприяння сталому туризму, який схвалює створення нових робочих посад, розвиток місцевої культури, виготовленню місцевої продукції; сприяє економічному зростанню, повній і результативній зайнятості для всіх громадян; допомогти зростання валового внутрішнього продукту (не менше 7% на рік) у щонайменше розвинутих країнах; підняття продуктивності економіки через диверсифікацію, модернізацію, інноваційну практику [6].

Треба підкреслити, що з миті встановлення цілей в царині сталого розвитку (ЦСР) у вересні 2015 р., не відзначаючи серйозні досягнення в сфері підвищення обізнаності про Порядок денний у галузі сталого розвитку на період до 2030 р., допоки жодна галузь не встигає досягти ніякого з цільових ознак [7]. З огляду на це, Організація Об'єднаних Націй (ООН) припускає, що необхідно не тільки впроваджувати належні плани і політику, а й також строїти партнерські взаємозв'язки з урядами, громадянським суспільством і приватним сектором для залучення ресурсів і вироблення новаторських замислів і досвідів для того, щоби перетворити в життя задуми, що позначені в Порядку дня на період до 2030 р.

Прийнятий Глобальний договір ООН містить в власному розпорядженні особливі перспективи для настроювання співробітництва між галузевими ланками та організаціями з метою вироблення шляхів розв'язання глобальних проблем.

Глобальний договір ООН містить заклики до компаній привести свою стратегію і діяльність у відповідність із десятьма спільними домінантами в царині повноважень особистості, трудових взаємовідносин, охорони навколишнього оточення та боріння з корупцією, а також спожити заходи для досягнення суспільних цілей і ЦСР.

Прилучаючи до участі тисячі потужних і невеликих корпорацій із усього всесвіту, що відображують відмінні галузі, Організація Об'єднаних Націй бажає зорганізувати справді глобальний рух відповідального підприємництва, котрий керується стремлінням до витримки в особистих основоположних стратегіях і практиці – не лише на благополуччя товариства, а й також заради особистої користі.

Десять принципів Глобального договору ООН, що засновано на фундаментальних договорах і хартіях Організації Об'єднаних Націй, поширені й закріплені в чималих міжурядових ухвалях та підсумкових документах, в тому числі в резолюціях Генеральної Асамблеї. Підприємства гостинності мають дотримуватися цих принципів у власній діяльності та формулюванні стратегій подальшого розвитку та ефективного функціонування.

Розглянемо зміст принципів Глобального договору ООН більш детально:

- відповідно до принципу №1 практичні кола зобов'язані схвалювати та цінувати охорону проголошених на міжнародному рівні повноважень особистості;
- згідно з принципом №2 ділові круги не зобов'язані бути причетні до недотримань повноважень особистості;
- адекватно до принципу №3 діловиті круги зобов'язані схвалювати незалежність союзу та конкретне визнання права на укладення спільних угод;
- щодо принципу №4, то відповідно до нього, ділові круги зобов'язані боротися за руйнування усіх форм насильної та неодмінної роботи;

- згідно з принципом №5 діловиті кола повинні виборювати всеосяжне викорінення дитячої роботи;
- адекватно до принципу №6 ділові кола зобов'язані боротися за знищення дискримінації у галузі труда та зайнятості;
- згідно з принципом №7 ділові кола зобов'язані схвалювати підхід до екологічних проблем, заснований на положенні обачливості;
- принцип №8 проголошує, що діловиті кола зобов'язані використовувати починання, цілеспрямовані на підняття відповідальності за становище навколишнього оточення;
- відповідно до принципу №9 ділові кола зобов'язані підтримувати розвиток та поширювання екологічно нешкідливих технологій;
- згідно з принципом №10 діловиті кола повинні протидіяти всім конфігураціям корупції, беручи до уваги також здирство і хабарництво [7].

Відзначаючи все наведене вище, наголосимо, що найшвидшим способом перетворити до 2030 р. всесвіт на щонайліпше, полягає в тому, щоб трансформувати стратегічний переворот і уникнути недовготривалих незначущих партнерських проєктів та зводити тривалі партнерства з різноманітними зацікавленими групами й фахівцями туристичної інфраструктури.

Сприяння положенням Глобальної конвенції Організації Об'єднаних Націй уможливорює підприємствам готельної індустрії виробляти продуктивну ідею сталого розросту та конкурентоспроможності готельного виробництва в ринкових умовах туристичного бізнес-середовища, що опирається на продуктивне корпоративне керівництво, бізнес-етику та корпоративну культуру в процесі обслуговувань у галузі гостинності.

Висновки. Таким чином, зазначимо, що проблема ефективного корпоративного керівництва в туризмі, специфіки формулювання задуму бізнес-етики та корпоративної культури, відбору технології надання готельних сервісів, є цінним і неодмінним для сучасного туристичного оточення. Від продуктивності ефективного корпоративного керівництва індустрією гостинності, дотримання домінант Глобального договору Організації Об'єднаних Націй, залежить конкурентоспроможність готельного підприємства в ринкових умовах туристичного бізнес-середовища, а також сталий розріст індустрії гостинності й туризму відповідно до конкретних цілей в царині сталого піднесення.

Подальші дослідження вбачаються у розгляді питань, пов'язаних із методами мотивації персоналу туристичних та готельних підприємств, покращання надання туристичних послуг відповідно до сучасних умов туристичного бізнесу.

Публікацію підготовлено в межі проєкту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» / «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).

Список бібліографічного опису:

1. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.
2. Мартієнко А.І., Дишкантук О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2017. № 2 (30). С. 72-78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>
3. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовтня 2016 р. № 739-р Київ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991>
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. №168-р. Урядовий портал. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
6. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). Global Code of Ethics for Tourism.
7. United Nations. URL: <https://www.un.org/en>

References:

1. Bezkorovaina L. V. (2018) Theoretical and methodological basis of the professional training of the future masters of tourism in higher educational institutions Thesis for a doctoral degree in pedagogical sciences, Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University. [in Ukrainian]
2. Martiienko A., Dyshkantiuk O. (2017) Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii. Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal. № 2 (30). P. 72-78. [in Ukrainian]
3. Pro skhvalennja Konceptiji populjaryzacji Ukrajiny u sviti ta prosuvannja interesiv Ukrajiny u svitovomu informacijnomu prostori (2016) [On approval of the Concept of popularization of Ukraine in the world and promotion of Ukraine's interests in the world information space] Kyjiv. [in Ukrainian]
4. Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv do 2026 (2017) [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts until 2026], Kyjiv. [in Ukrainian]
5. Pro turyzm (1995) [About tourism] Zakon Ukrajiny, Kyjiv. [in Ukrainian]
6. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). Global Code of Ethics for Tourism.
7. United Nations. URL: <https://www.un.org/en>

Дата подання публікації 22.07.2021 р.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 378.1 + 658.2

Вавдіюк Н.С., д.е.н., професор
 Завідувач кафедри менеджменту
 Vavdiuk N., Doctor of Economics Science, Professor
 Head of Management Department
<https://orcid.org/0000-0001-9100-3722>
 Подолян Д.В., аспірант кафедри підприємництва,
 торгівля та біржова діяльність
 Podolian D., Postgraduate student of the Department of
 Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities
<https://orcid.org/0000-0001-7335-3964>

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ СТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ СТУДЕНТАМИ

Луцький національний технічний університет

У статті розглянуто методичні підходи до аналізу стартапів, створених студентами: UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators (Швеція), методичний підхід сформований на основі моделі «потрійної спіралі» Г. Ітцковіца і Л. Лейдесдорфа (Росія), The Female Founders Monitor (FFM) (Німеччина), European University Association EUA Study (Бельгія), The State of European Tech (Великобританія), Startup Ranking (Перу), European Startup Monitor (Німеччина), QS World University Rankings (Великобританія), German Startup Monitor (Німеччина), Global Innovation Index (Швейцарія), Startup Friendliness Index (США). Описано переваги та недоліки використання кожного підходу. У розрізі вищеписаних методичних підходів виокремлено показники, що досліджують стартапи, створені студентами. Здійснено їхній розподіл відповідно до життєвого циклу стартапу та підходів до управління. Їхнє дослідження дозволило сформулювати авторський методичний підхід до аналізу створення стартапів студентами. Вона охоплює напрями, вибір яких спирається на наступні визначальні ознаки: аналіз розвитку підприємницьких університетів; аналіз практики розвитку бізнес-інкубаторів при університетах зарубіжних країн; аналіз сфери реалізації та способів фінансування стартапів, створених студентами; аналіз засновників стартапів. Відповідно до 4-х визначальних ознак, здійснено вибір показників для проведення аналізу створення стартапів студентами.

Ключові слова: стартап, аналіз, студенти, управління, методичний підхід, рейтинг, бізнес-інкубатор.

METHODOLOGICAL APPROACH TO ANALYSIS CREATING STARTUPS BY STUDENTS

Lutsk National Technical University

The article considers methodical approaches to the analysis of startups created by students: UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators (Sweden), methodical approach formed on the basis of the "triple spiral" model by G. Itzkovitz and L. Leidesdorf (Russia), The Female Founders Monitor (FFM) (Germany), European University Association EUA Study (Belgium), The State of European Tech (UK), Startup Ranking (Peru), European Startup Monitor (Germany), QS World University Rankings (UK), German Startup Monitor (Germany), Global Innovation Index (Switzerland), Startup Friendliness Index (USA). The present study analyzes advantages and disadvantages of using each approach. In this article selected indicators, exploring startups created by students. The author has mapped the way in which these indicators are divided according to the startup life cycle and management approaches. The author has mapped the way in which methodical approach to the analysis of creation of startups by students. The emphasis has been placed on directions, the choice of which is based on the following defining features: analysis of the development of business universities; analysis of the practice of business incubators development at universities of foreign countries; analysis of the scope of

implementation and methods of financing startups created by students; analysis of startup founders. In accordance with the 4 defining features, the choice of indicators for the analysis of the creation of startups by students.

Key words: startup, analysis, students, management, methodical approach, rating, business incubator.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Щороку збільшується кількість створених та реалізованих стартапів. З огляду на набуття популярності стартапів та зростання їх ролі у розбудові нових ринкових ніш, пріоритетним є формування методичного підходу до аналізу створення стартапів студентами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженням створення стартапів присвячено праці таких вітчизняних учених, як Артемова В.І., Малова А.С., Мухачева А.В. [1] та ін. Аналіз реалізації стартапів розглядається у наступних міжнародних методиках: UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators [11], методичний підхід сформований на основі моделі «потрійної спіралі» Г. Іцковіца і Л. Лейдесдорффа [1], The Female Founders Monitor (FFM) [9], European University Association EUA Study [3], The State of European Tech [10], Startup Ranking [8], European Startup Monitor [2], QS World University Rankings [6], German Startup Monitor [4], Global Innovation Index [5], Startup Friendliness Index [7]. Віддаючи належне високому рівню наукових напрацювань, слід зазначити, що недостатньо уваги все ж приділяється розробці методичного підходу до аналізу створення стартапів студентами.

Мета статті полягає у формуванні методичного підходу до аналізу стартапів, створених студентами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Міжнародні рейтинги, методичні підходи та індекси допомагають виявити тенденцію розповсюдження стартап-руху у світі, виявити характеристики, що допомагають створювати проекти.

Отже, розглянемо методичні підходи до аналізу стартапів, створених студентами.

UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators (Швеція) [11]. UBI Global міжнародна дослідницька організація, основна мета якої – оцінка та аналіз ефективності бізнес-інкубаторів та акселераторів по цілому світі. Мережа UBI Global щороку проводить дослідження стартапів, що були створені за підтримки університетів. Так, UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators охоплює більше 90 країн світу та понад 1200 інкубаційних програм, які пов'язані з університетами.

Показники UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators, що досліджують стартапи, створені студентами [11]:

- рейтингування світових бізнес-інкубаторів, що створенні поза межами університетів, але співпрацюють з ними;
- рейтингування світових бізнес-інкубаторів, що створенні в університетах;
- перелік університетських програм бізнес-інкубації та акселерації.

Показники UBI Global, які не досліджують стартапи, створені студентами:

- рейтингування світових бізнес-акселераторів (не включає інформацію про досліджувані стартапи);
- рейтингування приватних акселераторів, які не надають підтримки студентським проектам.

Методичний процес UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators складається з таких етапів:

- 1) збір даних;
- 2) обробка даних;
- 3) оцінка даних;
- 4) рейтингування.

Аналітичні дані, які включає UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators дозволяють оцінити ефективність розвитку університетських інкубаторів та виявити найбільш успішні.

Перевагами UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators є те, що у дослідження включено достатня кількість даних по університетських інкубаторах різних країн світу; результати подані у вигляді рейтингів; є можливість порівняти дані поточного періоду з минулим.

Недоліком рейтингу, що пропонує UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators є те, що він є вузькоспеціалізованим – базується на дослідженні інкубаторів та акселераторів. Це робить неможливим проведення аналізу інших визначальних факторів, що стосуються стартапів, створених студентами.

Методичний підхід до оцінки функціонування бізнес-інкубаторів при університетах запропонований Д. І. Артемовою та А. С. Маловою (Росія) [1, с. 81]. Даний методичний підхід сформований на основі моделі «потрійної спіралі» Г. Іцковіца і Л. Лейдесдорффа. Опираючись на модель «потрійної спіралі», науковці розглядали інноваційність студентів, як союз між владою, бізнесом і університетом.

Методичний підхід охоплює наступні показники:

- характеризує стартапи, створені студентами:

1) дослідження цілей створення і функціонування університетських бізнес-інкубаторів;

2) аналіз типів вишів, при яких створюються бізнес-інкубатори;

3) визначення особливостей відбору проектів для підтримки;

4) оцінка ініціаторів створення і джерел фінансування;

- не характеризує стартапи, створені студентами:

5) участь бізнес-інкубаторів у розвитку інноваційних систем за принципами моделі «потрійної спіралі».

Перевагою даного методичного підходу є те, що він дає можливість визначення особливостей університетських бізнес-інкубаторів та їх вкладу в розвиток інноваційних систем. Основним недоліком – відсутність емпіричних даних, які потрібні для проведення аналізу.

The Female Founders Monitor (FFM) (Німеччина) [9]. Моніторинг жінок-засновниць стартапів (в т.ч. при університетах окремих країн світу). У FFM включено наступні показники для аналізу стартапів, створених студентами [9]:

1) розподіл проектів за статтю;

2) структурування команди та кількість працівників;

3) аналізування груп споживачів (стратегічна орієнтація);

4) оцінка фінансування;

5) партнерські відносини.

Показники FFM, які не використовуються для аналізу стартапів, створених студентами:

1) оцінка співпраці серед компаній (показник, містить дані про фірми, що співпрацюють між собою);

2) пріоритетні корпоративні стратегії (інформація, узагальнена у даному анкетуванні стосується лише жіночих стартапів, а отже, є неповною та суб'єктивною).

Основним недоліком The Female Founders Monitor є те, що його дослідження спрямоване лише на засновників жіночої статі. Це, у свою чергу, не дає можливості оцінити усіх студентів-стартаперів.

European University Association EUA Study (Бельгія) [3]. Асоціація університетів Європи проводить дослідження (раз у 3 роки) – The Role of Universities in Regional Innovation Ecosystems, в якому знаходять своє відображення такі оціночні групи:

- 1) оцінка регіонів щодо активності стартапів, створених студентами;
- 2) анкетування респондентів щодо можливості співпраці та взаємодії бізнесу та університету;

3) аналіз способів обміну та передачі знань від ЗВО до студента.

Показники EUA Study, що не досліджують стартапи, створені студентами:

- 1) динаміка фінансування університетів;
- 2) оцінка підвищення якості діяльності ЗВО;
- 3) аналіз співпраці між ЗВО країн Європи;

Для EUA Study характерним є використання методу якісного аналізу створення стартапів при ЗВО. Зважаючи на це, ключовим недоліком можна вважати суб'єктивність отриманих даних та їх нечіткі результати.

Startup Ranking (Перу) [8]. Всесвітній рейтинг включає оцінку наймасштабніших стартапівських екосистем. Методологія Startup Ranking заснована на кількісному алгоритмі. Рейтинг охоплює понад 100 тисяч бізнес-проектів, в тому числі, 60 тисяч стартапів. Недоліком Startup Ranking є те, що він не розмежовує стартапи, що були створені з / без участі ЗВО.

The State of European Tech – щорічне аналітичне дослідження, яке складає венчурна компанія Atomico (Великобританія) [10]. Моніторинг базується на наступних групах показників:

- 1) аналіз стану європейських технологій, створених стартап-компаніями;
- 2) оцінка інвестиції вкладених у стартапи;
- 3) аналіз інвесторів;
- 4) аналіз стартаперів за статевим розподілом;
- 5) призначення проектів та локалізація їх реалізації.

Показники The State of European Tech, які не використовуються для аналізу стартапів, створених студентами:

1) частка респондентів-засновників, які залучили зовнішнє фінансування у розрізі етнічної приналежності (не є доцільним проведення аналізу стартапів, створених студентами відповідно до даного критерію);

2) анкетування засновників у розрізі дискримінації права реалізації власної справи (етнічна / гендерна);

3) частка компаній, яка отримала дохід в 1 млрд. доларів США або вище, за регіонами (не містить інформацію про стартапи).

Показники мають кількісне співвідношення та підтвердженні статистикою дані, що є перевагою даного методичного підходу. Недоліком The State of European Tech є те, що оцінка подана лише у розрізі регіонів Європи, інші континенти не розглядаються. Немає чіткого розподілу на стартапи та стартапи, що створюють студенти.

European Startup Monitor (Німеччина) [2]. Метою ESM – збір та аналіз даних про стартапи, для виявлення загальних проблем запуску та масштабування проектів у країнах, ЗВО та пошуку шляхів їх вирішення.

ESM базує своє дослідження на основі таких ознак: визначення стартапів; характеристика засновників; характеристика запуску проектів; створення робочих місць; міжнародне розширення проектів; проблеми (виклики) реалізації стартапів.

Показники ESM, що не досліджують стартапи, створені студентами:

1) створення нових робочих місць (містить загальну інформацію про новостворені робочі місця за регіонами);

2) інтернаціоналізація стартапів (розповсюдження за регіонами) (дані, сформовані на опитуванні окремої частини респондентів).

Перевага ESM – опрацювання великої бази даних, партнерство з провідними компаніями та ЗВО, що підсилює правдивість отриманих даних. Недоліком ESM є те, що

окремо не піддається аналізу процес створення стартапів студентами за підтримки ЗВО.

German Startup Monitor (Німеччина) [4]. Основні цілі GSM – представити значення стартапів, окреслити економічні ініціативи щодо зміцнення місцезнаходження Німеччини та її регіональних екосистем, а також заохотити молодь до підприємництва.

GSM розглядає стартапи, які: молодші 10-и років, мають інноваційні технології та / або бізнес-моделі та мають або прагнуть до залучення співробітників.

Показників GSM, які досліджують стартапи, створені студентами:

- 1) середній розмір команди у регіонах Німеччини;
- 2) диференціація стартапів за сферами спрямування;
- 3) диференціація стартаперів за статтю / віком;
- 4) рейтингування німецьких університетів за кількістю створених стартапів.

До показників GSM, які не досліджують стартапи, створені студентами відносяться:

- 1) наслідки кризи Covid 19 у промисловості Німеччини;
- 2) заходи підтримки, що використовуються для зменшення впливу кризи Covid 19 на економіку країни.

German Startup Monitor засновано на онлайн-опитуванні керівників німецьких стартапів. Використовуючи опитування, як засіб аналізу стартап-руху, слід зважати, що воно має суб'єктивний характер. Це, у свою чергу, позбавляє дослідження системності, формальної несуперечності та неупередженості.

QS World University Rankings (Великобританія) [6]. Рейтинг QS оцінює університети за шістьма показниками: дослідницька діяльність, викладання, думка роботодавців і кар'єрний потенціал, кількість іноземних студентів і викладачів.

Відповідно до цього ранжування, ЗВО групують відповідно до комбінації показників добробуту, наукових досягнень, успіхів студентів, підприємницьких здобутків тощо.

Проте, рейтинг, містить недостатньо матеріалу з питань підприємництва студентів, не кажучи вже про створення стартапів.

Startup Friendliness Index (США) [7]. SFI відображає привабливість стартап-екосистем. Методичний процес SFI складається із таких етапів:

- 1) вибір та розмежування показників (65 показників) за категоріями (6 категорій): ринок (розподіл галузей за перспективністю), людський капітал (студенти-підприємці, найманні працівники), фінансування, інфраструктура, макропоказники (політична стабільність, оподаткування, рівень злочинності т.п.), тип підтримки бізнесу (акселератори, інкубатори, коворкінг);

- 2) прирівнювання значень отриманих показників за 100-ою шкалою;

- 3) агрегація даних.

Перевагою даного індексу є всеохопність цілого світу, де створюються стартапи. Це стає можливим за рахунок співпраці SFI з Google Maps. Недоліком даного методичного підходу – фрагментість, оскільки досліджує екосистему з окремих позицій.

Global Innovation Index (Швейцарія) [5]. GII – індекс, що відображає стан та рівень розвитку інновацій у країнах зі сторони різних категорій: державні інститути, університети, людський капітал тощо. Починаючи з 2007 року, формуванням індексу займаються Корнельський університет (США), Школа бізнесу INSEAD (Франція) і Всесвітня організація інтелектуальної власності.

Методичний процес GII складається із таких етапів:

- 1) збір та аналіз даних за 80 показниками різних категорій;
- 2) прирівнювання значень отриманих показників за 100-ою шкалою;
- 3) агрегація даних / присвоювання відповідного значення.

Показники GII, які не використовуються для аналізу стартапів, створених

студентами:

1) рейтингування науково-технічних кластерів (стартапи не включаються у рейтинг);

2) аналіз джерел фінансування інновацій (усіх).

Global Innovation Index дозволяє проаналізувати переваги та недоліки інноваційного клімату країни та окремих її позицій. Проте, він не аналізує окремо стартап-рух молоді.

Кожний із розглянутих методичних підходів аналізує досліджувані стартапи на певному етапі життєвого циклу проекту. Розмежуємо вищеописані методичні підходи у розрізі життєвого циклу стартапу та підходів до управління (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація методичних підходів до аналізу створення стартапів студентами у розрізі життєвого циклу стартапу та підходів до управління

Методичний підхід	Показник, що можна використати для авторського методичного підходу	Підхід	Етапи ЖЦ стартапу
1	2	3	4
UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators (Швеція) [11]	- рейтинг університетських інкубаторів та їх партнерські зв'язки; - проекти з найбільшими обсягами залучених інвестицій за країнами та університетами;	процесний	exit stage
Методичний підхід на основі моделі «потрійної спіралі» Г. Іцковіца і Л. Лейдесдорфа (Росія) [1, с. 81]	- перелік способів фінансового забезпечення стартапів, створених студентами;	процесний	startup stage
The Female Founders Monitor (FFM) (Німеччина) [9]	- гендерний розподіл засновників стартапів, створених студентами; - фінансове забезпечення стартапів, створених студентами;	системний	exit stage
European University Association EUA Study (Бельгія) [3]	- рейтинг університетів, при яких створювалися стартапи; - середня кількість засновників стартапу, створеного при ЗВО; - найпоширеніші сфери реалізації стартапів, створених студентами;	системний	exit stage
The State of European Tech (Великобританія) [10]	- гендерний розподіл засновників стартапів, створених студентами за регіонами; - відсоткове співвідношення віку засновників групи проекту за регіонами; - середня кількість засновників стартапу, створеного при ЗВО; - частка студентських патентів, поданих за регіонами походження;	системний	exit stage
Startup Ranking (Пефу) [8]	- найпоширеніші сфери реалізації стартапів; - перелік способів фінансування стартапів;	структурний	expansion stage
European Startup Monitor (Німеччина) [2]	- відсоткове співвідношення віку засновників групи проекту за регіонами; - гендерний розподіл засновників стартапів, створених студентами;	структурний	exit stage
German Startup Monitor (Німеччина) [4]	- середня кількість засновників стартапу, створеного при ЗВО; - сфери реалізації стартапів;	процесний	exit stage
QS World University Rankings (Великобританія) [6]	- рейтинг ЗВО відповідно до створення кваліфікованих кадрів;	системний	expansion stage

Продовж. табл. 1

1	2	3	4
Startup Friendliness Index (США) [9]	- рейтингування країн за типом підтримки стартапів;	процесний	growth stage
Global Innovation Index (Швейцарія) [5]	- рейтинг залучених інвестицій за країнами та інститутами.	процесний	startup stage

Класифікація методичних підходів до аналізу створення стартапів студентами у розрізі життєвого циклу стартапу та підходів до управління дає можливість виявити показники, які можна використати у авторській методиці аналізу.

Так, аналіз стартапів, створених студентами на стадії запуску (startup stage) краще здійснювати за допомогою Global Innovation Index та методичного підходу сформованого на основі моделі «потрійної спіралі». Вони допоможуть з'ясувати рівень інвестиційної привабливості регіонів, розміщення потенційних інвесторів тощо.

Аналіз стартапів, створених студентами на стадії зростання (growth stage) доцільно проводити на основі Startup Friendliness Index. Оцінка проектів на стадії розширення (expansion stage) стає можливою на основі QS World University Rankings та Startup Ranking.

Всі інші методичні підходи (UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators, European Startup Monitor, The State of European Tech, European University Association EUA Study) допоможуть проаналізувати студентські проекти на стадії «виходу» (exit stage).

Отже, дослідження існуючих методичних підходів щодо аналізу реалізації стартапів, створених студентами засвідчило про необхідність здійснення комплексного моніторингу і ґрунтовного відбору системи показників, що забезпечуватимуть цю комплексність.

Дослідження вищеписаних методичних підходів, дозволило сформулювати авторський методичний підхід до аналізу створення стартапів студентами (див. рис. 1). Даний аналіз має включати такі етапи.

1. Перший етап передбачає обґрунтування мети аналізу. Мета нашого аналізу – визначити особливості створення стартапів при університетах; розкриття основних проблем, що пригальмовують студентський стартап-рух.

2. Другий етап передбачає визначення напрямів аналізу створення стартапів при ЗВО, вибір яких спирається на визначальні ознаки:

- аналіз розвитку підприємницьких університетів;
- аналіз практики розвитку бізнес-інкубаторів при університетах зарубіжних країн;
- аналіз сфери реалізації та способів фінансування стартапів, створених студентами;
- аналіз засновників стартапів, створених студентами.

3. Третій етап передбачає вибір системи даних для аналізу згідно наведених напрямів аналізу. У нашому випадку, студентські проекти буде доцільно аналізувати за такою системою даних (відповідно до 4-х визначальних ознак):

Перша визначальна ознака:

- частка студентських патентів, поданих за регіонами походження;
- ТОП-10 провідних університетів, при яких створювалися стартапи.

Друга визначальна ознака:

- ТОП-10 університетських інкубаторів та їх партнерські зв'язки;
- характеристика найбільш відомих студентських інкубаторів при ЗВО.

Третя визначальна ознака:

- найпоширеніші сфери реалізації стартапів, створених студентами;

- перелік способів фінансового забезпечення стартапів, створених студентами;
- проекти з найбільшими залученими інвестиціями за країнами та університетами.

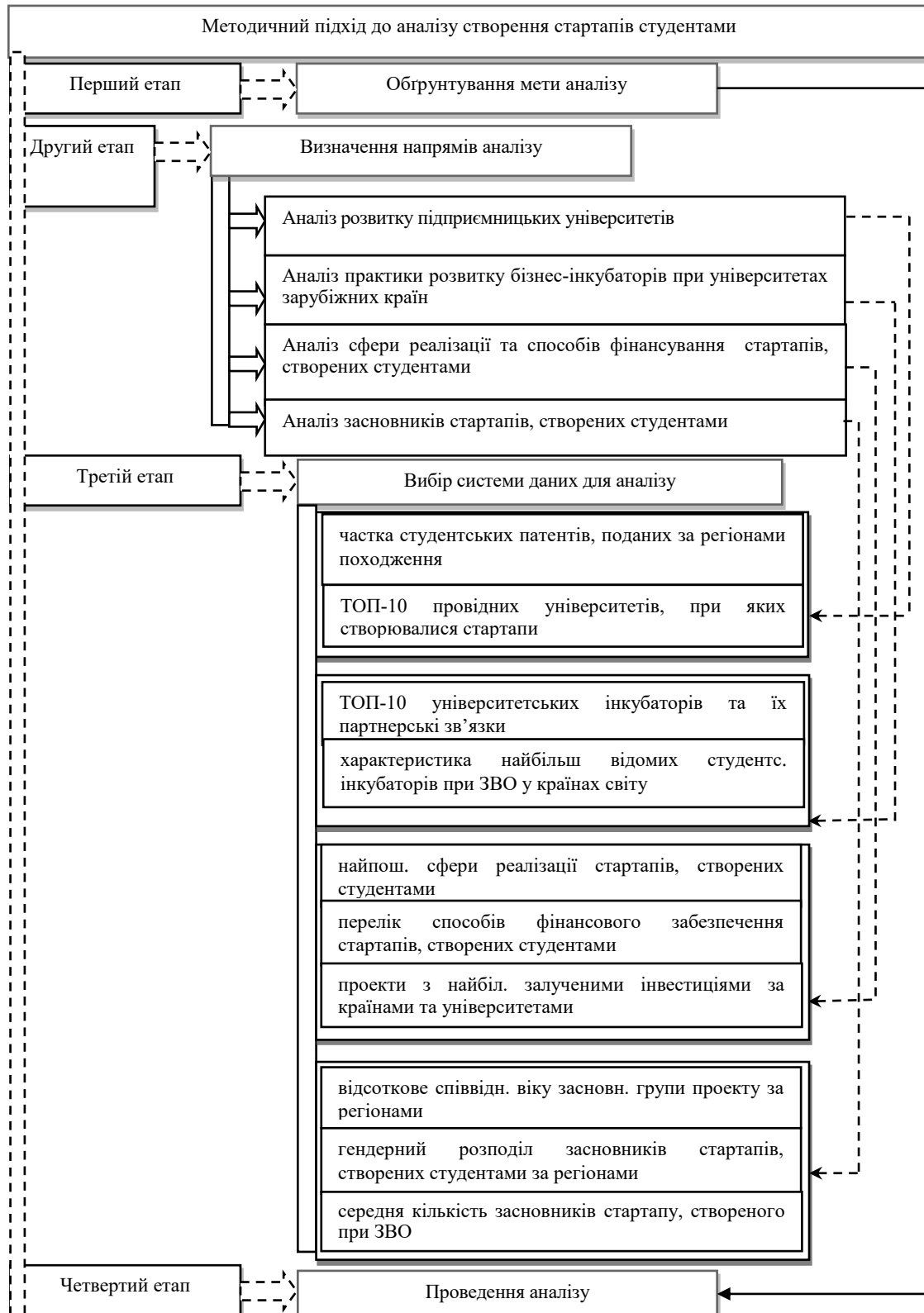


Рис. 1. Методичний підхід до аналізу створення стартапів студентами

Четверта ознака:

- відсоткове співвідношення віку засновників стартапів за регіонами;

- гендерний розподіл засновників стартапів, створених студентами за регіонами;
- середня кількість засновників стартапу, створеного при закладах вищої освіти.

4. Четвертий етап – власне оцінка стартапів, створених студентами. На даному етапі проводяться розрахунки відповідно до обраних визначальних ознак.

Висновки. Запропонований методичний підхід дозволить кількісно та якісно охарактеризувати практику розвитку бізнес-інкубаторів при університетах зарубіжних країн; сфери реалізації стартапів, створених студентами; способи фінансування стартапів, створених студентами, а отже, представити загальну картину щодо розвитку стартапів при ЗВО.

Список бібліографічного опису

1. Артемова В.И., Малова А.С., Мухачева А.В. Функционирование бизнес-инкубаторов при университетах Европы, Северной Америки и Азии. *Инновации*. №7. 2016 (213). С. 75-86.
2. European Startup Monitor. URL: <http://startupmonitor.eu> (дата звернення: 17.05.2021).
3. European University Association EUA Study. URL: <https://eua.eu> (дата звернення: 17.05.2021).
4. German Startup Monitor. URL: <https://deutscherstartupmonitor.de> (дата звернення: 17.05.2021).
5. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org> (дата звернення: 17.05.2021).
6. QS World University Rankings. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2021> (дата звернення: 17.05.2021).
7. Startup Friendliness Index. URL: <https://enpact.org/data-research/startup-friendliness-index> (дата звернення: 17.05.2021).
8. Startup Ranking. URL: <https://www.startupranking.com> (дата звернення: 17.05.2021).
9. The Female Founders Monitor (FFM). URL: <https://femalefoundersmonitor.de/en> (дата звернення: 17.05.2021).
10. The State of European Tech. URL: <https://2020.stateofeuropeantech.com> (дата звернення: 17.05.2021).
11. UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators 2020-2021. URL: <https://www.researchgate.net/publication/338992258> (дата звернення: 17.05.2021).

References

1. Artemova V.Y., Malova A.S., Mukhacheva A.V. Funktsyonyrovanye byznes-ynkubatorov pry unyversytetakh Evropy, Severnoy Ameryky y Azyy. *Ynnovatsyy*. No7. 2016 (213). S. 75-86. [in Russian].
2. European Startup Monitor. URL: <http://startupmonitor.eu>.
3. European University Association EUA Study. URL: <https://eua.eu>.
4. German Startup Monitor. URL: <https://deutscherstartupmonitor.de>.
5. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org>.
6. QS World University Rankings. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2021>.
7. Startup Friendliness Index. URL: <https://enpact.org/data-research/startup-friendliness-index>.
8. Startup Ranking. URL: <https://www.startupranking.com>.
9. The Female Founders Monitor (FFM). URL: <https://femalefoundersmonitor.de/en>.
10. The State of European Tech. URL: <https://2020.stateofeuropeantech.com>.
11. UBI Global World Rankings of Business Incubators & Accelerators 2020-2021. URL: <https://www.researchgate.net/publication/338992258>.

Дата подання публікації 15.07.2021р.

УДК 65.011.56

Дзямулич М.І., к.е.н., доцент
 Dziamulych M. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-3714-5062>

Фадєєва І. Г., д.е.н., професор
 Fadyeyeva I. Doctor of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0002-6978-1621>

Шматковська Т.О., к.е.н., доцент
 Shmatkovska T. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-2771-9982>

ПРОМИСЛОВИЙ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ У БІЗНЕС-ПРОЦЕСАХ

*Луцький національний технічний університет
 Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
 Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Широке розповсюдження нових технологій та інноваційних рішень в економічній діяльності, що відбувається останніми роками, а також посилена інтеграція досягнень технічного прогресу з мережевими технологіями, визначають нові тенденції в глобальній економічній системі, які мають наслідком формування нових принципів економічних відносин, котрі реалізуються в цифровій економіці. Трансформації, котрі відбуваються як на макро- так і на мікрорівні, стосуються не лише технологічних проривів глобальних інтернет-гігантів типу Google чи Amazon, але й знаходять своє місце і в бізнес-процесах середніх та малих підприємств по всьому світу. Іншим наслідком діджиталізації економічних відносин стає зростання ролі споживача, котрий одержує можливості безпосередньої взаємодії з виробниками товарів і послуг, впливаючи при цьому на миттєву модифікацію товару, який він хоче придбати в режим онлайн. Однак, реалізація таких можливостей цифрової економіки потребує також глобального приєднання споживачів до технічних її елементів, котрі забезпечують їм таку взаємодію.

В статті розглянуто сучасну специфіку застосування Промислового інтернету речей в бізнес-процесах суб'єктів господарювання різноманітних сфер діяльності. Визначено, що якщо на початку використання ІоТ було характерне лише для сервісних компаній, які займалися наданням різноманітних послуг своїм споживачам і трансформували цей процес, цілком перемістивши його в Інтернет мережу, то на даний час відбувається широке поширення ІоТ й безпосередньо у виробничих процесах. При цьому існують об'єктивні труднощі з інтеграцією автоматизованих систем управління виробництвом та сучасних систем мережевої взаємодії, оскільки це може потребувати реорганізації виробничого процесу. Досліджено, що забезпечення ефективності бізнес-процесів із застосуванням Промислового інтернету речей можливе лише за умови використання ефективних каналів та методів зв'язку, які забезпечують взаємодію пристроїв, на основі яких функціонує бізнес-процес. Таким чином, інноваційні рішення, що, які впроваджуються разом з Промисловим інтернетом речей, сприяють динамічному розвитку підприємств, які запроваджують дані системи у свою діяльність і включаються до глобальної мережі цифрової економіки.

Ключові слова: промисловий інтернет речей, комунікаційні технології, цифрова економіка, бізнес-процеси.

INDUSTRIAL INTERNET OF THINGS AND ITS APPLICATION IN BUSINESS PROCESSES

*Lutsk National Technical University
 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
 Lesya Ukrainka Eastern European National University*

The widespread use of new technologies and innovative solutions in economic activity in recent years, as well as the enhanced integration of technological progress with network technologies, determine new trends in the global economic system, resulting in the formation of new principles of economic relations in the digital economy. The transformations that are taking place at both the macro and micro levels are not only related to technological breakthroughs of global Internet giants such as Google or Amazon, but also find their place in the business

processes of medium and small enterprises around the world. Another consequence of the digitalization of economic relations is the growing role of the consumer, who gets the opportunity to interact directly with producers of goods and services, while influencing the instant modification of the goods he wants to buy online. However, the realization of such opportunities in the digital economy also requires the global connection of consumers to its technical elements, which provide them with such interaction.

The article considers the modern specifics of the application of the Industrial Internet of Things in the business processes of economic entities in various fields. It is determined that if at the beginning the use of IIoT was typical only for service companies that provided various services to their customers and transformed this process, completely moving it to the Internet, now IIoT is widespread in production processes. However, there are objective difficulties with the integration of automated production management systems and modern networking systems, as this may require reorganization of the production process. It has been researched that ensuring the efficiency of business processes with the use of the Industrial Internet of Things is possible only with the use of effective channels and communication methods that ensure the interaction of devices on the basis of which the business process operates. Thus, the innovative solutions that are implemented together with the Industrial Internet of Things, contribute to the dynamic development of enterprises that implement these systems in their activities and join the global network of digital economy.

Keywords: industrial Internet of things, communication technologies, digital economy, business processes.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Широке розповсюдження елементів цифрової економіки в умовах тотальної діджиталізації глобальної економічної системи, яке відбувається останніми роками, призводить також до трансформації бізнес-процесів, які необхідно адаптовувати до нових реалій взаємодії між усіма суб'єктами економічних відносин. Ключове місце в даному процесі займає формування Інтернету речей, який сприяє всеосяжному з'єднанню з Інтернетом найрізноманітніших гаджетів та повсякденних предметів, перетворюючи їх на систему підключених пристроїв, з котрими можна взаємодіяти з будь-якої точки планети. При цьому загальна парадигма Інтернету речей трансформує також спосіб взаємодії людей з навколишніми речами. У свою чергу, це призводить до необхідності формування специфічної інфраструктури, яка передбачає постійне з'єднання усіх елементів взаємодії з інтернетом з метою підтримки інноваційних послуг та забезпечує на порядок кращу ефективність взаємодії з цими речами у порівнянні з традиційними технологіями. Такі переваги забезпечують не лише поширення у сфері побутового споживчого їх використання, але й на певному рівні стають ключовим та невід'ємним елементом у бізнес-процесах. Таким чином, в останні роки відбувається поступова трансформація уже добре знайомого всім поняття Інтернет речей (IoT) в нову категорію, котру прийнято трактувати як Промисловий інтернет речей (Industrial IoT або IIoT).

На початках Промисловий інтернет речей формувався на основі постійного вдосконалення та покращення автоматизованих управлінських систем, спрямованих на підвищення ефективності функціонування підприємства, забезпечення зростання продуктивності виробництва та формування високого рівня мережевої безпеки застосовуваних програмних рішень на підприємстві. При цьому, оскільки усі подібні вдосконалення, які реалізовувалися на основі нових цифрових технологій, забезпечували стабільне зростання прибутковості підприємств, то на певному етапі їх діяльність стала фактично неможливою без застосування таких технологій, які генерують фінансові потоки для суб'єкта господарювання. Однак, оскільки на даний час Промисловий інтернет речей вийшов за межі рідкісних інновацій і поступово стає звичним елементом економічної діяльності, то особливої актуальності набуває дослідження ефективності його застосування у сучасних бізнес-процесах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення даної проблеми. Дослідження проблем формування цифрової економіки та пов'язаних з цим трансформацій, що відбуваються в економічних системах в процесі їх

діджиталізації широко розкрита в працях таких вчених, як Р. Айрес [4], К. Бейрефут [5], Е. Брюнйолфссон [7], Д. Фуденберг [8], Т. О. Шматковська [2] та інші. Крім того, необхідно відзначити вагомий вклад в дослідження сучасної специфіки формування бізнес-процесів підприємств за допомогою Промислового інтернету речей, які розкриті в працях таких фахівців, як К. Арнольд [3], Х. Бойєс [6], Г. В. Дугінець [1], Д. Серпанос [10], Е. Сісінні [11] та інших. Проте, динамічні зміни, що відбуваються у сфері цифрової економіки під впливом технологічних новацій значно змінюють застосування ІоТ в бізнес-процесах, постійно розширюючи сферу його застосування, що потребує більш ретельного дослідження специфіки впровадження ІоТ у діяльність підприємств.

Цілі статті. Метою статті є дослідження практики та принципів застосування Промислового інтернету речей (ІоТ) в бізнес-процесах різноманітних підприємств; визначення специфіки трансформації системи управління виробництвом під впливом інноваційних рішень, що закладаються в ІоТ, а також визначення практичних методів та інструментарію забезпечення підвищення ефективності та прибутковості бізнес-процесів, що реалізуються на принципах ІоТ.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Специфіка сучасного етапу розвитку глобальної системи економічних відносин полягає у цифровій трансформації бізнес-процесів, які значною мірою переорієнтовуються на управління за допомогою когнітивних технологій та штучного інтелекту з використанням різноманітних гаджетів, що постійно підключені до мережі Інтернет. Разом з тим, необхідно зазначити, що Промисловий Інтернет речей, який формується внаслідок таких трансформацій, виступає як складовий елемент загальної еволюції базового Інтернету речей. Разом з тим, складність виробничих операцій та застосування в управлінні бізнес-процесами більш складних систем та моделей, а також об'єктивна необхідність інтеграції програмних рішень та систем збору і аналізу даних зумовлюють загальну вищу складність Промислового інтернету речей у порівнянні із звичайним Інтернетом речей. Відповідно, можливості, які виникають внаслідок запровадження в бізнес-процеси специфічних інноваційних технологій Промислового інтернету речей, ускладнюють процес інтеграції таких систем ІоТ з класичними управлінськими автоматизованими системами – як у сфері управління підприємством, так і в сфері забезпечення інформаційної безпеки.

Визначально Промисловий інтернет речей застосовувався у бізнес-процесах тих підприємств, які орієнтувалися на сервісні послуги для своїх клієнтів і за допомогою цілодобової онлайн-підтримки програмних рішень вибудовували функціонування своїх сервісів на основі повної діджиталізації надаваних послуг, включаючи елементи штучного інтелекту та чат-боти, що забезпечували повноцінне функціонування систем. В той же час, більш складні системи промислових підприємств тривалий час залишалися автоматизованими на основі рішень, розроблених ще 20-30 років тому, коли виробничий процес переорієнтовувався на застосування нових технологій та автоматизованих виробничих ліній. Проблема запровадження ІоТ в промисловості полягала в необхідності поєднання автоматизації управлінських та виробничих програмних рішень в один комплекс, ефективність функціонування якого залишається під питанням і досі, зважаючи на специфіку сфери діяльності кожного окремого підприємства.

Можна стверджувати, що в загальному будь-яка інтегрована система управління усіма підрозділами виробничого підприємства, здатна забезпечити його гнучкість і цим дозволяє підприємству орієнтуватися на нові можливості реалізації наявних ресурсів. Відповідно, для забезпечення результативності таких систем виникає потреба інтеграції в Промисловому інтернеті речей крім управлінської та виробничої автоматизованих систем також системи планування та використання ресурсів суб'єкта господарювання. А крім того, реальне функціонування таких систем безумовно повинне орієнтуватися на

інтеграцію основних виробничих операцій, котрі у своїй більшості працюють на принципах автоматизації виробничих ліній і є несумісними з технологіями ІоТ.

Разом з тим, як зазначає Г. Дугінець: «слід зауважити, що впровадження ІоТ надає незаперечні економічні переваги, але є й зворотний бік: втрата робочих місць, яку вже помітили представники багатьох глобальних сфер діяльності. Відповідно актуалізується питання щодо підготовки робочої сили майбутнього – кваліфікованих фахівців, здатних управляти трансформаційними можливостями, що прийдуть разом з «ІоТ». Таких, які будуть володіти компетенціями, необхідними для розв’язання певних галузевих завдань і досягнення конкретних результатів» [1, с. 131]. І дійсно, проблема вивільнення робочої сили вже актуальна в глобальних компаніях, які перейшли на функціонування за принципами Промислового інтернету речей. Зокрема, Uber працює по всьому світу без підтримки диспетчерських служб та корпоративних гаражів та власного ремонтного автосервісу. А, зокрема, Harley Davidson, за рахунок впровадження єдиного виробничого майданчику, зуміли скоротити тривалість свого виробничого циклу з 21 дня до 6 годин і цим втричі зменшили чисельність виробничого персоналу разом із збільшенням обсягів випуску та реалізації продукції [9].

Необхідно також зауважити, що розробка та впровадження систем та служб Промислового інтернету речей вимагають від підприємства розробки специфічних програмних архітектур, які повинні забезпечити належний рівень ефективності виробничих операцій, а також передбачати потенційну майбутню сумісність з пристроями та програмними продуктами, які можуть стати актуальними в майбутньому. Крім того, забезпечення функціонування ІоТ на підприємстві передбачає підключення специфічних кіберфізичних систем, систем зв’язку та мереж, інтеграцію автоматизованої взаємодії з інтернет-системами постачальників послуг тощо. Таким чином, можна стверджувати, про можливість формування певних специфічних стандартів та принципів архітектури Промислового інтернету речей, які можуть бути основою для його запровадження на підприємствах. (рис. 1).

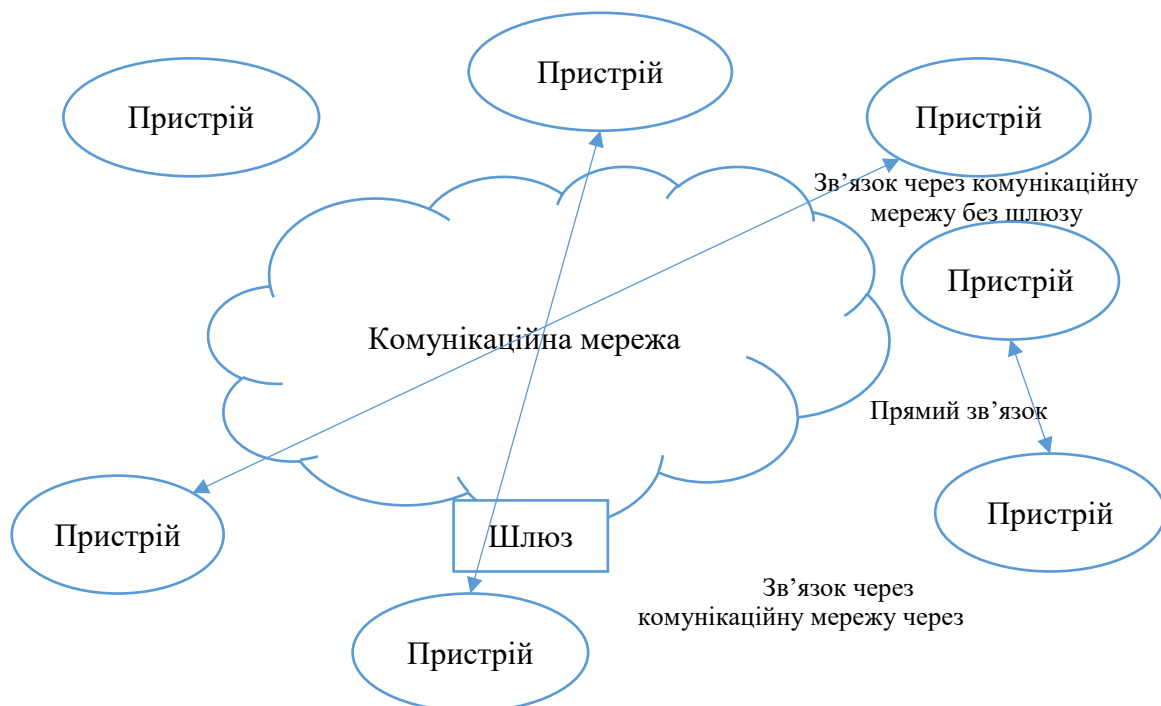


Рис. 1. Формування архітектури методів зв’язку для пристроїв Промислового інтернету речей

Джерело: [10, с. 43]

Як бачимо, ключовим питанням наведеної моделі взаємодії пристроїв, як її елементів в системі Промислового інтернету речей, є принцип, за яким будується зв'язок між окремими елементами, що задіяні в бізнес-процесах. Як свідчить практика, найбільшого поширення в даний час набули три методи зв'язку, засновані на використанні шлюзів та комунікаційних мереж. При цьому окремі пристрої, що включені в мережу ПоТ, можуть з'єднуватися без використання шлюзів, напряду між собою, а також – через локальні мережі або ж через комунікаційну мережу, що використовує шлюзи і є найбільш ефективною в аспекті забезпечення стабільності роботи самої системи ПоТ.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що досягнення високої ефективності бізнес-процесів із застосуванням Промислового інтернету речей можливе за умови використання ефективних каналів та методів зв'язку, що забезпечують взаємодію пристроїв, на основі яких і будується сам бізнес-процес, незалежно – чи це сервісне обслуговування клієнтів, чи система промислового виробництва. Інноваційні рішення, що, які впроваджуються разом з Промисловим інтернетом речей, безумовно, сприяють динамічному розвитку підприємств, які запроваджують дані системи у свою діяльність і включаються до глобальної мережі цифрової економіки.

Практична ж реалізація завдань по підвищенню ефективності функціонування таких підприємств, а також підвищення їхньої прибутковості за рахунок використання рішень, що пропонує ПоТ повинна передбачати орієнтацію суб'єктів господарювання на наступні можливості, які розкриваються перед ними завдяки впровадженню технологій Промислового інтернету речей:

- програмні та технологічні рішення ПоТ сприяють підвищенню рівня взаємодії із споживачами, що дозволяє миттєво в режимі онлайн визначати їх потреби від конкретного бізнес-процесу та вносити необхідні корективи в систему виробництва або збуту;
- використання якісно нових технологій в системі ПоТ дозволяє підприємствам створювати для своїх споживачів нові продукти в режимі онлайн, а також оперативно вдосконалювати існуючі і цим підтримувати високий рівень попиту на продукцію;
- за допомогою пристроїв, що включені в систему ПоТ виникає можливість оптимізації та корегування усього виробничого процесу підприємства, виходячи з аналізу поточної ситуації на ринку, при цьому така корекція виробничих планів може відбуватися через кілька годин після визначення зміни зовнішнього середовища;
- впровадження IoT дозволяє підприємствам більш раціонально та оптимально використовувати наявні ресурси – як фінансові, так і матеріальні, у певних випадках виникають можливості мікроменеджменту ресурсів, коли досягається стовідсоткова ефективність управління ними. Наслідком цього є загальне зростання прибутковості функціонування підприємств, що переходять на застосування Промислового інтернету речей.

Список бібліографічного опису:

- 1.Дугінець Г. В. Концепція "Інтернет речей" у глобальному виробництві: досвід для України. *Економіка і регіон*. 2018. № 1. С. 127-133.
- 2.Шматковська Т. О., Сташук О. В., Дзямулич М. І. Великі дані та бізнес-моделювання економічних систем. *Ефективна економіка*. 2021. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8906> (дата звернення 01.08.2021).
- 3.Arnold, C., Kiel, D., Voigt, K.-I. How the industrial internet of things changes business models in different manufacturing industries. *International Journal of Innovation Management*. 2016.
- 4.Ayres, R. U.; Williams, E. The digital economy: Where do we stand?. *Technological Forecasting and Social Change*. 2004, Vol. 71(4). Pp. 315-339.
- 5.Barefoot, K., Curtis, D., Jolliff, W., Nicholson, J. R., Omohundro, R. Defining and measuring the digital economy. Washington, DC: US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis. 2018. 25 p.
- 6.Boyes, H., Hallaq, B., Cunningham, J., Watson. T. The industrial internet of things (IIoT): An analysis framework. *Computers in industry*. 2018. Vol. 101. Pp. 1-12.
- 7.Brynjolfsson, E.; Collis, A. How should we measure the digital economy. *Harvard Business Review*, 2019. Vol. 97(6). Pp. 140-148.

8. Fudenberg, D., Villas-Boas, J. M. In the digital economy. The Oxford handbook of the digital economy. 2012 254 p.
9. Industrial Internet of Things. URL: <https://it-enterprise.com/knowledge-base/technology-innovation/promyshlennyj-internet-veschej> (дата звернення 01.08.2021).
10. Serpanos, D., Wolf, M. Industrial internet of things. In: *Internet-of-Things (IoT) Systems*. Springer, Cham, 2018. Pp. 37-54.
11. Sisinni, E, et al. Industrial internet of things: Challenges, opportunities, and directions. *IEEE transactions on industrial informatics*. 2018. Pp. 4724-4734.

Reference:

1. Duginets, G. V. Kontsepsia "Internet rechei" u globalnomu vyrobnytstvi: dosvid dlia Ukrainy [The concept of "Internet of Things" in global production: experience for Ukraine]. *Ekonomika ta region – Economy and region*. 2018. Vol. 1. Pp. 127–133. [in Ukrainian].
2. Shmatkovska, T. O., Stashchuk, O. V., Dziamulych, M. I. Velyki dani ta biznes-modeliuvannya ekonomichnykh system [Big data and business modeling of economic systems]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*. 2021. Vol. 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8906> (Accessed on 01.08.2021). [in Ukrainian].
3. Arnold, C., Kiel, D., Voigt, K.-I. How the industrial internet of things changes business models in different manufacturing industries. *International Journal of Innovation Management*. 2016.
4. Ayres, R. U.; Williams, E. The digital economy: Where do we stand?. *Technological Forecasting and Social Change*. 2004, Vol. 71(4). Pp. 315-339.
5. Barefoot, K., Curtis, D., Jolliff, W., Nicholson, J. R., Omohundro, R. Defining and measuring the digital economy. Washington, DC: US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis. 2018. 25 p.
6. Boyes, H., Hallaq, B., Cunningham, J., Watson, T. The industrial internet of things (IIoT): An analysis framework. *Computers in industry*. 2018. Vol. 101. Pp. 1-12.
7. Brynjolfsson, E.; Collis, A. How should we measure the digital economy. *Harvard Business Review*, 2019. Vol. 97(6). Pp. 140-148.
8. Fudenberg, D., Villas-Boas, J. M. In the digital economy. The Oxford handbook of the digital economy. 2012 254 p.
9. Industrial Internet of Things. Retrieved from: <https://it-enterprise.com/knowledge-base/technology-innovation/promyshlennyj-internet-veschej> (Accessed on 01.08.2021).
10. Serpanos, D., Wolf, M. Industrial internet of things. In: *Internet-of-Things (IoT) Systems*. Springer, Cham, 2018. Pp. 37-54.
11. Sisinni, E, et al. Industrial internet of things: Challenges, opportunities, and directions. *IEEE transactions on industrial informatics*. 2018. Pp. 4724-4734.

Дата подання публікації 06.08.2021р.

UDC 332.12(477)

Zabedyuk M., PhD, Associate Professor
Забедюк М.С., к.е.н., доцент
<https://orcid.org/0000-0001-5913-6090>

PROBLEMS OF ENSURING THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS INCREASE IN MODERN CONDITIONS

Lutsk National Technical University

The article analyzes the theoretical foundations of the profitability of the enterprise. In particular, the essence of the concept of "profitability", functions and types of profitability is investigated. The reasons for the low profitability of enterprises in Ukraine in modern conditions are considered and the ways of its increase are proposed.

Investigation of existing approaches to the interpretation of the concept of profitability allowed to summarize the main features that characterize the profitability, namely: the ratio of profits to expenses, the ability to make a profit, an economic instrument, the main criterion of economic efficiency, an indicator of the efficiency of the enterprise, etc.

The main reasons for the low profitability of enterprises in Ukraine in modern conditions are the following: reducing the volumes of profits, a significant increase in production cost, insufficiency and ineffectiveness of investment and innovation activities, insufficient control by state bodies on the reliability of reporting data, cost indicators, profits, pricing, etc.

The main directions that would allow to increase the profitability of business entities are proposed: the implementation of larger volumes of profitable products, works, services; optimization of assortment of products, works, services; innovative ways of reducing the cost of products, works and services; diversification of activity; activation of investment and innovation activity as a whole; improvement of labor motivation system, etc.

Key words: profitability, profit, profitability of the enterprise, efficiency of activity, types of profitability, cost.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Луцький національний технічний університет

У статті здійснено дослідження теоретичних основ рентабельності підприємства. Зокрема, досліджено сутність поняття «рентабельність», функції та види рентабельності. Розглянуто причини низької рентабельності діяльності підприємств в Україні в сучасних умовах та запропоновано шляхи її підвищення.

Дослідження існуючих підходів до трактування поняття рентабельності дозволило узагальнити основні ознаки, що характеризують рентабельність, а саме: співвідношення прибутку з витратами, здатність отримувати прибуток, бачення рентабельності як економічного інструменту, як основного критерію економічної ефективності, як показника ефективності роботи підприємства тощо.

Визначено основні причини низької рентабельності діяльності вітчизняних підприємств в сучасних умовах, а саме: зниження обсягів прибутків, суттєве підвищення собівартості виробництва, недостатність та неефективність інвестиційно-інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, недостатній контроль з боку державних органів щодо достовірності звітних даних, показників собівартості, прибутку, ціноутворення тощо.

Сформовано основні напрямки, які б дозволили підвищити рентабельність суб'єктів господарювання: реалізація більших обсягів прибуткової продукції, робіт, послуг; оптимізація асортименту продукції, робіт, послуг; інноваційні напрямки зниження собівартості продукції, робіт, послуг; диверсифікація діяльності; активізація інвестиційно-інноваційної діяльності в цілому; удосконалення системи мотивації праці тощо.

Ключові слова: рентабельність, прибуток, рентабельність підприємства, ефективність діяльності, види рентабельності, собівартість.

Problem setting and its relationship with important scientific and practical tasks.

Transformation processes taking place in the economy in the direction of forming market conditions of management, require enterprises to operate profitably. Only effective management of financial and other types of resources, comparing profits with costs, can ensure financial stability, competitiveness and development for the future of any business entity.

Given the number and variety of factors that affect the profitability of production, each business entity is forced to constantly look for new ways to optimize production and economic activity, increase competitive positions, which, in turn, would increase profitability.

In the conditions of increasing competition, the problems of finding ways to increase the profitability of economic entities are among the most pressing. After all, achieving the maximum possible level of profitability provides each enterprise not only efficient operation, maintaining a competitive position, but growth in the long run.

Recent research and publications analysis. Problems of increasing the profitability of enterprises are considered in the works of such authors as V.G. Andriychuk, M.M. Berdar, Y.A. Dolgorukov, I.Y. Epifanova, O.A. Zinchenko, V.R. Kobyletsky, O.K. Kurochkina, O.O. Nepochatenko, I.V. Oleksandrenko and others.

At the same time, it is necessary to study the reason for the low profitability of enterprises and find ways to increase it taking into account the current crisis conditions.

The purpose of the article. The aim of the study is to examine main features of profitability, find out reasons for low profitability enterprises in Ukraine and propose ways to increase their profitability.

The main results and their rationale. From the ability of business entities to ensure the appropriate level of profitability depends on their financial stability, ability to protect the interests of investors, to maintain a competitive position. Therefore, the problems of ensuring

profitability for businesses are the most relevant among economic problems, because achieving the highest possible level of profitability can increase the efficiency of both the individual enterprise and the state as a whole.

In a market economy, financial resources are invested in any activity on the criterion of maximum profit. Because of this, profitability plays an important role in determining the financial results of the enterprise. After all, managers and the owners of the enterprise's capital must always evaluate any decision in the field of money management by comparing costs with profits. Another important point is that financial resources are limited, and the profit is an important financial resource that can be reinvested to receive new profits [1].

It should be noted that profitability is a complex economic category of a market economy. The study of the essence of profitability makes it possible to effectively manage each individual business entity and the national economy as a whole.

Therefore, first of all, it is necessary to study the essence of the concept of "profitability". In a broad sense, "profitability is an integrated indicator that reflects the efficiency of the enterprise that aims to make a profit in the short term and indicates the quality of management decisions relating to financial, operating and investment activities of the enterprise" [2].

Also, scientists point to the multilevel concept of profitability, interpreting it as:

"- profitability of production and sale of all products (works, services) or certain types of it;

- profitability of enterprises, organizations, institutions as a whole as business entities;

- profitability of various sectors of the economy "[3].

Existing approaches to the interpretation of the concept of "profitability" with highlighting of their defining characteristics are presented in Table 1.

Table 1

Interpretation of the concept of "profitability"

The essence of the concept "profitability"	Defining characteristics
The ratio of profit to costs (one of the main indicators of efficiency of economic entities of various forms of ownership, which characterizes the intensity of their work) [4]	The ratio of profit to expenses
The company's ability to make a profit from its business activities, using its resources, is an economic tool that underlies all decisions of the company to manage activities and relationships with business partners and therefore acquires the status of the main criterion used to assess economic efficiency [5]	- ability to make a profit; - economic instrument; - the main criterion of economic efficiency
One of the main indicators of production efficiency, which characterizes the level of return on assets and the degree of capital use in the production process [6]	An indicator of the efficiency of the enterprise
Relative indicator of the level of the enterprise, which characterizes the efficiency of the enterprise as a whole, the profitability of various activities [2]	
Measures the profitability of the enterprise from different positions. Profitability indicators are grouped in accordance with the interests of participants in the economic process of market exchange. They allow to evaluate the effectiveness of invested resources. [7]	
An indicator of economic efficiency of production of an industrial enterprise, which reflects the final results of economic activity [8]	
Criterion of economic efficiency, which provides a profit after deducting all costs of its production and sale [9]	Criterion of economic efficiency
Relative indicator of production intensity, which characterizes the level of payback (profitability) of the relevant components of the production process or total costs of the enterprise [10]	Indicator of production intensity

Thus, the study of existing approaches to the interpretation of the concept of profitability allows us to summarize following main features that characterize profitability:

- the ratio of profit to expenses;
- ability to make a profit;
- economic instrument;
- the main criterion of economic efficiency;
- an indicator of the efficiency of the enterprise;
- criterion of economic efficiency;
- indicator of production intensity.

Also, it should be specified following profitability functions:

- is an indicator that assesses the rational use of resources;
- generates a generalized assessment of the enterprise;
- reflects the increase in the cost of capital;
- stimulates employees to work effectively;
- regulates the rate of expanded reproduction of fixed assets.

Profitability is of several types, the main of which are presented in Figure 1.

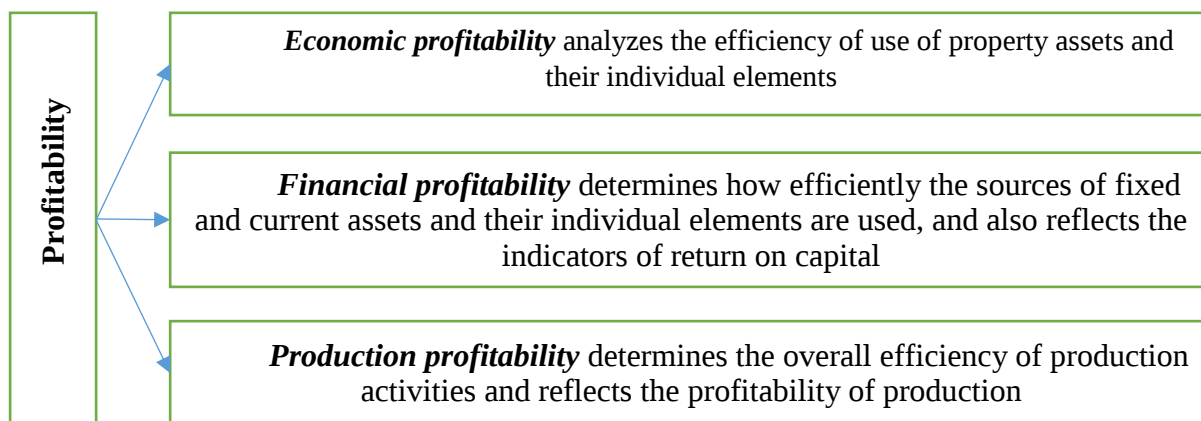


Fig. 1 The main types of profitability

It should be noted that profitability indicators are important characteristics of the factor environment of profit (income) of the enterprise. Therefore, they are key and necessary components of comparative analysis and assessment of the financial condition of the enterprise. Also, in the process of production analysis, profitability indicators are used as a tool of investment policy and pricing.

Accordingly, there are several groups of indicators that make up the system of profitability indicators:

"- indicators based on the cost approach (characterize the payback of the enterprise and investment projects);

- indicators that characterize the profitability of sales (characterize the efficiency of commercial activities and reflect the amount of profit that the enterprise receives from each hryvnia of sales);

- indicators based on the resource approach (used to determine the profitability of resources or capital of the enterprise)" [11].

Therefore, due to the analysis of profitability, business entities have the opportunity:

- identify the effectiveness of financial resources and the level of its rational use;
- produce products (provide services) of high profitability that could meet the demand and needs of consumers;
- increase their competitive positions in the market.

It should be noted that in modern business conditions, many enterprises face problems of low profitability, the reasons for which are:

- reduction of profits;
- a significant increase in production costs;
- insufficiency of investment and innovation activities of economic entities;
- insufficient control by government agencies over the reliability of reporting data, cost indicators, profits, pricing, etc.

Therefore, enterprises, analyzing the factors of the most negative impact on profitability, must constantly look for ways and implement possible measures to increase profitability.

The main ways of increasing the profitability of the enterprise are:

- growth of sales, performance of works and provision of various types of services;
- reducing the cost of products, works and services;
- effective product quality control, constant work on improving the quality and competitiveness of products;
- increasing the efficiency of use of fixed assets of the enterprise;
- optimization of the composition and structure of current assets of the enterprise;
- increasing the effectiveness of marketing policy;
- increase of labor productivity, etc.

The above ways are common and widely used to increase the level of profitability of enterprises. At the same time, in our opinion, it is critical to form and implement exactly those directions and measures that are optimal in modern conditions (Table 2).

Table 2

Ways to increase profitability in modern conditions

Directions for increasing the profitability of the enterprise	Characteristics of the directions
1. Sale of large volumes of profitable products, works, services	The marketing strategy of the enterprise should be aimed at finding ways to sell those types of products, works, services that provide maximum profit and level of profitability
2. Optimization of the range of products, works, services	The formation of the range of products, works and services should take into account the constant variability of customer requirements and be sensitive to market conditions and demands
3. Innovative ways of reducing the cost of products, works and services	In modern conditions this direction is the most effective factor in profitability growth
4. Optimization of the composition and structure of current assets	Businesses need measures to improve the efficiency of formation and use of current assets in order to maximize profitability
5. Diversification of activities	Diversification of activity would allow to use endogenous potential and untapped opportunities
6. Activation of investment and innovation activities	It is necessary to constantly search for and use new promising ways, approaches to intensify investment and innovation activities
7. Improving the system of work motivation	In the modern labor market in Ukraine, there is a significant outflow of labor abroad, in particular, highly skilled workers. Therefore, it is necessary to develop an effective system of work motivation (especially material incentives).

The implementation of the proposed measures in the complex is aimed at increase the level of profitability of the enterprises and the efficiency of their activities as a whole.

Conclusion. Thus, ensuring profitability of the enterprise is especially important in today's crisis, when management needs to constantly make decisions to ensure the financial stability of the enterprise. The effects of the negative factors caused by the crisis were exacerbated by the effects of the pandemic, which affected the profitability of enterprises.

Today, many companies in Ukraine are in a difficult financial situation and need to take measures to increase profitability. A significant proportion of enterprises are unprofitable,

insolvent or there is a gradual decrease in profitability of their activities. Therefore, each business entity must actively seek all possible ways to increase effectiveness of their activities taking into account effects of crises.

References:

1. Bezruchenko I.V. Profitability of the enterprise as the main indicator of efficiency of its activity. Available at: file:///C:/Users/User/Downloads/280-740-1-PB%20(6).pdf (accessed 12.06.2021)
2. Profitability. The essence and indicators. Available at: <https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/229-rentabelnist> (accessed 19.06.2021)
3. The essence and methods of calculating profitability. Available at: <https://finpdotme.wordpress.com> (accessed 22.03.2021)
4. Nepochatenko O.O., Melnichuk N.Yu. (2013). Finance of enterprises. Kyiv: Center for Educational Literature
5. Kurochkina O.K. Profitability of the enterprise as the main indicator of efficiency of its activity. Available at: file:///C:/Users/User/Downloads/6877 (accessed 28.03.2021).
6. Berdar M.M. (2010). Finance of enterprises. Kyiv: Center for Educational Literature.
7. Sviridova S.S., Pozhar O.O., (2014). Assessment of factors influencing the profitability of the enterprise. *A young scientist*, 11 (14), 93–96.
8. Profitability of the enterprise: theoretical bases. Available at: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19538/ (accessed 10.07.2021).
9. Andriychuk V.G. (2002). Economics of agricultural enterprises: a textbook. Kyiv: KNEU.
10. Dolgorukov Yu.A. (2006). Management of working capital efficiency in industry. *Finance of Ukraine*, 11, 103–105.
11. Epifanova I.Y., Syoma O.O. (2012). Formation and use of profit in the system of sustainable development of enterprises. *Economic space*, 67. Dnipropetrovsk: PDABA. 248–254.

Дата подання публікації 10.08.2021р.

UDC 331.101.31

Anna Zaporozhets

PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences), Associate Professor of the Department of Management and Public Administration,
<https://orcid.org/0000-0001-6345-9474>

APPROACHES AND METHODS OF DEVELOPMENT, ADOPTION AND IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT DECISIONS

Kharkiv National University of Municipal Economy named after OHM. Бекетова

Any purposeful human activity is always associated with decision-making, and this process is a structural element, the most important attribute of activity. In all spheres of society, at all levels of management, the managerial decision is the main activity of the leader. The process of development, adoption, organization of implementation and implementation of such a decision reflects the content and essence of management and is considered in science as a specialized activity designed to streamline relations between people and subjects of socio-economic relations. This is a mechanism for empowering management entities to direct the process of joint activities of people to solve common socio-economic problems.

The article analyzes the general approaches and methods of development, adoption and implementation of management decisions. Development and decision-making is a certain sequence of actions (operations), which ensures decision-making. Development and decision-making - a number of different, but fairly typical procedures, which are separate stages in the management process, which allows you to build a general scheme of the management decision-making process.

The study of approaches and methods of development and implementation of management decisions allowed us to determine that the development and adoption of management decisions is a certain sequence of actions (operations), which ensures decision-making. Development and decision-making - a number of different, but fairly typical procedures, which are separate stages in the management process, which allows you to build a general scheme of the management decision-making process. There are two main approaches to making management decisions: centralized and decentralized. Traditional, economic-mathematical, systematized and system-target methods should be used in the development and adoption of management decisions.

Keywords: management decision, manager, aspects of acceptance, implementation, responsibility, problem.

ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ РОЗРОБКИ, ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

Будь-яка цілеспрямована діяльність людини завжди пов'язана з прийняттям рішень, а процес цей є структурним елементом, найважливішим атрибутом діяльності. У всіх сферах суспільства, на всіх рівнях управління управлінське рішення являє собою основний вид діяльності керівника. Процес вироблення, прийняття, організації виконання та реалізації такого рішення відображає зміст і сутність управління і розглядається в науці як спеціалізована діяльність, покликана впорядкувати відносини між людьми і суб'єктами соціально-економічних відносин. Це механізм наділення суб'єктів управління повноваженнями направляти процес спільної діяльності людей на рішення загальних соціально-економічних проблем.

В статті проаналізовані загальні підходи та методи розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень. Розробка та прийняття управлінських рішень це певна послідовність дій (операцій), завдяки яким забезпечується прийняття рішень. Розробка та прийняття рішень – це цілий ряд різноманітних, але досить типових процедур, що представляють собою окремі етапи в процесі управлінської діяльності, що дозволяє побудувати загальну схему процесу прийняття управлінських рішень.

Проведене дослідження підходів та методів розробки та реалізації управлінських рішень дозволило визначити, що розробка та прийняття управлінських рішень це певна послідовність дій (операцій), завдяки яким забезпечується прийняття рішень. Розробка та прийняття рішень – це цілий ряд різноманітних, але досить типових процедур, що представляють собою окремі етапи в процесі управлінської діяльності, що дозволяє побудувати загальну схему процесу прийняття управлінських рішень. До вироблення управлінських рішень існує два основних підходи: централізований і децентралізований. При розробці та прийнятті управлінських рішень слід би застосовувати традиційні, економіко-математичні, систематизовані та системно-цільові методи.

Ключові слова: управлінське рішення, керівник, аспекти прийняття, реалізація, відповідальність, проблема.

Statement of the problem in general and its connection with important scientific and practical tasks. In modern conditions, the achievement of specific results of management is impossible without understanding the nature of management decisions, ways to develop, adopt and implement them. The effective work of the subjects of economic relations is directly related to the process of development, adoption and implementation by management and managers of management decisions. The role of management decisions has grown significantly in terms of scientific and technological progress, which on the one hand - significantly expands the capabilities of managers at different levels and increases the speed of management decisions, and on the other - improves the scientific basis of management decisions, its optimization and efficiency. Improving the efficiency of development and implementation of management decisions by improving its technology - a very difficult task,

Analysis of recent studies that have begun to address the problem. The study of issues related to solving problems related to improving the technology of management decision-making in the enterprise is given considerable attention by foreign and domestic scientists, such as: G. Simon, T. Saati, D. Derlow, M. Bolyukh, Z. Burchevsky, I. Gevko, M. Gorbatok, N. Ivanchenko, G. Atamanchuk, Y. Korolev, V. Korotnev, N. Mala, I. Pronik, M. Orliv, V. Stadnyk, M. Yokhna, V. Kolpakov, E. Smirnov, A. Shegda, R. Fatkhutdinov, V. Yukaeva, V. Yatsyuruk and many other researchers. However, many questions remain unnoticed by scientists. Thus, the issue of improving the technology of making and implementing management decisions remains an understudied problem of modern management and requires a more in-depth analysis of areas and ways to improve them.

Objectives of the article. The purpose of the study is research of theoretical aspects of making and implementing management decisions at the enterprise.

Presentation of the main material of the study with a full justification of the obtained scientific results. Development and decision-making is a certain sequence of actions (operations), which ensures decision-making. Development and decision-making - a number of different, but fairly typical procedures, which are separate stages in the management process, which allows you to build a general scheme of the management decision-making process. There

are two main approaches to making management decisions: centralized and decentralized.

With a centralized approach, most decisions are made by the top management of the organization. The decentralized approach encourages managers to transfer responsibility for decision-making to a lower management level. This approach frees senior executives from small day-to-day operations.

One of the obvious advantages of the decentralized approach is the imposition of special responsibility in decision-making on local leaders, emphasizing the importance of their powers. The degree of decentralization in the decision-making process depends on the preferences of individual leaders, organizational structure and other factors. The preference given to an approach depends on many factors: the competence of the leader, the level of qualification of the team, the nature of the tasks, resources, etc.

Each of these approaches can be implemented in individual or group forms.

The individual form of decision-making involves the participation in this process only the head. This form is often better when the time and money to make a decision is small or group decision making is not possible purely physically.

In group form, the leader and several (one or more employees) work together on one problem (boards, meetings, debates, participation systems, etc.). An important advantage of this form of decision-making is the ability of the decision-maker to gather more information to develop alternative solutions and thus prevent gross errors and abuses and increase the validity of the choice. The use of the group form is based on two assumptions:

- the group makes decisions easier than one person;
- group decision is easier to implement.

However, the group decision-making reduces the efficiency of management and "blurs" the responsibility for its results.

The success of the participation system depends on the nature of the problem. One of the simplest forms of the participation system is the "Suggestion Box", in which employees drop written proposals (signed or not) on a specific issue, which the manager later reads and considers.

Significantly increase the efficiency of decisions, regardless of approaches to decision-making and the use of various forms of implementation of this process is possible by carrying out the necessary actions and operations in a strict logical sequence.

The decision-making process should begin with identifying the problem, which means the deviation of the situation from the desired state, ie identifying the discrepancy between the real, observed state of the controlled system and its desired state.

The signal for the leader to start looking for ways, ways of action that allow to fully or partially solve the problem, is his feeling, which arose as a result of observing the relevant process.

Recognition of the problem becomes a necessary condition for its solution. After all, if there is no problem, then a decision is not required.

Recognition or non-recognition of the problem largely depends on the direct perception of the situation by the manager and has the following possible options:

- the problem is "lowered from above" and the leader can only admit it;
- it is necessary to make a quick decision due to lack of time to think and acknowledge the problem;
- the problem has appeared before, most likely, the decision which was made earlier will be chosen;
- due to the rapid development of emotional passions there is a feverish search for a similar problem in the past (the so-called abbreviation search);
- the manager has previously faced similar problems, but the problem currently considered has significant features;
- the manager knows that the leading decision-making is specific deterministic factors, but he is unable to adequately formulate the goal of a single objective function and is forced to

resort to several evaluation criteria (multicriteria task);

- the head is not the only subject of decision-making, there are several other subjects, whose opinion cannot be ignored due to the legal, contractual or conflict relations formed between them (behavioral uncertainty);
- lack of experience in solving the problem;
- the problem is so complex that the manager can not deal with it.

Management experts rightly say that if you identify the problem in a timely and correct manner, then half solve it [1]. Therefore, an integral part of this process is to identify problems, penetrate into their essence and correct interpretation. This will help the diagnosis, designed to establish the nature of the problem, its content, the degree of persistence, the relationship with other problems, the types and extent of hazards arising from the problem. Diagnosis is based on the study, analysis, study of the symptoms of the problem, ie the observed signs that indicate its presence.

Interpretation of a problem after its detection is the definition of the nature of the identified problem as an opportunity, as a crisis or as a routine problem. Accordingly, different types of solutions are required in each case.

After defining and formulating the problem, it is necessary to establish the goals and criteria for the solution. Goals set the direction in the search for alternatives. It also includes issues related to decision-making methods and the reduction of emotional tension in the early stages of the decision-making process.

Given that decisions are judged by the results obtained, consideration of the latter is a significant part of the whole process. The results are evaluated using certain criteria, which are the basis of the actual choice. Therefore, before developing alternative solutions, you need to have a clear idea of what the leader needs to achieve.

The most typical criteria for decision making are the following: speed, minimum risk, etc.

Then the manager ranks the criteria according to the principle of their importance to the organization. Criteria have different meanings. For example, some of them are mandatory restrictions, while others simply capture the desired characteristics that serve as guidelines when evaluating solutions. To make a fairly effective decision, the criteria should be divided into strict constraints and desired characteristics. Then it is important to rank the criteria classified as desirable, to find a compromise between mutually exclusive criteria. Many possible solutions need to be ruled out, as the organization often lacks the resources to implement appropriate solutions. In addition, the cause of the problem may be factors outside the organization that the manager is unable to change, such as laws, government regulations, and so on. Such restrictions narrow decision-making opportunities. These are strict criteria, they are not revised in the process of further development of the solution.

Taking into account the time factor sometimes forces managers to rely on thought or even intuition, whereas under normal circumstances they would prefer rational analysis. A necessary prerequisite for making the right decision is the optimal amount and quality of processed information. On the one hand, the more information a manager has, the more likely he is to make the right decision. However, increasing the amount of information does not always improve the quality of the solution. Managers often suffer from an excess of irrelevant information.

In the absence of information, there is a risk of making an insufficiently reasoned decision. In the absence of the necessary information, the basis of choice can only be a known intended course of action, and the determining factor of choice - the subjective opinion of the head, including based on intuition.

Developing alternative solutions allows you to find a better solution, given all the limitations. For standard solutions, managers can use previous own or borrowed experience, existing standards, rules, etc. More complex types of solutions, especially innovative, cause some difficulties at this stage. In this case, it is necessary to apply a creative approach, which

is the use of various optimal methods: "brainstorming", "Delphi", group analysis of the situation and so on.

The process of developing alternative solutions is based on the collection of relevant information on the problem and its analysis. Information can be obtained from many sources, such as independent experts, management staff, publications, own documents, etc.

In cases where none of the known alternatives seems appropriate, you can use the method of optimization of criteria, which is used in situations where traditional methods of developing alternatives do not give or can not even give acceptable results. The essence of the method is to combine the best features, characteristics of known alternatives.

After compiling a complete list of desired end results, the so-called design criteria, each criterion is taken in turn, and "ideal" solutions are constructed to achieve the final desired result in the absence of any evaluation of alternatives.

This process is repeated for each criterion until the optimal ideas are identified. It is at this stage that criteria-based decision-making is needed and creative innovative ideas are needed.

After compiling a list of optimal ideas for each of the criteria separately, their evaluation, based on them, a combined, comprehensive alternative is constructed.

Then the optimal ideas are compared for their mutual support. They can be natural combinations that mutually reinforce and complement each other. Such combinations should be used as a basis for the future final alternative.

Evaluation and comparison of alternatives is a stage at which both limitations and real opportunities, forces and means at the disposal of the subject of management for the decision of a task are considered.

Comprehensive and reasoned accounting of all the pros and cons will focus on one of them, and the best is not at all, but only in relation to a particular management situation.

The choice of solution should be based on one or more criteria. In all cases, the main criterion should be the achievement of socially significant results, the greatest compliance with the objectives of the organization.

Restriction of individual interests, inevitable in resolving certain issues, should always be considered as a forced and undesirable measure. Therefore, the criterion of minimum infringement of the interests of employees should be one of the main in making management decisions.

Success in choosing future solutions is facilitated by the application of a systematic approach, according to which a comprehensive, thorough assessment of the whole set of factors influencing the state of the analyzed problem, as well as the effectiveness of the proposed options and the consequences of their implementation.

In solving some problems, the choice of alternatives can be made using formalized procedures, called operations research methods, namely: methods of mathematical programming, queuing theory, mathematical game theory, and others. The choice of these methods - by the person or group who make decisions.

Speaking about the technology of making and implementing management decisions, it is necessary to keep in mind a number of other considerations of technological properties. It is a question of selection of developers of the future decision, about its actual authorship. It is known that the preparation of the necessary decisions (strategic, conceptual, intersectoral, etc.) requires the involvement of qualified professionals "from outside", payment for their business trips and work, the use of technical means, conducting appropriate examinations, conclusions and more.

Thus, in the creative process of making and making decisions, as a rule, a significant number of people are involved, such as the head, his subordinates, consultants, heads of related departments, and so on. Modern computer technology is used, which greatly facilitates the decision-making process.

The following methods should be used when developing and making management decisions.

Traditional methods should be used only when decisions are made either on the basis of personal experience and intuition of the head, or on the results of special calculations, including economic. These methods must be used to solve problems in terms of certainty, ie in typical standard situations. They are quite common in management practice.

The advantages of traditional methods can be considered their simplicity and long-term use. Also, traditional methods are characterized by shortcomings, which are more pronounced as the problems in the workplace.

Economic and mathematical methods are based on the combined use of mathematical and economic methods in solving practical problems. These include economic and statistical methods, methods of economic cybernetics, optimization methods and econometrics.

The scope of these quantitative methods for solving management problems is limited. Economic and mathematical methods have found application in automated control systems of production processes. The restraining reason in expanding the scope of economic and mathematical methods is that management takes into account various factors, namely: social, organizational and psychological factors, which in most cases can not be expressed in quantitative terms.

The group of systematized methods includes: heuristic methods based on experience and logic, with which an experienced and capable leader chooses the right solution; or the Delphi method, based on the gradual improvement of expert assessments while consistently clarifying a task or problem.

Systematized methods are effective in solving and solving problems in conditions of risk and uncertainty. Here, the main modeling tool is human intelligence, and statistical methods are widely used to process expert estimates.

System-targeted methods can be used in solving related strategic problems. These include methods of systems analysis and program-target methods.

The main methods of systematic analysis of management problems are:

- system decomposition - the method of dividing the system into parts, elements and subsystems to identify the relationships between them and their impact on achieving the goal;
- system diagnostics - a method of studying each of the elements and the system as a whole to identify the most sensory points or "bottlenecks".

Program-target methods are based on the dominant role of the goal, offer means to achieve it. After defining the global goal, a program is developed to achieve it in the form of a "goal tree" and measures are determined to achieve lower-order goals [**Error! Reference source not found.**, with. 330-331]. Thus, the technology of managerial decision-making, of course, needs to use different methods. However, the quantity and quality of management decisions depends on the style of the leader, the situation, the culture of the organization and other factors. Summarizing the various components, management decisions are a way of constant influence of the control subsystem on the managed, which leads to the achievement of goals.

Conclusions. Thus, the study of approaches and methods of development and implementation of management decisions allowed us to determine that the development and adoption of management decisions is a certain sequence of actions (operations), which ensures decision-making. Development and decision-making - a number of different, but fairly typical procedures, which are separate stages in the management process, which allows you to build a general scheme of the management decision-making process. There are two main approaches to making management decisions: centralized and decentralized. Traditional, economic-mathematical, systematized and system-target methods should be used in the development and adoption of management decisions.

References:

1. Lepa, NN (2003) Management of competitive advantages of enterprise: monograph. [Enterprise competitive advantage management: monograph]. Donetsk: OOO YUgo-Vostok, LTD». (in Russian)
2. SHegda AV (2002) Menedzhment: navchal'nij posibnik. [Management: a textbook]. KiC — v: «Znannya». [in Ukrainian]

Дата подання публікації 10.07.2021р.

УДК 658.3:331.1

Ліпич Л.Г., доктор економічних наук, професор,
кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Lipych L., Doctor of Economics, Professor,
Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities
<https://orcid.org/0000-0002-9059-7271>,

Хілуха О.А., кандидат економічних наук, доцент,
кафедра економіки підприємства та інформаційного забезпечення,
Khilukha O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Enterprise Economics and Information Support
<https://orcid.org/0000-0002-1228-7171>,

Кушнір М.А., кандидат економічних наук,
кафедра прикладної економіки та бізнесу,
Kushnir M., Candidate of Economic Sciences,
Department of Applied Economics and Business
<https://orcid.org/0000-0002-4441-4278>

ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ДЕМОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Луцький національний технічний університет,
Львівський університет бізнесу та права,
Український католицький університет*

Обмеженість ресурсів, конкуренція, глобалізація економіки зумовлюють необхідність виявлення впливу демотиваційних чинників на ефективність діяльності кожного суб'єкта підприємництва. Тому метою статті є оцінка джерел та чинників, що мають демотивуючий вплив на працівників підприємств.

У статті демотивація розглядається як система дисциплінарних покарань, матеріальних стягнень і емоційних стресів для того, щоб дати зрозуміти працівнику, що він погано справляється зі своїми обов'язками. Обґрунтовано,

що в контексті мотивації та демотивації до праці працівник може займати такі позиції: бути мотивованим, що означає, що він буде демонструвати поведінку, необхідну для досягнення конкретної мети; демотивованим - буде працювати на досягнення поставлених цілей чи виконання завдань набагато нижче власних можливостей; виражати нейтральне ставлення до роботи - виконувати свої завдання відповідно до зазначених вказівок, не демонструючи позитивної чи негативної поведінки.

Шляхом опитування працівників великих Луцьких підприємств на предмет ролі позитивної та негативної мотивації і демотивації до роботи, встановлено, що чинники позитивної мотивації використовуються частіше. Це свідчить про ефективність мотиваційної системи роботодавців опитуваних підприємств. Респонденти ранжували позитивні чинники таким чином: оприлюднення позитивних досягнень (16%), стимулювання розвитку (15%), підвищення матеріальної винагороди (15%), право придбання акцій підприємства (11%), почуття самореалізації та розвитку (9%). Найбільш демотивуючим чинником для респондентів є фінансовий, другим - непорозуміння в колективі, третім - погані стосунки з безпосереднім керівником. Доведено, що хоча фінансовий чинник має найсильніший вплив, не менш важливими для працівників є міжособистісні відносини. Найменше демотивують респондентів складні завдання.

Запропоновано здійснення заходів із профілактики і попередження виникнення демотивації працівників. Обґрунтовано, що знання видів мотивації та демотиваційних чинників і раціональне застосування форм матеріального та нематеріального стимулювання підвищують конкурентоспроможність підприємства та його кадрову безпеку.

Ключові слова: демотиваційні чинники, нейтральна позиція, мотиватори, внутрішня мотивація, зовнішня мотивація, позитивна мотивація, негативна мотивація.

IMPACT OF DEMOTIVATION FACTORS ON EMPLOYEES PERFORMANCE

*Lutsk National Technical University,
Lviv University of Business and Law,
Ukrainian Catholic University*

The competition, globalization of the economy determines demotivating factors as factors that influence the efficiency of the business. The coverage is based on the belief that there are many efficient approaches and a diversity of techniques for studying demotivational phenomena. The understanding of employees' motivation requires consideration of these points of view. This article is a general introduction to the literature on demotivation, with an emphasis on business studies. Therefore, the paper propose is to evaluate the sources and factors that negatively affect business employees.

The article examines demotivation as a system of disciplinary action, financial penalties, and emotional stress to clarify that employees are not doing well.

There are such following positions that can get employees: be motivated, which means that he expresses the behavior that achieves strategic goals; be demotivated, represents the behavior that achieves goals or tasks far below his capabilities; to show a neutral attitude, performs his duties without demonstrating positive or harmful behavior.

We interviewed employees of Lutsk business and found that the factors of positive motivation are used more often. That indicates the effectiveness of the motivational system. The respondents ranked positive aspects: publicization of positive achievements (16%); stimulation of development (15%); increase of material remuneration (15%); the right to purchase shares of the enterprise (11%); self-realization and development (9%). The first demotivating factor for respondents is financial penalties; the second is misunderstandings in the team; the third is a bad relationship with the immediate supervisor. We proved that interpersonal relationships are also crucial for employees. Respondents are almost not demotivated by complex tasks.

We proposed the implementation of measures to prevent the demotivation of employees. When a manager knows motivation and demotivating factors, he will increase the enterprise's competitiveness.

Key words: demotivating factors, neutral position, motivators, internal motivation, external motivation, positive motivation, negative motivation.

Постановка завдання у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Ефективне управління працівником можливе лише завдяки розумінню що його мотивує. Знаючи, що рухає людиною, що спонукає її до праці, які мотиви покладено в основу її діяльності— можна розробити ефективну систему форм і методів управління персоналом. Саме тому питання мотивації та демотивації працівників на підприємстві потрібно досліджувати зважаючи на сферу діяльності підприємства, кількість персоналу, а також мету його діяльності, забезпечивши при цьому потреби всіх груп працюючих. Менеджменту підприємства необхідно вміло використовувати інформацією щодо особливостей мотивів персоналу, з метою підвищення ефективності діяльності індивідуально підходити до стимулювання працівників.

Поняття мотивації праці в предметній літературі широко описується стосовно різних аспектів управління. Термін "мотивація" ідентифікується не лише економістами, але й вченими-психологами та практиками бізнесу. Тим часом поняттю демотивація, яке давно використовується як у діловій практиці, так і в розмовній мові, відводиться відносно мало місця. Безумовно, краще якщо працівник вмотивований, ніж вживати заходів у разі відмови системи. Обмеженість ресурсів, конкуренція, глобалізація економіки є тими викликами сьогодення, що зумовлюють необхідність пошуку засобів забезпечення ефективної діяльності кожного суб'єкта підприємництва. Вплив демотиваційних чинників у таких умовах посилюється, і це робить усвідомлення важливості подолання та попередження демотивації персоналу в усіх галузях економіки об'єктом уваги. Також видається важливим шукати відповіді на питання, які ситуації можуть вплинути на зниження мотивації а, отже, демотивацію працівника.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження проблем демотивації працівників та пошук шляхів її подолання на основі виявлення чинників впливу висвітлено в працях вітчизняних і зарубіжних науковців, фахівців з управління персоналом, керівників компаній, підприємців, психологів, працівників агенцій із працевлаштування та бізнес-консультантів: М. Армстронга [3], М.С. Доронініної та Т.С.Черкашин[4], М. П.Клименка [1], А.М. Колота [2], Б.-П.О. Кошового [5], Н.Е. Ткаченко [6], Д.Р.Шпітера [7], М.В.Ліне [8],К. Пересипіна [9] та багатьох інших.

Цілі статті - представити результати емпіричних досліджень, проведених з метою оцінки джерел та чинників, що мають демотивуючий вплив на працівників підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У науковій літературі поняття мотивації розглядається як стан готовності людини до певних дій, збуджених потребою через інтерес та мотив, що визначають певну поведінку. Мотивація – історично закономірне соціально-економічне та морально-психологічне явище, яке характеризується комплексом економічних, організаційних, соціальних та психологічних умов, що спонукають людину до дії [1] З'ясовуючи сутність і природу мотивації, маємо усвідомлювати, що йдеться передовсім про процес, який відбувається в самій людині і спрямовує її поведінку в конкретне русло, спонукає її поводитись у конкретній ситуації в певний спосіб [2].

Інтерпретуючи наведені вище визначення, варто підкреслити, що мотивація (та її інтенсивність) з часом змінюються, як і потреби людини. Неможливо відокремити потреби людини як працівника від потреб людини, що впливають з її особистого життя та ролей, що виконуються в ньому (наприклад, батьки). Крім того, безсумнівно важливим елементом у процесі мотивації є більша готовність працівника переслідувати ті цілі підприємства, які відповідають його цінностям та особистим цілям. Таким чином, узагальнюючи міркування щодо концепції мотивації до праці, можна сказати, що це готовність працівника до досягнення поставлених цілей, що проявляється у виконанні поставлених, а також додаткових завдань (наприклад, спрямованих на вдосконалення процесів управління на підприємстві), із зосередження уваги на отриманні конкретних результатів та ефектів.

У контексті нашої статті важливим є розмежування мотивації на зовнішню та внутрішню [3, с. 121] Зовнішня мотивація передбачає здійснення певних дій для мотивації працівників. Сюди входять професійна компетентність, кваліфікація, стабільність робочого місця, вигідні контрактні умови, перспектива кар'єрного зростання, рівень та умови оплати праці, гнучкий графік роботи, частка участі в управлінні підприємство (величина пакету акцій) та величина доходів за цінними паперами, які працівник отримує в обмін на працю для забезпечення сім'ї, реалізації власних потреб в їжі, одязі, житлі, дозвіллі, відпочинку тощо. Важливими стимулами у їх задоволенні є умови заробітної плати, надбавок, преміювання, інших еквівалентів ефективної праці. Отже, зовнішні чинники мотивації пов'язані з умовами праці, видами винагороди тощо. Зовнішні мотиватори, як правило, дають негайні та суттєві ефекти, але не обов'язково довгострокові.

Внутрішня мотивація, навпаки, є результатом самогенерованих чинників. Вони не створюються зовнішніми подразниками. Її джерелом може бути творчий характер праці та участь у розвитку підприємства, позитивна оцінка колег, високий рівень відповідальності, можливість самореалізації, задоволення від виконаної роботи та її результатів; взаємоповага, взаєморозуміння та продуктивні комунікації між колегами, персоналом всіх рівнів; визнання заслуг і переваг професійної діяльності працівника з боку керівництва; самоповага, лідерство, особистий авторитет, можливість просування по службовій драбині, можливість використання та розвитку навичок. Джерелом внутрішньої мотивації можуть бути переконання та цінності, в які вірить працівник, задовольняючи свої потреби (особливо особисті). Внутрішня мотивація, як правило, має набагато сильнішу і тривалішу дію, ніж зовнішня, і часто важко піддається впливу. Важко говорити про мотивацію до роботи в ситуації, коли працівник не має внутрішнього переконання щодо її доцільності. Відсутність такої мотивації можна вважати джерелом демотивації працівника.

У науковій літературі на цю тему можна знайти твердження про те, що стимулювати мотивацію можна різними способами: загрожуючи тому, що людина вже досягла (тобто шляхом використання негативних стимулів) або шляхом створення умов

для більш повної реалізації цілей працівника (тобто шляхом використання позитивних стимулів) [4]. У першому випадку активується негативна (від'ємна) мотивація, у другому - позитивна (додатна). Негативна мотивація базується на страсі та тривозі, які стимулюють працювати, створюючи відчуття загрози, наприклад: загроза втрати частини заробітку в разі гіршого виконання завдання, загроза догани чи зміни на менш оплачувану роботу, ніж виконувана в даний час. На практиці часто використовуються негативні стимули, оскільки відчуття загрози досить легко викликає сильніші прагнення, і в той же час цей процес не пов'язаний з фінансовими витратами роботодавця. Однак залишається відкритим питання про наслідки використання негативної мотивації. Існує велика ймовірність того, що її тривале використання спричинить у працівника почуття невдоволення, напруженості та знеохочення від досягнення поставлених цілей та завдань, тобто демотивації. Використання негативної мотивації спричиняє певне спустошення особистості, зокрема:

- зниження самооцінки;
- прийняття оборонної позиції, слабкість у питаннях, що вимагають відваги та наполегливості. Люди, які живуть в атмосфері небезпеки, переживають фрустрацію та депресію. Як наслідок, це викликає апатію і відразу до будь якої творчості;
- спад амбіцій, внутрішній бунт або надмірна лояльність.

Отже, використання для мотивації працівників чинників негативного характеру однозначно може викликати більше негативу, ніж переваг.

Демотивація розглядається як система дисциплінарних покарань, матеріальних стягнень і емоційних стресів для того, щоб дати зрозуміти працівнику, що він погано справляється зі своїми обов'язками. Тобто руйнація мотивації професійної діяльності – це сукупність процесів і явищ, які знижують внутрішнє бажання до здійснення робітником його професійної діяльності [5].

Демотивація, що є процесом, зворотним до мотивації, зауважує Н.Е. Ткаченко являє собою зниження рівня збудження до досягнення цілей організації, яке зумовлено відсутністю чи ослабленням впливу сил, що спонукають людину до діяльності, із витратами певних зусиль на належному рівні старання, сумлінності, наполегливості. Процес демотивації є поступовим і не відбувається одразу, він зумовлений впливом певних чинників, найчастіше внутрішньо організаційних [6]. Отже, у контексті наведених вище визначень демотивація - це набагато більше, ніж просто відсутність мотивації. Слід підкреслити, що якщо працівник не є мотивованим, тобто готовим діяти, бути відміченим з позитивного боку, це не означає, що він демотивований, тобто знеохочений, позбавлений енергії діяти, апатичний. Мотивація та демотивація це, певним чином крайні ситуації, між якими є місце для нейтрального, емоційно неспотвореному ставленню.

Демотивація може бути тимчасовою - працівник може бути демотивований, наприклад, завданням, яке занадто важко виконати, або тимчасовим перевантаженням обов'язками. Коли важке завдання виконане або обов'язки врегульовано, працівник може відновити свою мотивацію. Можлива навіть ситуація підвищеної мотивації, пов'язана з успішним виконанням складного завдання. Професійні труднощі можуть збігатися з особистими труднощами, що може додатково подовжити та посилити демотивацію. Тим часом тривала демотивація працівника може призвести до повного знеохочення виконувати роботу і навіть до професійного вигорання.

Демотивація може стосуватися роботи загалом або конкретних завдань, пов'язаних з нею. Якщо працівник у довгостроковій перспективі виконує велику кількість завдань, які йому не подобається робити, з часом він це відчує демотивація до роботи в цілому. Демотивація також означає, що працівник не використовує свій потенціал в повній мірі, не ангажується у своїй роботі, наприклад, запізнюється на роботу, не подає ідей, ініціатив. В окремих ситуаціях може навіть задавати шкоди своєму роботодавцю.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що в контексті мотивації та демотивації до праці працівник може займати такі позиції:

- може бути мотивованим, що означає, що він буде демонструвати поведінку, необхідну для досягнення конкретної мети. Крім того, він також може ініціювати зміни для вдосконалення існуючих процесів, структур, правил експлуатації або встановлення нових, і своїм ентузіазмом та відданістю позитивно впливатиме на діяльність підприємства, при цьому не піддаючись негативним стимулам. Чим більша мотивація працівника, тим більша ймовірність того, що працівник буде долати перешкоди і, отже, досягти мети;

- може бути демотивованим, а це означає, що він буде працювати на досягнення поставлених цілей чи виконання завдань набагато нижче власних можливостей. Його поведінка може також характеризуватися пасивністю, або навіть опором, або орієнтацією на деструктивні дії щодо свого роботодавця, наприклад, прийняття неправильних рішень або, навіть, крадіжку. Демотивація працівника може бути результатом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, а найчастіше їх поєднання;

- може виражати нейтральне ставлення до роботи - він буде виконувати свої завдання відповідно до зазначених вказівок, не демонструючи позитивної чи негативної поведінки.

Варто підкреслити, що в межах наведеного розмежування, індивідуальне ставлення працівника може залежати від чинників мотивації, що використовуються, або їх відсутності. Інтенсивність впливу мотиваційних чинників на працівників є різною. Прикладом є навчальна діяльність. Для одного працівника поїздка на тренінг є можливістю для розвитку особистості (спонукальних дій), для других дезорганізацією особистого життя (демотивуючий ефект), а для третіх - стрес, пов'язаний з необхідністю виступати перед групою під час семінару (також демотивуючий ефект).

Важливим в межах нашого дослідження є інтерпретація чинників демотивації. Під цим поняттям розуміють стійкі, настирливі повсякденні події, які засмучують працівників і спричиняють зменшення (свідомого чи несвідомого) їх продуктивної енергії, яку вони використовують для виконання завдань [7]. Автор наведеного визначення виокремлює такі чинники демотивації: "політичні" рішення та дії, незрозумілі очікування, неефективні зустрічі, лицемірство (розуміється як дії компанії, що не відповідають деклараціям), постійні зміни, відсутність інформації, низька якість стандартів. М.В.Ліне (Line M. B) зазначає такі чинники демотивації як: ігнорування працівників та їхніх ідей, збирання похвали за успіхи команди та звинувачення команди у всіх невдачах, відсутність інтересу до працівника як до людини, публічна критика працівників, непослідовна поведінка та дії керівника, нечіткий опис обсягу обов'язків, незрозумілі правила звітності, видача наказів без будь-яких консультацій або розмов із працівниками, відсутність ентузіазму з боку керівників та членів колективу [8].

В українській науковій літературі на цю тему також є посилання на чинники демотивації. Найповнішу класифікацію демотиваційних чинників надав Б.-П.О. Кошовий [5]. Так, до зовнішніх, або об'єктивних, чинників відносяться:

- 1) глобальні демотиватори (чинники суспільного середовища), у т. ч. прямі (наприклад, отримання інформації про кращі умови праці) та непрямі (усвідомлення, що існують кращі умови праці);

- 2) локальні, у т. ч. прямі (наприклад, контакт із працівником, який має кращі умови праці) та непрямі (інформованість про кращі умови праці у даній галузі чи сфері діяльності);

- 3) демотиватори рівня підприємства (недосконала кадрова політика чи система управління персоналом, відсутність розвитку, корупція тощо);

4) демотиватори рівня колективу.

Внутрішні (суб'єктивні) чинники поділяються за:

- 1) сферою виникнення (наприклад, пов'язані з приватним життям);
- 2) тривалістю впливу;
- 3) рівнями інтенсивності впливу;
- 4) сферами трудової діяльності [9]

Підсумовуючи зроблені міркування, варто зазначити, що демотивуючими чинниками є чинники, що виникають внаслідок неправильного функціонування систем та процедур мотивування на підприємстві або ситуації, спричинені людьми, що оточують даного працівника (колеги, керівники, підлеглі, клієнти).

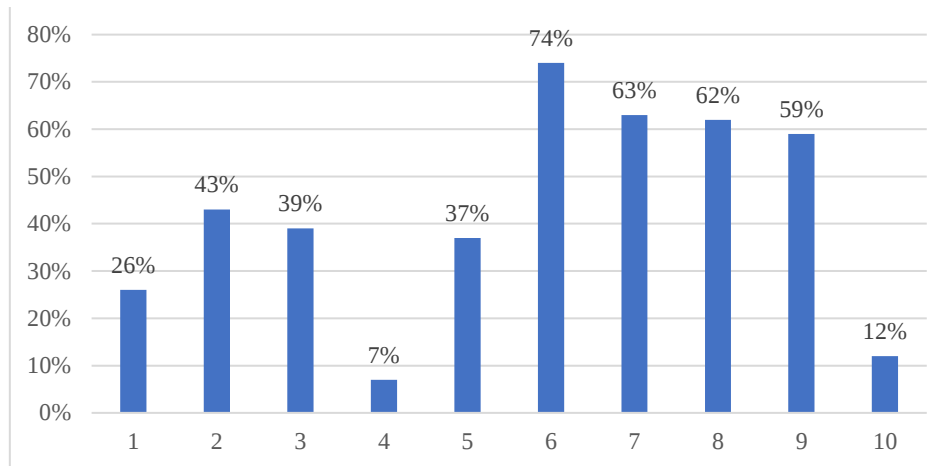
Демотивуючими можуть бути також чинники, що виникають внаслідок особистої ситуації в житті працівника. Вважаємо за доцільне віднесення до демотиваторів негативних чинників мотивації.

Впродовж 2019-2020 років нами проведено опитування 198 працівників великих Луцьких підприємств на предмет ролі позитивної та негативної мотивації і демотивації до роботи. Дослідження проводилися за допомогою методу онлайн анкетування.

Респонденти представляли різноманітний віковий діапазон, але домінуючою групою були працівники віком 25-29 років (37,06%), 30-34 (31,47%) та 35-39 (16,08%). За статеву ознаку переважали чоловіки (56,64%), жінки становили 43,36%. Учасниками дослідження були як працівники робітничих спеціальностей (74,65%), так і фахівці (25,35%). Також була проаналізована структура професійного досвіду респондентів. Домінуючою групою були працівники з 6-10-річним стажем роботи (37,06%), за ними слідували працівники з 5-річним стажем (32,87%). На третьому місці опинилися працівники зі стажем роботи від 11 до 15 років (20,28%). Метою дослідження було, з одного боку, оцінити, які позитивні чи негативні мотиватори частіше використовуються у досліджуваних підприємствах та як респонденти оцінюють позитивну та негативну мотивацію. З іншого боку, метою було проаналізувати, які чинники демотивації зустрічаються найчастіше та які з них працівники вважають найбільш демотивуючими.

В контексті першої мети дослідження учасникам було запропоновано обрати п'ять чинників мотивації до роботи, які мають місце на їх робочому місці. Запропоновані чинники були як позитивними (50%), так і негативними (другі 50%). Чинники обрані на основі раніше цитованої літератури з цього питання, переліку чинників мотивації підприємств та на основі пілотних досліджень в обстежених суб'єктах. Респонденти зазначили, що чинники позитивної мотивації набагато частіше використовуються на їх робочому місці (рис. 1). Це, безсумнівно, свідчить про ефективність мотиваційної системи роботодавців опитуваних підприємств.

По-друге, респондентам було запропоновано обрати п'ять із запропонованих чинників позитивної та негативної мотивації, але цього разу в контексті виявлення тих з них, які найбільш спонукально впливають на них самих. Знову ж респондентів просили ранжувати чинники в порядку від найбільш спонукального до найменш спонукального. Аналіз показав, що позитивні мотиватори впливають на збільшення мотивації респондентів до праці більше, ніж негативні. Респонденти ранжували позитивні чинники таким чином: оприлюднення позитивних досягнень (16%), стимулювання розвитку (15%), підвищення матеріальної винагороди (15%), право придбання акцій підприємства (11%), почуття самореалізації та розвитку (9%). А негативні так: загроза втрати роботи (9%), втрата преміальних (9%), втрата авторитету серед колег (7%), переведення на нижче оплачувану роботу (6%), загроза догани за погано виконану роботу (3%).



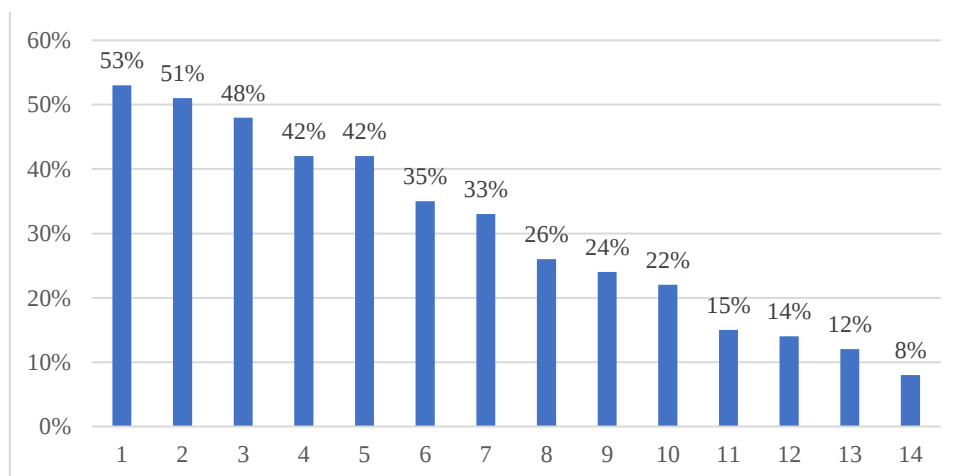
1. Загроза втрати роботи
2. Загроза догани за погано виконану роботу
3. Втрата преміальних
4. Переведення на нижчо оплачувану роботу
5. Втрата авторитету серед колег
6. Підвищення матеріальної винагороди
7. Оприлюднення позитивних досягнень
8. Почуття самореалізації та розвитку
9. Стимулювання розвитку, оплата різних форм підвищення кваліфікації
10. Право стати співласником підприємства, шляхом придбання його акцій

Рис. 1. Чинники мотивації на досліджуваних підприємствах

Джерело: дослідження авторів.

Далі респондентам запропонували вибрати п'ять найбільш демотивуючих чинників, що реально присутні на їх робочому місці (рис. 2).

Аналіз показує, що найчастіше демотивуючим чинником для респондентів є монотонність роботи, по-друге, незрозумілі цілі та завдання, а по-третє великий обсяг роботи. Якщо усунення чинника неоднозначністю поставлених цілей та великий обсяг роботи не є складним завданням, набагато більшим викликом може стати підвищення різноманітності роботи та надання всім працівникам підвищення на задовільному рівні. Найнижчий рівень на Луцьких підприємствах таких демотивуючих чинників, як: погані стосунки з колегами та відсутність можливості бути співвласником підприємства.



1. Монотонність праці
2. Неоднозначність поставлених завдань

3. Великий обсяг роботи
4. Відсутність кар'єрного росту
5. Низька винагорода
6. Відсутність інструментів та матеріалів
7. Низька організація праці
8. Невпевненість у завтрашньому дні
9. Складні завдання
10. Відсутність можливості росту
11. Складний клімат в колективі
12. Відсутність безпосередньої можливості спілкування з керівником
13. Непорозуміння в колективі
14. Брак можливості бути співвласником підприємства

Рис.2. Демотивуючі чинники в досліджуваних підприємствах
Джерело: дослідження авторів.

Стосовно пропонованих демотивуючих чинників респондентів просили вказати ті, що їх найбільше демотивують (незалежно від місця їх роботи). Найбільш демотивуючим чинником для респондентів виявився фінансовий, другим - непорозуміння в колективі, третім - погані стосунки з безпосереднім начальником. Отже, виявляється, що хоча фінансовий фактор має найсильніший вплив, не менш важливою для працівників є міжособистісні відносини. Найменше демотивують респондентів складні завдання.

Висновки. Мотивація до роботи - надзвичайно важлива сфера сучасного управління. Прискорення темпу життя, мінливе середовище, невизначеність, виконання все більшого обсягу завдань та ролей може призвести до ситуацій, коли потрібно буде приділяти більше уваги питанням демотивації, ніж просто мотивації. У зв'язку з виокремленням мотивації позитивної та негативної та її різноманітного впливу на працівників, поняття мотивації та демотивації часто переплітаються. На практиці слід пам'ятати, що як мотиваційні (позитивні та негативні), так і демотивуючі чинники можуть по-різному впливати на різних працівників. Однак, як показало дослідження, підприємства частіше використовують позитивні чинники, що має сенс та обґрунтування, оскільки вони набагато краще сприймаються та оцінюються працівниками. Зауважимо, що необхідний глибший аналіз відносин між працівником його безпосереднім керівником та його колегами, оскільки ці чинники можуть мати значний вплив на демотивацію на роботі. Знання видів мотивації та демотиваційних чинників і раціональне застосування форм матеріального та нематеріального стимулювання є вагомим важелем підвищення конкурентоспроможності підприємства та його кадрової безпеки.

Список бібліографічного опису:

1. Клименко М.П. Мотивація управлінського персоналу в реалізації загальної стратегії підприємства / М.П. Клименко // Сталій розвиток економіки : зб. наук. праць. – 2011. – № 5. – С. 81–85.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
3. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами. Питер. 2010. 848с.
4. Дороніна М.С. Черкашина Т.С. Протиріччя в мотивації управлінського персоналу промислових підприємств. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2013. № 1. С. 4-15
5. Кошовий Б.-П.О. Теоретичні засади класифікації чинників демотивації праці як загрози економічній безпеці підприємства. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2014. №12. С.142-147.
6. Ткаченко Н.Э. Демотивация персонала организации: сущность и причины. Экономика. Менеджмент. Предпринимательство. 2016. № 20. 132 с.
7. Spitzer D.R. The seven deadly demotivators, *Management Review*. 1995, Vol. 11, No. 84. ,с.56-60.
8. Line M. B. How to Demotivate Staff. *Library Management* 1992, Vol. 13, No. 1.
9. Пересипкіна Н. Мотивація персоналу: чому негативні стимули не працюють. URL: <https://prohr.rabota.ua/motivatsiya-personalu-chomu-negativni-stimuli-ne-pratsyuyut/>.

References:

1. Klymenko, M.P. (2011), «Motyvaciya upravlin'skogo personalu v realizacii' zagal'noi' strategii' pidprijemstva», Stalyj rozvytok ekonomiky, zb. nauk. prac', No. 5, pp. 81–85.
2. Kolot A.M. (2002) Motyvaciya personalu: pidruchnyk [Staff motivation: a textbook] Kyiv: KNEU. (in Ukrainian).
3. Armstrong M.(2010). Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami. [Human Resource Management Practice]. Piter.848s. (in Ukrainian).
4. Doronina, M.S., & Cherkashyna, T.S. (2013). Protorychchia v motyvatsii upravlinskoho personalu promyslovykh pidpriemstv [Contradiction in the motivation of managerial personnel of industrial enterprises]. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi. Economy and management of enterprises of the machine-building industry, 1, 4-15 (in Ukrainian).
5. Koshovy B.-P.O. (2014) Teoretychni zasady klasyfikatsii chynnykiv demotyvatcii pratsi yak zahrozy ekonomichnoi bezpetsi pidpriemstva [Theoretical principles of the classification of factors of demotivation of labor as a threat to the economic security of the enterprise]. Scientific notes of Lviv University of Business and Law, no. 12, pp. 142-147.
6. Tkachenko N.E. (2016) Demotivatsiya personala organizatsii: sushchnost' i prichyny [Demotivation of the staff of the organization: the nature and causes]. Economy. Management. Entrepreneurship: a collection of scientific papers VNU them. V. Dahl, no. 20, pp. 132.
7. Spitzer D.R. (1995). The seven deadly demotivators, *Management Review*. 1995, Vol. 11, No. 84, .с.56-60.
8. Line M. B. (1992). How to Demotivate Staff. *Library Management*. Vol. 13. No. 1.
9. Peresypkina N. Motyvatsiia personalu: chomu nehatyvni stymuly ne pratsiuyut [Motivation of staff: why negative incentives do not work]. Available at: <https://prohr.rabota.ua/> motivatsiya-personalu-chomu-negativni- stimuli -ne- pratsiuyut/.

Дата подання публікації 10.07.2021р.

УДК 338.48

Лисюк Т.В., к.п.н., доцент
Lysiuk T. Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-16299652>

Матвійчук Л.Ю., д.е.н., професор
Matviichuk L. Doctor of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0001-6473-4415>

Лепкий М.І., к.г.н., доцент
Lepkyi M. Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-2470-6780>

ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Луцький національний технічний університет

У статті розглянуто структуру сучасної системи інноваційних інформаційних технологій, що використовується в туристичних підприємствах.

Наголошено, що використання інформаційних інноваційних технологій у кожному окремому сегменті туристичної індустрії, таких як готелі, бронювання квитків, створення спеціалізованих туристичних продуктів, взаємопов'язане з усіма іншими. Водночас сучасні інформаційні інноваційні технології дають змогу не тільки автоматизувати процес організації туристичних об'єктів, але й процес прийняття управлінських рішень та надання туристичних послуг.

Висвітлено найбільш дієві інноваційні інформаційні технології у туристичному бізнесі. Визначено роль і місце інноваційних інформаційних технологій туристичних підприємств. Описані найбільші туристичні підприємства в Україні, які намагаються використовувати сучасні інноваційні інформаційні технології.

Для керівників сучасних підприємств і організацій туристичної галузі використання сучасних інноваційних інформаційних технологій дає змогу: контролювати продуктивність праці і результативність бізнес-процесів; підвищити інвестиційну привабливість туристичного підприємства; швидко виявляти «вузькі місця» в управлінні процесами на туристичних підприємствах; підвищити якість обслуговування і надання послуг; підвищити доступність туристичних послуг; прискорити впровадження енерго- та

ресурсозберігаючих технологій; розвивати підприємства туристичної галузі шляхом активізації процесів інтеграції між сервісними організаціями і туристичними підприємствами. Успішне функціонування туристичних підприємств на ринку туристичних послуг практично неможливе без використання сучасних інформаційних технологій, оскільки вони дають змогу прискорити процес прийняття управлінських рішень і отримувати інформацію в найкоротші терміни про доступність транспортних засобів та можливості розміщення туристів, забезпечують швидке резервування та бронювання місць, а також автоматизацію рішення допоміжних завдань під час надання туристичних послуг.

Ключові слова: Інноваційні інформаційні технології, туристичні підприємства, ринок туристичних послуг, туристичні послуги, туристична галузь.

INNOVATIVE INFORMATION TECHNOLOGIES TOURIST ENTERPRISES

*Lesya Ukrainka Volyn National University
Lutsk National Technical University*

The article considers the structure of the modern system of innovative information technologies used in tourism enterprises.

It is emphasized that the use of innovative information technologies in each segment of the tourism industry, such as hotels, ticket booking, creation of specialized tourism products, is interconnected with all others. At the same time, modern innovative information technologies make it possible not only to automate the process of organizing tourist facilities, but also the process of making management decisions and providing tourist services.

The most effective innovative information technologies in the tourism business are highlighted. The role and place of innovative information technologies of tourist enterprises are determined. The largest tourist enterprises in Ukraine that try to use modern innovative information technologies are described.

For managers of modern enterprises and organizations of the tourism industry, the use of modern innovative information technologies allows: to control productivity and efficiency of business processes; to increase the investment attractiveness of the tourist enterprise; quickly identify "bottlenecks" in the management of processes in tourism enterprises; improve the quality of service and provision of services; increase the availability of tourist services; accelerate the introduction of energy and resource-saving technologies; to develop enterprises of the tourism industry by intensifying the processes of integration between service organizations and tourism enterprises. Successful operation of tourist enterprises in the market of tourist services is almost impossible without the use of modern information technology, as they allow to accelerate the process of management decisions and receive information in the shortest possible time about vehicle availability and accommodation, provide fast reservation and reservation, and automation solution of auxiliary tasks during the provision of tourist services.

Key words: Innovative information technologies, tourist enterprises, market of tourist services, tourist services, tourist branch.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Інноваційні інформаційні технології (ІІТ) переважають у всіх функціях стратегічного та оперативного управління. Оскільки інформація є рушійною силою туризму, ІІТ надають галузі як можливості, так і виклики. Тільки творчі та інноваційні підприємства індустрії туризму зможуть пережити конкуренцію у складному сучасному світі. Отож, необхідно модернізувати бізнес-процеси туристичних підприємств, щоб забезпечити широкий спектр передумов, таких як бачення, раціональна організація, зобов'язання та навчання, та керівникам скористатися безпрецедентними можливостями, що виникають через ІІТ.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. На сучасному етапі вельми актуальним є застосовування інноваційних інформаційних технологій в туристичній індустрії. Однак, багато ще попереду, оскільки велика кількість науковців допускають думку, що здобуто незначний поступ в справі залучення інновацій в туристичний бізнес.

Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку в туристичній індустрії. Науковий підхід до розвитку інноваційної діяльності розглядається у роботах учених: В. С. Новікова, Л. С. Александрової, І. Т. Балабанова, В. Ю. Колесова, Н. Г. Кузнецова, Т. А. Фролової.

Цілі статті – розкрити особливості використання сучасних інноваційних інформаційних технологій у туристичній галузі; дослідити вітчизняні туристичні компанії в Україні, які у своїй діяльності використовують як стандартне, так і спеціальне програмне забезпечення.

На сучасному етапі розвитку суспільства туристична галузь є однією з галузей світової економіки, що найбільш динамічно розвиваються. Для ряду країн та регіонів туризм є джерелом значних валютних доходів, сприяє створенню додаткових робочих місць, створює робочі місця та розширює міжнародні контакти.

Туристичний бізнес по праву можна назвати бізнесом XXI століття, так як він є одним з наймінливіших та найкориснішим серед складових світової економіки [1]. В стороні не залишається і українська держава, що кожного року поривається сформувати придатні умови для піднесення сфери мандрівок, так як вони дозволяють пришвидшити використання переваг науки та техніки в діяльність підприємств туристичної сфери, що є надзвичайно актуальним.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку, підтримуючи зайнятість та привозячи іноземну валюту. Зростання стимулюється не тільки економічним розвитком, а й здатністю туристичної індустрії пропонувати нові продукти та досвід. Туристичні фірми працюють на конкурентному ринку, який характеризується високою турбулентністю та швидкими змінами. Щоб ефективно конкурувати, туристичні підприємства повинні бути надзвичайно інноваційними або у скороченні витрат, або у пропонуванні нових, високоякісних продуктів, що задовольняють попит клієнтів. Стратегії підтримки інновацій необхідні для збереження конкурентоспроможності на світовому туристичному ринку. Наразі туристичний сектор зазнає значних змін через перехід на продукцію, що базується на більшому досвіді та через сильне зростання туристичного ринку. Ця трансформація висуває ще більші вимоги до туристичних підприємств щодо інновацій. Тривалість життя туристичного продукту стає коротшою, що вимагає від фірм все частіше впроваджувати нові та кращі продукти. Тому здатність фірм змінюватись, розробляти нові продукти та адаптуватися до змін на ринку має вирішальне значення для діяльності підприємств та галузі.

Знання щодо інновацій у туристичному бізнесі, які ґрунтуються на дослідженнях, залишаються бідними. Основні інноваційні дослідження дуже рідко включають туризм, і туристичні дослідження лише в незначній мірі досліджували інновації всередині фірм.

Домінуючі теорії інновацій насамперед стосуються виробництва товарів і технологій і, меншою мірою, інновацій у сфері обслуговування. Якщо деякі автори віддають перевагу асиміляційній стратегії, яка переносить теорії, моделі та виміри з основних інноваційних досліджень та адаптує їх до нового галузевого контексту, інші вчені віддають перевагу стратегії, яка розробляє нові, залежні від контексту теорії та заходи.

Потім основні концепції доповнюються, оскаржуються та вдосконалюються шляхом досліджень туристичних галузей, беручи до уваги, що цей контекст пропонує конкретні характеристики щодо інновацій. Крім того, туристичні продукти часто являють собою пакети, побудовані з набору послуг та продуктів різних постачальників. Ці характеристики важливі не тільки для розуміння інновацій у туризмі, але й для потенційного інформування та розширення меж основних інноваційних досліджень.

За статистичними показниками Всесвітньої організації туризму «на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень. На сучасному етапі розвитку туристичної діяльності істотне значення має створення й ефективне використання системи інноваційного менеджменту» [3].

Сфера туризму й розваг є однією з найбільш прибуткових та постійно розвиваючих у світі. Основна причина – всі полюбують відпочивати. Піднесення

Кількість туристичних агенцій та туроператорів в Україні

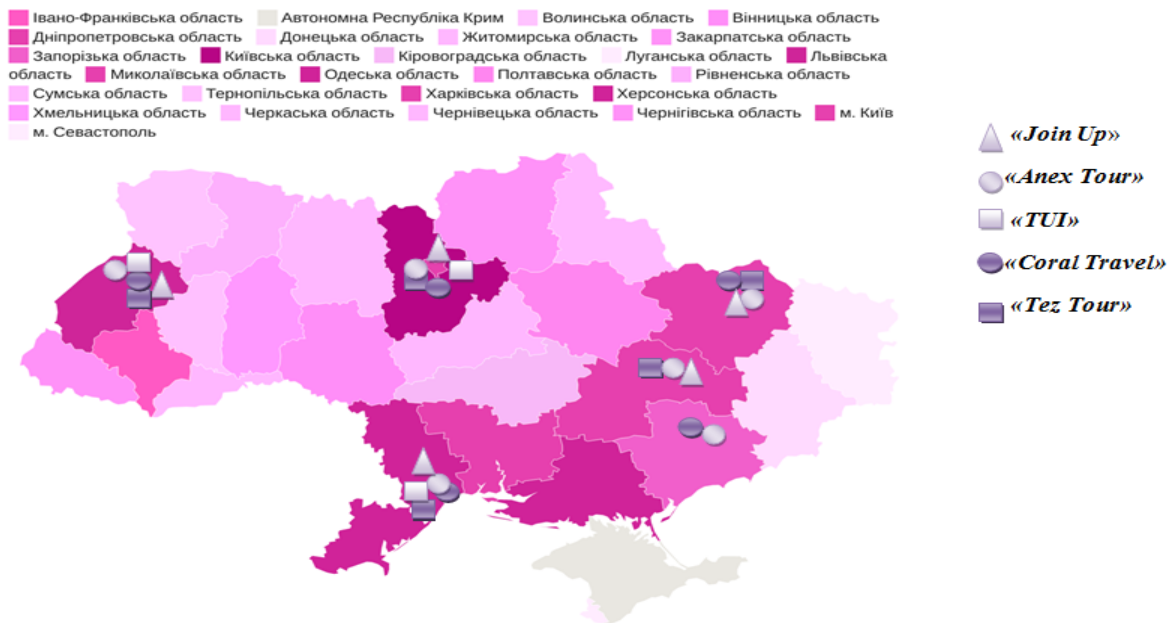


Рис. 1. Картосхема кількості суб'єктів туристичної діяльності за регіонами
За даними Державної фіскальної служби України [5]

сьогоденних мандрівок в основному підвладне розробкам і застосуванням інноваційних технологій. Нововведення в туризмі передбачає розробку незвичного підходу, нові напрямки застосування існуючих ресурсів при теперішньому пошуку нових.

Інформаційні технології туризму - це система, що базується на методах і методах передавання та оброблення інформації на основі технічних засобів, які можуть бути використані для керівництва туристичними суб'єктами, а саме: обслуговування споживачів, співробітництво з надавачами послуг, посередницькими установами, державними органами та тощо. Діяльне використання сучасних та інноваційних інформаційних технологій в роботу туристичних агенцій є неодмінною рисою їх успішної роботи, так як точність, надійність, ефективність, а також швидкість обробки та передачі інформації визначають досконалість управлінських рішень в даній галузі.

Для того, щоб туристичні підприємства успішно здійснювали маркетингову діяльність, інформаційний ринок пропонує технології, спрямовані на процес автоматизації накопичення результатів опитування, планування та розробки маркетингової стратегії. Одним із найважливіших елементів туристичної індустрії є комп'ютерні системи бронювання, які інтегрувалися у глобальні системи бронювання. Ці системи надають не лише транспортні послуги, а й проживання в готелях, круїзні поїздки, інформацію про місцезнаходження, автобусні, залізничні та повітряні сполучення, курси валют, звіти про погоду тощо, дозволяючи зарезервувати всі основні складові туру.

Використання інноваційних інформаційних технологій дозволяє бізнесменам та маркетологам досліджувати нові ринкові можливості своїх туристичних послуг, виділяти та досліджувати різні сегменти ринку (географічний, демографічний, професійний, організаційний, поведінковий тощо). Відстеження відповідної інформації може бути використано для прогнозування майбутнього розвитку попиту споживачів та виявлення нових тенденцій у поведінці існуючих та потенційних клієнтів. Використання геоінформаційних систем відкриває широкі перспективи для інженерного обґрунтування

та проектування нових туристичних маршрутів та рекреаційних зон, публікації тематичних туристичних карт та створення веб-атласів тощо. Завдяки інформаційним технологіям, єдиний туристичний інформаційний простір вже створено, що дозволяє всім гравцям туристичного ринку швидко отримувати реальну інформацію.

Вітчизняні туристичні компанії мають проблеми із забезпеченням конкурентоспроможності туристичних послуг, а тому намагаються використовувати сучасні інформаційні технології, розроблені іноземними туристичними компаніями. На сьогоднішній день існує широкий спектр програмних продуктів, орієнтованих на автоматизацію управління туристичними компаніями [4]. Так, «понад 15,5 тисяч суб'єктів підприємницької діяльності у галузі туризму було зареєстровано в Україні станом на 1 листопада 2020 року. Таку інформацію надала Державна фіскальна служба України» [5].

Запит стосувався кількості платників та сплачені податки юридичними та фізичними особами, які застосовують для ведення підприємницької діяльності КВЕДи: 79.11 «Діяльність туристичних агентств», 79.12 «Діяльність туристичних операторів», 79.90 «Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» [5]. За даними ДФС, в Україні діють: 11720 туристичних агентств, з них 7411 – фізичні особи-підприємці; 4309 – юридичні особи. На основі даних на рис. 1 представлено картосхему кількості туристичних агенцій та туроператорів України.

Найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності в м. Київ та Київській області, також в Одеській, Львівській, Миколаївській, Дніпропетровській, Харківській та Херсонській областях, це пов'язано з регіональною диспропорцією, що виникла на основі різних темпів розвитку регіонів, що підсилюються кризовими проявами в економіці. Це спричинено завдяки механізму ринкової конкуренції, який призвів до поділу регіонів за їх конкурентними перевагами, різного ступеня пристосування до ринкових умов регіонів з різними економічними структурами, можливостей місцевої влади проводити реформи на регіональному рівні. Проаналізуємо динаміку кількості суб'єктів туристичної діяльності України впродовж 2016-2020 років [6].



Рис. 2. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності 2016-2020рр.

Проаналізувавши дані рис. 2. можна побачити, що спад кількості суб'єктів туристичної діяльності відбувалась с 2016 по 2017 рік, з 2017 по 2019 рік кількість туристичних агенцій та операторів зростала, що означає розвиток туристичного бізнесу

на території України та можливість конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг. Проте, через пандемію Covid – 19 спостерігаємо різке зменшення туристичних підприємств у 2020 р.

На цьому етапі міждержавні та національні системи управління туризмом приступили до введення нововведень; зараз настала пора освоїти та використовувати нові технології (електронна комерція, використання віртуальних туристичних компаній); маркетингові форми та створення туристичних продуктів удосконалюються [7].

Активне застосування сучасних інноваційних інформаційних нововведень в роботу туристичних агенцій виступає першочерговою вимогою їх результативної діяльності, так як правильність, перевіреність, ефективність та висока швидкість оброблення і передавання даних окреслює результативність керівних рішень у цій галузі.

Необхідно стабілізувати конкуренцію між туристичними компаніями на ринку, оскільки багато туристичних компаній в сучасних ринкових умовах проводять політику демпінгу, зокрема знижуючи ціни на туристичні послуги різних видів, щоб охопити більшу цільову аудиторію, яка негативно впливає на здорову конкуренцію на ринку та не дозволяє їй функціонувати, що перешкоджає подальшим інвестиціям та інноваційному розвитку в туристичній галузі. Також, необхідно виділити загальні чинники, які сповільнюють використання нововведень в діяльності туристичних підприємств:

- «недосконала національна туристична політика, яка пасивно реагує на захоплення ринку;

- національні виробники туристичних послуг та турорганізатори не мають власних коштів на розвиток новітніх, стратегічних, проривних інновацій, тому і не можуть вийти на «зрілі» ринки економічно розвинених країн;

- на результати економічних трансформацій суттєво впливають: повільний характер інноваційних змін, низький рівень інноваційної культури» [8].

Дослідивши чинники, які сповільнюють інновації, ми можемо навести зразки успішного використання нововведень на ринку туристичного бізнесу, такі як а саме розвиток авангардних технологій, які поступово витісняють друковані засоби масової інформації та замінюють їх публікацією інформації та рекламою в Інтернеті або іншими формами.

Кількість користувачів Інтернету швидко зростає, оскільки використання телекомунікаційних систем дозволяє туристам спланувати поїздку: створити маршрут, забронювати і оплатити готель, екскурсії, квитки на літак, поїзд або круїз.

Однак, навпаки, українські споживачі туристичних послуг віддають перевагу прямому спілкуванню та недовірі з основною частиною туристичного ринку, що ускладнює прорив інформаційних технологій на ринку. Хоча ця форма розваг буде простішою, швидшою та зручнішою, кожен споживач може організувати свою відпустку так само легко, як і будь-яку мобільну транзакцію.

Прикладами інноваційних перетворень є створення мобільних додатків для систем бронювання та бронювання та надання туристичної інформації для готелів, авіарейсів та інших туристичних послуг [9].

Інноваційний прорив – це поява туристичних оголошень у соціальних мережах, споживачі можуть безпосередньо спілкуватися та отримувати найновішу інформацію про певні туристичні центри чи цікаві пам'ятки, що ще більше посилює соціальну функцію подорожей.

Щоб дізнатись більше про приклади та ефективність застосування інновацій туристичними компаніями України, ми пропонуємо розглянути схему найпопулярніших туристичних компаній на ринку країни, а також дослідити, які нововведення вже

використовуються, які впливають на піднесення підприємства та збільшення кількості замовників, які туристичні підприємства провадять активний розвиток та які підприємства затримуються на здобутках.

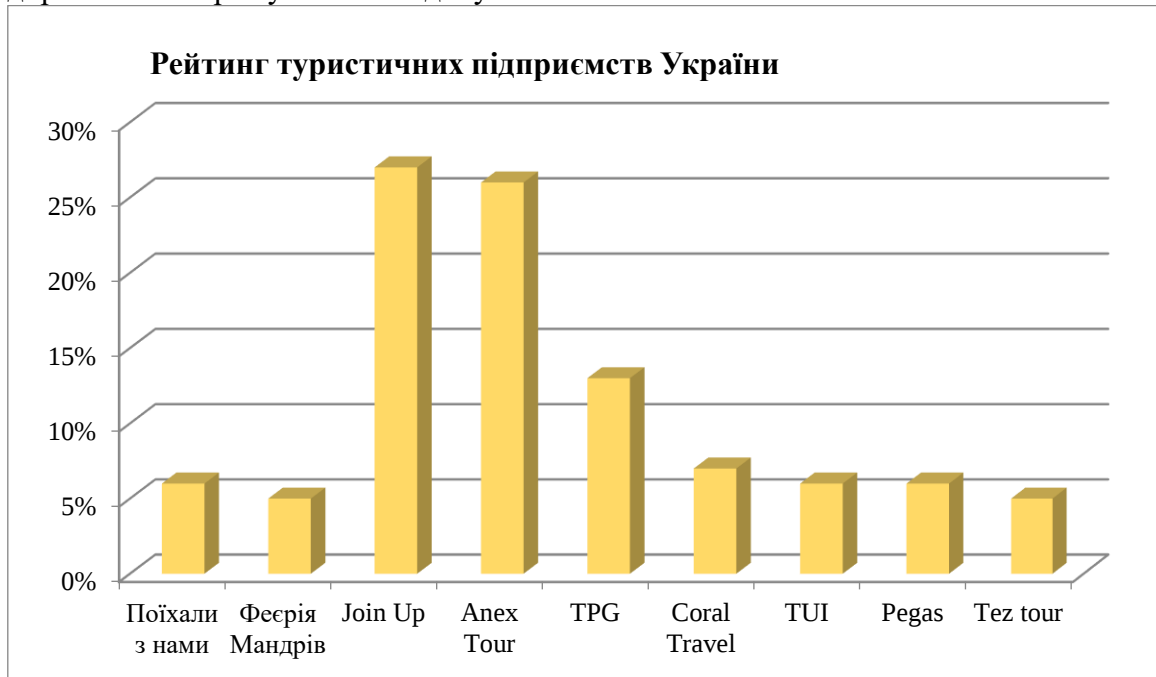


Рис.3 Рейтинг туристичних підприємств України

Отже, аналізуючи наведені дані на рис 3 «можемо побачити, приблизну частку яку займає певна компанія на туристичному ринку України. Зокрема, серед лідерів можна назвати такі підприємства як «Join Up» та «Anex Tour» [10]. Ці компанії тривалий час працюють на туристичному ринку, успішно займаючи значну частку ринку протягом свого існування, розвиваючи широку агентуру та клієнтську базу та виграючи вигідні контракти. Вони досягли такого успіху завдяки активній та інноваційній політиці під час створення, формування та виходу на ринок туризму країни. Обидві компанії мають потужні пошукові системи, відділи продажу квитків та бронювання авіакомпаній, готелі та інші послуги. Клієнти мають можливість отримати доступ до особистих віртуальних рахунків та дізнатися про всі зміни, пов'язані з туристичними продуктами та особистими замовленнями. Сьогодні вони активно розвивають нові види діяльності, організовують тури майже у всі країни світу та розробляють унікальні методи розваг, які стають все більш популярними серед туристів [11].

Можна виокремити компанію «TPG», що впору провела ребрендинг і енергійно почала впроваджувати нововведення в діяльності. Особисто ними було удосконалено сайт, створено велика кількість необхідних угод з партнерами, в першу чергу перевага була надана світовим авіакомпаніям: AirFrance, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, Delta, МАУ, Transaero, і це дозволило започаткувати власні чартерні перевезення, що стало перевагою для їхніх споживачів [12].

Політика нововведень цієї компанії направлена на повну автоматизацію менеджерів, які надають послуги постійним клієнтам. Клієнти-туристи також індивідуально мають доступ до інформації, яка їм потрібна, і намагаються самостійно проводити деякі операції.

Курс на нововведення також проводять такі туристичні компанії як TUI, Coral Travel, Tez Tour, але їх діяльність на туристичному ринку України незначна, але вони

також проводять могутню рекламну діяльність, притягують деякі нововведення та впроваджують новітні перспективи відпочинку для українських туристів.

Варто згадати, що такі українські туристичні підприємства, як «Феєрія Мандрів» та «Поїхали з нами», також досягли чудових результатів. Тому компанія «Феєрія Мандрів» змогла позиціонувати себе на ринку протягом короткого часу свого існування. Вони обрали відповідний контент, відкрили нові туристичні напрямки та зуміли залучити туристів. Компанія створила інноваційну форму презентації туризму, яка викликає інтерес туристів, і є моделлю того, як компанія розвивається на шляху інновацій та інновацій.

Щодо мережі туристичних агентств «Поїхали з нами», можна відзначити, що у своїй діяльності вони за 10 років успішно розширилися з одного туристичного агентства до 300 і навіть створили більше офісів в Україні. Ця зміна зумовлена активною інноваційною політикою, ефективними бізнес-стратегіями та розвитком у сучасних умовах.

На сьогодні цифрова трансформація серйозно досягла туристичної індустрії та поступово змінює роботу та відносини з клієнтами, важливо розуміти, що інноваційні інформаційні технології – це не мета, а засіб, а туризм- це індивідуальний досвід, який часто ділиться як у режимі офлайн, так і в автономному режимі.

Не завжди усі інновації спеціально підбирають іноді вони виникають у відповідь на проблему або потребу. Шістдесят років тому менеджер одного готелю зрозумів, що пора снідати, і ніхто з персоналу, відповідального за його обслуговування, не прийшов на роботу. Він вирішив поставити довгий стіл у залі і розкласти все, що потрібно гостям для самообслуговування; отже, народився сніданок «шведський стіл». Можливо, це не було технологічним рішенням, але, безумовно, було інновацією.

Ми живемо в час трансформації, час змін, коли багато питань, на які колись були прості відповіді, стали складними, навіть коли інші питання виникають вперше. Незабаром у нас з'являться менеджери космічного сміття, дизайнери віртуальних середовищ існування, біохаки та навіть дизайнери людських частин для 3D -друку.

На нашу думку, ефективними інноваційними інформаційними технологіями у туристичних підприємствах можуть бути:

Contactless Payment (безконтактний платіж)

Безготівковий розрахунок – це вже усталена практика, і зараз підприємства починають приймати безконтактні способи оплати. На відміну від безготівкових розрахунків, для безконтактних навіть не потрібна картка. Ці методи не тільки мінімізують контакт, але й прискорюють швидкість транзакцій. Весь процес оплати став безпроблемним із появою мобільних додатків. Клієнти, які не люблять носити готівку чи картки, тепер можуть зручніше здійснювати платежі. Більше того, Covid зробив соціальне дистанціювання чимось необхідним. Безконтактні способи оплати допомагають підприємствам зберігати дистанцію для безпеки свого персоналу та клієнтів.

Facial Recognition (розпізнавання обличчя)

Сучасні туристичні підприємства зараз використовують технологію розпізнавання обличчя, щоб надавати своїм клієнтам високоякісні послуги. Вони завантажують дані своїх клієнтів, і це робить процедуру реєстрації простішою та легшою. Така технологія може підвищити рівень безпеки, легко визначаючи місцезнаходження будь-якої людини, яка створює проблеми.

Online monitoring (Онлайн-моніторинг)

Сьогодні потенційні клієнти знають про бренди ще до того, як скористаються їхніми послугами. Вони використовують соціальні медіа, пошукові системи та переглядають веб -сайти, щоб уважно знати про послуги. Тому менеджери туристичних

підприємств можуть скористатися послугами онлайн-моніторингу оглядів, щоб відстежувати інформацію про готелі. Онлайн -моніторинг дозволяє туристичним підприємствам моніторити заклади гостинності, оцінити їх та надати клієнтам чудовий сервіс.

Artificial Intelligence (AI) (Штучний інтелект (ШІ))

Індустрія туризму для розвитку свого бізнесу поступово переймає передові технології, однією з яких є штучний інтелект, ШІ може допомогти оптимізувати всі інші існуючі технології на підприємстві. Він може збирати та інтерпретувати дані клієнтів, щоб надавати їм персоналізовані пакети. За допомогою штучного інтелекту можна мінімізувати ймовірність помилок. Віртуальні боти зі штучним інтелектом можуть відповідати на будь-які дзвінки гостей. ШІ також може зробити маркетингові стратегії більш ефективними і може надати туристичному бізнесу значний поштовх.

Інформаційні технології охоплюють усі аспекти туристичної індустрії – від маркетингу до обслуговування клієнтів. Туристичні підприємства використовують передові технологічні інструменти для забезпечення задоволеності клієнтів.

Якщо виникають проблеми з бронюванням готелів, можна спробувати EaseMyTrip забронювати бюджетні готелі та отримати ідеальну пропозицію.

Висновки. У процесі ефективного функціонування туристичного бізнесу інновації є важливим елементом, який у туризмі слід розглядати як сукупність інформаційно-технічних, організаційних, ділових та комерційних інновацій, що спричиняють появу абсолютно нового або оновленого туристичного продукту або послуги, що відповідає потребам туристів, а саме розваги, відпочинок при досягненні максимального економічного ефекту.

Тому, підсумовуючи, можна сказати, що всі компанії на туристичному ринку України прагнуть до інноваційних змін у своїй діяльності, щоб залишатися конкурентоспроможними та мати можливість максимізувати інтерес та залучити більше споживачів. Однак інновації та зміни вимагають поступового, продуманого та досконалого дослідження ринку на основі досвіду розвинених країн.

Список бібліографічного опису:

- 1.Інноваційні технології в туристичній індустрії. 2013. URL: http://C:/Users/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%86%D1%80%D0%B0/Downloads/sre_2013_3_49.pdf (дата звернення 30.08.2021)
- 2.Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: ИЦ Академия, 2007. 208 с.
- 3.Управління інноваційною діяльністю підприємств туристичного бізнесу. 2020. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/57_2020/21.pdf. (дата звернення 29.08.2021)
- 4.Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій. 2011. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/148-153.pdf. (дата звернення 30.08.2021)
- 5.ДФС назвала кількість туристичних компаній в Україні. URL: <https://zruchno.travel/News/New/4922?lang=ua>. (дата звернення 27.08.2021)
- 6.Сучасний стан туристичного ринку України. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (дата звернення 27.08.2021)
- 7.Інноваційні та ІТ-технології в туристичній діяльності. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25887/1/22.PDF>. (дата звернення 27.08.2021)
- 8.Концепти інноваційного розвитку підприємств в сфері туризму: URL: <https://knu.edu.ua/file/ODc0Mw==/53ec8a30e688165ab46cb806c8831614.pdf>. (дата звернення 27.08.2021)
- 9.Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko22.htm. (дата звернення 27.08.2021)
- 10.Сайт Туроператора «Join Up». URL: <https://joinup.ua/>. (дата звернення 29.08.2021)
- 11.Сайт Туроператора «Anex Tour». URL: <http://anextour.com.ua/> (дата звернення 29.08.2021)
- 12.Сайт Туроператора «TPG». URL: <https://www.tpg.ua/> (дата звернення 29.08.2021)

References:

- 1.Innovative technologies in the tourism industry. URL: file:///C:/Users/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%86%D1%80%D0%B0/Downloads/sre_2013_3_49.pdf (accessed 30 August 2021) [in Ukrainian]
- 2.Novikov B. S. Innovations in tourism. URL: <http://infotour.in.ua/novikov.htm> (accessed 03 September 2021)
- 3.Management of innovative activity of tourism business enterprises. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/57_2020/21.pdf (accessed 29 August 2021) [in Ukrainian]

4. Management of enterprises of the tourist sphere with the use of modern information technologies. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/148-153.pdf (accessed 30 August 2021) [in Ukrainian]
5. The State Fixed Service named the number of travel companies in Ukraine. URL: <https://zruchno.travel/News/New/4922?lang=ua> (accessed 27 August 2021) [in Ukrainian]
6. The current state of the tourist market of Ukraine. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf (accessed 27 August 2021) [in Ukrainian]
7. Innovative and IT technologies in tourism. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25887/1/22.PDF> (accessed 27 August 2021) [in Ukrainian]
8. Concepts of innovative development of enterprises in the field of tourism. URL: <https://knute.edu.ua/file/ODc0Mw==/53ec8a30e688165ab46cb806c8831614.pdf> (accessed 27 August 2021) [in Ukrainian]
9. Analysis of innovative development of domestic tourism enterprises in the Ukrainian market. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko22.htm (accessed 27 August 2021) [in Ukrainian]
10. Tour operator «Join Up». URL: <https://joinup.ua/> (accessed 29 August 2021)
11. Tour operator «Anex Tour». URL: <http://anextour.com.ua/> (accessed 29 August 2021)
12. Tour operator «TPG». URL: <https://www.tpg.ua/> (accessed 29 August 2021)

Дата подання публікації 30.08.2021 р.

УДК 658:339.138

Морохова В.О., к.е.н., професор
Morokhova V., Candidate of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0001-9246-7633>

Бойко О.В., к.е.н., доцент
Boyko O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0001-7153-5617>

Лорві І.Ф., к.е.н., доцент
Lorvi I., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0001-6713-5338>

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

Луцький національний технічний університет

В статті розглянуто питання використання маркетингових технологій з метою формування конкурентних переваг. Систематизовано дослідження зарубіжних і вітчизняних науковців стосовно джерел конкурентних переваг. Узагальнено вимоги, яким мають відповідати конкурентні переваги та наведено систематизований перелік характеристик, через які виявляється сутність конкурентних переваг. Конкурентні переваги мають вигідно відрізняти підприємство від конкурентів, задовольняти потреби споживачів, забезпечувати підприємству довгострокову конкурентну позицію на ринку, бути гнучкими та адаптованими до змін сучасного бізнес-середовища.

Доведено, що засобом досягнення конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку є розробка конкурентної стратегії, що базується на системі цінностей споживачів. Впровадження принципу клієнтоорієнтованості та створення споживчої цінності визначено головними складовими забезпечення стійких конкурентних переваг.

За сучасних умов нестабільного ринкового середовища аргументовано доцільність розробки адаптивних маркетингових стратегій, що дають змогу підприємствам реагувати на зміни ринкового середовища, мінімізувати ризики та втримати конкурентні позиції. Наголошено на необхідності забезпечення системного підходу до формування стратегій окремих елементів комплексу маркетингу. Виділено напрями адаптивного маркетингового управління.

Узагальнено сучасні маркетингові технології, які можуть застосовувати підприємства з метою розширення цільової аудиторії, збільшення обсягів продаж та зміцнення своїх позицій на ринку. Їх особливостями є орієнтація на стратегічні цілі розвитку, інтегрованість із загальною системою управління підприємством, комплексність, безперервність та динамізм реалізації. Результатом ефективного

використання цих технологій є успішна діяльність підприємств на ринку, досягнення маркетингових та управлінських цілей.

Ключові слова: маркетингове управління підприємством, маркетингові технології, ринкове середовище, конкурентні переваги, клієнтоорієнтованість, споживча цінність, конкурентоспроможність, маркетингова конкурентна стратегія.

MARKETING TECHNOLOGIES OF FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES

Lutsk National Technical University

The article considers the use of marketing technologies in order to form a competitive advantage. The research of foreign and domestic scientists concerning the sources of competitive advantages is systematized. The requirements to be met by competitive advantages are generalized and a systematized list of characteristics through which the essence of competitive advantages is revealed is given. Competitive advantages should favorably distinguish the company from competitors, meet the needs of consumers, provide the company with a long-term competitive position in the market, be flexible and adapted to changes in today's business environment.

It is proved that the means of achieving a competitive position of the enterprise in the market is the development of a competitive strategy based on the system of consumer values. The introduction of the principle of customer orientation and the creation of consumer value are identified as the main components of ensuring sustainable competitive advantages.

In the current conditions of unstable market environment, the expediency of developing adaptive marketing strategies that allow companies to respond to changes in the market environment, minimize risks and maintain a competitive position is argued. The need to provide a systematic approach to the formation of strategies of individual elements of the marketing complex is emphasized. The directions of adaptive marketing management are allocated.

Modern marketing technologies that can be used by enterprises in order to expand the target audience, increase sales and strengthen their market position are summarized. Their features are the focus on strategic development goals, integration with the overall management system of the enterprise, complexity, continuity and dynamism of implementation. The result of effective use of these technologies is the successful operation of enterprises in the market, the achievement of marketing and management goals.

Key words: enterprise marketing management, marketing technologies, market environment, competitive advantages, customer orientation, consumer value, competitiveness, marketing competitive strategy.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Одним із найважливіших завдань сучасних підприємств є їх здатність адаптуватися до умов змінного ринкового середовища та досягнення стійких конкурентних переваг. Застосування маркетингових технологій в управлінні конкурентними перевагами дозволяє розширити можливості впливу підприємства на їх формування. Конкурентні переваги відображають сильні сторони підприємства і є дуже важливими для цільового ринку. Тому питання використання маркетингових клієнтоорієнтованих технологій для забезпечення стратегічної ринкової позиції і конкурентоспроможності підприємств залишаються актуальними.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Відповідно до сучасних підходів маркетинг є однією з найважливіших функцій підприємства і забезпечує взаємодію підприємства і ринку. Зарубіжні і вітчизняні науковці, зокрема, Ф. Котлер, К. Келлер, М. Портер, Л. Балабанова, А. Войчак, С. Гаркавенко, С. Ілляшенко, С. Ковальчук, Є. Крикавський, А. Павленко, П. Перерва, А. Старостіна, Н. Чухрай та багато інших учених створили теоретичну базу системного підходу до маркетингу. Проте, питання використання маркетингових технологій у формуванні конкурентних переваг підприємств потребують подальшого вивчення, особливо в контексті нестабільного ринкового середовища.

Цілі статті. Метою дослідження є узагальнення підходів до формування конкурентних переваг та визначення ролі сучасних маркетингових технологій у забезпеченні стійких конкурентних позицій підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Сучасні економічні умови функціонування вітчизняних підприємств характеризуються загостренням конкуренції, високими споживчими очікуваннями та стрімким розвитком інтернет-технологій. Тому, як зазначає Москаленко О. Д., «виробники змушені шукати більш ефективні способи обслуговування та використовувати різноманітні маркетингові методи для утримання своїх конкурентних позицій» [1].

Незважаючи на значні напрацювання в сфері маркетингового управління діяльністю підприємств, дослідники відзначають також і певні проблеми ефективного використання маркетингових технологій з метою отримання конкурентних переваг: недостатня зосередженість на ринку та зорієнтованість на споживачів, неналежне управління відносинами із зацікавленими сторонами, невміння знаходити нові можливості та скористатись технологічними досягненнями, недосконалий процес маркетингового планування тощо [2].

У ситуації, коли традиційні маркетингові підходи неспроможні забезпечити успіх підприємств, Ф. Котлер пропонує їх замінити на сучасні клієнтоорієнтовані технології та фокусуватись виключно на цінностях, що існують протягом усього життя споживачів [3].

Встановлення і підтримка довгострокових відносин зі споживачами здійснюється за допомогою впровадження принципу клієнтоорієнтованості та створення споживчої цінності [1]. Найсильнішу конкурентну позицію на ринку буде мати підприємство, що створить найкращу цінність для більшості споживачів. А для цього необхідно не лише вивчати наявний попит, та його прогнозувати для відвоювання певної частки ринку в умовах загострення конкурентної боротьби.

Як констатують автори публікації [4], «зміни, що відбулися, змушують товаровиробників здійснювати пошук адекватних ситуації ефективних маркетингових інструментів, що дозволить виокремитися серед конкурентів, сформувати лояльність споживача та зайняти вигідну позицію на ринку».

Вищезазначене зумовлює необхідність пошуку шляхів формування конкурентних переваг підприємства.

Ж.-Ж. Ламбен [5] виділив три групи факторів формування конкурентних переваг підприємства:

- 1) якість продукції (відмінні якості товару, які мають підвищену цінність для споживача);
- 2) витрати виробництва (переваги підприємства в питаннях контролю над рівнем цін і витрат, адміністрування й управління товаром);
- 3) ключові компетенції (особливі навички або технології, які створюють унікальну цінність для споживача).

Тобто, конкурентна перевага за Ж.-Ж. Ламбеном – це характеристики і властивості товару, що створюють для підприємства певний пріоритет над конкурентами.

Крім того, науковець всі конкурентні переваги поділяє на внутрішні (виробничі, технологічні, організаційні, управлінські тощо) та зовнішні (загальноекономічний стан ринків, політика уряду, рівень інтеграції процесу виробництва і реалізації продукції тощо). Внутрішні конкурентні переваги засновані на функціональних сферах діяльності підприємства і характеризують цінності для виробника. Зовнішні конкурентні переваги характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача.

На думку Ф. Котлера [6] джерелом конкурентних переваг підприємства є, насамперед, його відмінні особливості. М. Портер [7] до основних джерел стійкої конкурентної переваги відносить: унікальну конкурентну позицію підприємства;

ретельно підбрану систему видів діяльності; ставлення до конкурентів; визначення ключових факторів успіху.

Сучасні дослідники [8] узагальнивши підходи різних учених, встановили, що джерелами формування конкурентних переваг підприємства можуть бути: кваліфікована робоча сила, сприятливі умови виробництва, створення нових видів продукції чи інших інновацій, суттєве зниження собівартості продукції, її висока якість, унікальність та оптимальний асортимент, що відповідає потребам споживачів, регулювання цін підприємством, високий рівень соціальної відповідальності.

Більшість науковців розглядає в якості бази конкурентних переваг підприємства саме внутрішні конкурентні переваги, які відображають потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. В свої чергу, зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з іншого – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів [8].

А. Ніколаєва конкурентні переваги підприємства пропонує розглядати як «сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей, компетенцій та динамічної спроможності, що забезпечують домінування підприємства з певною часткою відповідного релевантного ринку над конкурентами й унеможливають перерозподіл ринку на користь інших підприємств» [9].

Як зазначає Т. Харчук [10], для того, щоб перевага приносила перемогу у боротьбі із конкурентами, вона має відповідати наступним вимогам: забезпечувати підприємству вигідне ринкове положення порівняно з конкурентами; бути націленою на специфічні запити клієнта, що дозволить принести користь цільовій групі споживачів; спиратися на специфічні, оригінальні здатності й ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів; мати інноваційний характер для визначення напрямів і встановлення пріоритетності заходів щодо управління підприємством. Автор наводить систематизований перелік характеристик, через які виявляється сутність конкурентних переваг:

- здатність підприємства ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого положення на ринку ніж конкуренти;
- сукупність характеристик ресурсів та цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами;
- результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для покупця.

Засобом використання внутрішнього потенціалу підприємства для досягнення конкурентоспроможної позиції на ринку є формування конкурентної стратегії. О. Москаленко визначає конкурентну стратегію як «комплекс дій, направлених на формування цінності для суб'єктів ринку та суспільства в цілому, як джерела стійких конкурентних переваг. Підприємство, яке буде найкращим чином задовольняти потреби суб'єктів ринку та надавати їм товар, який відповідає їх системі цінностей, зможе зайняти стійку конкурентоспроможну позицію на ринку, де пропозиція перевищує попит» [1].

Визначення конкурентної стратегії підприємства та його конкурентної позиції буде залежати, насамперед, від рівня відповідності діяльності та товарів виробників системі цінностей споживачів.

Маркетингова конкурентна стратегія є необхідним елементом системи управління підприємством. Маркетингові технології ринкового аналізу (насамперед, потреб ринку) дозволяють підприємству розробити ефективні стратегії, що спрямовані на конкретні сегменти споживачів. Це, в свою чергу, надає підприємству певні конкурентні переваги. Л. Кустріч [11] розробку маркетингової конкурентної стратегії розглядає як

взаємопов'язану сукупність управлінських рішень щодо створення і використання конкурентних переваг підприємства і до складових системи маркетингових конкурентних стратегій відносить: стратегії формування конкурентних переваг, стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства та стратегії конкурентної поведінки підприємства.

При цьому дослідник наголошує на необхідності забезпечення системного підходу до формування стратегій окремих елементів комплексу маркетингу, узгодження їх цілей і загальної спрямованості: «ефективне позиціонування та розробка відповідного комплексу маркетингу для цільового ринку є джерелом стійкої конкурентної переваги підприємства на ринку» [11].

За сучасних умов нестабільного ринкового середовища при формуванні маркетингової конкурентної стратегії підприємства необхідно надати їй саме тих характеристик, які будуть сприяти адаптації підприємства до існуючої ситуації. Значна кількість наукових праць [12-15] присвячена саме розробці адаптивних маркетингових стратегій, які дають змогу «реагувати на зміни ринкового середовища, оперативно і ефективно відновлювати порушену рівновагу підприємства, швидко зорієнтуватися і віднайти в умовах економічного спаду те рішення, яке допоможе підприємству утримати конкурентні позиції, мінімізувати ризики, надати ринку затребуваний продукт, тим самим задовольнивши споживацький попит» [15].

Все більше підприємств визнають розробку адаптивної маркетингової стратегії як можливість підвищити свою конкурентоспроможність на ринку особливо із врахуванням нових умов діяльності під впливом пандемії COVID-19.

І. Бойчук [12] виділяє такі основні напрями удосконалення маркетингового управління підприємствами за критичних умов: 1) тісна співпраця з існуючими клієнтами, яка, на думку автора, виходить за межі формальних угод, ведення переговорів і налагодження контактів в сфері здійснення закупівлі (база лояльних клієнтів перетворюються на головний актив; споживачам потрібно допомогти у вирішенні їхніх проблем, інвестуючи у зміцнення відносин з ними); 2) ретельне відстежування ситуації на ринку та оперативне реагування на зміни, пов'язані з виникненням нестандартних запитів у клієнтів, які можна задовольнити, якщо на них вчасно і вміло реагувати; 3) активна робота з «гарячим попитом» (необхідність виживання змушує підприємства «чіплятися» за кожного клієнта і здійснювати максимально ефективно всі продажі); 4) переосмислення ринкових пропозицій (зворотний зв'язок з клієнтами шляхом використання специфічних методів і прийомів ефективної комунікації може дати якісні ідеї щодо вдосконалення маркетингової діяльності та актуалізації ринкової пропозиції); 5) перегляд бізнес-процесів з точки зору управління цінностями для споживачів (необхідно позбутися процесів, які не несуть цінності, а ресурси направити на ті складові, які їх примножать, наприклад, створення комфортного середовища взаємодії для споживача).

Адаптивне управління маркетингом в процесі вибору активних комунікацій передбачає поєднання внутрішніх і зовнішніх комунікаційних складових на підприємстві, які враховують реальні цінності та очікування споживачів.

Крім того, як зазначають В. Готра та Ю. Філін, «адаптивна маркетингова стратегія повинна забезпечити наявність ефективного і перспективного товарного портфеля підприємства, вибрати для підприємства цільові ринки і сегменти, найефективніші канали збуту, сприяти вибору оптимальних методів призначення цін на продукцію підприємства, стимулювати збільшення кількості потенційних споживачів товарів компанії, сформувати позитивний імідж компанії в свідомості представників цільових аудиторій, визначити інтенсивність освоєння ринків» [13].

Нові маркетингові підходи в управлінні діяльністю підприємств за умов мінливого

та нестабільного економічного середовища дозволяють створити умови для отримання конкурентних переваг як на національному, так і на зарубіжних ринках. Узагальнення досліджень [2; 16; 17; 18] дає змогу виділити сучасні маркетингові технології, які варто застосовувати підприємствам з метою завоювання стійких позицій на ринку та ефективного функціонування.

Це, насамперед: 1) CRM-системи управління відносинами з клієнтами (спрямовані на вивчення ринку і потреб споживачів, управління взаємодією з наявними та потенційними клієнтами); 2) вірусний маркетинг (технологія, що дозволяє в найкоротші терміни поширити інформацію про компанію, продукт чи послугу; стрімке поширення соціальних мереж сприяє розвитку вірусного маркетингу та підвищує його ефективність); 3) маркетингові Інтернет-технології (сприяють розширенню можливостей підприємства у просуванні товарів і послуг та більш ефективному задоволенню потреб споживачів за допомогою інформаційних комунікаційних технологій); 4) інтегровані маркетингові комунікації (забезпечують ефективну взаємодію з клієнтами за рахунок інтеграції всіх комунікативних інструментів); 5) брендинг (передбачає створення тривалої прихильності до товару); 6) крос-маркетинг (взаємовигідне партнерство двох і більше підприємств, що передбачає спільне проведення маркетингових програм щодо просування супутніх товарів і послуг). Використання цих технологій сприятиме досягненню підприємствами своїх маркетингових та управлінських цілей.

Висновки. За сучасних умов маркетингові технології набувають все більшого значення в управлінні діяльністю підприємств в цілому та у формуванні конкурентних переваг, зокрема. Вони спрямовані на успішну діяльність підприємств на ринку, зростання рівня конкурентоспроможності та сприяють досягненню маркетингових цілей шляхом розробки маркетингових конкурентних стратегій. Практичне використання маркетингових технологій дасть змогу підприємствам обирати найбільш ефективні у конкретній ринковій ситуації маркетингові заходи, обґрунтовувати вибір маркетингових інструментів та оптимізувати маркетингові процеси.

Список бібліографічного опису:

1. Москаленко О. Д., Зозульов О. В. Маркетинг у формуванні конкурентних позицій на ринку промислових послуг на прикладі ринку системної інтеграції України. Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць. 2020. Вип. 14. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36969/1/APEU-2020-14_Moskalenko_Zozulov.pdf
2. Кузьмак О. І., Шайдюк А. С. Сучасні маркетингові технології як інструмент ефективного управління підприємствами в умовах глобалізації. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, вересень 2020. № 19(47). С. 57-63.
3. Котлер Ф., Картаджая Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе; пер. с англ. А. Ю. Заякина. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012. 227 с.
4. Боліла С. Ю., Кириченко Н. В., Осадчук І. В. Клієнторієнтовані технології формування конкурентних переваг м'ясопереробного підприємства на локальному ринку. Агросвіт. 2020. № 10. С. 78-86.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 800 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 464 с.
7. Портер М. Конкуренция; пер. с англ. Москва : Вильямс, 2005. 608 с.
8. Цьвок Д. Р., Яворська Н. П. Формування конкурентних переваг підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. Вип. 5. С. 141-147.
9. Ніколаєва А. М. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємств м'ясної промисловості : дис. канд. наук: 08.00.04. Луцьк: ЛНТУ, 2010. 218 с.
10. Харчук Т. В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. Економіка и управление. 2011. № 6. С. 68-71.
11. Кустріч Л. О. Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2019. Вип. 33. С. 112-116.
12. Бойчук І. В. Адаптація управління маркетингом до умов пандемії COVID-19. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький: ХНУ, 2020. № 5. С. 38-41.
13. Готра В. В., Філін Ю. І. Розробка адаптивної стратегії маркетингу. Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні. 2017. С. 163-169.
14. Корієв В. Л., Мартиненко Д. О. Стратегічне планування маркетингу як складова адаптивного управління підприємством. Держава та регіони. 2014. № 3 (78). С. 71-74.

15. Соковніна Д. М. Адаптивна маркетингова стратегія підприємства: методика формування та реалізація. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 89-92.
16. Ковінько О. М., Пасічник Т. Г. Особливості сучасних маркетингових технологій в управлінні підприємством. Молодий вчений. 2017. № 12. С. 647-650.
17. Марусей Т. В. Впровадження CRM-систем у маркетингову діяльність підприємства. Економіка та держава. 2016. № 6. С. 87-89.
18. Рзаєв Г. І. Дубік І. Г. Маркетингові технології : сутність та мета використання. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 5. С. 188-190.

References:

1. Moskalenko O. D., Zozulov O. V. (2020) Marketynh u formuvanni konkurentnykh pozytsii na rynku promyslovykh posluh na prykladi rynku systemnoi intehtatsii Ukrainy. [Marketing in the formation of competitive positions in the market of industrial services on the example of the market of system integration of Ukraine]. Current problems of economics and management: a collection of scientific papers. 2020. Vip. 14. Recived from : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36969/1/APEU-2020-14_Moskalenko_Zozulov.pdf [in Ukrainian].
2. Kuzmak O. I., Shaidiuk A. S. (2020) Suchasni marketynhovi tekhnolohii yak instrument efektyvnoho upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh hlobalizatsii [Modern marketing technologies as a tool for effective management of enterprises in the context of globalization]. Scientific notes of the National University «Ostroh Academy». Series «Economics»: scientific journal. Ostrog: NaUOA Publishing House, no. 19 (47). pp. 57-63 [in Ukrainian].
3. Kotler F., Kartadzhaiia Kh., Setyavan A. (2012) Marketynh 3.0: ot produktov k potrebyteliam y dalee – k chelovecheskoi dushe; per. s anhl. A. Yu. Zaiakyna [Marketing 3.0: from products to consumers and beyond - to the human soul]. Moscow: Alpina Business Books [in Russian].
4. Bolila S. Yu., Kyrychenko N. V., Osadchuk I. V. (2020) Kliientoriietovani tekhnolohii formuvannia konkurentnykh perevah miasopererobnoho pidpriemstva na lokalnomu rynku [Client-oriented technologies of formation of competitive advantages of the meat-processing enterprise in the local market]. Agrovit. no 10. pp. 78-86. [in Ukrainian].
5. Lamben Zh.-Zh. (2007) Menedzhment, oryentirovannyi na rynek [Market-oriented management]. St. Petersburg: Peter [in Russian].
6. Kotler F. (2005) Marketynh menedzhment. Ekspres-kurs; per. s anhl. pod red. S. H. Bozhuk [Marketing Management. Express course]. St. Petersburg: Peter [in Russian].
7. Porter M. (2005) Konkurentsia; per. s anhl. [Competition]. St. Petersburg: Peter [in Russian].
8. Tsvok D. R., Yavorska N. P. (2017) Formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstva [Formation of competitive advantages of the enterprise]. Problems of system approach in economy. 2017. no. 5. pp. 141-147 [in Ukrainian].
9. Nikolaieva A. M. (2010) Formuvannia stratehii dosiahnennia konkurentnykh perevah pidpriemstv miasnoi promyslovosti : dys. kand. nauk: 08.00.04 [Formation of strategy of achievement of competitive advantages of the enterprises of the meat industry] Luts'k: LNTU [in Ukrainian].
10. Kharchuk T. V. (2011) Pidkhody do vyznachennia konkurentnykh perevah pidpriemstva [Approaches to determining the competitive advantages of the enterprise] Economics and management. no. 6. pp. 68-71 [in Ukrainian].
11. Kustrich L. O. (2019) Marketynhova konkurentna stratehiia yak neobkhidnyi element systemy upravlinnia pidpriemstvom [Marketing competitive strategy as a necessary element of enterprise management system] Scientific Bulletin of Kherson State University. Ser. : Economic sciences. No. 33. pp. 112-116. [in Ukrainian].
12. Boichuk I. V. (2020) Adaptatsiia upravlinnia marketynhom do umov pandemii COVID-19 [Adaptation of marketing management to the conditions of the COVID-19 pandemic]. Bulletin of Khmelnytsky National. university. Economic sciences. Khmelnytsky: KhNU, № 5. pp. 38-41. [in Ukrainian].
13. Hotra V. V., Filin Yu. I. (2017) Rozrobka adaptivnoi stratehii marketynhu [Development of adaptive marketing strategy] Actual problems of innovative development of cluster entrepreneurship in Ukraine. pp. 163-169 [in Ukrainian].
14. Koriniev V. L., Martynenko D. O. (2014) Stratehichne planuvannia marketynhu yak skladova adaptivnoho upravlinnia pidpriemstvom [Strategic marketing planning as a component of adaptive enterprise management] State and regions. 2014. № 3 (78). pp. 71-74 [in Ukrainian].
15. Sokovnina D. M. (2020) Adaptivna marketynhova stratehiia pidpriemstva: metodyka formuvannia ta realizatsiia [Adaptive marketing strategy of the enterprise: methods of formation and implementation]. Economy and state. 2020. № 10. pp. 89-92. [in Ukrainian].
16. Kovinko O. M., Pasichnyk T. H. (2017) Osoblyvosti suchasnykh marketynhovykh tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvom [Features of modern marketing technologies in enterprise management]. A young scientist. 2017. no 12. pp. 647-650. [in Ukrainian].
17. Marusei T. V. (2016) Vprovadzhenia CRM-system u marketynhovu diialnist pidpriemstva [Implementation of CRM-systems in the marketing activities of the enterprise]. Economy and state. 2016. No 6. pp. 87-89. [in Ukrainian].
18. Rzaiev H. I. Dubik I. H. (2019) Marketynhovi tekhnolohii : sutnist ta meta vykorystannia [Marketing technologies: essence and purpose of use]. Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences. 2019. no 5. pp. 188–190 [in Ukrainian].

Дата подання публікації 10.07.2021р.

УДК 338.486.1

Тараненко О.О., к.е.н.

Tararenko A., Candidate of Economic Sciences

<https://orcid.org/0000-0002-2121-4556>

Животенко В.О., к.е.н., доцент

Zhyvotenko V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

<https://orcid.org/0000-0003-0511-1802>

Шуканов П.В., д.геогр.н., доцент

Shukanov P., Doctor of Geographical Sciences, Associate Professor

<https://orcid.org/0000-0002-7973-3973>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Діловий туризм є важливою складовою світової індустрії туризму. Він ґрунтується на організації ділових заходів та відряджень співробітників корпоративних клієнтів. Важливість для активізації ділової активності в різних галузях економіки та висока інвестиційна привабливість ринку ділового туризму свідчать про його перспективність та підвищення рівня конкуренції у цій сфері. Обґрунтовано необхідність забезпечення управління споживчими перевагами у сфері ділового туризму комплексно на рівні держави, регіону та туристичного підприємства. На рівні держави мають вирішуватись завдання, пов'язані з кадровим забезпеченням, розвитком туристичної інфраструктури, підвищенням технологічного рівня та поліпшення інвестиційного клімату економіки. На рівні регіону необхідно розвивати місцеву туристичну інфраструктуру ділового туризму та популяризувати проведення ділових заходів. На рівні підприємств ділового туризму мають вирішуватись завдання дотримання міжнародних стандартів обслуговування, впровадження інформаційних технологій в надання послуг корпоративним клієнтам. Реалізація цих завдань забезпечить національному ринку ділового туризму конкурентні переваги на міжнародному рівні. Управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму повинне ґрунтуватися як на забезпеченні високої якості та широкого асортименту традиційних послуг для корпоративних клієнтів, так і на активному впровадженні сучасних інформаційних технологій. До них належать програмні продукти, що охоплюють процеси бронювання, управління витратами, звітність і відстеження місця розташування мандрівника; технології проведення повністю або частково віртуальних зустрічей та інших заходів; технології оцифрування платежів і бронювань для забезпечення повністю безготівкових транзакцій. Впровадження цих технологій підвищує споживчі переваги підприємств ділового туризму через зростання швидкості операційних процесів та полегшення контролю операційних витрат. Дані інформаційні технології підвищують безпечність надання послуг корпоративним клієнтам, що особливо актуально в умовах непередбачуваного поширення Covid-19.

Ключові слова: діловий туризм, інформаційні технології, конкурентоспроможність, попит, споживчі витрати, управління.

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF CONSUMER ADVANTAGE MANAGEMENT OF BUSINESS TOURISM ENTERPRISES

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Business tourism is an important component of the global tourism industry. It is based on the organization of business events and business trips of corporate clients. Business tourism contributes to the intensification of business activity in various sectors of the economy. The business tourism market has a high investment attractiveness and development prospects, which leads to increased competition in this area. The necessity of complex management of consumer preferences in the sphere of business tourism at the level of the state, region and tourist enterprise is substantiated. At the state level, tasks related to staffing, development of tourist infrastructure, raising the technological level and improving the investment climate of the economy should be addressed. At the regional level, it is necessary to develop the local tourist infrastructure of business tourism and promote business events. At the level of business tourism enterprises, the tasks of compliance with international service standards and the introduction of information technology in the provision of services to corporate clients

should be addressed. The implementation of these tasks will provide the national business tourism market with competitive advantages at the international level. Management of consumer preferences of business tourism enterprises should be based on providing high quality and a wide range of traditional services for corporate clients, as well as on the active introduction of modern information technologies. These include software products that cover the processes of booking, cost management, reporting and tracking the location of the traveler; technologies for holding full or partial virtual meetings and other events; technologies for digitizing payments and bookings to ensure a completely cashless transaction. The introduction of these technologies increases the consumer benefits of business tourism enterprises by increasing the speed of operating processes and facilitating the control of operating costs. These information technologies increase the security of providing services to corporate clients, which is especially actual in the face of the unpredictable spread of Covid-19.

Key words: business tourism, information technologies, competitiveness, demand, consumer expenses, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Діловий туризм є самостійним повноцінним видом туризму. Його ключова особливість полягає в обслуговуванні туристичними фірмами не фізичних осіб, а корпоративних клієнтів. Організовуючи корпоративні заходи або обслуговуючи відрядження співробітників, підприємства ділового туризму впливають на економічну активність компаній, галузей та економіки в цілому. Це особливо важливо у нинішній час, коли світова економіка поступово відновлюється від кризових явищ, зумовлених поширенням Covid-19. В таких умовах управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму є важливим інструментом відновлення і стабілізації економічних процесів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженням проблем розвитку ділового туризму займалися І. Андренко, І. Білецька, С. Галасюк, М. Денисенко, Н. Дехтяр, М. Дрогомирецька, П. Конон, Н. Корнілова, Р. Корсак, М. Максимюк, Т. Марусей, Є. Музичка, С. Нікітенко, І. Пандяк, І. Прохорчук, І. Ремігайло, О. Шикіна та інші. У своїх працях вони висвітили різноманітні аспекти розвитку ділового туризму в Україні та на міжнародному рівні. Але детальнішого аналізу потребують питання управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму.

Цілі статті. Метою роботи є окреслення теоретичних основ управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Обсяг світового ринку ділового туризму в 2018 році становив 1,37 млрд дол. і його подальше щорічне зростання очікувалося на рівні 4,9% до 2,09 млрд дол. у 2027 році [1]. Але на реалізацію прогнозів вплинуло поширення Covid-19, що спричинило кризові явища як в міжнародній індустрії туризму загалом, так і в сфері ділового туризму зокрема. У 2020 році порівняно із 2019 роком кількості міжнародних прибуттів зменшилася на 74% або на 1 млрд туристів, що зумовлено зменшенням попиту на поїздки та введення карантинних обмежень в різних країнах світу [2]. У 2021 році спад на міжнародному туристичному ринку продовжився, про що свідчить зменшення кількості туристів з січня до березня 2021 року на 83% порівняно з аналогічним періодом 2020 року [3]. Незважаючи на кризові явища в туристичній індустрії, діловий туризм відновлюватиметься разом із економічними процесами в різних галузях, оскільки цей вид туризму спеціалізується на організації заходів, що виступають важливими інструментами активізації ділової активності на державному та регіональному рівнях. В узагальненому вигляді ці заходи позначають аббревіатурою MICE – від перших літер Meetings (зустрічі, стратегічні, циклічні наради, переговори, презентації); Incentives (інсентив, заохочувальні поїздки, мотиваційні програми, стимулювання лояльності партнерів, співробітників, дилерів); Conferences /Conventions (конференції, форуми, конгреси); Exhibitions/Events (виставки, подійний туризм, корпоративні події) [4].

Послуги підприємств ділового туризму, що надаються корпоративним клієнтам безпосередньо чи опосередковано пов'язані з їхньою діяльністю. Тому до них висуваються підвищені вимоги щодо якості та швидкості надання від чого залежать доходи і прибутки клієнтів.

Забезпечення ефективного управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму не є завданням виключно самих підприємств. До цього процесу мають залучатися низка суб'єктів туристичного ринку відповідно до масштабів прямих і опосередкованих наслідків діяльності підприємств ділового туризму. Тобто, в міру своїх функцій і повноважень органи державної влади на загальнодержавному та регіональному рівні мають сприяти розвитку ділового туризму. Таким чином, управління споживчими перевагами на ринку ділового туризму доцільно розглядати на рівні держави, регіону та туристичного підприємства (таблиця 1).

Таблиця 1

Рівні управління споживчими перевагами на ринку ділового туризму

Рівень управління	Напрямки (завдання) управління споживчими перевагами	Споживчі переваги
Державний	- формування сприятливого інвестиційного клімату в країні; - стимулювання розвитку та модернізації туристичної інфраструктури (фінансові та податкові інструменти); - ефективне регулювання освітньої діяльності для підготовки кваліфікованих фахівців у сфері туризму; - промоція на міжнародному рівні національного ринку ділового туризму; - оптимізація туристичних формальностей для іноземних ділових туристів; - стимулювання розвитку інформаційних технологій.	Якісна інфраструктура Можливості передових інформаційних технологій Кваліфікований персонал Спрощені туристичні формальності
Регіональний (місцевий)	- стимулювання розвитку та модернізації місцевої туристичної інфраструктури, в тому числі для ділового туризму (бізнес-центри, виставкові зали, конгрес-центри); - сприяння організації та проведенню масштабних ділових заходів (виставок, конгресів, конференцій)	Якісна інфраструктура Спрощені бюрократичні процедури організації ділових заходів
Підприємства ділового туризму та їх об'єднання	- впровадження міжнародних стандартів в обслуговуванні корпоративних клієнтів; - забезпечення широкого асортименту традиційних та інноваційних послуг; - впровадження інформаційних технологій в процес обслуговування корпоративних клієнтів (технології віртуалізації зустрічей та інших заходів, автоматизації надання послуг, оцифрування платежів і бронювань); - використання традиційних (участь у виставкових заходах, реклама в ЗМІ) та новітніх (соціальні мережі, таргетинг) засобів просування власних послуг.	Широкий асортимент послуг Висока якість послуг Оперативність надання послуг Безпечність послуг в умовах поширення Covid-19

Лише комплексна взаємодія органів державної влади на різних рівнях та підприємств ділового туризму забезпечить національному ринку ділового туризму конкурентні переваги, що дозволять зайняти вагоме місце на міжнародному ринку ділового туризму.

Управління споживчими перевагами на рівні підприємства ділового туризму повинне ґрунтуватися на забезпеченні незмінної високої якості туристичного продукту

та впровадження передових інформаційних технологій в обслуговування клієнтів.

Туристичний продукт для клієнтів підприємств ділового туризму є комплексом туристичних послуг для реалізації мети ділового заходу, який формується клієнтом із запропонованого підприємством переліку. Цей перелік може включати традиційні та інноваційні послуги, залежно від можливостей туристичного підприємства. До традиційних послуг належать: візова підтримка; трансфер та проживання учасників; організація прискореної процедури розміщення в готелі, персонального Help Desk в місці проведення заходу та у місці проживання учасників, вір-зустрічі; вибір місця проведення заходу; транспортне обслуговування різними видами транспорту; допомога в організації конференції, в тому числі оренда конференц-залів і надання технічної підтримки протягом всього заходу; забезпечення друкованою та рекламною продукцією; розробка і проведення team-building-заходів, конкурсів, спортивних змагань та виступів; підготовка допоміжної документації; організація екскурсійно-розважальної програми; надання координатора, який буде супроводжувати групу протягом всієї поїздки та допоможе у вирішенні будь-яких питань та інше.

Якісне надання традиційних послуг підприємствами ділового туризму є правилом, тому для успішної конкурентної боротьби вони мають активно впроваджувати інноваційні рішення у сам процес обслуговування клієнтів або пропонуючи нові інноваційні продукти. В умовах пандемії Covid-19 та непередбачуваності її подальшого поширення особливої актуальності набуває практика впровадження інформаційних технологій в обслуговування корпоративних клієнтів. Вони забезпечують дотримання санітарно-епідеміологічних норм, що запроваджені в більшості країн світу.

Одними з важливих напрямків обслуговування корпоративних клієнтів є оцифрування платежів і бронювань. Це забезпечується низкою сервісів онлайн і безготівкової оплати туристичних послуг без використання кредитних/дебетових карт або мережевих банківських операцій. Такі транзакції безпечні і легко відслідковуються з метою контролю витрат та їх оптимізації. Також активно розвиваються сервіси Apple Pay, Samsung Pay, Paytm, Venmo і інші цифрові способи оплати, що ґрунтуються на використанні віртуальних номерів рахунків (VAN) і забезпечують повністю безготівкові транзакції [5]. Впровадження даних технологій спрощує здійснення розрахунків, підвищує швидкість операційних процесів та полегшує контроль операційних витрат корпоративними клієнтами.

До актуальних інформаційних технологій в умовах карантинних обмежень належать технології проведення повністю або частково віртуальних зустрічей та інших заходів. Для цього використовуються рішення для прямої трансляції, платформи веб-мовлення, мобільні додатки для заходів, інтеграція управління відвідувачами з програмним забезпеченням для веб-конференцій, платформи для віртуальних заходів і виставок.

Також підвищує рівень споживчих переваг підприємства ділового туризму впровадження програмних продуктів, що охоплюють такі найважливіші процеси, як бронювання, управління витратами, звітність і відстеження місця розташування мандрівника тощо. Окремо слід виділити додатки та програми, що використовуються для планування, організації та супроводу ділових заходів (Shoflo, EventGeek, Fly Another Day, GroupMeet та інші). Вони дозволяють: створювати виробничі листи, графіки продуктів, списки і документи в режимі реального часу; співпрацювати і керувати логістикою подій, в тому числі місцями, постачальниками, печаткою, доставкою, подорожами і бюджетами; управляти місцем проведення заходу, груповою реєстрацією і системою обміну подіями та інше [6]. Такі продукти стали традиційними для найпотужніших гравців ринку ділового туризму на міжнародному рівні, зокрема

American Express Global Business Travel, BCD Group, Booking Holdings Inc., Carlson Wagonlit Travel, Direct Travel Inc. та деяких інших.

Забезпечення високої якості традиційних послуг із впровадженням сучасних інформаційних технологій забезпечить підприємствам ділового туризму досягнення оптимального рівня споживчих переваг для функціонування та конкуренції в сучасних складних кризових умовах.

У забезпеченні споживчих переваг підприємствами ділового туризму окремо слід виділити їх об'єднання. Традиційно їх завданнями є: вплив на правове регулювання галузі; участь у підготовці висококваліфікованого кадрового потенціалу галузі; консалтингова допомога учасникам; упорядкування конкурентного середовища у галузі; представництво учасників на міжнародному рівні та інші. Такі об'єднання створюються як на загальнодержавному (наприклад, Асоціація ділового туризму України (Business Travel Association of Ukraine)), так і на міжнародному (наприклад, Світова асоціація ділового туризму (Global Business Travel Association)) рівнях.

Висновки. В нинішній час зростає інвестиційна привабливість ринку ділового туризму, що зумовлює його розвиток та посилює рівень конкуренції у цій сфері. В таких умовах зростає актуальність завдання забезпечення ефективності управління споживчими перевагами підприємств ділового туризму. Цей процес є складним і потребує державної підтримки на національному та регіональному рівнях. Управління споживчими перевагами підприємства ділового туризму повинне ґрунтуватися на забезпеченні незмінної високої якості традиційних туристичних послуг та впровадження передових інформаційних технологій в обслуговування клієнтів.

Список бібліографічного опису:

1. Global \$2.09 Bn Business Travel Market Analysis and Forecasts to 2027. URL : <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-2-09-bn-business-travel-market-analysis-and-forecasts-to-2027--300924093.html> (дата звернення: 15.07.2021).
2. 2020: worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (дата звернення: 15.07.2021).
3. UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (дата звернення: 16.07.2021).
4. Асоціація ділового туризму України. URL : <http://btaukraine.com/wp-content/uploads/2015/09/STATUT-BTA-Ukraine-2015.pdf> (дата звернення: 16.07.2021).
5. Business Travel Market to 2027. URL : <https://www.researchandmarkets.com/reports/4825292/business-travel-market-to-2027-global-analysis> (дата звернення: 17.07.2021).
6. Муzychka Є. О. Тенденції розвитку світового ринку MICE-туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6910> (дата звернення: 17.07.2021).

References:

1. Global \$2.09 Bn Business Travel Market Analysis and Forecasts to 2027. URL : <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-2-09-bn-business-travel-market-analysis-and-forecasts-to-2027--300924093.html> [in English].
2. 2020: worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [in English].
3. UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> [in English].
4. Asotsiatsiia dilovoho turizmu Ukrainy. URL : <http://btaukraine.com/wp-content/uploads/2015/09/STATUT-BTA-Ukraine-2015.pdf> [in Ukrainian].
5. Business Travel Market to 2027. URL : <https://www.researchandmarkets.com/reports/4825292/business-travel-market-to-2027-global-analysis> [in English].
6. Muzychka Ye. O. Tendentsii rozvytku svitovoho rynku MICE-turizmu. *Efektivna ekonomika*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6910> [in Ukrainian].

Дата подання публікації 30.07.2021р.

UDC 331.101.31

Shevchenko Viktoriia

PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences), Associate Professor of the Department of Management and Public Administration, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

<https://orcid.org/0000-0001-6345-9474>

THE FORMATION OF THE SYSTEM OF MOTIVATION AND STIMULATION OF WORK ACTIVITY OF THE PERSONNEL OF THE ENTERPRISE

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

The degree of satisfaction of the company's staff with wages and working conditions, management policy, socio-psychological climate in the team - affects the work motivation of employees. Analysis and assessment of staff satisfaction helps to identify the presence of "weak elements" in the personnel management structure, to develop additional forms of incentives that will help eliminate and compensate for the factors of work, the least satisfied staff.

The article analyzes the stages of formation of the staff motivation system. At the first stage, the directions of activity and development to which the enterprise aspires are defined. The strategy should reflect the financial, production, marketing, sales and organizational goals, which are formalized through a system of balanced indicators in terms of: finance, market, consumer, production, personnel.

Each goal should be divided into goals of the first, second, third and next level, which will provide an opportunity to form key performance indicators that the owner expects from the staff of each division of the enterprise. Having made generalized conclusions from practice, the employer must turn to theories of motivation, of which there are many. Nor should we underestimate the importance of psychological theories in this matter. Studying the latter will help to avoid some mistakes in choosing the wrong ways of motivation by identifying patterns of psychological behavior of people in certain situations.

It is determined that the degree of satisfaction of the company's staff with wages and working conditions, management policy, socio-psychological climate in the team - affects the work motivation of employees. Analysis and assessment of staff satisfaction helps to identify the presence of "weak elements" in the personnel management structure, to develop additional forms of incentives that will help eliminate and compensate for the factors of work, the least satisfied staff of the organization.

Keywords: labor activity, employee, motivation, key performance indicators, psychological behavior, competitiveness.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ І СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

Ступінь задоволеності персоналу підприємства оплатою праці і умовами роботи, політикою керівництва, соціально-психологічним кліматом в колективі – впливає на трудову мотивацію співробітників підприємства. Аналіз і оцінка ступеня задоволеності трудовою діяльністю персоналу допомагають вчасно виявити наявність «слабких елементів» в структурі управління персоналом, розробити додаткові форми стимулювання, які будуть сприяти усуненню і компенсації факторів трудової діяльності, найменш задоволеного персоналу організації.

В статті проаналізовані етапи формування системи мотивації персоналу. На першому етапі визначаються ті напрямки діяльності та розвитку, до яких прагне підприємство. Стратегія повинна відображати фінансові, виробничі, маркетингові, збутові та організаційні цілі, які формалізуються через систему збалансованих показників в розрізі: фінанси, ринок, споживач, виробництво, персонал. Для формування системи мотивації формування стратегії підприємства є найважливішим.

Кожна мета повинна бути розподілена на цілі першого, другого, третього і наступного рівня, що надасть можливості сформулювати ключові показники результатів, яких чекає власник від персоналу кожного підрозділу підприємства.

Зробивши узагальнені висновки з практики, роботодавцю обов'язково слід звернутися до теорій мотивації, яких безліч. Не варто також недооцінювати значення психологічних теорій в даному питанні. Вивчення останніх допоможе уникнути деяких помилок вибору неправильних способів мотивації за допомогою виявлення закономірностей психологічної поведінки людей в певних ситуаціях.

Визначено, що ступінь задоволеності персоналу підприємства оплатою праці і умовами роботи, політикою керівництва, соціально-психологічним кліматом в колективі – впливає на трудову мотивацію

співробітників підприємства. Аналіз і оцінка ступеня задоволеності трудовою діяльністю персоналу допомагають вчасно виявити наявність «слабких елементів» в структурі управління персоналом, розробити додаткові форми стимулювання, які будуть сприяти усуненню і компенсації факторів трудової діяльності, найменш задоволеного персоналу організації.

Ключові слова: трудова діяльність, працівник, мотивація, ключові показники результативності, психологічна поведінка, конкурентоспроможність.

Problem statement in general and its connection with important scientific and practical tasks. The work of any enterprise depends entirely on the work of its employees. Today, staff motivation is central to the personnel management system of the organization, as it is essentially the cause of employee behavior. Depending on how motivated employees are, their focus on the company's goals, the desire to achieve them, to provide the desired result. In addition, this, in turn, is the basis for effective work of the organization as a whole.

However, despite the importance of the motivation system in the modern enterprise, active work on this issue both in the field of theoretical research and in their practical application, still there is a problem of the organization of system of motivation and its management at the concrete enterprise.

Overview of recent research and publications. In theoretical terms, the organization of motivation system and its management are developed in detail in both foreign and Ukrainian studies.

The most important developers of the theory of personnel motivation among foreign authors - the founders of two groups of needs: A. Maslow, F. Herzberg, D. McClelland; founders of procedural theories of motivation: W. Vroom, J. Adams, L. Porter and E. Lawler; founders of theories based on the attitude of man to work: J. McGregor, W. Ouchi and others.

Some aspects of personnel motivation management in organizations are presented in the works of domestic scientists such as N. Volgina, Yu. Kokin, R. Yakovlev, K. Korolevsky, A. Kibanov, S. Galushka and others.

Objectives of the article. The purpose is to analyze the formation of a system of motivation and incentives for staff of the enterprise.

Research results. The term "motivation" is used in various spheres of society. However, at the heart of each definition, one way or another, are the psychological features of this process. In a broad sense, motivation is the motivation that causes human activity and determine its direction.

In the economic sphere, the term is used as an external or internal motivation of the economic entity to act in the name of achieving any goals, the presence of interest in such activities and ways to initiate, motivate [1, p.85].

In the narrow sense, the motivation of work - is the process of meeting employees' needs and expectations in the course of their chosen work, which is carried out implementation of their goals, consistent with the goals and objectives of the organization, and at the same time - a set of measures used by the management to improve the efficiency of employees.

The process of selecting the right system of staff motivation - a complex and time-consuming, which requires special knowledge, and in-depth study of employee needs and working conditions.

The development of an effective system of motivation should begin directly with the monitoring of the labor market and the study of applicants' expectations. The labor market also dictates to the organization's management the size of the market wage and the framework in which the organization can vary it. At the same time, a comprehensive analysis from different angles is important: interviews with employees in the company, interviews for vacancies, study of Internet sites of competing companies, research, etc.

Making generalized conclusions from practice, the employer be sure to turn to theories of motivation, of which there are many. Nor should we underestimate the importance of psychological theories in this matter. Studying the latter will help to avoid some mistakes in choosing the wrong ways of motivation by identifying patterns of psychological behavior of people in certain situations. Well, comparing the analysis of the labor market and theoretical

material on staff motivation, it is necessary to develop an appropriate personnel policy of the enterprise [2, p.89].

It is also important to note that the company's staff motivation system should be extended to all without exception of employees, it must be comprehensive. Increased motivation is likely to be possible in some areas, but this does not mean that other employees do not need it. In addition, regular changes in the system of staff motivation are mandatory, as the company's work is dynamic and constantly evolving. We should also not forget about the impact of changes in the situation in the country, in market relations, etc., which also affect people's needs.

The formation of a system of motivation should consist of the following stages, which are shown in Figure 1.

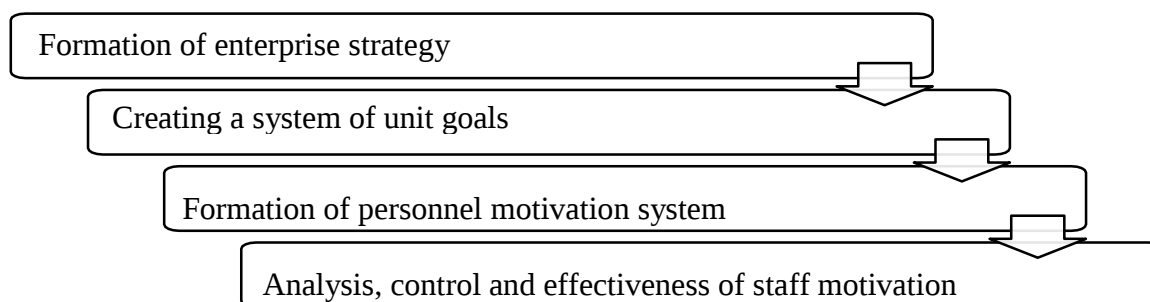


Figure 1 – Stages of formation of personnel motivation system

At the first stage, the directions of activity and development to which the enterprise aspires are defined. The strategy should reflect the financial, production, marketing, sales and organizational goals, which are formalized through a system of balanced indicators in terms of: finance, market, consumer, production, personnel.

Each goal should be divided into goals of the first, second, third and next level, which will provide an opportunity to form key performance indicators that the owner expects from the staff of each division of the enterprise. Thus, according to ISO 9000: 2008, the result can be considered as.

Effectiveness is the degree of achievement of planned results and which include absolute indicators; are relative indicators [3, p.107].

Key performance indicators depend on the developed strategy. Indicators related to this group are usually used to determine the effectiveness of administrative staff. In our opinion, performance indicators should be used not only to assess the work of administrative staff, but also to assess employees of production and other departments of enterprises, which will encourage employees to produce better products, increase demand and interest of all in the end with the appropriate system motivation and stimulation.

Key performance indicators are divided into:

Late - reflect the results of activities after the end of the period,

Operational or advanced - allow you to manage the situation within the reporting period in order to achieve the desired results.

Late performance indicators include financial indicators that characterize the financial condition of the enterprise. Financial indicators show the company's ability to generate cash flows, but because they are delayed in time, they cannot measure the current efficiency of units [4, p.146].

Operational efficiency indicators are related with the current activities of business units and show possible cash flows in the future, product quality and competitiveness.

When developing a system of key performance indicators for the formation of a system of staff motivation must meet certain requirements:

1. reality in determining their reach;
2. the ability to determine the indicator, the availability of the necessary data;
3. clarity in the planning of performance indicators of departments, the enterprise as a whole;
4. transparency in calculations;
5. opportunity to get results from interested parties.

Competently designed and formed a system of staff motivation will allow a modern employer:

1. Clearly agree on the goals of the individual employee, the department and the company as a whole, as well as ways to achieve them.
2. Solve staff turnover problems and staff shortages by retaining highly qualified professionals "imprisoned" for a specific company.
3. Reduce time and financial costs for staff recruitment, selection and adaptation.
4. To form a cohesive team of like-minded people, to maintain confidence in the professional demand of the employer and the desire to work in this company effectively, with full efficiency, with motivation for the result.

A set of conditions necessary to create positive motivation in the employee:

1. the results expected by the manager must be clearly defined and known to the performer;
2. there must be known rewards for achieving these results;
3. these rewards must be such that they are valuable to the performers;
4. it is necessary that the team have such informal rules that would determine the status of the employee in it and the attitude of colleagues towards him depending on his attitude to the case;
5. the control system must provide an objective assessment of the results achieved;
6. the results of each employee's work must be known to others;
7. the rewards received must correspond to these results and be distributed fairly;
8. the tasks must correspond to the individual abilities of the employees and it is necessary that they do not doubt this; the performance of the task should not require excessive stress from the performers;
10. employees need to be confident that there are logistical, organizational and other conditions sufficient to perform the task.

The general mechanism of motivation to work is to give a person the opportunity to get the most positive emotions from their work by satisfying the whole set of their needs, turning the work from a lesson on production to a lesson to realize their own needs. The task of the head in this case is to assess the state of the motivational environment in terms of how it is favorable for the formation of employee interest in productive work in the interests of the enterprise and adjust it in the right direction.

Motivational environment analysis involves conditions do not significantly satisfy what should be.

Staff motivation is the main means of ensuring optimal use of resources, mobilization of existing human resources. The main purpose of the motivation process is to get the maximum return from the use of labor resources, which increases the overall efficiency and profitability of the enterprise [5, p.68].

Motivation includes the internal state of man, called need, and something beyond which is defined as an incentive or task. Human behavior is determined by the need that dominates at a given time.

Yet, it is important to emphasize that there is no universal motivational approach to personnel management. Moreover, the general principles of human factor management give rise to different systems of motivation with their own characteristics, based on the specifics of

enterprises. At the same time, managers of large enterprises may well use the existing motivational management schemes that take into account the level of development of the enterprise. At the same time, it is necessary to proceed from the fact that they cannot be constant and need constant improvement, directed on the decision of the concrete problems standing at a certain stage of development of the enterprise, formation of collective.

It is necessary not only to motivate the staff, but also to diagnose the first signs of its demotivation in time, if for some reason they take place, it is always necessary to find new approaches to the organization of work, its payment, stimulation taking into account the whole spectrum

Ultimately, a well-built system of staff motivation is a tool that increases the value of the company - by increasing the efficiency of the team as a whole and significantly reducing the cost of staff selection and adaptation (while reducing staff turnover).

Conclusions. Thus, the degree of satisfaction of the company's staff with wages and working conditions, management policy, socio-psychological climate in the team - affects the work motivation of employees. Analysis and assessment of staff satisfaction helps to identify the presence of "weak elements" in the structure of personnel management, to develop additional forms of incentives that will help eliminate and compensate for the factors of work, the least satisfied staff.

Methods of managing the motivation of staff in the enterprise, include: more thorough systematization of the process of personnel records management; organization of work with the personnel reserve absent at the enterprises; introduction of corporate ethics based on mutual assistance, creativity and self-realization of each employee; regular use of trainings and training seminars to support and improve the skills of employees at the appropriate level.

Thus, we can identify the following features of the system of staff motivation in the enterprise: focus on success, the predominance of material incentives more active position in the management system of the organization.

The practical application of these recommendations will fill the existing gaps in the approach to staff motivation in these structures, increase job satisfaction and wages. This, in turn, will contribute to the achievement of strategic goals of companies, make them more attractive in the services market, reduce staff turnover, and increase the level of service, which will increase the profits of enterprises.

Список використаних джерел:

1. Дряхлов Н., Куприянов Е. Системы мотивации персонала в западной Европе и США. *Проблемы теории и практики управления*, 2012. Вып. 2. С. 83-88.
2. Колот А.М., Симбалюк С.О. Мотивація персоналу: підручник. Київ. 2012, 397 с.
3. Бородин В.А., Любичка В.А. Развитие мотивации труда персонала на основе индивидуализации инструментов стимулирования: монография. Барнаул, 2014. 155 с.
4. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. Тернопіль : ТНЕУ, 2014, 288 с.
5. Куліпанов К.А. Мотивація і оцінка персоналу: навч. посіб. Київ : Знання-прес, 2009. 138 с.

References:

1. Drjakhlov N., Kupryjanov E. (2012) Systemy motyvacyu personala v zapadnoj Evrope y SShA. *Problemy teoryy y praktyky upravleniya*. Vol. 2. pp. 83-88.
2. Kolot A.M., Cymbaljuk S.O. (2012) Motyvaciya personalu: pidruchnyk. [Staff motivation: a textbook]. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Ljubysckaja V. A. Borodyn V. A. (2014) Razvytye motyvacyu truda personala na osnove yndyvdyualyzacyy ynstrumentov stymulirovanyja: monoghrafyja [Development of personnel labor motivation based on the individualization of incentive tools: monograph]. Barnaul. (in Russian)
4. Monastyrskij Gh. L. (2014) Teorija orghanizaciji: pidruch [Organizational theory: handler]. Ternopil. (in Ukrainian)
5. Kulipanov K. A. (2009) Motyvaciya i ocinka personalu: navch. posib. [Motivation and evaluation of staff: a textbook]. Kyiv. (in Ukrainian)

Дата подання публікації 10.07.2021р.

УДК: 658.155

Шейко Ю.О., к.е.н., старший викладач
 Sheiko Y. Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
<https://orcid.org/0000-0002-1272-8985>

Войтюк Д.С., бакалавр
 Voitiuk D.S., bachelor

ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Луцький національний технічний університет

У статті досліджено особливості та виокремлено пріоритетні напрямки підвищення рентабельності підприємств сфери послуг. Визначено, що особливості вибору інструментів забезпечення ефективності діяльності підприємств невиробничої сфери зумовлені, в тому числі, низкою властивостей послуги як реалізованого продукту. По-перше, зазвичай послуги є невідчутними, непридатними до зберігання і нагромадження, а процеси їх виробництва і споживання - нерозривними. По-друге, реалізація послуг зазвичай є адресною, а якість їх надання і задоволеність споживача визначаються суб'єктивно. Окрім того, зазвичай якість послуги залежить безпосередньо від виконавця, що її надає, а отже може бути неоднорідною.

Проаналізовано фактори впливу на рентабельність підприємств сфери послуг з розподілом на зовнішні і внутрішні. Проведено аналіз рентабельності операційної діяльності підприємств сфери послуг в останні роки, встановлено негативний вплив на рентабельність пандемії COVID-19. Визначено, що очікування підприємств сфери послуг щодо відновлення обсягів виробництва є досить песимістичними, що відображається в динаміці показника індикатор ділової впевненості у сфері послуг. Систематизовано якісні та кількісні методи підвищення рентабельності. Обґрунтовано пріоритети оптимізації витрат постійного характеру, що становлять основну частину витрат підприємств сфери послуг, безпосередньо не залежать від обсягу реалізації і не можуть бути змінені в короткостроковій перспективі.

Серед методів оптимізації виокремлено, зокрема: переведення частини витрат із постійних у змінні; оптимізації орендних витрат; оптимізація організаційної структури; аутсорсинг; налагодження самостійного виконання певних робіт, витрати за якими стороннім організаціям є надмірними; встановлення розумних лімітів витрат; оптимізація роботи адміністративного автопарку, впровадження системи паливних карток; скорочення невиробничих/нестратегічних витрат, автоматизація бізнес-процесів.

Ключові слова: рентабельність, сфера послуг, невиробнича сфера, постійні витрати, оптимізація витрат.

INCREASING THE PROFITABILITY OF SERVICE ENTERPRISES

Lutsk National Technical University

The article examines the features and highlights the priority areas for increasing the profitability of enterprises in the service sector. It is determined that the peculiarities of the choice of tools to ensure the efficiency of non-manufacturing enterprises are due, inter alia, to a number of properties of the service as a sold product. First, services are usually intangible, unsuitable for storage and accumulation, and the processes of their production and consumption are inseparable. Secondly, the implementation of services is usually targeted, and the quality of their provision and customer satisfaction are determined subjectively. In addition, the quality of the service usually depends directly on the provider, and therefore may be heterogeneous.

Factors influencing the profitability of enterprises in the service sector with a division into external and internal are analyzed. An analysis of the profitability of operating activities of enterprises in the service sector in recent years is given, a negative impact on the profitability of the pandemic COVID-19 is determined. It is determined that the expectations of enterprises in the service sector to restore production volumes are quite pessimistic, which is reflected in the dynamics of the indicator of business confidence in the services sector. Qualitative and quantitative methods of increasing profitability are systematized. The priorities of optimization of fixed costs, which are the main part of the costs of enterprises in the service sector, are not directly dependent on the volume of sales and can not be changed in the short term, are substantiated.

Among the optimization methods are singled out, in particular: transfer of part of the costs from fixed to variable; optimization of rental costs; optimization of organizational structure; outsourcing; setting up independent

performance of certain works, the costs of which to third parties are excessive; setting reasonable spending limits; optimization of the administrative fleet, introduction of the fuel card system; reduction of non-production / non-strategic costs, automation of business processes.

Keywords: profitability, services, non-production, fixed costs, cost optimization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Однією з найголовніших цілей будь якого бізнесу є отримання прибутку, який символізує розвиток і дає уявлення про майбутню перспективу. По-перше, без прибутку підприємство не буде рости. По-друге, величина прибутку дає зрозуміти, наскільки компанія перспективна в плані розвитку, що може залучити інвесторів чи бізнес-партнерів. Окрім того, наявність резервного капіталу, який формується з прибутку, дає гарантію утримання бізнесу на ринку в разі кризових ситуацій. Проте, сам факт прибутковості не може показати загальної картини ефективності підприємства. До уваги беруть також ряд інших показників, таких як показники ефективності виробництва, ефективності використання праці, фінансових та інших ресурсів, тобто показники рентабельності.

Рентабельність означає отримання доходу від реалізації, який повинен перевищувати витрати, тому ця прибутковість відображає ефективність всієї економічної діяльності підприємства. Актуальність цієї теми дуже важлива, особливо в контексті розвитку сфери послуг, роль якої у світовій економіці постійно зростає.

Аналіз останніх досліджень, в яких започатковано вирішення проблеми. Серед науковців, що піднімають тему рентабельності в своїх роботах зокрема Л. П. Шендерівська, Н. С. Бондаренко, Ю.В. Тюленева, Т.О. Бочкарьова, Р. О. Кулинич, Н. Г. Пігуль. Аналіз системи показників рентабельності підприємств сфери послуг, зокрема сфери гостинності, здійснюється у праці Т.Ю. Чайки, В.В. Мартинової, Є. Ю. Ісиченко. О. Б. Моргулець та інші науковців досліджують динаміку розвитку вітчизняної сфери послуг в цілому, Ю. Дуднева вивчає ризики організації сфери послуг тощо. Поряд з цим, особливостям забезпечення та підвищення рентабельності підприємств сфери послуг, на нашу думку, присвячено недостатньо уваги.

Цілі статті. Метою статті є дослідження особливостей та виокремлення пріоритетних напрямів підвищення рентабельності підприємств сфери послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Рентабельність – це показник прибутковості, що характеризує ефективність фінансової та господарської діяльності підприємства. Цей термін має різноманітні тлумачення, проте у всіх закладено один зміст – вигода. Особливості вибору інструментів забезпечення ефективності діяльності підприємств невиробничої сфери зумовлені, в тому числі, низкою властивостей послуги як реалізованого продукту. По-перше, зазвичай послуги є невідчутними, непридатними до зберігання і нагромадження, а процеси їх виробництва і споживання - нерозривними. По-друге, реалізація послуг зазвичай є адресною, а якість їх надання і задоволеність споживача визначаються суб'єктивно. Окрім того, зазвичай якість послуги залежить безпосередньо від виконавця, що її надає, а отже може бути неоднорідною.

В цілому, фактори, що впливають на прибутковість і рентабельність підприємств сфери послуг, систематизовано на рис. 1.

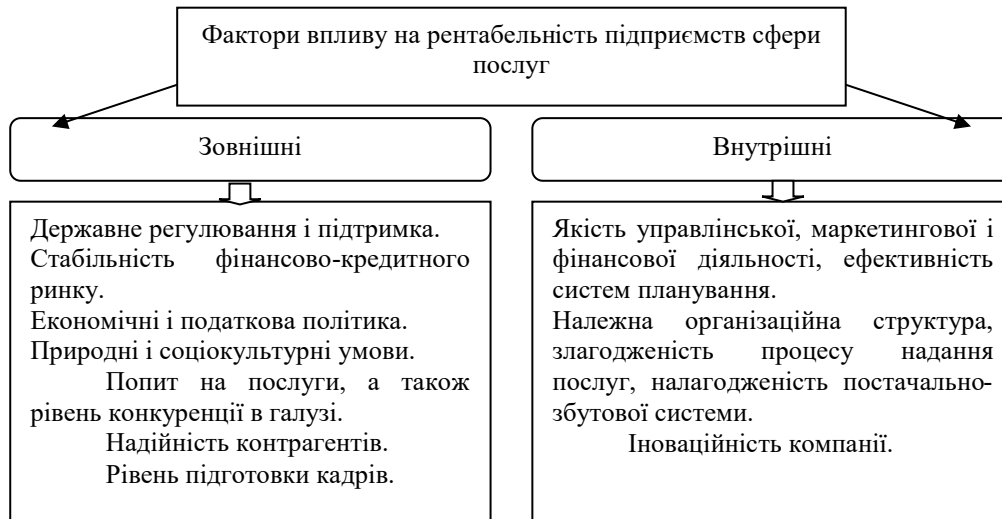


Рис. 1. Фактори впливу на рентабельність підприємств сфери послуг

Зовнішні фактори, зазвичай, не піддаються впливу діям підприємства. Ці умови є визначеними історично, їх диктують держава і ринкове становище. Підприємству потрібно лише пристосуватись до цих факторів. Внутрішні фактори виникають у виробничому та поза виробничому середовищі і для мінімізації їх негативного впливу керівництво може задіяти усі доступні інструменти управління.

В останні роки на рентабельність операційної діяльності підприємств сфери послуг помітно вплинула пандемія COVID-19 (рис.2). Спад показника спостерігається чи не за кожною галуззю невиробничої сфери. Особливо постраждали такі з них як тимчасове розміщення й організація харчування, професійна, наукова та технічна діяльність, мистецтво, спорт розваги та відпочинок, а також надання інших видів послуг.

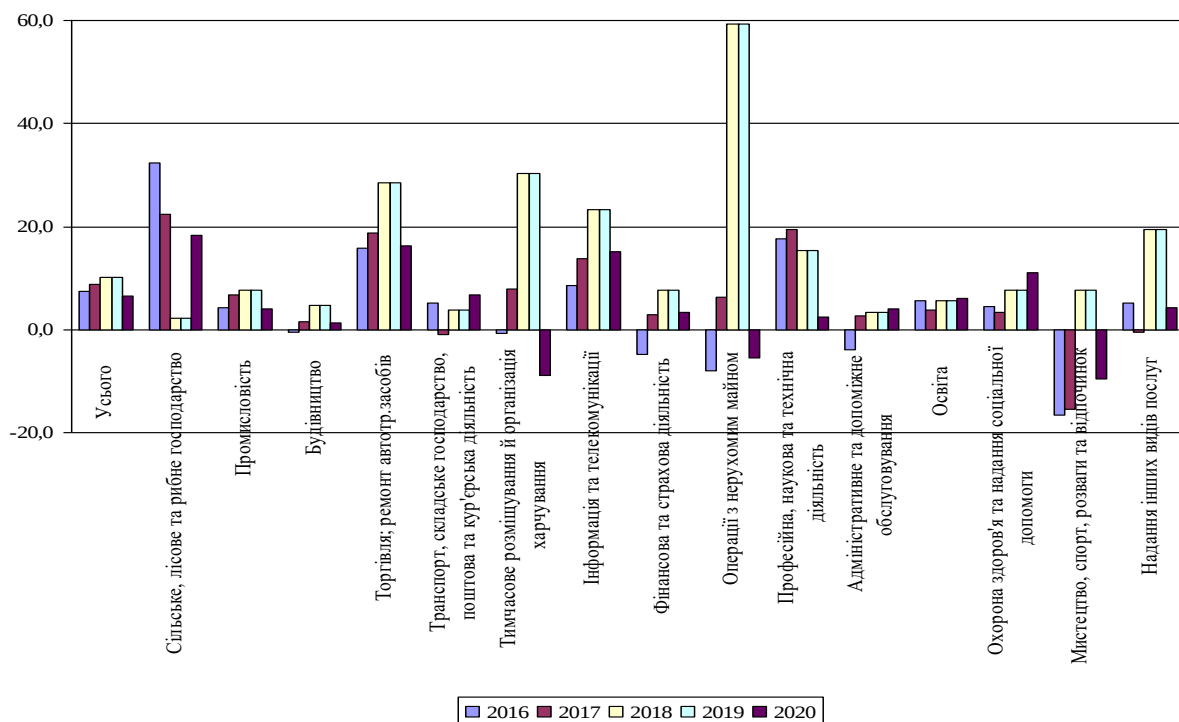


Рис. 2. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності

* побудовано за даними Держстату [2]

В першу чергу, на нашу думку, це було зумовлено падінням обсягу реалізованих послуг в 2 кв. 2020 року (рис. 3), тоді як суми постійних витрат, що займають значну частку у загальній структурі витрат підприємств сфери послуг залишились практично незмінними.

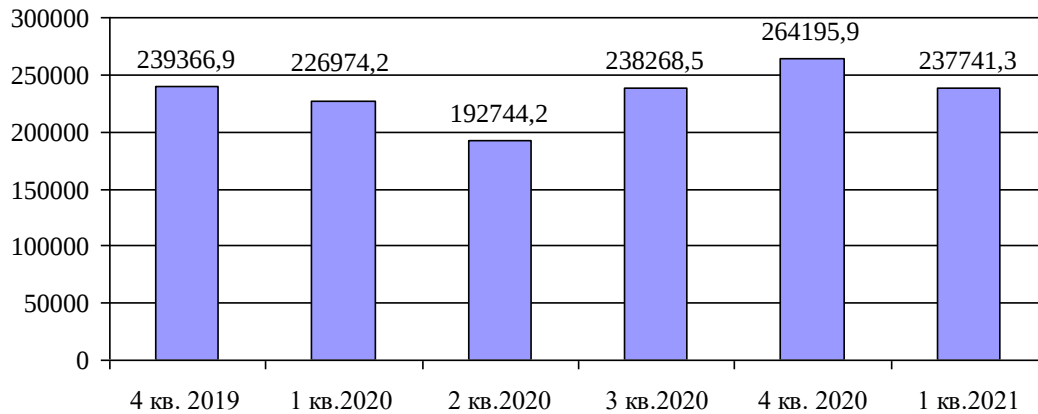


Рис. 3. Обсяг реалізованих послуг, млн. грн.

* побудовано за даними Держстату [2]

Для того, аби втриматись на ринку, підприємствам слід було вжити заходів щодо пристосування до нових умов та правил роботи. Тоді як заклади харчування активно почали налагоджувати роботу служб доставки, підприємства фінансової сфери - роботу онлайн-сервісів, інші - переводити працівників на дистанційну роботу, такі сфери, наприклад як туристична галузь, ринок нерухомості (в першу чергу здача нерухомості в оренду) опинились під загрозою.

Очікування підприємств сфери послуг щодо відновлення обсягів виробництва є найбільш песимістичними, що відображається також у індикаторі ділової впевненості сфери послуг, що визначається Держстатом на основі опитувань респондентів (рис. 4). У 2 кв. 2021 року цей показник становив мінус 27,0%.

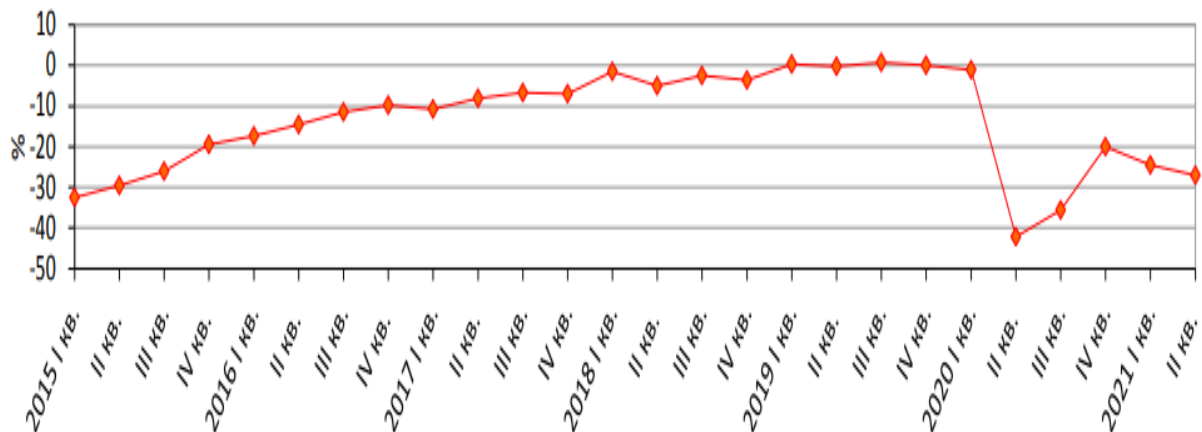


Рис. 4. Індикатор ділової впевненості у сфері послуг [1]

Щодо факторів, що стримують діяльність у сфері послуг близько 35,0 % опитаних відзначили недостатній попит, понад 25,0 % - фінансові обмеження, 50,0 % вказали на інші фактори (рис.5).

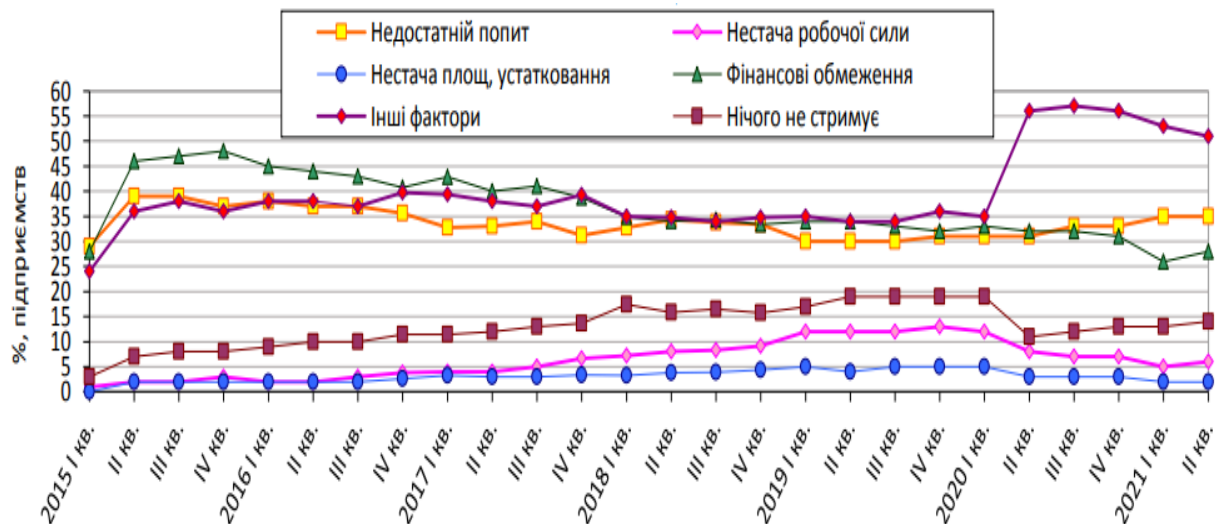


Рис. 5. Фактори, що стримують діяльність у сфері послуг [1]

Методи підвищення ефективності діяльності умовно можна поділити на дві категорії – якісні та кількісні (рис. 6).

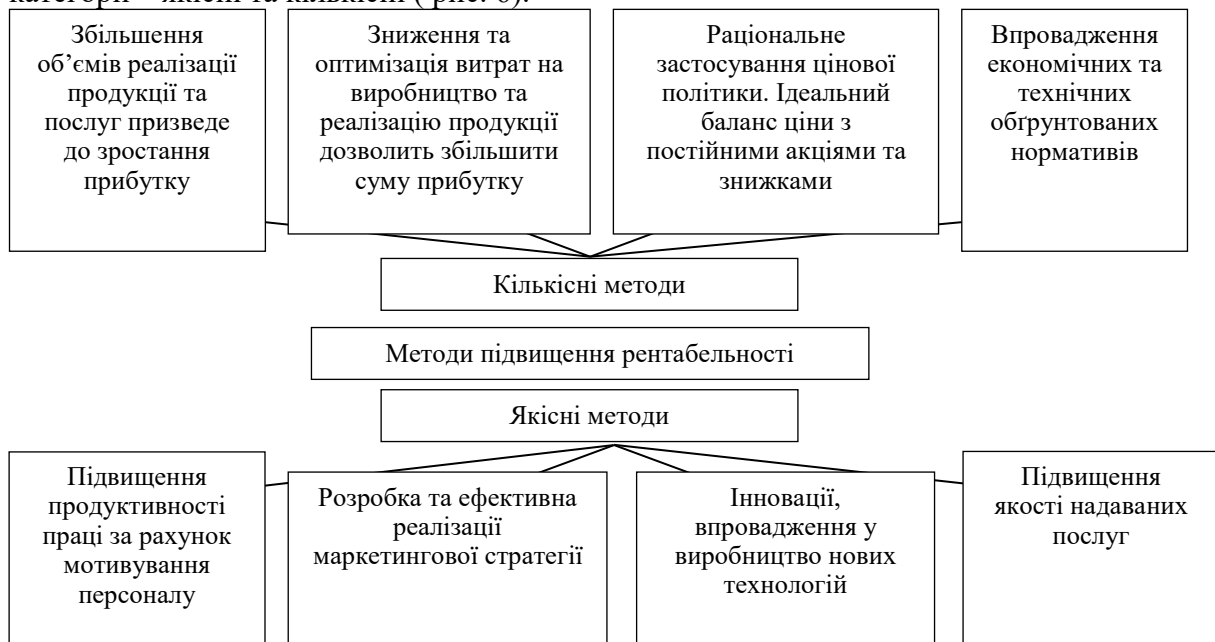


Рис. 6. Якісні та кількісні методи підвищення рентабельності

* розроблено на основі [3; 4].

Зупинимось детальніше на пріоритетах оптимізації витрат постійного характеру, що становлять основну частину витрат підприємств сфери послуг, безпосередньо не залежать від обсягу реалізації і не можуть бути змінені в короткостроковій перспективі: оренда приміщень, утримання будівель і основних фондів, підготовка і перепідготовка персоналу, заробітна плата постійних працівників. Варто відмітити, що тотальне зниження за усіма складовими постійних витрат є не зовсім правильним, адже таким чином підприємство фактично мінімізує перспективи власного розвитку. Саме тому доцільно говорити про оптимізацію витрат там, де це можливо. Методами оптимізації, зокрема, можуть стати:

- переведення частини витрат із постійних у змінні (наприклад, прив'язка витрат на оплату праці до результативності працівника);

- оптимізації орендних витрат (скорочення нерентабельних площ; викуп орендованого майна; здача орендованого майна у суборенду; створення мобільних робочих місць для працівників, чия робота пов'язана із постійними поїздками, без необхідності утримування орендованих приміщень);

- оптимізація організаційної структури. Наприклад, закриття стаціонарних представництв у тих місцях, де витрати на їх утримання надміру високі, і налагодження онлайн-комунікацій за допомогою IP-телефонії; організація роботи єдиного віддаленого call-центру. Оптимізувати можна і роботу персоналу, зокрема скоротити чисельність проміжних керівників, усунути дублювання функцій персоналу, розширити функціональні обов'язки окремих виконавців (злиття посад із суміжними функціями);

- аутсорсинг, тобто передача виконання робіт, виконавці яких не мають 100,0-відсоткового завантаження, спеціалізованим компаніям;

- налагодження самостійного виконання певних робіт, витрати за якими стороннім організаціям є надмірними. Наприклад, приватна клініка щомісячно сплачує за стерилізацію інструментів іншій компанії. Варто прорахувати, чи не доречніше буде інвестувати у покупку власного стерилізатора;

- встановлення розумних лімітів витрат;

- оптимізація роботи адміністративного автопарку, впровадження системи паливних карток;

- скорочення не виробничих/нестратегічних витрат,

- автоматизація бізнес-процесів.

Обов'язково слід проводити аналіз можливих сценаріїв розвитку в результаті проведення оптимізації витрат, адже певні дії, що спершу можуть видатись упалінцям ефективними, в подальшому призведуть до нарощення інших витрат (наприклад, перенесення офісу компанії за місто призведе до зростання витрат на транспортування співробітників тощо).

Висновки. Підприємства сфери послуг виявились чи не найуразливішими до впливу пандемії і карантинних обмежень, що фактично зупинили роботу деяких галузей. Відновлення роботи потребує від менеджменту підприємств виважених управлінських рішень спрямованих на використання зовнішніх можливостей і внутрішніх переваг.

Одним із методів збільшення прибутку і підвищення рентабельності підприємств є зниження і оптимізація витрат. Проте реалізацію цих заходів необхідно проводити виважено і обдуманно, аби вони не зашкодили компанії і не стали стримуючим фактором подальшого розвитку. Використання елементів операційного аналізу дозволить упалінцям мінімізувати притаманні компанії ризики операційного та фінансового характеру і визначити найбільш підходящу для даного підприємства структуру витрат і капіталу в залежності від стадії життєвого циклу і умов ринкового середовища.

Список бібліографічного опису:

1. Державна служба статистики. Очікування підприємств сфери послуг у II кварталі 2021 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/fin/rp/posl/posl_Pkv_2021_u.pdf.
2. Державна служба статистики. Рентабельність операційної діяльності підприємств. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/fin/rodp/rodp_ed/rodp_ed_u/arh_rodp_ed19_u.htm.
3. Петрик В. І. Управління рентабельністю підприємства та напрями його удосконалення. *Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2017) [Електронне мережне наукове видання] : збірник доповідей.* Вінниця: ВНТУ, 2017. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/2480http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/17127>.
4. Мелень О. В., Гаріб'ян Т. А. Актуальність питань розробки напрямів підвищення прибутковості підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2014. №8. С. 91 – 94.

* стаття підготована з використанням матеріалів висвітлених у кваліфікаційній роботі бакалавра:

Войтюк Д.С. Напрямки підвищення рентабельності підприємства (на матеріалах ТзОВ «Тола Архпроект»). – Рукопис. Кваліфікаційна робота здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітньо-професійної програми «Фінанси, банківська справа та страхування». Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2021.

References:

1. The official website of the State Statistics Service of Ukraine (2021). Expectations of service enterprises in the second quarter of 2021 regarding the prospects for the development of their business activity, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/fin/rp/posl/posl_Illkv_2021_u.pdf [in Ukrainian]
2. The official website of the State Statistics Service of Ukraine (2021). Profitability of operating activities of enterprises. available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/fin/rodp/rodp_ed/rodp_ed_u/arh_rodp_ed19_u.htm [in Ukrainian].
3. Petryk V.I. (2017). Management of profitability of the enterprise and directions of its improvement [Materials of the XLVI Scientific and Technical Conference of Subdivisions of Vinnytsia National Technical University (STCU VNTU-2017)] *Materialy XLVI naukovo-tekhnichnoyi konferentsiyi pidrozdiliv Vinnyts'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu (NTKP VNTU-2017)* [Electronic online scientific publication]: collection of reports. Vinnytsia: VNTU, available at: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/2480http://ir.lib.vntu.edu.ua//handle/123456789/17127> [in Ukrainian]
4. Melen O.V., Garihyan T.A. (2014). Relevance of issues of development of directions of increase of profitability of the enterprise [Scientific Bulletin of Kherson State University] *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*, №8, 91 - 94 [in Ukrainian].

* the article is prepared using the materials covered in the qualification work of the bachelor:

Voitiuk D.S. Directions for increasing the profitability of the enterprise (on materials of «TOLA ARHPROEKT» Ltd). – Manuscript. Qualification work of the first (bachelor) higher education specialist of the specialty 072 Finance, Banking and Insurance of the educational-professional program «Finance, Banking and Insurance». Lutsk National Technical University. Lutsk, 2021.

Дата подання публікації: 17.07.2021 р.

УДК 378.016:004

Шматковська Т. О., к.е.н., доцент

Shmatkovska T., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

<https://orcid.org/0000-0003-2771-9982>

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Особливості економічного розвитку в умовах інтенсифікації технічних та технологічних змін передбачають необхідність врахування багатьох факторів для забезпечення ефективності професійної управлінської діяльності, чим ускладнюють існуючу систему формування менеджменту для багатьох суб'єктів господарювання. Уже зараз можна упевнено стверджувати, що без залучення інноваційних рішень, які базуються на компонентах новітніх інформаційних технологій, як то цифрові платформи, новітнє програмне забезпечення, когнітивні технології тощо, неможливе ефективне функціонування будь-якого підприємства. Більше того – без застосування даних інформаційних технологічних рішень наразі неможливою є ефективна реалізація таких процесів, як управління, контроль, збір та оперативна обробка економічної інформації, а загалом – якість використовуваних інформаційних технологій в сучасних умовах напруги впливає на фінансові результати та прибутковість діяльності підприємств. Також одним із ключових елементів забезпечення успішної реалізації сучасного управління є формування належного рівня та оперативності комунікації між різними ланками підприємства, включаючи вертикальні управлінські зв'язки та горизонтальне адміністрування на кожному із ієрархічних рівнів управління. Саме сучасні цифрові рішення у сфері комунікацій дозволяють із належною ефективністю розв'язати це питання і забезпечити оперативне реагування управлінського апарату на будь-які зміни у зовнішньому середовищі функціонування господарюючого суб'єкта.

В статті розглянуто особливості ефективного застосування інформаційних та комунікаційних технологій в процесі управлінської діяльності сучасних підприємств. При цьому визначено, що новітні технологічні рішення стосуються не лише підвищення результативності процесу виробництва, але й напругу впливають на професійну діяльність працівників підприємства у кожному його підрозділі. При цьому цифрові та інформаційні рішення з однаковою ефективністю можуть застосовуватися як для процесів підбору персоналу на підприємстві, так і з метою підвищення ефективності функціонування конкретної ділянки виробництва та результативності діяльності підприємства в цілому. Запропоновано комплекс рішень щодо впровадження інформаційних та комунікаційних технологій, які рекомендовано до

впровадження господарюючими суб'єктами для формування засад щодо підвищення ефективності їх функціонування в умовах швидкого зростання темпів науково-технічного прогресу та розвитку цифрової економіки.

Ключові слова: інформаційні технології, комунікаційні технології, професійна діяльність, управління підприємством, програмні продукти.

MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN PROFESSIONAL ACTIVITY

Lesya Ukrainka Volyn National University

The peculiarities of the functioning of society in the context of intensification of technical and technological changes imply the need to take into account many factors to ensure the effectiveness of professional management, which complicates the existing system of management for many businesses. It is already safe to say that without the involvement of innovative solutions based on the components of the latest information technologies, such as digital platforms, artificial intelligence, cognitive technologies, etc., it is impossible to effectively operate any enterprise. Moreover, without the use of these information technology solutions it is currently impossible to implement such processes as marketing and sales system, and in general - the quality of information technology used in modern conditions directly affects the financial results and profits of enterprises. Also, one of the key elements of a successful manager's success is to ensure the proper level and speed of communication between different parts of the enterprise, including vertical management links and horizontal administration at each of the hierarchical levels of management. It is modern digital solutions in the field of communications that allow to solve this issue with extremely high efficiency and to ensure a quick response of the management staff to any changes in the external environment for the business entity.

The article considers modern features of effective application of information and communication technologies in the process of management of modern enterprises. It is determined that the latest technological solutions are not only to increase the efficiency of the production process, but also directly affect the professional activities of employees of the enterprise in each of its divisions. In this case, digital and information solutions with equal efficiency can be used for recruitment processes at the enterprise, and to improve the efficiency of a particular area of production. A set of solutions for the introduction of information and communication technologies is proposed, which are recommended for enterprises to increase the overall efficiency of their operation in the context of growing scientific and technological progress and the development of the digital economy.

Keywords: information technologies, communication technologies, professional activity, enterprise management, software products.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Особливості сучасного технічного та технологічного розвитку суспільства показують, що на практиці технологічні інновації – це не лише виробництво, але й споживання та використання, які також є важливими складовими інноваційного процесу. Крім того, з кожним роком стає все більш очевидним, що сучасні технологічні інновації – це не лише питання розвитку складних галузей промисловості, як то машинобудування, але нові технології в умовах формування цифрової економіки самі виступають як специфічний матеріальний та функціональний об'єкт, котрий є невід'ємним елементом ринку і, у свою чергу, може виступати на ньому у якості товару. Тому професійна управлінська діяльність в сучасних умовах, з одного боку, є невід'ємною від новітніх інформаційних та комунікаційних технологій, а з іншого – потребує забезпечення необхідності технічного опису ролі згаданих інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденному житті, та професійній діяльності управлінця, пов'язаній із розв'язанням поточних виробничих потреб. При цьому, в першу чергу, виникає потреба врахування перспектив застосування даних технологій пересічними користувачами, які не є професійними їх розробниками. Крім того необхідно зазначити, що інновації передбачають не лише дослідження та розробку нового продукту. Вважаємо, що інновації в сучасних умовах доцільно розглядати як специфічний процес, який залучає як виробників, так і споживачів до

складного переплетення різних видів професійної діяльності, яка визначається не лише особливостями технологічних змін, а й ексцентрикою індивідуального вибору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення даної проблеми. Особливості забезпечення ефективності функціонування підприємств в умовах необхідності впровадження інноваційних інформаційних та комунікаційних технологій на практиці широко пов'язана з дослідженнями конкретної професійної діяльності управлінців та їх безпосередньої підготовки в умовах інтенсифікації технологічних змін. Дані аспекти широко розкрито в дослідженнях вчених та практиків, серед яких зокрема: Ф. Лауерман та Дж. Кьоніг [3], М. Малдер [4], Р. Сільверстоун та Л. Хеддон [5], Т. Шматковська [1-2, 6-7] тощо.

Проте варто відзначити нагальну необхідність розширення сфери досліджень даної проблематики у зв'язку із зростанням специфіки забезпечення інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій з процесами виробництва та професійної підготовки працівників та управлінців. Зокрема, особливості сучасного етапу впровадження технологічних досягнень в практику функціонування підприємств значною мірою залежить від специфіки впливу ринкових факторів на потреби споживачів, котрі також формуються, виходячи з трансформації вимог до кінцевого продукту на основі інформаційних новацій. Усе це потребує пошуку шляхів вдосконалення професійної діяльності управлінців з метою забезпечення підвищення ефективності функціонування підприємств.

Цілі статті. Метою статті є дослідження специфіки сучасного етапу розвитку інформаційних та комунікаційних технологій в аспекті забезпечення підвищення ефективності професійної діяльності управлінського персоналу підприємства та зростання загальної ефективності їх роботи, а також розробка комплексу пропозицій, спрямованих на забезпечення покращення темпів впровадження нових цифрових та інформаційних програмних продуктів у виробничу діяльність господарюючих суб'єктів.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Особливості сучасного етапу функціонування підприємств передбачають широке впровадження інформаційних та комунікаційних технологій в їх діяльність. При цьому необхідно зазначити, що трансформація професійної діяльності багатьох фахівців, які забезпечують практичне функціонування суб'єктів господарювання також базується на посиленні ролі цифрових рішень у їх діяльності. При цьому первинним фактором виступає те, що якість підготовки професійних управлінців, зокрема, є неможливою без широкого застосування саме інформаційних технологій в даному процесі. Загалом можна стверджувати, що інформаційні та комунікаційні технології в умовах сучасного технологічного розвитку більше не можна розглядати як якусь факультативну стратегію, доступну у постійно зростаючій інтенсивності, а також як елемент підготовки, доступний лише для невеликої частини найбільш прогресивних установ по підготовці управлінців. Навпаки, наразі дані технології потрібно розглядати як важливий аспект культурного інструментарію професійної підготовки будь-якого фахівця у XXI столітті. При цьому інформаційні технології дають змогу використовувати нові та перетворюючі моделі розвитку, які розширюють характер та обсяги професійної підготовки. Такі моделі повинні бути орієнтовані на глобальне поширення задля забезпечення досягненню цілей підвищення ефективності професійної підготовки.

Разом з тим, в процесі практичних досліджень необхідно критично розглядати здатність інформаційно-комунікаційних технологій інтенсивно покращувати процес передачі знань при професійній підготовці управлінців. Причина полягає в тому, що розрізняючи кодифіковані знання та особливості їх трансферу в процесі підготовки фахівців, відбувається пошук ролі інформаційно-комунікаційних технологій. Відомо, що

дані технології загалом сприяють підвищенню ефективності процесу передачі знань, які при цьому можна належним чином кодифікувати та звести до бази даних, придатних для аналізу ефективності їх передачі та засвоєння. Головною проблемою в даному аспекті є визначення конкретної ролі, яку відіграють інформаційно-комунікаційних технологій в процесі професійної підготовки фахівців.

Таким чином, специфіка застосування інформаційно-комунікаційних технологій при підготовці управлінського персоналу підприємства полягає, перш за все, в інтенсивному освоєнні системи трансферу знань та навичок, за допомогою яких фахівець-управлінець зможе реалізувати свої набуті компетенції. При цьому застосування інформаційних технологій не лише сприяє процесу професійної підготовки, але й прискорює її. Крім того, однією з ключових особливостей інформаційно-комунікаційних технологій є те, що фахівець, підготовлений з їх допомогою, здатен ефективно виконувати свої виробничі функції саме з використанням тих самих інформаційних та комунікаційних технологій.

Разом із тим, оцінюючи ефективність використання інформаційно-комунікаційних технологій в процесі професійної підготовки управлінського персоналу, необхідно зазначити, що вони являють собою комплекс елементів інформаційних та цифрових рішень, які у поєднанні здатні реалізувати поставлене завдання щодо забезпечення належного рівня професійних навичок майбутнього фахівця-управлінця (рис. 1).



Рис. 1. Складові елементи сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в професійній діяльності

Як бачимо, практична реалізація комплексу заходів щодо застосування наведених структурних елементів інформаційно-комунікаційних технологій може реалізовуватися у багатьох формах, вибір яких залежить від потреб практичної професійної підготовки.

При цьому найбільш ефективною формою реалізації даних технологій в професійній діяльності управлінського персоналу підприємств є різноманітні інформаційно-аналітичні системи управління конкретними виробничими процесами або цілими підрозділами. До типових прикладів таких інформаційно-аналітичних систем можна віднести програмний комплекс «1С» (в різноманітних його модифікаціях – від бухгалтерії до управління персоналом), системи управління фінансово-економічною безпекою, програмні ERP-системи планування діяльності підприємства тощо.

Необхідно також зазначити, що в останні роки згадувані інформаційно-аналітичні системи поступово трансформуються в комплекс цифрових платформ, які являють собою більш складні системи, котрі поєднуються не тільки професійну підготовку, але й відразу ж пропонують засоби її реалізації у практичній діяльності підприємства. При цьому принцип функціонування цифрових платформ передбачає таку програмну реалізацію інформаційних систем, коли фахівець-управлінець не завжди приймає рішення стосовно реалізації того чи іншого елементу господарської діяльності, оскільки значна частина цих рішень приймається та реалізується за допомогою штучного інтелекту, котрий здатен набагато швидше реалізовувати поставлені завдання та може працювати одночасно з кількома сотнями або тисячами рішень одночасно.

Щоправда. Потрібно враховувати, що цифрові платформи, хоча й являють собою досконалі системи, проте їх застосування для реалізації професійної підготовки фахівців є більш складним, хоча й дає відчутно більш якісний результат. Проблема полягає якраз в тому, що процес трансферу знань в цифрових платформах базується на миттєвому їх практичному застосуванні в існуючих програмних рішеннях більш складних інформаційних технологій. Виходячи з останніх тенденцій у сфері професійної підготовки фахівців за допомогою цифрових платформ, можна виділити наступні інформаційні технології, які використовуються в даному процесі і є наслідком трансформації самих інформаційних технологій:

- платформи Інтернету речей;
- Digital Twins;
- 3D-друк;
- кібербезпека;
- VR/AR;
- блокчейн;
- wearable-технології та переносні пристрої.

Таким чином нами обґрунтовано, що трансформація системи інформаційних технологій, яка відбувається останнім часом, призводить до відчутних змін в системі професійної підготовки управлінців із застосуванням прогресивних інформаційно-комунікаційних технологій.

Висновки. Отже, за результатами проведеного дослідження можна стверджувати, що для забезпечення належної ефективності функціонування підприємств в сучасних умовах об'єктивно необхідним є застосування новітніх інформаційних та комунікаційних технологій. При цьому досягнення такої ефективності можливе лише за рахунок використання вертикально- та горизонтально інтегрованих цифрових програмних рішень, які трансформуються з класичних інформаційних технологій. Тобто визначальною потребою ефективної професійної підготовки є не автоматизовані системи управління, до керування якими готується фахівець, а цифрові програмні рішення, які дозволяються інтегрувати саму систему професійної підготовки в складний інформаційний програмний комплекс, в якому навчання виступатиме елементом функціонування робочої управлінської цифрової платформи.

Список бібліографічного опису:

1. Дзямулич М. І. Шматковська Т. О. Управління розвитком персоналу підприємства в умовах економічної глобалізації. *Економічний форум*. 2020. №3. С. 138–142.

2. Шматковська Т. О. Сучасні інформаційні технології в системі обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2017. № 875. С. 188–194.
3. Lauermann, F., König, J. Teachers' professional competence and wellbeing: Understanding the links between general pedagogical knowledge, self-efficacy and burnout. *Learning and Instruction*. 2016. Vol. 45. Pp. 9–19.
4. Mulder, M. Conceptions of professional competence. In *International handbook of research in professional and practice-based learning* (pp. 107-137). 2014. Springer, Dordrecht.
5. Silverstone, R., Haddon, L. Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life. In: Mansell, Robin and Silverstone, Roger, (eds.) *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press, Oxford, UK, pp. 44–74.
6. Shmatkovska T. O. Modern information technologies in strategic management accounting in the rating assessment of the financial sustainability of the enterprise. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 4(09). С. 152–158.
7. Shmatkovska T. O. Modern Information Technologies in the System of Financial and Economic Security of the Enterprise. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4(09). С. 110–114.

Reference:

1. Dziamulych, M. I., Shmatkovska, T. O. Upravlinnia rozvytkom personalu pidpryiamstva v umovah ekonomichnoi globalizatsii [Management of enterprise personnel development in the conditions of economic globalization]. *Ekonomichnyi forum – Economic forum*. 2020. Vol. 3. Pp. 138–142. [in Ukrainian].
2. Shmatkovska, T. O. Suchasni informatsiini tehnologii v systemi oblikovo-analitychnogo zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstv [Modern information technologies in the system of accounting and analytical support of economic security of the enterprise]. *Visnyk Nacionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika». Seria: Menedzhment ta pidpryiemnyctvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku – Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». Series: Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development*. 2017. Vol. 875. Pp. 188–194. [in Ukrainian].
3. Lauermann, F., König, J. Teachers' professional competence and wellbeing: Understanding the links between general pedagogical knowledge, self-efficacy and burnout. *Learning and Instruction*. 2016. Vol. 45. Pp. 9–19.
4. Mulder, M. Conceptions of professional competence. In *International handbook of research in professional and practice-based learning* (pp. 107-137). 2014. Springer, Dordrecht.
5. Silverstone, R., Haddon, L. Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life. In: Mansell, Robin and Silverstone, Roger, (eds.) *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press, Oxford, UK, pp. 44–74.
6. Shmatkovska T. O. Modern information technologies in strategic management accounting in the rating assessment of the financial sustainability of the enterprise. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk – Priazovian Economic Bulletin*. 2018. Vol. 4(09). Pp. 152–158.
7. Shmatkovska T. O. Modern Information Technologies in the System of Financial and Economic Security of the Enterprise. *Ekonomichnyi chasopys Shidnoievropeiskogo natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky – Economic Journal of the Lesia Ukrainka East European National University*. 2017. Vol. 4(09). Pp. 110–114.

Дата подання публікації 25.07.2021р.

УДК 336:331.1

Карлін М.І., д. е. н., професор,
Karlın M., Doctor of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0002-1421-1066>

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТА ФІНАНСУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ У КРАЇНАХ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ГРУПИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Волинський національний університет імені Лесі Українки

У статті розкриті теоретичні та практичні засади здійснення і фінансування публічних закупівель у країнах Вишеградської групи (Польща, Угорщина, Чехія, Словаччина), досвід яких важливо використати в Україні для підвищення їх фінансової ефективності.

Аргументовано, що ці країни розглядають публічні закупівлі як інструмент не лише для задоволення поточної діяльності органів державного управління, а й для реалізації соціальної та екологічної політики, насамперед щодо здійснення «зелених» закупівель. На основі аналізу української практики проведення тендерів виявлено, що проблемою в Україні є домінування цінових критеріїв, що фінансово не націлює замовників на проведення «зелених» закупівель.

У Директивах ЄС, якими керуються країни Вишеградської групи, особливий наголос робиться на розвиток електронних публічних закупівель. Вони розглядаються як складники електронного урядування, що ґрунтуються на принципах вільного переміщення товарів, свободи розміщення й надання послуги, рівноправного ставлення, взаємного визнання, пропорційності і прозорості. Показано, що у названих країнах фінансову ефективність публічних закупівель підвищує використання централізованих публічних закупівель.

Виявлено, що серед форм проведення публічних закупівель у країнах Вишеградської групи починає розвиватися така нова форма, як інноваційне партнерство. Його важливо використати в Україні, однак воно може застосовуватися лише у разі, коли у замовника виникає потреба придбати інноваційний продукт, послугу чи роботу, яких ще немає на ринку і які вимагають проведення наукових досліджень та встановлення довготривалого партнерства із замовником для їх розробки та фінансування.

Доведено, що ринок публічних закупівель у країнах Вишеградської групи, згідно із законодавством ЄС, відкритий для іноземних виробників, в тому числі й з України. Тому варто суттєво переглянути законопроект про локалізацію, схвалення якого може негативно вплинути на фінансово-економічні відносини нашої країни з країнами-членами ЄС та Вишеградської групи зокрема.

Ключові слова: публічні закупівлі, «зелені» закупівлі, фінансування публічних закупівель, ЄС, Вишеградська група, Україна.

FEATURES OF IMPLEMENTATION AND FINANCING PUBLIC PROCUREMENT IN THE VISEGRAD GROUP COUNTRIES IN MODERN CONDITIONS

Lesya Ukrainka Volyn National University

Theoretical and practical principles of implementation and financing public procurement in the Visegrad Group countries (Poland, Hungary, Czech Republic, Slovakia) are revealed in the article. The experience of which is important to use in Ukraine to increase their financial efficiency.

Argued, that these countries consider public procurement as a tool not only to meet the current activities of public administration, but also to implement social and environmental policies, especially for "green" procurement. Based on the analysis of the Ukrainian practice of conducting tenders, it was found that the problem in Ukraine is that we are still dominated by price criteria, which do not target customers financially to conduct "green" procurement.

In the EU Directives, which guide the Visegrad Group countries, special emphasis make on the development of e-procurement. They are considered as components of e-government, based on the principles of free movement of goods, freedom of placement and provision of services, equal treatment, mutual recognition, proportionality and transparency. It is shown that the use of centralized public procurement increases the financial efficiency of public procurement in these countries.

It was found that among the forms of public procurement in the Visegrad Group countries, a new form of innovation partnership is beginning to develop, which is important to introduce in Ukraine. It can only be used

when a customer needs to purchase an innovative product, service or work that is not yet on the market and that requires research and a long-term partnership with the customer to develop and finance it.

It is proved that the market of public procurement in the Visegrad Group countries, according to EU legislation, is open to foreign producers, in particular, from Ukraine. Therefore, the Ukrainian authorities need to significantly reconsider the bill on localization, the introduction of which may negatively affect to financial and economic relations of our country with EU member states and the Visegrad Group in particular.

Key words: public procurement, "green" procurement, EU, Visegrad Group, Poland, Hungary, Czech Republic, Slovakia, Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними проблемами. Забезпечення умов для реальної інтеграції України з Європейським Союзом вимагає вивчення досвіду країн ЄС в ефективному використанні публічних фінансів, оскільки до України є ряд зауважень з боку керівних органів ЄС щодо цього питання, зокрема, й з приводу проведення публічних закупівель. Особливу увагу для України має вивчення досвіду країн Вишеградської групи (Польщі, Угорщини, Чехії та Словаччини) у здійсненні та фінансуванні публічних закупівель, що дозволило цим країнам не тільки суттєво підвищити ефективність використання публічних фінансів, мінімізувати корупційні ризики при здійсненні тендерних закупівель, а й вступити до ЄС. Україні ж поки не вдалося подолати прояви фінансового шахрайства та інші негативні факти при здійсненні публічних закупівель, хоча використання електронної системи Prozorro з кожним роком дає все кращі результати. Проблемою для проведення публічних закупівель в Україні є й те, що періодично суди дозволяють приймати участь в тендерах тим недобросовісним учасникам, яким Антимонопольний комітет України заборонив це робити, враховуючи недотримання останніми умов участі в тендерах. Насамперед це стосується укладення змов такими учасниками та їх пов'язаність між собою, що досить сильно карається в країнах Вишеградської групи. Крім того, в цих країнах приділяється все більша увага проведенню «зелених» публічних закупівель, тоді як в Україні вони знаходяться на початковому етапі, що може у недалекому майбутньому негативно позначитися на дотриманні нашою країною вимог Європейського Зеленого Курсу та суттєво скоротити український експорт до країн ЄС.

Теоретичні та методологічні засади здійснення та фінансування публічних закупівель у країнах світу, ЄС та в Україні дослідили такі зарубіжні та українські вчені та практики, як: Г. Азаренкова, М. Білуха, І. Бондар, А. Бойер, А. Брендон-Джонс, С. Бруун-Нільсен, В. Власюк, Д. Гелбрейт, В. Горин, А. Давіл, О. Длугопольський, Т. Жибер, Н. Конашук, С. Левон, В. Малолітнева, Й. Матечак, А. Олефір, Н. Панайотоу, О. Піщанська, О. Письменна, М. Рабінович, Г. Севостьянова, Р. Старчук, Дж. Стігліц, Ю. Стюарт, Н. Ткаченко, А. Ференц, Г. Харченко, А. Хайнеманн, Н. Цибульник, Р. Шаппер, О. Шатковський, Т. Шимко, С. Яременко та інші. Водночас, поглиблений аналіз досвіду країн Вишеградської групи у проведенні та фінансуванні публічних закупівель дозволить виявити ефективні підходи для їх здійснення й в Україні, оскільки основним завданням реформування сфери публічних закупівель у нашій країні є запровадження ефективної системи їх фінансування відповідно до принципів, які вже застосовуються вказаними країнами ЄС. В Україні важливо враховувати й той факт, що країни Вишеградської групи розглядають публічні закупівлі як інструмент не лише для задоволення поточної діяльності органів державного управління, а й для реалізації соціальної та екологічної політики. Натомість проблемою в Україні є те, що у нас при фінансуванні публічних закупівель домінують цінові критерії, які належним чином не націлюють замовників на придбання «зелених» товарів та послуг.

Мета та завдання статті. Метою статті є розкриття основних особливостей та проблем здійснення та фінансування публічних закупівель в Україні і виявлення шляхів їх подолання з урахуванням досвіду країн Вишеградської групи. Це дозволить підвищити ефективність використання публічних фінансів України та наблизить нашу країну до вступу до ЄС. Відповідно, завданнями статті є обґрунтування напрямів

реформування механізму здійснення та фінансування публічних закупівель в Україні з урахуванням досвіду країн Вишеградської групи; виявлення проблем у запровадженні та фінансуванні «зелених» закупівель у нашій країні та вирішення їх з урахуванням досвіду Польщі, Угорщини, Чехії і Словаччини; намітити шляхи вирішення проблем у діяльності українських державних контролюючих структур, що моніторять публічні закупівлі з урахуванням досвіду країн Вишеградської групи.

Виклад основного матеріалу і обґрунтування отриманих результатів дослідження. Аналіз розвитку сфери публічних закупівель доводить їхню значну частку в економіках країн ЄС, розмір якої залежить від особливостей законодавства цих країн щодо проведення публічних закупівель відповідно до тендерних процедур. Більші частки середнього обсягу публічних закупівель у ВВП спостерігається у більш розвинутих країнах ЄС, зокрема, у Нідерландах вона сягає 44,5 % [1]. Середній рівень частки публічних закупівель у ВВП цих країн у 2012-2018 рр. майже досягав 13 % ВВП, тоді як в Україні цей показник на початок 2018 р. знаходився на рівні 4,6 % [2], що говорить про недостатню увагу державних чинників до їх використання. Крім того, ряд дороговартісних публічних закупівель проводиться без тендерів, що породжує суттєві втрати для бюджету. Насамперед це стосується будівельних робіт (особливо – при будівництві доріг), а також інших інфраструктурних об'єктів, куди не допускаються учасники з країн ЄС, але у той же час укладається відповідна угода з КНР, зміст якої до сьогодні не знає широка громадськість України, що недопустимо в країнах ЄС. До нашої країни є, зокрема, серйозні зауваження від ЄС й щодо виведення з тендерів будівництва Великої кільцевої дороги навколо Києва вартістю більше 85 млрд грн. Всі ці та інші факти говорять про необхідність дотримання Україною законодавства ЄС щодо здійснення публічних закупівель, оскільки наша країна уклала Угоду про Асоціацію з Європейським Союзом, взявши на себе відповідні зобов'язання щодо регулювання публічних закупівель. Водночас кроком у зворотному напрямку від ЄС може стати затвердження Верховною Радою України законопроекту про локалізацію, який не дозволить приймати участь в українських тендерах із закупівлі багатьох видів машинобудівної продукції іноземним учасникам, зокрема з країн ЄС, що призведе до відповідної заборони учасникам із України приймати участь в тендерах в цих країнах та до інших фінансових санкцій з боку Євросоюзу за порушення умов вказаної Угоди.

Фінансово-правова база для здійснення та регулювання публічних закупівель в країнах Вишеградської групи визначається чотирма Європейськими Директивами [3]: 1) Директива 2014/24/ЄС від 26.02.2014 р. про державні закупівлі; 2) Директива 2014/25/ЄС від 26.02.2014 р. про здійснення закупівель організаціями, що працюють у водогосподарському, енергетичному, транспортному секторах та секторі поштових послуг; 3) Директива від 26.02.2014 р. щодо укладання договорів концесії; 4) Директива 2014/55/ЄС від 16.04.2009 р. про електронне інвойсування в державних закупівлях. У цих документах особливий наголос робиться на розвиток електронних публічних закупівель, які розглядаються як складники електронного урядування. Зокрема, у Чехії для участі та поданні пропозицій будь-який економічний оператор повинен бути зареєстрований або на Порталі тендерних закупівель (Národní Elektronický Nastroj – NEN), або на одній із п'яти приватних електронних платформ. Різниця між державною платформою NEN та приватною FEN (Funkční Elektronický Nastroj – FEN) полягає в якості та рівні послуг для учасників торгів. FEN забезпечує розширені пошукові та додаткові послуги, але за певну плату. Натомість, портал NEN є безкоштовним як для замовників, так і для бізнесу. Особливістю розміщення пропозицій в Чехії є те, що замовники повинні публікувати повідомлення про закупівлі на Порталі тендерних закупівель (NEN) чеською мовою.

В Угорщині із 2018 р. замовники повинні здійснювати закупівлі через онлайн-платформу Портал електронних закупівель «EKR», який знаходиться в управлінні Офісу Прем'єр-Міністра країни. Там публікують інформацію про підписання контрактів, закупівельні плани та усі відкриті актуальні закупівлі.

У 2018 р. Офіс державних закупівель Словаччини запустив модернізовану інформаційну систему електронних закупівель (ISEVO), яка використовується для електронного зв'язку та обміну інформацією при державних закупівлях. Водночас, крім неї існує й низка платних електронних ресурсів. Документація для тендерів у Словаччині має бути, як правило, підготовлена словацькою мовою.

Законодавство Польщі передбачає обов'язкову публікацію оголошення про закупівлі у Центральному порталі Бюлетеню публічних закупівель польською мовою. У вересні 2019 р. у Польщі прийнято нову редакцію закону про публічні закупівлі, яка набрала чинності з 01.01.2021 р. Нею передбачено, що в 2021 р. має бути створена єдина національна електронна платформа, яка покликана налагодити діалог між замовниками та постачальниками.

В Україні досить ефективно працює державна система електронних закупівель Prozorro, яка запозичила кращий досвід країн ЄС з цього питання, що позитивно оцінюється керівними органами Євросоюзу та наближає нашу країну до можливого вступу до ЄС у майбутньому. Але проблемою є те, що державні замовники стараються, по можливості, її уникати.

Ринок публічних закупівель у країнах Вишеградської групи, згідно із законодавством ЄС, відкритий для іноземних виробників, в тому числі з України, але він може бути закритий для українських учасників при прийнятті Верховною Радою України закону про локалізацію. Зокрема, у 2018 р. суб'єкти господарювання з 33-х країн перемогли у польських тендерах, що за вартістю дорівнювали 13 % всіх закупівель. Натомість в Україні треба враховувати наступну проблему: рівень проникнення імпорту в публічних закупівлях країн ЄС не перевищує 5 %, тоді як в Україні для машинобудівної продукції показник проникнення імпорту в публічних закупівлях досяг 36 %. [4]. Водночас українській владі треба узгодити з ЄС і тільки тоді запроваджувати закон про локалізацію (якщо він буде прийнятий), оскільки він суттєво обмежує права іноземних виробників щодо участі в українських тендерах. Замість прийняття цього закону, українськими експертами пропонується стимулювати наших виробників такими видами стимулів, як: надання грантів на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, податкові та кредитні пільги для впровадження інноваційних розробок та «зелених» проєктів з виробництва машин і обладнання для продукування відновної енергії тощо.

Серед форм проведення публічних закупівель в країнах Європейського Союзу, зокрема й в країнах Вишеградської групи, починає розвиватися й така нова форма, як інноваційне партнерство [5]. Відповідно до пункту 49 Преамбули Директиви ЄС 2014/24 про публічні закупівлі інноваційне партнерство може застосовуватися лише у разі, коли у замовника виникає потреба придбати інноваційний продукт, послугу чи роботу, яких ще немає на ринку, і які вимагають проведення наукових досліджень та встановлення довготривалого партнерства для їх розробки. Замовники в ЄС роблять перші спроби у застосуванні такої процедури, хоча на електронній платформі ЄС Ted вже розміщено кілька десятків подібних замовлень. Крім того, вже сьогодні положення про інноваційне партнерство передбачено законодавством ряду країн ЄС, зокрема, Польщі [6]. Подібний підхід було б доцільно застосувати й в Україні, що допомогло б українським виробникам інноваційної продукції посилити свої конкурентні позиції на внутрішньому ринку та пробитися на ринки ЄС, зокрема, й на ринки країн Вишеградської групи.

У комінює «Про законодавство Європейської спільноти у сфері державних закупівель і використання державних закупівель для проведення соціальної політики» зазначається, що під час укладення таких контрактів треба брати до уваги соціальні та екологічні цілі [7], що обов'язково слід взяти до уваги в Україні. В ЄС вирішення проблеми підвищення екологічності публічних закупівель значно прискорило впровадження так званих «зелених закупівель». Європейська Комісія визначає останні як процес, під час якого замовники закупають товари, роботи та послуги з обмеженим впливом на довкілля впродовж усього життєвого циклу порівняно з товарами, роботами та послугами однакового функціонального призначення [8], на що важливо націлювати

й українських замовників при проведенні тендерів. Серед типів товарів найбільш активно в межах концепції «зелених» закупівель в ЄС просувають такі: енергоефективна техніка; офісні меблі з екологічних матеріалів; папір із вторсировини; автомобілі з електроприводом; електроенергія, отримана з відновлювальних джерел [9]. Значних успіхів у проведенні зелених публічних закупівель (ЗПЗ) серед країн Вишеградської групи добилася Словаччина. Вона була однією з перших країн серед країн Вишеградської групи, яка розробила нормативно-правову базу для запровадження ЗПЗ. Такі методи, як розрахунок вартості життєвого циклу, специфікація екологічних виробничих процесів, а також використання критеріїв наявності екологічних сертифікатів допомагають представникам влади Словаччини визначати підрядників, які краще враховують екологічні критерії. Зараз вона, на відміну від України, має сформовану культуру ЗПЗ і відчутні результати для навколишнього середовища. Такі приклади у словацьких містах, як заміна дизельного автотранспорту на електротранспорт, термомодернізація соціальних будівель, заміна традиційного вуличного освітлення на енергозберігаючі світильники не лише значно вплинули на збереження екологічного фону, а й допомогло місцевим бюджетам зекономити значні кошти. Натомість, для здійснення подібної політики в Словаччині прийшлося провести масове навчання державних службовців, зайнятих в публічних закупівлях, оскільки їх непідготовленість гальмувала проведення таких закупівель. Ця проблема стоїть гостро й перед Україною, оскільки з 01.01.2022 р. у нашій країні проводити тендерні закупівлі у бюджетних організаціях будуть спеціальні уповноважені, а не тендерні комітети, але поки багато з них не мають належної підготовки. Ще більш гостро вказана проблема стоїть перед керівництвом новостворених територіальних громад (особливо у сільських районах), які отримали значні фінансові ресурси, але не мають належним чином підготовлених фахівців з проведення тендерних закупівель (насамперед, «зелених» закупівель). Частково вирішенню вказаної проблеми допомогла реалізація словацького проєкту з підготовки українських експертів з проведення таких тендерів, реалізованого в Україні за допомогою фахівців із Словаччини.

Усі публічні закупівлі в країнах Вишеградської групи поділені на закупівлі вище порогових значень Європейського Союзу і нижче порогових значень ЄС. Наразі порогові визначені на рівні 139 тис євро для закупівель товарів і послуг та 5350 тис євро для закупівель будівельних робіт. Публічні ж закупівлі нижче порогових значень відбуваються за національним законодавством країн Євросоюзу, які не повинні суперечити нормам ЄС. Нижню межу таких закупівель кожна країна визначає самостійно [10]. Так, в Чехії вона становить 76,5 тис євро, в Польщі - 30 тис євро. В Угорщині прописано по декілька надпорогових рівнів для закупівель на національному рівні. Найнижчий поріг зафіксовано на рівні 41,7 тис євро для товарів та 139 тис євро для робіт. Публічні закупівлі, менші за вказані рівні, прийнято називати допороговими. Як правило, їх проводять на розсуд закупівельників, але про такі закупівлі звітують. Зокрема, в Чехії, мають обов'язково оприлюднювати всі контракти понад 2 тис євро, інакше вони не будуть юридично чинними. Цей досвід країн Вишеградської групи вже запозичено в Україні, а контролюючі структури нашої країни мають доступ до подібної інформації. Натомість широкий українській громадськості поки складно отримати вказану інформацію.

Для українських виробників ринок публічних закупівель країн Вишеградської групи представляє значний інтерес, оскільки він є доволі значним за обсягами (насамперед, польський). Зокрема, у 2018 р. обсяг польського ринку державних (публічних) закупівель, які попадають під обов'язкові тендерні процедури, становив близько 48 млрд євро. У цьому році найбільш вартісними були наступні види закупівель: роботи (22 млрд євро), медичне обладнання і ліки (близько 5 млрд євро), нафтопродукти, електроенергія та паливо (більше 2 млрд дол), транспортні засоби і супутнє обладнання. Звертає на себе той факт, що у 88 % випадках контракти були укладені за допомогою відкритих торгів, натомість неконкурентна процедура закупівлі в одного учасника була

використана тільки у 9,45 % процедур [11]. Цю тенденцію треба обов'язково взяти до уваги в Україні, оскільки відкриті торги максимально зменшують корупційні ризики при проведенні тендерів на відміну від неконкурентних процедур закупівель в одного учасника.

Пандемія коронавірусу внесла певні зміни у порядок проведення публічних закупівель в країнах ЄС. Так, у березні 2020 р. уряд Угорщини прийняв указ, який передбачав винятки для публічних закупівель, якщо вони необхідні для подолання кризи, насамперед пов'язаної з пандемією коронавірусу. Зокрема, для проведення коронавірусних закупівель замовники повинні запросити не менше трьох учасників подати свої пропозиції. Проте замовники можуть також укласти контракт безпосередньо з одним постачальником, якщо терміновість або причина цього є виправданими. У Чехії у відповідь на пандемію коронавірусу затвердили поправку до Закону про публічні закупівлі для закупівлі товарів та послуг для боротьби з нею. Ці закупівлі можуть здійснюватися за прискореною процедурою, без попередньої публікації та за прямим укладенням договорів. Така практика, зокрема, була застосована в Чехії для так званих коронавірусних закупівель. Але позитивом є те, що інформація про вказані коронавірусні публічні закупівлі у країнах Вишеградської групи була доступна для громадськості, що мінімізувало тінізацію таких закупівель. Протилежною з подібними закупівлями є до сьогодні ситуація в Україні, що породжує справедливі зауваження до української влади з боку керівних органів ЄС.

Суттєво зменшують корупційні ризики при здійсненні публічних закупівель в країнах ЄС спеціально створені централізовані закупівельні організації (ЦЗО), які вже функціонують у більшості держав Європейського Союзу [12]. У країнах ЄС вони можуть функціонувати на різних рівнях управління: на національному, регіональному, місцевому. Однією з фінансових переваг створення ЦЗО є зменшення витрат як державного сектору, так і бізнесу на проведення власне закупівель, які характеризуються меншою кількістю процедур і меншою кількістю залучених людей, значною економією часу на їх проведення. Зокрема, в Угорщині установи центрального рівня зобов'язані законом здійснювати закупівлі через ЦЗО, тоді як для решти учасників така процедура не є обов'язковою. В країні централізація закупівель розпочалася з 1995 р., коли був прийнятий про закупівлі. В 2003 р. уряд створив єдину ЦЗО для центральних органів влади. Вона фінансується з бюджету, а її частка у всіх публічних закупівлях становить близько 8 %. Натомість, відмінною характеристикою сектору публічних закупівель в Польщі є відсутність централізованої публічної закупівельної організації на державному рівні, хоча вони створені на рівні окремих публічних структур. У цій країні замовник може приймати пропозиції через власний закупівельний портал (чого поки бракує в Україні), комерційні платформи або спеціальні електронні сервіси Польського Агентства публічних закупівель. Зокрема, свої портали мають Польська залізниця (який, на наш погляд, можна розглядати як аналог вже створених українських ЦЗО), Університет міста Лодзь та Польський Економічний інститут.

Позитивним явищем стало створення ЦЗО й в Україні за досвідом країн ЄС, які зменшують не тільки витрати при їх проведенні, але й корупційні ризики при тендерах. Натомість в Україні не вдається суттєво покращити ефективність контролю за проведенням тендерів. Так, за даними Державної аудиторської служби (ДАС), вона у 2019 р. здійснила 8,8 тис моніторинрів закупівель і склала 539 протоколів про їх порушення. Водночас замовники сплатили лише 43 штрафи. Суттєво не змінилася вказана ситуація й в 2020-2021 рр. Державні аудитори підтверджують порушення приблизно у 82 % публічних закупівель, які вони промоніторили за період з 19.04.2020 р. по 27.05.2021 р. Нова редакція закону про публічні закупівлі (діє з 01.04.2020 р.) розширила перелік порушень, а також підвищила і диференціювала суми штрафів. Загалом, за досліджуваний період ДАС було накладено 597 штрафів на суму 1944800 грн. Але й після запровадження нової редакції вказаного закону до відповідальності поки

притягують у менше 8 % порушень, які підтвердили аудитори і замовники їх не усунули [13], що вимагає посилення штрафних санкцій.

Значний позитивний досвід у подоланні корупційних ризиків при проведенні публічних закупівель та контролю за ними нагромаджено в Польщі. З травня 2004 року, коли Польща вступила до ЄС, порядок здійснення закупівель став регулюватися Законом Польщі «Про публічні закупівлі», який був адаптований до відповідних директив ЄС щодо державних закупівель [14]. Польський Закон «Про публічні закупівлі» детально описує всі необхідні процедурні етапи закупівель, зокрема оприлюднення, вимоги до тендерної документації, хід публічних закупівель, вимоги до укладення договору про закупівлю тощо. Дія Закону поширюється на закупівлі, що перевищують 30 тисяч євро. Встановлені також межі для обов'язкового проведення міжнародних тендерів (з публікацією у спеціальному електронному бюлетені ЄС), відповідно 418 тис. євро (нові вартісні межі ЄС з 2016 року) для товарів і послуг та 5 млн. 225 тис. євро – для робіт. Ще однією особливістю польського законодавства є обов'язкове застосування нецінових критеріїв оцінки при проведенні процедури відкритих торгів. Вага цінового критерію у цьому випадку не повинна перевищувати 60 відсотків.

У Польщі контрольні функції щодо публічних закупівель мають декілька структур, щоб не допустити неефективного витрачання бюджетних коштів, зокрема, й з бюджету ЄС. Достатньо сказати, що за 2021-2027 рр. Польща повинна отримати з бюджету ЄС близько 70 млрд євро, а за попередні сім років (2014-2020 рр.) вона отримала з цього бюджету майже 63 млрд євро. Насамперед такий контроль здійснює Агентство публічних замовлень, що має статус окремого центрального органу виконавчої влади, робота якого координується Міністерством економіки. Цей контроль Агентством здійснюється кількома шляхами: проведення планових та позапланових документальних перевірок закупівель; за зверненням державних органів, громадських організацій та громадян; аналізу інформації розміщеної в бюлетені закупівель. Строк контролю становить від 14 до 30 робочих днів. За потреби цей строк може продовжуватися. Остаточне рішення за результатами перевірки у разі незгоди замовника з висновком Агентства приймає Апеляційна палата оскаржень. Крім вказаної палати до органу контролю за подібними закупівлями також відноситься й Відомство захисту конкуренції та прав споживачів, яке проводить розслідування щодо наявності змов. Згідно з польським кримінальним законодавством тендерна змова є злочином, за який передбачена відповідальність до 3 років позбавлення волі. Якщо вказаним Відомством встановлено, що учасник вступив у зговір, то він виключається з тендеру. За ненадання інформації до Відомства на його запит та інші порушення, встановлені законодавством, стягується штраф в достатньо великих розмірах (до 50 млн. євро).

Польським законодавством передбачена плата за подання скарги: при допорогових закупівлях: для товарів, послуг – еквівалент 1750 євро; для робіт – еквівалент 2 330 євро. При вище порогових закупівлях плата складає: для товарів, послуг – еквівалент 3 500 євро; для робіт – еквівалент 4 670 євро. У разі подання скарги процедура закупівлі автоматично не призупиняється, але до прийняття органом оскарження рішення по суті не можна укласти договір. Розгляд скарги триває протягом 15 календарних днів. Отримані кошти за розгляд скарги зараховуються до спецфонду органу оскарження. При цьому платить той, хто програв у справі, покриваючи також інші витрати, пов'язані із розглядом скарги (експерти, додаткові експертизи тощо). У разі відкликання скарги до винесення рішення по суті учаснику повертається 90 % коштів плати.

Вища палата контролю Польщі та її регіональні підрозділи (далі – Палата контролю) здійснюють контроль публічних закупівель переважно після укладення договору. Однак це не обмежує можливості Палати контролю щодо перевірок закупівель і в період їх проведення. Контроль, що здійснюється Палатою, носить більш комплексний і переважно плановий характер та може тривати до 200 днів. Фактично

аналізується господарська та фінансова діяльність відповідного замовника (у тому числі закупівельна) за певний звітний період.

Висновки і пропозиції. Для реальної інтеграції України з Європейським Союзом необхідно максимально швидко подолати корупцію у нашій країні, оскільки Україна є однією з найбільш корумпованих країн в Європі. Одним із напрямів цього може стати вивчення та запровадження у нашій країні досвіду країн ЄС щодо ефективного використання публічних фінансів шляхом покращення проведення тендерних закупівель. Особливу увагу для України має вивчення досвіду країн Вишеградської групи (Польщі, Угорщини, Чехії та Словаччини) у здійсненні таких закупівель, що дозволило цим країнам суттєво підвищити їхню фінансову ефективність та зменшити корупційні ризики. На це в країнах Вишеградської групи позитивно впливають й спеціально створені централізовані закупівельні організації (ЦЗО). Однією з фінансових переваг діяльності ЦЗО є зменшення фінансових витрат як державного сектору, так і бізнесу на проведення власне закупівель.

Серед країн Вишеградської групи заслуговує на запровадження в Україні передусім досвіду Польщі з удосконалення механізму фінансового контролю за використанням публічних закупівель, який сприяє мінімізації корупційних ризиків при їх проведенні. У цій країні контрольні функції щодо публічних закупівель мають декілька структур, щоб не допустити неефективного витрачання бюджетних коштів, зокрема, й з бюджету ЄС. Насамперед такий контроль здійснює Агентство публічних замовлень, що має статус окремого центрального органу виконавчої влади, робота якого координується Міністерством економіки. Вища палата контролю Польщі та її регіональні підрозділи здійснюють контроль публічних закупівель переважно після укладення договору. До органу контролю за публічними закупівлями у Польщі також відноситься й Відомство захисту конкуренції та прав споживачів, яке проводить розслідування щодо наявності змов при закупівлях. Позитивно впливає на подолання фінансового шахрайства у Польщі й значні суми за подання скарг на результати тендерів, що прискорює їх проведення. Крім того, за виявлення змов у Польщі передбачене не тільки адміністративне, а й кримінальне покарання для нечесних учасників публічних закупівель, чого поки не вистачає в Україні й веде до існування певних корупційних ризиків при проведенні тендерних закупівель.

Список бібліографічного опису:

1. Письменна М. Методологія та організація аналізу контролю закупівель за державні кошти: автореф. дис. ... д. е. н. за спеціальністю 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Одеса: ОНЕУ, 2018. 43 с.
2. Конашук Н. Е. Фінансовий контроль у сфері публічних закупівель: автореф. дис. ... к. е. н. за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. Київ: КНЕУ імені Вадима Гетьмана. 2019. 20 с.
3. Гармонізація системи державних закупівель в Україні зі стандартами ЄС: Збірник директив ЄС з питань державних закупівель (зі вступним словом Стіна Бруун-Нільсена та доктора Юджина Стюарта. 2015. 637 с. URL: <https://dn.gov.ua/storage/app/sites/1/zakupivli/dodatok-31dyrektyvy-yes-po-zakupivlyah-1.pdf>
4. Власюк В. Місцева складова в державних закупівлях і місцевий інтерес. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/08/2/676448/>
5. Малолітнева В. Інноваційне партнерство як спеціальна процедура публічних закупівель у Європейському Союзі та засіб розвитку інновацій. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 11. С. 90–97.
6. Public Procurement Law. Poland. URL: <https://www.fnp.org.pl/assets/Polish-Procurement-Law-2017-consolidated.pdf>
7. Цибульник Н. Ю. Досвід країн ЄС щодо здійснення публічних закупівель. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція*. Одеса: МГУ. 2017. № 28. С. 94–99.
8. Малолітнева В. Екологічність як перевага: як Києву запровадити досвід ЄС у зелених закупівлях. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/07/2/7125025/>
9. Старчук Р. Зелені закупівлі: реальність та практика. *Держзакупівлі*. 2016. № 10. С. 11–18.
10. Публічні закупівлі Польщі, Угорщини, Чехії та України. URL: <https://ti-ukraine.org/news/publiczni-zakupivli-Polshchi-Ugorshchyny-Chehiji-ta-Ukrainy>.
11. Шатковський О., Шимко Т. Рекомендації щодо участі українського бізнесу в тендерах в Польщі. URL: <https://infobox.prozorro.org/gpa/rekomendacii-shchodo-uchasti-ukrainskogo-biznesu-v-tenderah-v-Polshchi>.
12. Шатковський О. Централізація закупівель: приклади країн ЄС. *Держзакупівлі*. 2016. № 9. С. 10–19.
13. Ференц А. Моніторинг та штрафи: рік нової редакції. URL: <https://dozorro.org/blog/monitoryng-ta-shtrafy-rik-novoi-redaktsii>
14. Яременко С. Контроль публічних закупівель. Досвід Польщі для України. URL: <https://dozorro.org/blog/kontrol-publicnih-zakupivel-dosvid-polshi-dlya-ukrayini>

References:

1. Pysmenna M. (2018). Metodologia ta organizacia analizu kontroliu zakupivel za derzhavni koshty: avtoreferat dys. ... doktora ekon. nauk za specialnistiu 08.00.09 – buhalterskyi oblik, analiz i audyt. [Methodology and organization of analysis of public procurement: abstract of the diss. ... doctor of Economics in the specialty 08.00.09 - accounting, analysis and audit]. Odessa, 2018. 43 p. [in Ukrainian].
2. Konashuk N. (2019). Finansovyi kontrol u sferi publichnykh zakupivel: avtoref. dys. kandydata ekon. nauk za specialnistiu 08.00.08 – hroshi, finansy i kredyt. [Financial control in the field of public procurement: abstract of the diss. ... doctor of Economics in the specialty 08.00.08 – money, finance and credit]. Kyiv, 2019. 20 p. [in Ukrainian].
3. Harmonizacia systemy derzhavnykh zakupivel v Ukraini zi standartamy ES. Zbirnyk dyrektyv ES z pytan derzhavnykh zakupivel (zi vstupnym slovom Stina Bruun-Nilsena ta doktora Iudzhyna Stiuarta. (2015). [Harmonization of the public procurement system in Ukraine with EU standards: Collection of EU Public Procurement Directives (with introductory remarks by Steen Bruun-Nielsen and Dr. Eugene Stewart. 2015. 637 p. URL: <https://dn.gov.ua/storage/app/sites/1/zakupivli/dodatok-31dyrektyvy-yes-po-zakupivlyah-1.pdf> [in Ukrainian].
4. Vlasniuk V. (2021). Mistseva skladova v derzhavnykh zakupivliakh i mistsevyi interes [Local component in public procurement and local interest]. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/08/2/676448/> [in Ukrainian].
5. Malolitnieva V. (2019). Innovatsijne partnerstvo iak spetsialna protsedura publichnykh zakupivel u Enropejskomu Soiuzi ta zasib rozvytku innovatsij [Innovation partnership as a special procedure of public procurement in the European Union and a means of innovation development]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. [Entrepreneurship, economy and law]. 11. Pp. 90–97. [in Ukrainian].
6. Public Procurement Law. Poland. URL: <https://www.fnp.org.pl/assets/Polish-Procurement-Law-2017-consolidated.pdf>
7. Tsybulnyk N. Yu. (2017). Dosvid krain ES shchodo zdijsnennia publichnykh zakupivel [Experience of EU countries in public procurement]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seria Iurysprudentsia* [Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Jurisprudence]. 28. Pp. 94-99. [in Ukrainian].
8. Malolitneva V. (2021). Ekologichnist yak perevaha: yak Kyivu zaprovadyty dosvid ES u zelenykh zakupivliakh. [Malolitneva V. Environmental friendliness as an advantage: how Kyiv can implement the EU experience in green procurement]. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/07/2/7125025/> [in Ukrainian].
9. Starchuk R. (2016). Zeleni zakupivli: realii ta praktyka [Green procurement: realities and practice]. *Derzhzakupivli*. [Public procurement]. 10. Pp. 11–18. [in Ukrainian].
10. Publichni zakupivli Polshchi, Ugorshchyny, Chekhii ta Ukrainy [Public procurement in Poland, Hungary, the Czech Republic and Ukraine]. URL: <https://ti-ukraine.org/news/publichni-zakupivli-Polshchi-Ugorshchyny-Chehiji-ta-Ukrainy>. [in Ukrainian].
11. Shatkovskii O. Hymko T. Rekomendatsii shchodo uchasti ukrainskoho biznesu v tenderakh v Polshchi [Recommendations for the participation of Ukrainian business in tenders in Poland]. URL: <https://infobox.prozorro.org/gpa/rekomendacii-shchodo-uchasti-ukrainskogo-biznesu-v-tenderah-v-Polshchi>. [in Ukrainian].
12. Shatkovskii O. (2016). Tsentralizatsiia zakupivel: pryklady krain ES [Centralization of procurement: examples of EU countries]. *Derzhzakupivli* [Public procurement]. 9. Pp. 10–19. [in Ukrainian].
13. Ferens A. Monitorynh ta shtrafy: rik novoi redaktsii [Monitoring and fines: the year of the new edition]. URL: <https://dozorro.org/blog/monitoryng-ta-shtrafy-rik-novoi-redaktsii>. [in Ukrainian].
14. Yaremenko S. Kontrol publichnykh zakupivel. Dosvid Polshchi dlia Ukrainy [Control of public procurement. The experience of Poland for Ukraine]. URL: <https://dozorro.org/blog/kontrol-publichnykh-zakupivel-dosvid-polshi-dlya-ukrayini>. [in Ukrainian].

Дата подання публікації 23.08.2021 р.

УДК 336.76

Ніколаєва А.М., к.е.н., доцент
 Nikolaieva A. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-3531-2023>

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Луцький національний технічний університет

У статті досліджено теоретичні підходи до дефініції «ефективність фінансового ринку» та визначено методологію її оцінки з позиції виконання фінансовим ринком його макроекономічної функції. Проаналізовано та узагальнено основоположні концепції ефективності фінансового ринку, розроблені американськими вченими. Визначено сутність ефективного ринку та виділено форми його ефективності за гіпотезою ефективного ринку Ю. Фама, теорії інвестиційного цінного паперу В. Шарпа, альтернативної гіпотези ефективного ринку Т. Коупленда і Дж. Вестона, концепції витрат фінансового посередництва К. Ерроу, Р. Лукаса та П. Ромера. Обґрунтовано, що не всі висунуті науковцями умови ефективності фінансового ринку дотримуються на реальному ринку. Вказано на суперечність рівняння ефективності фінансового ринку, що визначається як величина, обернена різниці відсоткових ставок по кредитах і депозитах в банківській системі.

Автором обґрунтовано, що макроекономічну ефективність фінансового ринку та її роль у забезпеченні стабільного розвитку соціально-економічних систем, в першу чергу, визначає розподільна (перерозподільна) функція фінансового ринку. Зазначено, що ефективний фінансовий ринок має бути рушійною силою, що стимулює стабільний розвиток і позитивні зрушення в економіці, забезпечуючи підприємства інвестиційно-кредитними ресурсами.

За макроекономічною роллю в ринковій економіці, ефективність фінансового ринку автором визначається як його здатність забезпечувати ефективний перерозподіл ресурсів, спрямовуючи їх в реальний сектор економіки, що призводить до стабільного розвитку соціально-економічних систем. При цьому ефективність фінансового ринку за його розподільною функцією пропонується оцінювати за показником співвідношення суми реально залученого капіталу нефінансовими корпораціями та сукупної ресурсної бази фінансового ринку.

Здійснено порівняльний аналіз впливу стану розвитку основних сегментів фінансового ринку (фондового та кредитного ринків) на економічний розвиток різних країн за ключовими показниками, що надаються Всесвітньою федерацією бірж та Міжнародним Валютним Фондом.

Ключові слова: інформаційна, цінова, операційна ефективність фінансового ринку, ефективність розподілу, масштаб фінансового ринку.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF EVALUATION OF FINANCIAL MARKET EFFICIENCY

Lutsk National Technical University

The article examines the theoretical approaches to the definition of "financial market efficiency" and defines the methodology for its evaluation from the standpoint of financial market performance of its macroeconomic function. The basic concepts of financial market efficiency developed by American scientists are analyzed and generalized. The essence of an efficient market is determined and the forms of its efficiency are determined according to the hypothesis of an efficient market by E. Fama, the theory of investment security by W. Sharpe, the alternative hypothesis of an efficient market by T. Copeland and J. Weston, the concept of financial intermediation costs K. Arrow, R. Lucas and P. Romer. It is substantiated that not all conditions of efficiency of the financial market put forward by scientists are observed in the real market. The contradiction of the equation of efficiency of the financial market, which is defined as the value inverse of the difference in interest rates on loans and deposits in the banking system, is pointed out.

The author substantiates that the macroeconomic efficiency of the financial market and its role in ensuring the stable development of socio-economic systems is primarily determined by the distributive (redistributive) function of the financial market. It is noted that an effective financial market should be the driving force that stimulates stable development and positive changes in the economy, providing enterprises with investment and credit resources.

According to the macroeconomic role in a market economy, the efficiency of the financial market is defined by the author as its ability to ensure effective redistribution of resources, directing them to the real sector of the economy, which leads to stable development of socio-economic systems. At the same time, the efficiency of the financial market by its distribution function is proposed to be assessed by the ratio of the amount of actually attracted capital by non-financial corporations and the total resource base of the financial market.

A comparative analysis of the impact of the state of development of the main segments of the financial market (stock and credit markets) on the economic development of different countries on key indicators provided by the World Federation of Exchanges and the International Monetary Fund.

Key words: information, price, operational efficiency of the financial market, efficiency of distribution, scale of the financial market.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Економічне зростання будь-якої країни, що функціонує на ринкових засадах, неможливе без дієвого, ефективного фінансового ринку, головне завдання якого полягає у перерозподілі капіталу між сферами економіки та забезпеченні суб'єктів господарювання інвестиційно-кредитними ресурсами. В сучасних умовах глобальних викликів, що супроводжуються періодичними фінансово-економічними кризами, вплив фінансового ринку на реальний сектор економіки лише зростатиме. Тому, добре функціонуючий або ефективний фінансовий ринок – це запорука розвитку національної та регіональних соціально-економічних систем. При цьому, в процесі дослідження впливу фінансового ринку на економічне зростання країни постає необхідність у чіткій ідентифікації самого поняття «ефективності фінансового ринку» та методів її оцінювання, зважаючи на існуючу різноманітність та абсолютно різні теоретико-методологічні підходи в теорії фінансового ринку.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. В наукових колах вже тривалий час розглядається спірне питання, який же фінансовий ринок слід вважати ефективним, а також, яка роль концепції ефективності ринку в сучасних умовах. Як відомо, основні концепції сучасного фінансового ринку розроблені в США американськими вченими-економістами (Джеймсом Тобіном, Гаррі Марковіцем, Вільямом Шарпом, Мертоном Міллером, Юджином Фамою, Робертом Джеймсом Шиллером, Джорджем Акерлофом, Майклом Спенсом, Джозефом Стігліцем та їхніми послідовниками). На важливість та прагматизм цих теорій, а також їх значимість для суб'єктів сучасного фінансового ринку та економіки країн в цілому вказує те, що їх автори стали лауреатами Нобелівських премій з економіки в різні роки. Серед вітчизняних науковців, що досліджували окремі аспекти функціонування ефективного фінансового ринку та його макроекономічної ролі, слід відзначити праці Ж.В. Гарбар, С.М. Еш, В.В. Корнєєва, О.М. Мозгового, Н.С. Рязанової, В.Л. Смагіна, В.М. Шелудько, І.О. Школьник та багатьох інших. При цьому, зважаючи на існуючу критику сучасних теорій фінансового ринку, що час від часу з'являється з боку теоретиків і практиків, особливо після фінансових криз в економіці, слід відзначити відсутність на теперішній час в наукових джерелах єдиного підходу до трактування поняття «ефективність фінансового ринку».

Цілі статті. Метою статті є дослідження теоретико-методологічних підходів до дефініції «ефективність фінансового ринку» та її оцінки з позиції виконання фінансовим ринком його макроекономічної функції.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У фінансовій науково-практичній літературі зустрічаються різні концепції ефективності фінансового ринку. Результати дослідження основних з них наведено автором у [1] та узагальнено й систематизовано в таблиці 1.

Найчастіше в наукових джерелах ефективність фінансового ринку пов'язують з його інформаційною функцією. Цей підхід базується на гіпотезі ефективного ринку американського економіста, Нобелівського лауреата з економіки 2013 року Юджина

Фами (англ. Eugene F. Fama), яка свідчить, що «вся суттєва інформація негайно і повною мірою відбивається на ринковій курсовій вартості цінних паперів» [2].

Таблиця 1

Основоположні концепції ефективності фінансового ринку

Концепції ефективності фінансового ринку, представники	Сутність ефективного ринку	Форми ефективності фінансового ринку
Гіпотеза ефективного ринку (Ю. Фама)	«... ринок є ефективним щодо деякої інформації, якщо вона відразу і повністю відбивається в ціні активу, що робить цю інформацію непотрібною для отримання надприбутків» [2].	<i>Слабка форма ефективності</i> – ціни акцій відбивають усю інформацію щодо торгівлі ними у минулому. <i>Середня форма (напівсильна)</i> – ціни акцій відображають усю загальнодоступну інформацію (минулу і поточну публічну інформацію). <i>Сильна форма ефективності</i> – ціни акцій відбивають усю інформацію, що відноситься до фірми-емітента, у т. ч. і внутрішню (інсайдерську).
Теорія інвестиційної вартості цінного паперу (В. Шарп)	«... ринок є ефективним, якщо, використовуючи одержану інформацію, не можна отримати відмінний від нормального прибуток або надприбуток (abnormal profit). Отже, на ефективному ринку інвестори повинні одержувати тільки нормальний прибуток і нормальну ставку дохідності за своїми інвестиціями» [4, с. 109].	«Абсолютно ефективний ринок являє собою такий ринок, на якому ціна на кожний цінний папір завжди дорівнює її інвестиційній вартості» [4, с. 108].
Альтернативна концепція гіпотези ефективного ринку Т. Коупленда і Дж. Вестона	Вимоги, яким має відповідати ефективний ринок: – «він має бути без податків, операційних витрат, що регулюють обмеження свободи виходу і входу для інвесторів; – усі акції мають бути ринковими; – усі послуги мають надаватися за мінімальними цінами для всіх учасників; – усі покупці і продавці повинні проводити свою діяльність максимально продуктивно; – має бути багато продавців і покупців; – ринок повинен бути інформаційно ефективним, інформація має бути безплатною і даватися одночасно всім учасникам» [5].	<i>Ефективність розподілу</i> – пов'язана із розподільною функцією фінансового ринку, і передбачає такий розподіл фондів на біржі, щоб забезпечити їх найефективніше використання. <i>«Цінова ефективність</i> – означає, що «у будь-який час ціни акцій повинні відбивати всю інформацію про події, що відбулися, а також усі події, що можуть відбутися на ринку в майбутньому» [5]. <i>Операційна ефективність</i> – полягає в тому, що ефективність фінансового ринку обернено пропорційна витратам, які інвестори несуть при здійсненні транзакцій, тому щоб бути ефективним, ринок має забезпечувати операційні затрати за найнижчими цінами.
Концепція витрат фінансового посередництва, зокрема, модель акумульованого капіталу (К. Ерроу, Р. Лукас та П. Ромер)	Ефективність фінансового ринку розглядають як величину, обернену різниці відсоткових ставок по кредитах і депозитах в банківській системі [6, с. 68]	

Примітка. Складено автором за джерелами [1, 2, 4, 5, 6].

Це пояснюється тим, що кожен учасник ринку володіє певним обсягом інформації в міру своїх можливостей та компетентності. Деякі з гравців ринку володіють унікальною інформацією, проте більшості учасників ринку доводиться задовольнятися

загальнодоступними даними. І все ж ніхто з гравців не може знати більше, ніж всі учасники ринку разом взяті. Згідно з цим підходом, розрізняють три форми ефективності фінансового ринку: слабку, середню (напівсильну) і сильну, залежно від того, що мається на увазі під всією доступною інформацією (див. табл. 1). Причиною ж неефективності ринку є інформаційна асиметрія, коли інформація доступна лише деяким, а не усім учасникам ринку. Асиметричність інформації породжує певну невизначеність на фінансовому ринку. У цьому випадку канали впливу фінансового ринку на реальний сектор економіки базуються на недостатній або неточній, часом суб'єктивній інформації про об'єкти інвестування, що стає причиною неефективних інвестицій.

В інформаційних джерелах наводяться такі основні постулати, на яких базується поняття ефективності фінансового ринку:

«1) інформація стає доступною для всіх учасників ринку одночасно, і її отримання не пов'язане з якими-небудь витратами;

2) відсутні трансакційні витрати, податки та інші фактори, що можуть заважати укладанню угод;

3) угоди, що здійснюються окремою фізичною чи юридичною особою, не можуть вплинути на загальний рівень цін;

4) усі суб'єкти ринку діють раціонально, намагаючись максимізувати очікувану вигоду» [3].

Проте, як показує практика, усі ці чотири умови ефективності фінансового ринку не дотримуються на жодному реальному ринку. Так, для отримання інформації витрачається час, суб'єкти ринку зазнають певних трансакційних витрат, сплачують податки. При цьому недотримується принцип одночасності отримання інформації всіма учасниками ринку. Одні з учасників ринку отримують інформацію раніше за інших. У зв'язку з невиконанням цих умов прийнято розрізняти ідеальну інформаційну та економічну ефективність фінансового ринку. На ідеально ефективному фінансовому ринку дотримуються усі вище зазначені умови ефективності ринку, і ціни відбивають усю відому інформацію. Якщо з'являється нова інформація, вона миттєво викликає зміну цін, тому отримання надприбутків є щасливою випадковістю. «На економічно ефективному ринку ціни не можуть негайно реагувати на появу нової інформації, однак за умови елімінування інформаційних та трансакційних витрат надприбутки відсутні і на цьому ринку» [3].

Розвив та розширив концепцію ефективного фінансового ринку Ю. Фама інший американський економіст, Лауреат Нобелівської премії з економіки 1990 року Вільям Шарп (англ. William Forsyth Sharpe), який увів поняття «інвестиційна вартість цінного папера». Інвестиційну вартість вчений розглядає як справедливу вартість цінного папера. На думку В. Шарпа, «на ефективному ринку всі цінні папери продаються за ефективними цінами. Цінних паперів із завищеними чи заниженими цінами на такому ринку не буде, оскільки нова інформація негайно відбивається на цінах. Із цього випливає розширене визначення ефективного ринку: ринок є ефективним, якщо, використовуючи одержану інформацію, не можна отримати відмінний від нормального прибуток або надприбуток» [4, с. 109].

Альтернативною концепцією до гіпотези ефективного ринку є підхід ще одних американських вчених-економістів Т. Коупленда і Дж. Вестона. В своїй праці «Financial Theory and Corporate Policy» автори наводять вимоги, яким має відповідати ефективний ринок (див. табл. 1). Відповідно до цих вимог існують три форми ефективності ринку капіталів: «ефективність розподілу», «цінова ефективність», «операційна ефективність». Всі ці три форми ефективності ринку капіталів пов'язані між собою і передбачають наявність одна одної.

Слід зазначити, що запропоновані американськими економістами концепції ефективності фінансового ринку, не дивлячись на їх прагматизм і значимість для економіки, стосуються переважно однієї складової фінансового ринку – ринку цінних паперів або ринку капіталів. До того ж, як показала практика, не всі висунуті умови ефективності фінансового ринку дотримуються на реальному ринку.

В наукових джерелах поширена ще одна концепція ефективності фінансового ринку, прихильники якої розглядають її з точки зору витрат фінансового посередництва. До витрат цієї категорії можна віднести виплати комісійних винагород фінансовим інститутам за надані послуги, різні трансакційні витрати, пов'язані зі здійсненням інвестицій на ринку цінних паперів. В основу оцінки витрат фінансового посередництва покладено підхід зарубіжних вчених К. Ерроу, Р. Лукаса та П. Ромера, зокрема, модель акумульованого капіталу (так звана модель «АК»). Згідно з цим підходом, як показники ефективності можна використовувати сукупний обсяг накладних витрат комерційних банків або середнє значення трансакційних витрат на оформлення угод з купівлі-продажу цінних паперів на національному біржовому ринку. Досить часто ефективність фінансового ринку розглядають як величину, обернену різниці відсоткових ставок по кредитах і депозитах в банківській системі [6, с. 68]:

$$\emptyset = \frac{1}{(r_k - r_d)}, \quad (1)$$

де $\emptyset$ – ефективність фінансового ринку;

r_k, r_d – відсоткові ставки по кредитах і депозитах відповідно, виражені в частках.

Це рівняння є актуальним для економік, в яких роль банківських інститутів переважає в складі фінансового посередництва на фінансовому ринку. Проте суперечність цього рівняння полягає в тому, що з одного боку створення ефективного фінансового ринку та його розвиток передбачають значних витрат на розбудову системи фінансових посередників, тому витрати фінансового посередництва будуть прямо пропорційні ефективності фінансового ринку. З іншого боку, – обернено пропорційні, оскільки завдання ефективного фінансового ринку – мінімізувати ці витрати для збільшення доходності фінансових операцій. Отже, чим вище значення $\emptyset$, тим вище ефективність фінансового ринку.

На нашу думку, макроекономічну ефективність фінансового ринку та її роль у забезпеченні стабільного розвитку соціально-економічних систем, в першу чергу, визначає розподільна (перерозподільна) функція фінансового ринку. Відомо, що головне завдання фінансового ринку в ринковій економіці – це передача вільних фінансових ресурсів від тих, хто має їхній надлишок, до тих суб'єктів ринку, які їх потребують для власного виробничого і позавиробничого розвитку. Тобто фінансовий ринок виконує роль фінансового посередника при трансформації заощаджень в інвестиції, головне призначення якого, – ефективне розподілення коштів між різними сферами економіки. У свою чергу, це в подальшому стимулює економічне зростання, технологічні інновації, створення «нової вартості», наповнення бюджетів різних рівнів податками, ріст зайнятості населення, тобто все те, що, само по собі, або в поєднанні з іншими факторами, на думку багатьох експертів, є показниками «суспільного добробуту».

Ефективний фінансовий ринок має бути рушійною силою, що стимулює стабільний розвиток і позитивні зрушення в економіці, забезпечуючи підприємства інвестиційно-кредитними ресурсами. Проте, не всі сегменти фінансового ринку безпосередньо приймають участь у постачанні фінансових ресурсів підприємствам реального сектора економіки. Основні канали фінансового ринку, через які здійснюється

приплив коштів в економіку, це інструменти та суб'єкти грошово-кредитного ринку (або ринку позичкового капіталу) та фондового ринку.

З іншого боку, фінансовий ринок – це багатогранна сфера, яка об'єднує як реальних товаровиробників, які залучають капітал для фінансування своєї виробничої діяльності та здійснення інвестицій, так і спекулянтів, або гравців ринку, які використовують різноманітні інструменти фінансового ринку, зокрема похідні фінансові інструменти, з метою отримання спекулятивного прибутку. До того ж слід відзначити зростання останнім часом частки спекулятивних операцій на сучасному фінансовому ринку. Ринок похідних фінансових інструментів не є безпосереднім постачальником інвестиційних ресурсів. Проте, гравці ринку можуть здійснювати значний вплив на механізм прийняття інвестиційних рішень, які часто приймаються в умовах невизначеності на фінансовому ринку, що викликано інформаційною асиметрією. Як наслідок, існує конфлікт між інтересами спекулянтів, які прагнуть до максимізації свого прибутку, і завданнями макроекономічного розвитку країни. В умовах невеликої ресурсної бази фінансового ринку, що характерне переважно для економік країн, що розвиваються, виведення фінансових ресурсів на ринок похідних фінансових інструментів, які є більш дохідними, може призвести до скорочення можливостей нефінансових корпорацій щодо залучення капіталу.

Для аналізу ефективності фінансового ринку в розрізі основних його складових використовують фундаментальний і технічний аналіз. У фінансовій літературі, як зазначалося вище, найчастіше зустрічається методика оцінки ефективності фінансового ринку за його інформаційною функцією, в результаті якої виділяють три ступені ефективності фінансового ринку: слабку, середню та сильну. Деякі науковці поділяють слабку форму ефективності ринку ще на декілька рівнів, наприклад, гіпотеза випадкового блукання RW1 та RW2. Аналіз інформаційної ефективності фондового ринку зазвичай передбачає дослідження динаміки фондових індексів. Під час аналізу ринку позичкового капіталу на інформаційну ефективність аналізують динаміку відсоткових ставок по кредитах або відношення приросту виданих кредитів до приросту відсоткових ставок [7, с. 59].

Вплив фінансового ринку на економічне зростання, суттєво варіюється залежно від рівня розвитку країни (розвинуті країни, країни, що розвиваються, бідні країни), рівня доходу на душу населення (високий рівень доходу, середній, вище чи нижче середнього рівня, низький дохід), внутрішньої та зовнішньої економічної політики, розвитку інфраструктури фінансового сектору (наявність чи відсутність тих чи інших фінансових установ) тощо. В країнах з невисоким рівнем економічного розвитку в складі фінансового сектору домінують комерційні банки, проте, як в більш розвинутих країнах активними на фінансовому ринку є національні фондові біржі.

Для порівняльного аналізу впливу стану розвитку ринку цінних паперів на економічний розвиток різних країн аналізують, зазвичай, розмір фондового ринку за інформацією про ринкову капіталізацію та ліквідність фондового ринку у відсотковому відношенні до ВВП, складеною Всесвітньою федерацією бірж. Для характеристики кредитного ринку використовують, зокрема, такі показники, що надаються Міжнародним Валютним Фондом, як частка виданих комерційними банками кредитів у відсотковому відношенні до ВВП, кількість філій комерційних банків на 100 тис. дорослого населення, розмір спреда відсоткових ставок тощо. При цьому, проведення порівняльного аналізу за різними країнами може бути обмежене концептуальними відмінностями або статистичними недоліками, такими як неточна звітність і відмінності в стандартах бухгалтерського обліку в різних країнах світу, відсутність статистичних даних тощо.

Дослідження ключових показників стану розвитку основних сегментів фінансового ринку в країнах з різним рівнем доходу на душу населення, що здійснювалося за даними Групи Світового банку, показало, що національні фінансові ринки економічно розвинутих країн (з високим і вище середнього рівня доходом на душу населення) займають лідируюче положення в ключових сегментах світового фінансового ринку (табл. 2).

Таблиця 2

Ключові показники стану розвитку фінансового ринку за групами країн
станом на 2019 рік*

Показники	Країни з рівнем доходу на душу населення				
	високим	вище середнього рівня	середнім	нижче середнього рівня	низьким
Частка внутрішніх кредитів, наданих приватному сектору банками, у % до ВВП	81,5	120,8	–	44,4	12,9
Кількість відділень комерційних банків на кожні 100 000 дорослого населення	19,6	14,4	11,2	8,9	3,1
Спред відсоткових ставок (різниця між кредитною та депозитною відсотковими ставками), %	–	4,9	5,9	6,9	9,4
Ринкова капіталізація лістингових вітчизняних компаній, в % до ВВП	118,4	60,0	60,2	61,1	–
Ліквідність фондового ринку (вартість акцій, що торгуються), в % до ВВП	91,4	93,9	81,4	26,9	–

Примітка. Складено автором на основі даних The World Bank [8].

Як відомо, кредити є важливою ланкою передачі грошей; вони фінансують виробництво, споживання та формування капіталу, що, у свою чергу, впливає на економічну діяльність. Згідно даних табл. 2, такі ключові показники кредитного ринку як частка кредитів, виданих комерційними банками приватному сектору, у відсотках до ВВП та кількість відділень комерційних банків на 100 тис. дорослого населення, у розвинутих країнах суттєво перевищують середньосвітовий рівень чи показники країн, що розвиваються. Чим нижчий дохід населення і відповідно нижче рівень економічного розвитку країни, тим ширша величина спреду відсоткових ставок в банківській системі таких країн, тобто з більшими втратами банківська система перетворює депозити домогосподарств на кредити підприємствам. Відповідно, якщо аналізувати величину обернену цьому спреду, то її збільшення буде асоціюватися зі збільшенням ефективності фінансового ринку, що буде характерне для високо розвинутих країн.

Як банківські системи, так і фондові ринки підсилюють економічне зростання. Для країн з розвинутою економікою та високими доходами на душу населення характерне високе значення відношення капіталізації фондового ринку до ВВП, порівняно з бідними країнами (табл. 2). Відкриті економіки з обґрунтованою макроекономічною політикою, хорошими правовими системами та захистом прав акціонерів залучають більший акціонерний капітал і, отже, мають більші фінансові ринки. Все це підкреслює важливість макроекономічної ролі фінансового ринку та його вплив на соціально-економічний розвиток країн.

Отже, за макроекономічною роллю в ринковій економіці, ефективність фінансового ринку нами визначається як його здатність забезпечувати ефективний перерозподіл ресурсів, спрямовуючи їх в реальний сектор економіки, що призводить до

стабільного розвитку соціально-економічних систем. Основними суб'єктами реального сектору економіки є нефінансові корпорації, основною діяльністю яких є виробництво ринкових товарів чи надання нефінансових послуг. Отже, в даному контексті, ефективність фінансового ринку можна оцінити тим, в якій мірі він забезпечує підприємства реального сектору економіки інвестиційними та кредитними ресурсами. Інвестиційні ресурси підприємства отримують шляхом розміщення власних акцій. Кредитні ресурси підприємства залучають на умовах платності і повернення шляхом взяття банківських кредитів чи випуску власних корпоративних облігацій. Ефективність перерозподілу ресурсів можна охарактеризувати обсягом ресурсів за параметрами терміновості, платності і повернення, що відповідає потребам позичальників – нефінансових корпорацій, в структурі сукупного обсягу ресурсів, мобілізованих на фінансовому ринку. Іншими словами, ефективність фінансового ринку за його розподільною функцією можна оцінити за показником співвідношення суми реально залученого капіталу нефінансовими корпораціями та сукупної ресурсної бази фінансового ринку.

Ресурси фінансового ринку визначаються його масштабами, обсягом і специфікою грошової пропозиції. Переважна частина дослідників фінансового ринку, і ми з ними погоджуємося, визначають сукупний масштаб фінансового ринку як суму обсягів кредитного і фондового ринків. При цьому, окремі науковці-експерти, додатково розділяють обсяг фондового ринку на два сегменти: ринок акцій і ринок облігацій. Отже, керуючись моделлю, що запропонована Д. Блюмом, К. Федермайєром, Г. Фінком та П. Хаїссом [9, с. 50], масштаб фінансового ринку кількісно можна представити сумою:

Масштаб фінансового ринку = Обсяг кредитного ринку + Обсяг фондового ринку =
= Внутрішній кредит + Капіталізація ринку акцій + Сума непогашених облігацій в обігу.

Оскільки абсолютний розмір масштабу фінансового ринку не завжди є репрезентативною величиною, прийнято визначати його відносну величину шляхом співвідношення з обсягом ВВП.

Ефективність фінансового ринку полягає не лише в перерозподілі коштів, вони повинні надаватися на умовах, що забезпечують розвиток реального сектору економіки – ріст обсягів виробництва продукції, оновлення основних засобів, технологічний розвиток тощо. В іншому випадку говорити про високу ефективність та розвиток немає сенсу.

Наскільки ефективно ринок справляється зі своєю роллю багато в чому залежить також від функціонування в країні діючої системи державного регулювання фінансового ринку. Так, в своєму дослідженні Ж.В. Гарбар, підтримуючи думку іншого вченого Н. Звягінцевої, наводить такі критерії оцінки ефективності виконання функцій державними органами регулювання фінансового ринку: «технологічні (сумарні обороти ринку, стабільність оборотів, сумарна капіталізація ринку, стабільність капіталізації, кількість ліквідних цінних паперів на ринку, ступінь демонополізації ринку тощо); соціально-економічні (питома вага доходів від цінних паперів у сукупному доході населення, ступінь рівномірності розподілу цих доходів серед населення, частка цінних паперів у заощадженнях населення, ступінь рівномірності розподілу цієї частки серед населення, питома вага власників цінних паперів серед населення тощо)» [10, с. 34].

Висновки. Отже, зважаючи на існуюче в теорії твердження, що «ефективність являє собою ступінь досягнення поставлених цілей», ефективність фінансового ринку в цілому можна оцінювати за ефективністю виконання ним покладених на нього завдань. На нашу думку, загалом робити висновок про те, наскільки фінансовий ринок є ефективним в країні для всіх учасників ринку, можна за такими загальними критеріями,

як: наявність в країні належних умов для ефективної мобілізації та розміщення на ринку вільних фінансових ресурсів; захищеність прав інвесторів та інших учасників фінансового ринку; прозорість та відкритість ринку; наявність розвинутої мережі інституційних інвесторів; розвиток добросовісної конкуренції на фінансовому ринку та ін. Все це, у свою чергу, проявлятиметься у припливі інвестицій (як зовнішніх, так і внутрішніх); високому рівні участі населення у діяльності ринку (ріст частки заощаджень населення в ресурсній базі ринку); наявності великої кількості ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів; високій ліквідності та капіталізації ринку тощо. Результатом ефективно функціонуючого фінансового ринку має стати соціально-економічний розвиток країни та зростання добробуту населення.

Список бібліографічного опису:

1. Ніколаєва А.М. Роль ефективності фінансового ринку в управлінні економічними системами. *Функціональні аспекти фінансового менеджменту як інструменту управління економічними системами* : монографія / за ред. д.е.н., проф. І.М. Вахович Луцьк: Відділ іміджу та промоції Луцького НТУ, 2021. С. 95-106.
2. Fama E. F. Market efficiency, long-term returns, and behavioral finance. *Journal of financial economics*. 1998. Т. 49. PP. 283-306.
3. Эффективность рынка (Market Efficiency) – это. URL: https://economic-definition.com/Business/Effektivnost_rynka_Market_Efficiency__eto.html#h3-0 (дата звернення: 10.06.2021 р.).
4. Шарп У. Ф., Александер Г. Дж., Бэйли Дж. В. Инвестиции. 1997. 1028 с.
5. Сутормина В. М. Финансы зарубежных корпораций: учебник. К.: КНЕУ, 2004. 566 с.
6. Столбов М. И. Финансовый рынок и экономический рост: контуры проблемы. М. : Научная книга. 2008. 201 с.
7. Иванченко И. С. Методы тестирования эффективности финансового рынка. *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. 2015. №21 (255). С. 58-68.
8. World Development Indicators: Financial access, stability and efficiency. Stock markets // The World Bank. URL : <http://wdi.worldbank.org/table> (дата звернення: 15.06.2021 р.).
9. Blum D., Federmaier K., Fink G., Haiss P. The Financial-Real Sector Nexus: Theory and Empirical Evidence. *IEF Working Paper*. 2002, No. 43, P. 50.
10. Гарбар Ж.В. Вплив державних регуляторів на розвиток фінансового ринку. *Агросвіт*. 2014. №8. С. 30-36.

References:

1. Nikolaieva A.M. Rol efektyvnosti finansovoho rynku v upravlinni ekonomichnymy systemamy. *Funktsionalni aspekty finansovoho menedzhmentu yak instrumentu upravlinnia ekonomichnymy systemamy* : Monohrafiia / za red. d.e.n., prof. I.M. Vakhovych Luts'k: Viddil imidzhu ta promotsii Luts'koho NTU, 2021, pp. 95-106 [in Ukrainian].
2. Fama E. F. Market efficiency, long-term returns, and behavioral finance. *Journal of financial economics*. 1998. Т. 49, pp. 283-306.
3. E'ffektivnost' rynka (Market Efficiency) – e'to. Available at: https://economic-definition.com/Business/Effektivnost_rynka_Market_Efficiency__eto.html#h3-0 (accessed 10.06.2021) [in Russian].
4. Sharp U. F., Aleksander G. Dzh., Be'jli Dzh. V. Investicii. 1997. 1028 p. [in Russian].
5. Sutormina V. M. Finansy zarubizhnykh korporatsii: pidruchnyk. K., KNEU, 2004. 566 p. [in Ukrainian].
6. Stolbov M. I. Finansovyy rynok i e'konomicheskij rost: kontury problemy. Moscow, Nauchnaya kniga, 2008. 201 p. [in Russian].
7. Ivanchenko I. S. Metody testirovaniya e'ffektivnosti finansovogo rynku. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya*. 2015. No21 (255), pp. 58-68. [in Russian].
8. World Development Indicators: Financial access, stability and efficiency. Stock markets, The World Bank. Available at: <http://wdi.worldbank.org/table> (accessed 15.06.2021).
9. Blum D., Federmaier K., Fink G., Haiss P. The Financial-Real Sector Nexus: Theory and Empirical Evidence. *IEF Working Paper*. 2002, No. 43. P. 50.
10. Harbar Zh.V. Vplyv derzhavnykh rehuliatoriv na rozvytok finansovoho rynku. *Ahrosvit*. 2014, No 8, pp. 30-36. [in Ukrainian].

Дата подання публікації 10.08.2021р.

УДК 336.717

Стащук О.В., д.е.н., професор
 Stashchuk O. Doctor of Economic Sciences, Professor
<https://orcid.org/0000-0003-2622-7353>

Мартинюк Р., аспірант
 Martyniuk R., PhD student
<https://orcid.org/0000-0001-5033-6328>

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ КОГНІТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНІЙ БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Інтенсивний технологічний розвиток суспільства справляє суттєвий вплив не лише на зміну структури виробничих відносин, але й істотно впливає на трансформацію фінансової і, зокрема, банківської системи. При цьому внаслідок ускладнення мережових технологій, які вже давно використовуються для забезпечення функціонування онлайн-банкінгу, виникають можливості переведення усього комплексу обслуговування клієнтів банку у сферу дистанційного обслуговування. Інновації, пов'язані з використанням когнітивних технологій та штучного інтелекту, дають змогу трансформації традиційних автоматизованих систем дистанційного банківського обслуговування клієнтів в новий технологічний та інформаційний вимір, наслідком чого є формування цифрового банкінгу. При цьому, поточні тенденції свідчать, що переорієнтація банківських послуг в цифрові технології відбувається достатньо швидкими темпами, наслідком чого є скорочення мереж банківських відділень – обслуговування клієнтів відбувається онлайн та за допомогою спеціалізованих терміналів, кожен з яких за своїм функціоналом здатен замінити до десяти працівників.

В статті розглянуто сучасну специфіку формування нової системи банківського обслуговування, котре пов'язане із застосуванням когнітивних технологій та штучного інтелекту і має своїм наслідком формування нових принципів взаємодії та трансформації систем «клієнт – банк» в цифровий банкінг. Визначено, що впровадження таких технологій у банківську діяльність дозволяє банкам суттєво економити на утриманні окремих відділень та скорочувати чисельність персоналу, задіяного в обслуговування клієнтів. Досліджено, що перехід до цифрового банкінгу значно збільшує потребу в забезпеченні інформаційної безпеки клієнтів банку, оскільки більшість їхніх операцій з рахунками відбувається через мережу і є потенційно вразливими до недоброчесних дій. Відтак, можна зробити висновок, що інтенсивне впровадження цифрових технологій в банківську діяльність є неможливим без забезпечення належної системи інформаційної безпеки з боку банківських установ.

Ключові слова: банківські інновації, когнітивні технології, штучний інтелект, цифровий банкінг, банківська безпека.

SPECIFICS OF APPLICATION OF COGNITIVE TECHNOLOGIES AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MODERN BANKING ACTIVITY

Lesya Ukrainka Volyn National University

Intensive technological development of society has a significant impact not only on changing the structure of industrial relations, but also significantly affects the transformation of the financial and, in particular, the banking system. At the same time, due to the complexity of network technologies, which have long been used to ensure the functioning of online banking, there are opportunities to transfer the entire complex of customer service to the bank in the field of remote service. Innovations related to the use of cognitive technologies and artificial intelligence allow the transformation of traditional automated remote banking systems into a new technological and information dimension, resulting in the formation of digital banking. At the same time, current trends show that the reorientation of banking services to digital technology is quite fast, resulting in a reduction of bank branch networks - customer service is online and through specialized terminals, each of which can replace up to ten employees.

The article considers the modern specifics of the formation of a new banking system, which is associated with the use of cognitive technologies and artificial intelligence and results in the formation of new principles of interaction and transformation of "client - bank" systems into digital banking. It is determined that the introduction of such technologies in banking allows banks to significantly save on the maintenance of individual branches and reduce the number of staff involved in customer service. It has been studied that the transition to digital banking

significantly increases the need for information security of the bank's customers, as most of their account transactions take place through the network and are potentially vulnerable to dishonesty. Therefore, it can be concluded that the intensive introduction of digital technologies in banking is impossible without ensuring a proper information security system by banking institutions.

Keywords: banking innovations, cognitive technologies, artificial intelligence, digital banking, banking security.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Як відомо, формування сучасних систем онлайн-банкінгу базувалося на перших автоматичних програмних застосунках «клієнт-банк» і фактично є істотно вдосконаленим їх елементом. Якщо перші автоматичні застосунки потребували встановлення спеціалізованого програмного забезпечення за допомогою працівників банку, а швидкість проведення операцій не надто відрізнялася від їх реалізації в самій банківській установі, то до початку 2010-х років відбулося значне технічне та технологічне вдосконалення таких систем. Наразі можна вести мову про повноцінний онлайн-банкінг, який широко застосовується у процесі взаємодії з клієнтами банку за допомогою мережі Інтернет. При цьому проведення багатьох банківських операцій не потребує залучення працівників банку, а клієнти можуть взаємодіяти з своїми рахунками в режимі онлайн через спеціалізовані веб-застосунки.

Разом з тим, технічні принципи реалізації банківських операції залишаються незмінними, адже хоча взаємодія з клієнтами відбувається через інтернет, безпосередній рух коштів проводиться через захищені і відокремлені банківські платіжні мережі. Відтак не можна вести мову про повну автономність клієнта, що працює з онлайн-банкінгом. Разом з тим, інноваційні рішення, що поширюються останнім часом і базуються на когнітивних технологіях взаємодії, дозволяють значно розширити як можливості банків щодо задоволення потреб клієнтів та збільшення швидкості їх обслуговування, так і забезпечують недоступні раніше рішення щодо ефективного превентивного виявлення потреб клієнтів та задоволення їх на основі оперативного аналізу. Провідне місце в таких технологічних інноваціях займає штучний інтелект, застосування якого дозволяє не лише підвищити і пришвидшити процес обслуговування клієнтів і прийняття найбільш оптимальних рішень щодо управління їх рахунками або навіть ресурсами самого банку, але й загалом призводить до суттєвого підвищення ефективності таких рішень і, як наслідок – збільшення прибутковості банківської установи загалом.

Таким чином, можна вести мову про формування під впливом інноваційних змін нової форми мережевої онлайн взаємодії у сфері банківської діяльності, яка характеризується як цифровий банкінг, особливості та принципи функціонування якого потребують досконалого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення даної проблеми. Дослідженням проблем підвищення ефективності банківської діяльності в аспекті функціонування систем онлайн-банкінгу, а також впровадження в банківську діяльність новітніх інноваційних систем пов'язаних з цифровими технологіями присвячено чимало праць. З них варто виділити роботи таких дослідників, як Ю. І. Грудзевич [1], М. І. Карлін [2], В. О. Корнівська [3], Т. В. Котуранова [4], Л. В. Мороз [5], Р. І. Содома [6], О. В. Сташук [7], Т. О. Шматковська [8] та інші. Однак, стрімкі технологічні зміни, які відбуваються в банківській діяльності та швидко поширення інноваційних цифрових технологій в банківській діяльності, потребують проведення комплексу досліджень специфіки формування нових специфічних систем онлайн-банкінгу, які трансформуються в систему цифрового банкінгу.

Цілі статті. Метою статті є дослідження специфіки формування систем цифрового банкінгу в процесі впровадження в банківську діяльність цифрових технологічних рішень, що базуються на застосування когнітивних технологій та штучного інтелекту.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Трансформація систем онлайн-банкінгу в сучасний інтернет-банкінг, котра відбувалася протягом останніх десяти років, мала на меті спростити взаємодію з банками для їх клієнтів, а також – пришвидшити загальну тривалість банківських операцій, котрі були доступними для клієнтів через банківські інтернет-портали. Проте, оскільки реалізація цих завдань передбачала широке впровадження новітніх інноваційних рішень у сфері інтернет-комунікацій, то логічним наслідком стало розширення можливостей підключення до інтернет-банкінгу не лише з стаціонарних комп'ютерів, але й за допомогою ряду мобільних пристроїв (смартфонів, планшетів, смарт-годинників тощо). Відповідно, для обслуговування таких комунікацій банки були змушені широко запроваджувати у свій інтернет-банкінг програмні рішення, що базувалися на новітніх системах мобільної взаємодії, котрі базувалися на когнітивних технологіях. Відтак, наразі обслуговування клієнтів інтернет-банкінгу відбувається більшою мірою за допомогою чат-ботів, а не банківських кол-центрів.

Основними перевагами когнітивних технологій, які застосовуються у банківській діяльності на даний момент можна виділити наступні:

- когнітивні технології дають змогу банкам в режимі онлайн виявляти в структурі здійснюваних банківських операцій найбільш ризиковані або проблемні з них і оперативно вносити корективи в процес управління фінансовими потоками банківської установи;

- підвищується ефективність організації взаємодії банку з його клієнтами, незалежно від місця їх знаходження, а також покращується і пришвидшується взаємодія структурних підрозділів банку між собою;

- виникають можливості цілодобового контролю за ефективним використанням ресурсів банку з оперативним перенаправленням їх на здійснення найбільш прибуткових на даний час операцій;

- виникають можливості постійного аналізу даних, що надходять із зовнішнього середовища з одержанням результатів, що характеризуються надзвичайно високою точністю опрацювання, що дає змогу банкам приймати більш виважені стратегічні рішення в процесі управління, а також це дозволяє банківським установам випереджаючими темпами визначати потреби клієнтів і вчасно пропонувати їм необхідні рішення щодо обслуговування їх потреб у фінансовій сфері;

- підвищується загальна ефективність управління банком у зв'язку з можливістю опрацювання великих масивів даних, що надходять до банку цілодобово в режимі онлайн і потрапляють в систему автоматичного опрацювання.

Ще одним надзвичайно важливим наслідком широкого впровадження когнітивних технологій в банківську діяльність є скорочення чисельності персоналу банківських установ, а також зменшення числа банківських відділень (або ж перевід існуючих на безособове обслуговування за допомогою терміналів). Наслідком таких тенденцій є відчутне скорочення витрат банку на персонал та на утримання структурних підрозділів. Головне – що клієнти банку при цьому не відчують жодних незручностей, оскільки існуючі цифрові рішення цілком дозволяють їм обходитися існуючими програмними рішеннями та додатками.

Таким чином, можна вести мову про загальне зниження вартості банківських продуктів, що дозволяє розширити межі їх застосування та залучити нових клієнтів до користування банківськими послугами, які були їм недоступні раніше. Проте такий підхід передбачає також необхідність формування в системі банківського менеджменту відділів, котрі орієнтуються на управління цифровими відносинами в системі інтернет-банкінгу. Якщо ж додати до цього усі наведені вище можливості когнітивних технологій, які одержують банки, то можна вести мову про формування стратегії управління цифровими відносинами банківської установи (рис. 1).



Рис. 1. Формування стратегії управління цифровими відносинами банківської установи

Джерело: [9]

Таким чином, можна зробити висновок, що колишні підходи ефективного управління банком, коли визначальною була орієнтація на банківський продукт та кого параметри, в умовах цифрового банкінгу більше не будуть забезпечувати успіх банківської установи на ринку. Натомість створення та реалізація справжньої стратегії управління цифровими відносинами визначатиме рівень складності ціноутворення банківських продуктів, що є складним, але необхідним процесом для більшості банків.

Крім того, окремо необхідно визначити на необхідності застосування штучного інтелекту в процесі формування цифрового банкінгу. Причиною цього є те, що штучний інтелект, застосовуваний в формуванні банківських продуктів, забезпечує для банківської установи зростання ефективності трансформації онлайн-банкінгу в цифровий банкінг. До основних передумов забезпечення зростання такої ефективності можна віднести наступні:

- інтенсивна діджиталізація банківських продуктів має наслідком зростання масиву даних, які підлягають постійному та безперервному аналізу. При цьому залучення фахівців-аналітиків є екстенсивним шляхом, а застосування програмних рішень на основі штучного інтелекту дозволяють забезпечити швидку та ефективну обробку даних й реалізацію їх в готових цифрових продуктах банку;

- швидкий технологічний розвиток дає можливість все більшій кількості клієнтів банку використовувати більш складні банківські продукти за рахунок постійного зростання цифрових потужностей використовуваних гаджетів та пристроїв, які з часом стають дешевшими і доступнішими ще більшій кількості споживачів;

– інтенсивні дослідження у сфері програмних рішень дозволяються вдосконалювати існуючі та застосовувати абсолютно нові алгоритми аналізу та використання великих масивів даних, обробка яких за допомогою штучного інтелекту стає базою для прийняття більш ефективних рішень у сфері формування цифрових банківських продуктів.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що нові технологічні умови та інноваційні рішення у сфері діджиталізації створюють умови для переходу комерційних банків до нового типу функціонування – цифрового банкінгу, який поєднує в собі навички, технології та можливості для трансформації основних банківських систем таким чином, щоб клієнти ставили на перше місце та дозволяли банкам ефективно реалізовувати цифрові банківські продукти у своїх операціях. При цьому обмеження застарілих ІТ-систем наразі продовжують заважати багатьом банківським установам покращувати свій досвід роботи з клієнтами. Тому лише формування ефективної стратегії управління цифровими відносинами в банку, орієнтованої на широке впровадження інновацій у банківську діяльність, можуть забезпечити банківським установам модернізацію їх застарілих ІТ-систем та вдосконалити програми цифрових послуг, формуючи таким чином систему цифрового банкінгу.

Список бібліографічного опису:

1. Грудзевич Ю. І., Шматковська Т. О., Борисюк О. В. Запровадження коефіцієнту NSFR в практику функціонування комерційних банківських структур. *Вісник ЛНАУ*. 2020. №27. С. 99–103.
2. Карлін М. І., Шматковська Т. О., Борисюк О. В. Банківські інновації в умовах формування цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2021. №27.
3. Корнівська В. О. Цифровий банкінг: ризики фінансової дигіталізації. *Проблеми економіки*. 2017. №3. С. 254–261.
4. Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О. Інтернет-банкінг в Україні – інноваційний розвиток банківської сфери. *Економічний простір*. 2019. №146. С. 43–56.
5. Мороз, Л. В. Перспективи розвитку онлайн-банкінгу в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. №13 (22). С. 218–225.
6. Содома Р. І., Агрес О. Г., Шматковська Т. О. Платіжні системи в умовах діджиталізації. *Вісник ЛНАУ*. 2020. №27. С. 75–82.
7. Сташук О. В., Боирсюк О. В., Шматковська Т. О. Роль банківських інновацій на фінансовому ринку в умовах глобального фінансового простору. *Економічний часопис Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. 2020. №4 (24). С. 71–79.
8. Шматковська Т. О., Содома Р. І., Марків Г. В., Східницька Г. В. Інноваційний проєкт з електронного банкінгу. *Вісник ЛНАУ*. 2019. С. 85–91.
9. McIntyre, A. How well does your bank's pricing strategy fit the digital economy? *Accenture*. URL: <https://bankingblog.accenture.com/how-well-does-your-banks-pricing-strategy-fit-digital-economy> (дата звернення 01.08.2021).

Reference:

1. Grudzevych, Yu. I., Shmatkovska, T. O., Borysiuk, O. V. Zaprovadzhennia koeficientu NSFR v praktyku funktsionuvannia komertsiiynykh bankivskykh struktur [Introduction of the NSFR ratio in the practice of commercial banking structures]. *Visnyk LNAU – Bulletin of LNAU*. 2020. Vol. 27. Pp. 99–103 [in Ukrainian].
2. Karlin, M. I., Shmatkovska, T. O., Borvsiuk, O. V. Bankivski innovatsii v umovakh formuvannia tsyfrovoy ekonomiky [Banking innovations in the formation of the digital economy]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*. 2021. Vol. 27.
3. Kornivska, V. O. Tsyfrovyi banking: ryzyky finansivoi digitalizatsii [Digital banking: risks of financial digitalization]. *Problemy ekonomiky – Problems of the economy*. 2017. Vol. 3. Pp. 254–261 [in Ukrainian].
4. Koturanova, T. V., Vartokha, Ya. S., Aleksandrova, M. O. Internet banking v Ukraini – innovatsiyni rozvytok bankivskoi sfery [Internet banking in Ukraine – innovative development of the banking sector]. *Ekonomichnyi prostir – Economic space*. 2019. Vol. 146. Pp. 43–56 [in Ukrainian].
5. Moroz, L. V. Perspektyvy rozvytku onlain-bankingu v Ukraini [Prospects for the development of online banking in Ukraine]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*. 2012. Vol. 13 (22). Pp. 218–225 [in Ukrainian].
6. Sodoma R. I., Ahres, O. G., Shmatkovska, T. O. Platizhni systemy v umovakh didzhytalizatsii [Payment systems in the conditions of digitalization]. *Visnyk LNAU – Bulletin of LNAU*. 2020. Vol. 27. Pp. 75–82 [in Ukrainian].
7. Stashchuk, O. V., Borvsiuk, O. V., Shmatkovska, T. O. Rol bankivskykh innovatsii na finansovomu rynku v umovakh globalnogo finansovogo prostoru [The role of banking innovations in the financial market in the global financial space]. *Ekonomichnyi chasopys Volynskoho Natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky – Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 2020. Vol. 4(24). Pp. 71–79 [in Ukrainian].
8. Shmatkovska, T. O., Sodoma R. I., Markiv, G. V., Skhidnytska, G. V. Innovatsiyni proekt z elektronnoho bankingu [Innovative project on electronic banking]. *Visnyk LNAU – Bulletin of LNAU*. 2019. Pp. 85–91 [in Ukrainian].
9. McIntyre, A. How well does your bank's pricing strategy fit the digital economy? *Accenture*. Retrieved from: <https://bankingblog.accenture.com/how-well-does-your-banks-pricing-strategy-fit-digital-economy> (Accessed on 01.08.2021).

Дата подання публікації 10.08.2021р.

УДК 336.7

Чиж Н.М., к.е.н., доцент
Chyzh N. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0002-1108-4241>

Урбан О.А., к.е.н., доцент
Urban O. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0002-8804-0546>

Дзямулич М. І., к.е.н., доцент
Dziamulych M. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0003-3714-5062>

ПЕРСПЕКТИВИ НАРОЩЕННЯ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Луцький національний технічний університет

В сучасних умовах кредитування суб'єктів господарювання в належних обсягах є важливою складовою ефективності функціонування як малого так і середнього та великого бізнесу, що в свою чергу забезпечує належний розвиток всієї економіки України.

Враховуючи складну економічну ситуацію сьогодення всі українські суб'єкти господарювання мають проблеми з падінням обсягів продаж та зменшенням ефективності фінансово-господарської діяльності, саме це сприяє зниженню їх платоспроможності, кредитоспроможності та значно заважає зростанню фінансових можливостей. Водночас перед ними постійно стоїть питання про необхідність оновлення основних засобів, придбання сировини та матеріалів та покриття інших постійних витрат, тобто без кредитів не обійтися.

В статті автори розглядаються актуальні питання обсягів кредитування банківських установ в Україні протягом 2012-2020 років. Аналізується сучасний стан кредитування, в тому числі надані кредити домогосподарствам та корпоративному сектору. У 2020 році відбувалося значне нарощення іпотечного кредитування, що для нашої держави є не типовим явищем, враховуючи ризиковість та кризові явища сьогодення. Розвитку кредитування надалі сприятиме зниження кредитних ставок. Банки активізували кредитування малого бізнесу протягом останнього року зважаючи на те що саме бізнес отримав значні втрати в умовах пандемії.

У статті розкриваються шляхи та перспективи нарощення обсягів кредитування в Україні в умовах економічної нестабільності. На сучасному етапі розвитку найважливішим завданням є розширення програм по іпотечному кредитуванню, адже саме іпотека сприяє в подальшому поглибленню попиту населення; зниження кредитних ставок; збільшення рівня схвалення заявок на кредити населенню як на іпотечні так і споживчі; послаблення банківськими установами вимог до заставного майна; лояльне ставлення до фінансового стану клієнтів; індивідуальний підхід до кожного позичальника з можливістю підібрати вигідну кредитну програму; пом'якшення стандартів кредитування населення за споживчими кредитами. Також не менш важливими є вирішення таких проблемами кредитування в Україні як: високі кредитні ставки; жорсткі умови та посилення стандартів для великих підприємств через погіршення курсових очікувань; недостатня державна підтримка іпотечного кредитування; впровадження великої кількості соціальних програм іпотеки з більш низькими та доступними відсотковими ставками.

Вітчизняна банківська система має достатній потенціал щоб ефективно функціонувати та нарощувати обсяги кредитування. Причому результатом впровадження заходів стимулювання нарощення обсягів кредитування має стати не лише кількісне зростання кредитів, а й підвищення ефективності процесу кредитування.

Ключові слова: банк, кредит, кредитування, фінансові ресурси, банківські активи і пасиви.

PROSPECTS OF LENDING INCREASE IN UKRAINE

Lutsk National Technical University

In modern conditions, lending to businesses in appropriate amounts is an important component of the efficiency of both small and medium and large businesses, which in turn ensures the proper development of the entire economy of Ukraine.

Given the difficult economic situation today, all Ukrainian businesses have problems with falling sales and reduced efficiency of financial and economic activities, this is what reduces their solvency, creditworthiness and

significantly hinders the growth of financial opportunities. At the same time, they are constantly faced with the question of the need to upgrade fixed assets, purchase raw materials and cover other fixed costs, ie without loans.

The authors consider current issues of lending to banking institutions in Ukraine during 2012-2020. The current state of lending is analyzed, including loans to households and the corporate sector. In 2020, there is a rapid growth of mortgages, which is a unique phenomenon for Ukraine, given the depth of the crisis and significant uncertainty. The development of lending will be further facilitated by lower lending rates. Banks have intensified lending to small businesses over the past year, despite the fact that they have suffered greater losses from quarantine measures than medium and large ones.

The article reveals the ways and prospects of increasing lending in Ukraine in conditions of economic instability. At the present stage of development, the most important task is to expand mortgage lending programs, because it is the mortgage that contributes to the further recovery of public demand; reduction of credit rates; increasing the level of approval of applications for retail loans for both mortgage and consumer; weakening by banking institutions of the requirements for mortgaged property; loyal attitude to the financial condition of clients; individual approach to each borrower with the opportunity to choose a favorable loan program; easing consumer lending standards for consumer loans. Also no less important are the solution of such credit problems in Ukraine as: high credit rates; strict conditions and strengthening of standards for large enterprises due to deteriorating exchange rate expectations; insufficient state support for mortgage lending; introduction of a large number of social mortgage programs with lower and affordable interest rates.

The domestic banking system has sufficient potential to function effectively and increase lending. Moreover, the implementation of measures to stimulate the growth of lending should result not only in the quantitative growth of loans, but also increase the efficiency of the lending process.

Key words: bank, credit, crediting, financial resources, bank assets and liabilities.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Враховуючи складну економічну ситуацію сьогодення, пандемію всі українські суб'єкти господарювання мають проблеми з падінням обсягів продаж та зменшенням ефективності фінансово-господарської діяльності, саме це сприяє зниженню їх платоспроможності, кредитоспроможності та значно заважає зростанню фінансових можливостей. Водночас перед ними постійно стоїть питання про необхідність оновлення основних засобів, придбання сировини та матеріалів та покриття інших постійних витрат, тобто без кредитів не обійтися.

Ефективне здійснення фінансово-господарської діяльності вітчизняними суб'єктами господарювання особливо вимагає додаткового залучення коротко та довгострокових фінансових ресурсів. Довгострокові кредити мають як виробниче так і невиробниче призначення та використовуються на капітальні вкладення. При цьому кредитні кошти здійснюють вагомий та позитивний вплив на фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання та сприяють стабілізації економіки держави. Враховуючи те, що найактивнішими кредиторами в Україні є комерційні банки то перспективами нарощення обсягів кредитування є оптимізація ризиків та інших організаційно-правових аспектів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення даної проблеми. Питання кредитування досліджували такі провідні вітчизняні науковці, як Лагутін В.Д., Лазепко І.М., Мороз І.М., Мочерний С.В., Савлук М.І., Тришак Л.С. та ін. Проте в працях зазначених науковців перспективи кредитування розкрито не в достатній мірі, що і обумовлює актуальність дослідження.

Цілі статті. Метою роботи є дослідження сучасного стану та перспективи розвитку кредитування в Україні в умовах економічної нестабільності.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Банківські установи як головні фінансові посередники акумулюють та перерозподіляють тимчасово вільні грошові ресурси між суб'єктами господарювання забезпечуючи при цьому ефективне функціонування економіки країни в цілому. Основним напрямком діяльності комерційних банків в Україні з метою отримання прибутку при цьому є кредитування.

В сучасній економічній літературі зустрічаються різноманітні трактування поняття «кредит». Так, М.І. Савлук стверджує що «кредит – це суспільні відносини, що виникають між економічними суб'єктами у зв'язку з передачею один одному у тимчасове

користування вільних коштів на засадах зворотності, платності та добровільності» [2; С. 349]. С.В. Мочерний зазначає, що «кредит – це система економічних відносин між різними економічними суб'єктами у процесі організації механізму кредитування» [1]. На нашу думку така спроба визначення поняття кредиту через відносини та їх види є досить ґрунтовною. Інші вітчизняні вчені аналізують поняття кредиту без різноманітних економічних відносин. Зокрема, В.Д. Лагутін зазначає ще «кредит - це форма прояву кредитних відносин та форма руху позикового капіталу» [5]. Тобто це є відносити між кредитором та позичальником які виникають під час отримання позички в процесі користування нею та її погашення зі сплатою відсотків.

Ми вважаємо, що кредит – це сукупність економічних відносин між суб'єктами господарювання які виникають під час отримання у тимчасове користування на платній основі з обов'язковою умовою поверненості і платності обумовленої наперед певної суми коштів.

На нашу думку, управління організаційно-економічним механізмом кредитування в Україні варто розглянути з точки зору взаємодії двох підсистем управління, а саме підсистеми, яка управляє (суб'єкт управління) та підсистеми якою керують (об'єкт управління), що представлено на рис 1.

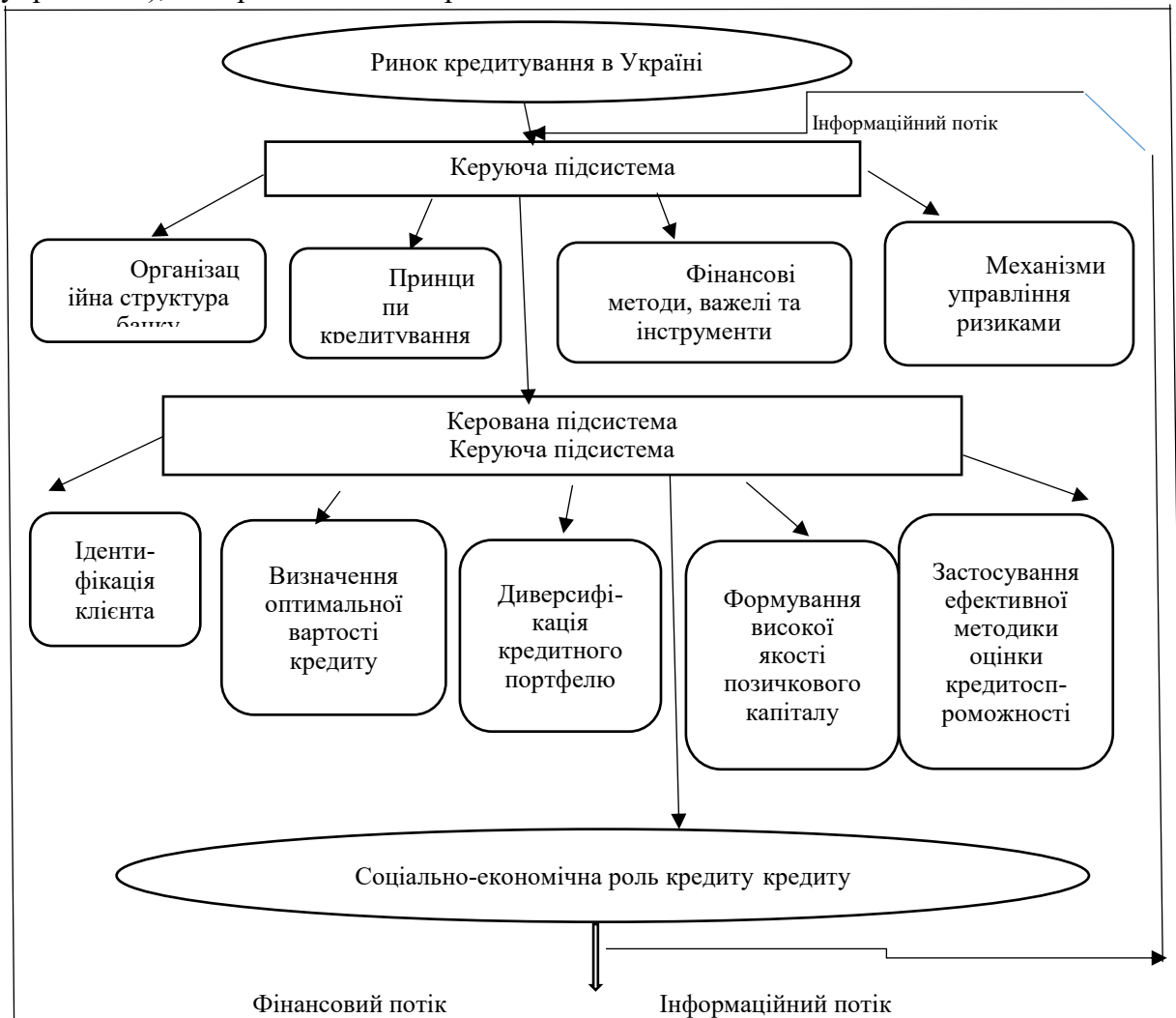


Рис.1. Управління організаційно-економічним механізмом кредитування в Україні

*Розроблено автором

Слід зазначити, що суб'єктами управління організаційно-економічного механізму в Україні виступають як окремі фізичні чи юридичні особи, що використовують кредитні ресурси для задоволення власних потреб так і відповідні фінансові підрозділи банківських установ, що використовують сукупність прийомів та методів при прийнятті необхідних рішень в процесі кредитування клієнтів.

Як об'єкт управління організаційно-економічного механізму кредитування в Україні виступає сукупність умов його функціонування. На нашу думку, до цих умов варто віднести: визначення оптимальної вартості позичкового капіталу; диверсифікація кредитного портфелю; формування високої якості позичкового капіталу та застосування ефективної методики оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника.

Варто відзначити що для відновлення та поживлення процесу кредитування у 2020 році Національний банк України впроваджував: стимулюючу монетарну політику та низку заходів, спрямованих на надання банкам більшої гнучкості в управлінні власною ліквідністю; такі нові інструменти, як довгострокове рефінансування, процентні та валютні свопи; роботу з банками щодо поліпшення корпоративного управління та зниження частки проблемної заборгованості [6].

Проаналізуємо обсяги кредитування комерційних банків України протягом 2012-2020 років (див. табл. 1).

Таблиця 1

Кредити надані комерційними банками України 2012-2020 роках

Роки	Кредити, млн. грн.	У тому числі домашнім господарствам	У тому числі корпоративному сектору	Абсолютний приріст кредитів, млн. грн	Темп приросту кредитів, %
2012	815 142	187 629	626 223	-	-
2013	910 782	193 529	716 341	95 640	11,73
2014	1 020 667	211 215	809 060	109 885	12,06
2015	981 627	174 869	807 441	-39 040	-3,82
2016	998 682	163 333	837 295	17 055	1,74
2017	1 016 657	174 182	844 896	17 975	1,80
2018	1 073 131	201 102	874 259	56 474	5,55
2019	971 871	212 515	760 918	-101 260	-9,44
2020	948 386	187 629	626 223	-23 485	-2,42

*Розроблено автором на основі [3]

У 2012-2018 років спостерігається тенденція нарощення обсягів кредитів, в тому числі і домашнім господарствам та корпоративному сектору. Слід відмітити що у 2019 та 2020 роках відбулася негативна динаміка щодо зниження абсолютного приросту та його темпу росту на 9,44 % та 2,42 % відповідно.

На початку 2020 року на ринку споживчого кредиту спостерігається падіння темпів росту, одночасно відбувається зменшення попиту та пропозиції на цей вид кредитних послуг. В наступному кварталі виникає ріст заборгованості яку не погашають вчасно і вітчизняні комерційні установи змушені провести реструктуризацію цих небезпечний кредитів в великих сумах.

Протягом аналізованого періоду не відбувається переливання коштів вкладників банківських установ в інші небанківські фінансово-кредитних установи, що засвідчує надійність клієнтської бази. Взагалі процес надання споживчих кредитів протягом 2020 року має позитивну динаміку, проте НБУ зазначає, що ризики для даного сектору є високі. Враховуючи позитивну динаміку надання кредитів споживчих та ступінь ризику, який у 2021 році сягнув 150 % важко спрогнозувати чи їх розміри вернуться до докризових величин [4].

Протягом 2020 року на ринку іпотечного кредитування спостерігається його нарощення, що є не характерним для нашої держави, враховуючи ризиковість, політичну нестабільність, кризові явища та пандемію. Головним чинником який спричинив ріст

іпотечного кредитування це звичайно зменшення відсотків по ній. Вимоги та правила надання і оформлення іпотеки сьогодні в Україні лишаються жорсткими враховують офіційне працевлаштування та розмір заробітної плати, наявність чистої кредитної історії та значний розмір першого внеску [6].

Варто відзначити, що зменшення відсоткових ставок по іпотеці і надалі сприятиме її розвитку в Україні. Необхідно враховувати що з 2020 року вітчизняні банки працюють з відсотковими однознаковими ставками, цьому сприяє низький рівень інфляції та стимулююча грошово-кредитна політика НБУ. Отже, якщо і надалі банківська система України буде працювати стабільно та ефективно, відбуватиметься і далі стабільність на валютному ринку та макроекономічність в цілому, то і надалі вартість кредитів банківського сектору буде значно зменшуватись до найнижчих показників в історії розвитку банківської системи України. Одночасно щодо депозитів та їх вартості то це є абсолютною протилежністю адже в цьому банківські установи дуже обмежені. Вітчизняні банківські установи отримують прибутки лише за наявності стабільного та значного операційного прибутку при умові наявності мінімальних кредитних затрат.

Протягом 2020 року спостерігається спочатку значне зменшення чистих комісійних доходів проте далі їх зростання до початкових розмірів. Паралельно зростають чисті відсоткові доходи за рахунок того що протягом аналізованого року відсотки за депозитами та кредитами зменшувалися одночасно та пропорційно. Проте варто очікувати зменшення спреду в найближчі часові рамки і це є вагомим ризиком для прибуткової діяльності вітчизняних комерційних банків [4].

Для розвитку ринку кредитів 2020 рік був неординарним. Так, в першому кварталі спостерігається зниження співвідношення нових кредитів та витрат з 14,8% до 12,5%. В другому кварталі цього року нарощення розмірів кредитів призупиняється. І тільки у третьому кварталі спостерігається ріст попиту на споживчий кредит. Варто зазначити що розміри отриманих фізичними особами кредитів останні три роки лишаються на одному і тому ж рівні, а саме 6% ВВП. Вітчизняні суб'єкти господарювання більшу частку своїх кредитів отримують від банківських установ і лише 10 % від небанківських фінансово-кредитних установ.

Слід зазначити що незважаючи на зростання розміру іпотеки розмір витрат на погашення заборгованостей суб'єктів господарювання лишається без значних змін, тому що терміни такого кредиту є великими, а відсоткова ставка зазвичай менша ніж за поточними споживчими позиками [6].

Протягом 2020 року вітчизняні банківські установи активізували кредитування малого бізнесу, оскільки саме він в порівнянні з середнім чи великим бізнесом отримав найбільші збитки в час пандемії. Багато потенційних позичальників з малого бізнесу отримали можливість доступного кредиту, чому сприяло зниження відсоткових ставок малому бізнесу в порівнянні з середнім чи великим бізнесом та державні програми підтримки кредитування.

Значний розвиток для нарощення кредитування саме малого бізнесу відіграє державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». Для реалізації цієї програми долучилися провідні банку України такі як: ПриватБанк, Ощадбанк, Банк Львів, Укргазбанк, Кредобанк, Укрексімбанк, ОТПбанк, Пумб та ін. Ця програма передбачає компенсацію відсотків малим підприємцям. Уповноважені банки вже надали біль шести тисяч кредитів на суму 14 млрд. грн. Варто відзначити що досить багато кредитів за державною програмою компенсації «Фінансова підтримка сільгоспвиробників» отримують сільськогосподарські підприємства, їх кількість сягнула більше 3600 фірм [6]. Це значно сприяє розвитку кредитування в Україні попри кризу.

Вітчизняні банки для подальшої ефективної та прибуткової діяльності очікують зростання кредитування як бізнесу так і населення. Проте враховуючи всі вище зазначені тенденції кредитування доцільним є виокремити його переваги та недоліки.

На нашу думку основними перспективами розвитку кредитування в Україні сьогодні є наступне: суб'єкти підприємницької діяльності та населення основним

фактором розглядають вартість кредиту та прозорість умов; розширення програм по іпотечному кредитуванню, адже саме іпотека сприяє в подальшому поживленню попиту населення; тенденція до зниження кредитних ставок; збільшення рівня схвалення заявок на кредити населенню як на іпотечні так і споживчі; послаблення банківськими установами вимог до заставного майна; лояльне ставлення до фінансового стану клієнтів; індивідуальний підхід до кожного позичальника з можливістю підібрати вигідну кредитну програму; пом'якшення стандартів кредитування населення за споживчими кредитами.

Слід відмітити що проблемами кредитування в Україні є наступне: високі кредитні ставки; лівова частка вітчизняних позичальників, особливо довгострокових кредитів не мають намір на бажання повторно оформляти кредити; жорсткі умови та посилення стандартів для великих підприємств через погіршення курсових очікувань; неможливість отримати кредит з зіпсованою кредитною історією; недостатня державна підтримка іпотечного кредитування; впровадження великої кількості соціальних програм іпотеки з більш низькими та доступними відсотковими ставками.

Висновки. Варто відміти що з настанням кризових явищ в економіці будь якої країни відбуватиметься погіршення платоспроможності позичальників та виникатиме ризик перетікання кредитування з банківського сектору у небанківський. В нашій державі протягом 2020 року цей ризик не мав місце хоча корокриза тривала по всьому світі.

Вітчизняні банківські установи враховуючи економічну нестабільність посилювали вимоги до своїх боржників, що сприяло зниженню попиту на їх банківські послуги. Водночас слід відмітити, що коронакриза стала першою кризою, яка не супроводжувалася відпливом коштів громадян із банків, а навпаки спостерігався приплив коштів у банківську систему спостерігався упродовж усього 2020 року. Достатня ліквідність банків дала змогу зберегти довіру вкладників.

Отже, в Україні присутні позитивні перспективи розвитку кредитування в умовах кризи, а конкурентна позиція банків серед фінансових компаній посилюється в свою чергу ще і зручним сервісом та великою кількістю супровідних послуг що банки надають суб'єктам господарювання.

Список бібліографічного опису:

1. Банківська система України: навч. посіб. / С.В. Мочерний, Л.С. Тришак. Львів : Триада плюс, 2004. 304 с.
2. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, І. М. Лазепко та ін.; за наук. ред. М. І. Савлука. 6-те вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2011. 589 с.
3. Дані статистики фінансового сектору НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms> – (дата звернення 25.04.2021).
4. Звіт НБУ про фінансову стабільність 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H2.pdf?v=4 – (дата звернення 25.04.2021).
5. Лагутін В.Д. Кредитування: теорія і практика: Навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Т-во "Знання", КОО, 2002. 215 с
6. Річний звіт НБУ 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2020.pdf?v=4 – (дата звернення 25.04.2021).

Reference:

1. The banking system of Ukraine: textbook. way. / S.V. Mocherniy, L.S. Trishak. Lviv: Triada plyus, 2004. 304 p.
2. Money and credit: a textbook / MI Savluk, AM Moroz, IM Lazepko, etc.; for science. ed. MI Savluk. 6th ed., Reworked. and ext. K.: KNEU, 2011. 589 s.
3. NBU financial sector statistics. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms> - (access date 25.04.2021).
4. NBU Report on Financial Stability 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H2.pdf?v=4 - (access date 25.04.2021).
5. Lagutin VD Lending: theory and practice: Textbook. way. 3rd ed., Revised. and ext. K.: TV "Knowledge", KOO, 2002. 215 p
6. Annual Report of the NBU 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2020.pdf?v=4 - (access date 25.04.2021).

Дата подання публікації 14.07.2021р.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

УДК 336.1:331.108

Потьомкіна О.В., к.е.н., доцент
 Potomkina O. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
<https://orcid.org/0000-0002-2200-2096>

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Луцький національний технічний університет

У статті доведено, що формування ефективної кадрової політики підприємства залежить від системного мотиваційного фактору. Мотиваційний фактор є базисом в частині підвищення продуктивності праці в напрямку формування достатнього фінансового ресурсу для забезпечення соціально-економічного розвитку підприємства.

Доведено, що в основу кадрової складової організаційної структури підприємства є формування ефективного мотиваційного механізму, орієнтованого на найманого працівника. Відтак, ефективність роботи залежить від закладених відносин в даний механізм. Визначено, що створення сприятливих умов праці на підприємстві є реальною передумовою високої ефективності роботи найманих працівників. Оскільки, інтерес працівників акумулюється в напрямку ефективної роботи, а не витрачання сил і енергії на пошуки нової.

Запропоновано проводити оцінку та аналіз кадрового складу, з метою виявлення проблемних моментів та питань. А відтак, зменшити плинність кадрів та створити реальну зацікавленість в роботі. Адже прийняття нових працівників потребує витрачання додаткових витрат як фізичних, так і фінансових на адаптацію та їх підготовку. Тому, уникнення подібного роду ситуацій вимагає від керівника при прийнятті на роботу працівників, чітких вказівок щодо роботи, висвітлення сильних та слабких сторін виконуваної роботи, можливостей працівника вдосконалювати свою діяльність, фахову компетентність, підвищувати продуктивність праці та грошову винагороду за результати праці, як основний мотиваційний фактор формування кадрового складу підприємства. Тобто зниження плинності кадрів.

Доведено, що важливим аспектом зниження плинності кадрів та підвищення продуктивності праці є соціальна адаптація в колективі, що оцінюється на основі результату тестів, результату проведених бесід керівників з найманими працівниками у вільний від роботи час, на основі власних спостережень поведінки працівника. Тому, ефективний мотиваційний механізм необхідно пов'язувати з результатами праці власника, керівника, найманого працівника та підприємницьких структур в цілому.

Ключові слова: кадрова політика, мотивація, мотиваційний механізм, продуктивність праці, ефективність, зайнятість, ринок праці.

FORMATION THE PERSONNEL POLICY OF THE ENTERPRISE: MOTIVATIONAL ASPECT

Lutsk National Technical University

The article proves that the formation of an effective personnel policy of the enterprise depends on the systemic motivating factor. The motivating factor is the basis in terms of increasing productivity in the direction of forming a sufficient financial resource to ensure the socio-economic development of the enterprise.

It proved that the basis of the personnel component of the organizational structure of the enterprise is the formation of an effective motivational mechanism focused on the employee. Therefore, the effectiveness of the work depends on the underlying relationship in this mechanism. It is determined that the creation of favorable working conditions at the enterprise is a real prerequisite for high efficiency of employees. Because, the interest of employees accumulates in the direction of efficient work, rather than spending effort and energy in search of a new.

It proposed to conduct an assessment and analysis of staff, in order to identify problems and issues. Consequently, reduce staff turnover and create a real interest in the work. After all, hiring new employees requires additional costs, of both physical and financial, for adaptation and their preparation. Therefore, the avoidance of such situations requires the manager when hiring employees, clear instructions on the work. The highlighting the

strengths and weaknesses of the work performed, the employee's ability to improve their activities, professional competence. To increase labor productivity and monetary remuneration for work results, as the main motivating factor in the formation of the personnel of the enterprise. That is, reducing staff turnover.

It proved that an important aspect of reducing staff turnover and increasing productivity is social adaptation in the team. It is evaluate based on test results, the result of conversations between managers and employees in their free time, because of their own observations of employee behavior. Therefore, an effective motivational mechanism must linked to the performance of the owner, manager, employee and business structures in general.

Key words: personnel policy, motivation, motivational mechanism, labor productivity, efficiency, employment, labor market.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Проблема пошуку і втримання кваліфікованих фахівців набуває важливого значення для підприємств сьогодні.. Адже саме кадровий потенціал, це той основний актив, який визначає напрямок розвитку. Ринок праці в свою чергу є одним з механізмів побудови ефективних відносин в системі роботодавця-найманий працівник-держава. Працює в напрямку охоплення зайнятих, так і не зайнятих працею та здатних ефективно виконувати покладені на них функції.

На сучасному етапі, формування кадрової політики на ринку праці в Україні відбувається диспропорційного соціально-економічного розвитку. Даний процес «супроводжується посиленням його сегментації. В соціально-економічній структурі працездатного населення відбуваються суттєві зрушення, які трансформують практично однорідну всезагальну зайнятість в сегментований ринок праці. Кожний сегмент як зайнятого, так і не зайнятого населення відрізняється специфікою свого соціального статусу, економічною поведінкою, гарантіями зайнятості, рівнем та стабільністю доходів, конкурентоспроможністю та захищеністю ринку праці» [1, с. 139].

Висока вартість людського капіталу, змушує підприємців звертати увагу на конкретну людину, тобто його можливості та потенціал. При цьому, важливе місце в цій системі займає формування кадрової політики через управління, яка дозволяє виявити реальні можливості найманих працівників. Відтак, система працює, коли створюється ефективний механізм її реалізації. Однією з основних функцій управління, що дає можливість створити та забезпечити зміни в системі формування кадрової політики є мотиваційний фактор.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичні положення формування ринку праці, кадрової політики представлені у працях зарубіжних дослідників, а саме: Ф.Тейлора, Г.Ганга, Г.Емерсона, А.Файоля, Л.Гілберта, Е.Мейо та ін. Також дані питання висвітлювались багатьма відомими вітчизняними ученими-економістами. Однак, тривають наукові дискусії специфіки формування кадрової політики через ринок праці щодо збалансування попиту і пропозиції робочої сили, що і обумовило вибір теми і актуальність нашого дослідження.

Цілі статті. Полягають в теоретико-прикладному обґрунтуванні впливу мотиваційного фактору на формування ефективної кадрової політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В умовах становлення ринку важливим напрямком соціально-економічного розвитку є підприємницька діяльність, а однією з основних проблем ринкової трансформації економіки є на сьогодні питання мотивації праці та організація її оплати. Відтак, проблема мотивації поведінки й діяльності особистості набула важливого значення саме при формуванні кадрової політики. Адже, питання щодо спонукання людини до праці на всіх етапах розвитку суспільства цікавить кращі уми людства, і досліджувались під різними назвами і з різних позицій.

Керівники втілюють свої рішення в справі, використовуючи на практиці основні принципи мотивації. В умовах адміністративно-командної системи провідні цілі підприємства досягалися за рахунок високої планової дисципліни, яка носила

директивний характер. Тип відносин, що склався між працівниками і роботодавцями став будуватися на принципі виконання працівником дорученої йому роботи. Невиконання директивних планів і вказівок поданих зверху суворо каралися з боку держави. Тому, економічним стимулом відводилась допоміжна роль. Заробітна плата працівників державних підприємств в багатьох випадках не залежала від обсягів реалізованої продукції.

Однак, в «ринковій системі господарювання основні стимулюючі механізми базуються на високому рівні оплати праці, достатньому для задоволення своїх потреб» [2, с. 156]., що забезпечить високий фінансовий результат підприємства в наступних періодах.

Разом з тим, ринкова конкуренція передбачає ситуацію, при якій «до працівників ставляться більш жорсткі умови, включаючи кваліфікаційні, фізичні, організаційні, техніко-економічні і багато інших аспектів конкретного змісту трудової діяльності. Через проміжні ланки – підвищення кваліфікації, методи стимулювання, нормативи якості, продуктивність, змістовність праці, яка впливає на планування структури і якості кожного особливого виду діяльності, – забезпечується досягнення стратегічних цілей виробництва» [2, с. 157]

Висока вартість людського капіталу, змушує підприємців звертати увагу на конкретну людину. При цьому ввести на підприємстві таку ланку, як управління персоналом, яка б дозволяла виявити реальні можливості найманих працівників. Після чого, створити такі умови, щоб мотиваційні механізми працювали з ефективним відтворенням. Це означає – задоволення потреб людини та досягнення високих кінцевих результатів підприємством.

Результатом комплексу змін є мотивація, як внутрішній механізм спонукання до дії. Рівень ефективної мотивації залежить в першу чергу від керівника, який виявляє потреби своїх працівників і забезпечує найкращий спосіб їх задоволення.

В свою чергу, система мотивації включає в себе інтелектуальні, фізіологічні, психологічні процеси, які проявляються під дією певних факторів та показують напрямок в якому працює працівник. Розуміння мотиву праці і дає можливість аналізувати та створювати ключі до різного виду організаційної діяльності.

Важливим в структурі мотивації є система через оплату праці, пільги, компенсації, надбавки, дивіденди, грошові винагороди, премії та їх підвищення; соціальні гарантії (страхування, пенсійне забезпечення, пільги на харчування, пільги на тривалість відпустки); участь у прибутках (за стаж і рівень кваліфікації, за підсумками року).

Сьогодні мотивація працює через участь у власності шляхом розподілу майна, дивідендів, акцій, участь в управлінні на правах співвласника. Реформування механізму мотивації праці повинно бути направленим на пошук заохочень до підвищення продуктивності праці. Саме розуміння продуктивності праці на підприємстві потребує найбільших уточнень. Це один з вирішальних факторів, що забезпечує підвищення ефективності виробництва, зниження собівартості продукції. Крім того, від підвищення ефективності праці залежить збільшення заробітної плати і підтримка її на рівні, що дозволяє зберегти на підприємстві висококваліфікованих працівників.

На зростання продуктивності праці впливають такі фактори: своєчасне і в повному обсязі отримання винагороди за ефективне виконання роботи; збереження робочого місця; достатній об'єм роботи для отримання винагороди (заробітної плати) в максимально можливому розмірі; можливість отримання заробітної плати в розмірі, що дозволяє задовольнити свої потреби.

Можна стверджувати, що рівень продуктивності праці визначається обсягом реалізованої продукції. Мотивація трудової діяльності та стимулююче значення

заробітної плати, визнання ролі окремої людини в суспільстві взаємообумовлені та тісно пов'язані між собою. Причому, взаємопов'язані таким же чином, як і зацікавленість у роботі та заробітна плата як результат справедливої оцінки праці кожної людини.

В розробку нових мотиваційних механізмів підприємства закладають особистісний підхід, який враховує особливості конкретної людини і спрямований на ефективне використання її можливостей, що в підсумку повністю орієнтується на найманого працівника. Подібний мотиваційний механізм побудований на узгодженості інтересів держави, підприємців-власників, найманих працівників та досягненні мети кожної із зазначених сторін підприємництва. Також, передбачає спрямування зусиль суб'єктів підприємництва на досягнення максимально ефективного кінцевого фінансового результату.

Одним з важливих і проблемних питань реалізації таких мотиваційних механізмів є оцінка їх ефективності та формування відповідної системи стимулювання. Сучасна практика господарювання визнавала лише необхідність розробки та використання мотиваційних механізмів. Значно менше уваги приділяється оцінці ефективності мотиваційних механізмів та визначенню їх впливу на результати господарювання. У вітчизняній практиці фактично відсутні методичні розробки, на основі яких можна оцінити ефективність впливу мотиваційних механізмів на результати роботи підприємницьких структур.

Розробка та впровадження мотиваційних механізмів не може забезпечити його дієвість без оцінки ефективності від їх реалізації. Це пояснюється так: мотиваційні механізми є складною, багатогранною системою і, якщо нечітко визначитися з показниками, які їх характеризують та методами оцінки, то можна очікувати негативні наслідки. Тоді мотивація буде відокремлена від підприємницької структури, а це не дасть правильної об'єктивної оцінки та не покаже результату. Визначено, що ефективність роботи підприємства розраховується прямими та непрямими методами. До прямих належать: продуктивність праці, ефективність виробництва, рентабельність виробництва інші.

Непрямими вважаються: сприятливий клімат в колективі, соціальна адаптація тощо. Такі методи не піддаються кількісній оцінці, це є якісні показники. Проте вони чинять вплив на конкретну людину, її зацікавленість роботою, формують її поведінку, тому їх необхідно враховувати при оцінці результатів діяльності.

Тому, ефективний мотиваційний механізм необхідно пов'язувати з результатами праці власника, керівника, найманого працівника та підприємницьких структур в цілому. Сформуємо основні положення щодо оцінки ефективності мотиваційних механізмів:

1. Мотиваційний механізм буде ефективно працювати тоді, коли дотягатиметься кінцева мета діяльності підприємства, тобто максимізація фінансового результату. А відтак, забезпечити даний показник можливо за рахунок підвищення продуктивності праці, тобто ефективного використання праці на всіх рівнях підприємства.

2. Ефективність мотиваційного механізму визначається після реалізації кожного етапу, який розробляється для групи працівників, окремих особистостей, підприємців-власників або підприємства. Механізм мотивації спрямовується на задоволення потреб підприємства і власних потреб працівника, а відтак побудови тренду спільних дій. Тобто, для підприємства – це досягнення очікуваних результатів та цілей в частині максимізації прибутку. Для працівника – це формування системи винагород, премій, грамот за результати виконаної роботи.

При цьому, важливо керівнику-лідеру вміти розподіляти обов'язки та працювати на основі розподільного лідерства, будуючи злагоджену командну систему, що працює на організаторських здібностях; вміє ставити високі вимоги до своєї працездатності та керівників нижчих ланок управління (якщо такі є), так як вони пов'язані з роботою

найманих працівників, при цьому надавати певну свободу у виборі навантаження і режиму роботи; вміти розподіляти, визначати можливості людей і проводити відповідний розподіл праці і спеціалізацію трудових функцій самостійно.

3. Оцінка ефективності мотиваційних механізмів проводиться на основі визначення впливу різного роду факторів та їх сукупності. Тобто, важливим елементом виступає оцінка рівня кваліфікації, знань і досвіду роботи в аналізованій сфері. Важлива роль полягає в оцінці самої діяльності працівника, що проводиться у два етапи. Перший це облік результату роботи; другий полягає в аналізі особистісних якостей, які проявляються в ході виконання непередбачуваних завдань.

Фактично, проводиться аналіз і оцінка професійних та особистісних якостей з використанням методу аналізу результатів діяльності, експертних оцінок зі статистичною перевіркою їх надійності, співбесіди, інтерв'ю з колегами, аналізу документів, тестування.

4. Ефективність мотиваційних механізмів визначається тоді, коли керівник будуватиме правильну систему менеджменту та координації. Тобто, створюються сприятливі умови для роботи найманих працівників, де б вони працювали б з найповнішою віддачею, досягали високої продуктивності праці та забезпеченні ефективної роботи підприємства в цілому. Дії керівників базуються на знаннях, навичках, вмінні, інтуїції та спрямовані на досягнення максимального результату діяльності виробничого процесу. При оцінці ефективності мотиваційних механізмів стосовно керівників доцільно виділяти показники, які характеризують індивідуальні результати праці (вміння організовувати роботу, сприятливий клімат в колективі тощо) і результати роботи підприємства в цілому.

Вважаємо, що оцінці ефективності від впровадження мотиваційних механізмів, побудованих на основі особистісного підходу необхідно приділяти особливого значення. Так як її достовірність дає можливість на перших етапах з'ясувати сильні та слабкі сторони діяльності свого підприємства і спрямувати зусилля, сконцентрувати увагу працівників та керівників на відстаючій ділянці роботи. При цьому, досягається мета підприємства, підприємців-власників та найманих працівників.

Мотиваційна діяльність підприємств в умовах ринку передбачає системний підхід орієнтований на ринкову перспективу, що передбачає менеджмент мотиваційною діяльністю підприємства на збереження і підвищення якісних характеристик персоналу, стабілізацію виробничої діяльності та перспективне прогнозування оптимальних обсягів впровадження нових видів і ринків збуту продукції, підвищення конкурентоспроможності товару й заохочення персоналу для досягнення найкращих результатів.

Системна побудова мотиваційної складової кадрової політики враховує орієнтацію на особисті інтереси працівників та ступінь їх значимості та пріоритетності. Лише результат поєднання створених умов для реалізації інтересів забезпечить зацікавленість працівників у ефективній діяльності підприємства.

Висновки. На основі проведених теоретичних досліджень пропонується у розробку мотиваційних механізмів покласти особистісний підхід орієнтований на найманого працівника, який дає можливість з достатньою повнотою вивчити і охарактеризувати її творчий і виробничий потенціал та максимально використовувати їх у підприємницькій діяльності. Особливу увагу слід приділяти оцінці ефективності від реалізації мотиваційних механізмів, побудованих на основі прояву сукупності факторів прямої і непрямої дії. Це дасть можливість вибирати найбільш раціональні варіанти в процесі проектування та впровадження мотиваційних механізмів у виробництві.

Таким чином, відпрацювавши ефективний механізм стимулювання праці при формуванні кадрової політики, підприємство одночасно із вирішенням багатьох

соціальних питань, забезпечує виконання стратегічної цілі підприємства в системі формування кадрової політики це рівень ефективності та продуктивності кадрового потенціалу, що, у свою чергу, виступає позитивним фактором в процесі забезпечення максимізації прибутку та досягнення соціально-економічного розвитку підприємства в цілому.

Список бібліографічного опису:

1. Коваленко Н.С. Концептуальні підходи до трактування сутності сегментації ринку праці. Вісник Хмельницького національного університету. № 2. Т. 3. 2011. С. 139-142.
2. Потьмкіна О.В. Мотиваційні механізми заохочення до ефективної діяльності працівників та їх роль у розвитку підприємства. С. 156-158. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/214883457.pdf>.

References:

1. Kovalenko N. Conceptual approaches to the interpretation of the essence of labor market segmentation. *Bulletin of Khmelnytsky National University*. 2011. Issue 2. T. 3. Pp. 139-142.
2. Potomkina O. Motivational mechanisms to encourage effective work of employees and their role in enterprise development. Pp. 156-158. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/214883457.pdf>. (access date: 08.06.2021).

Дата подання публікації 25.07.2021р.