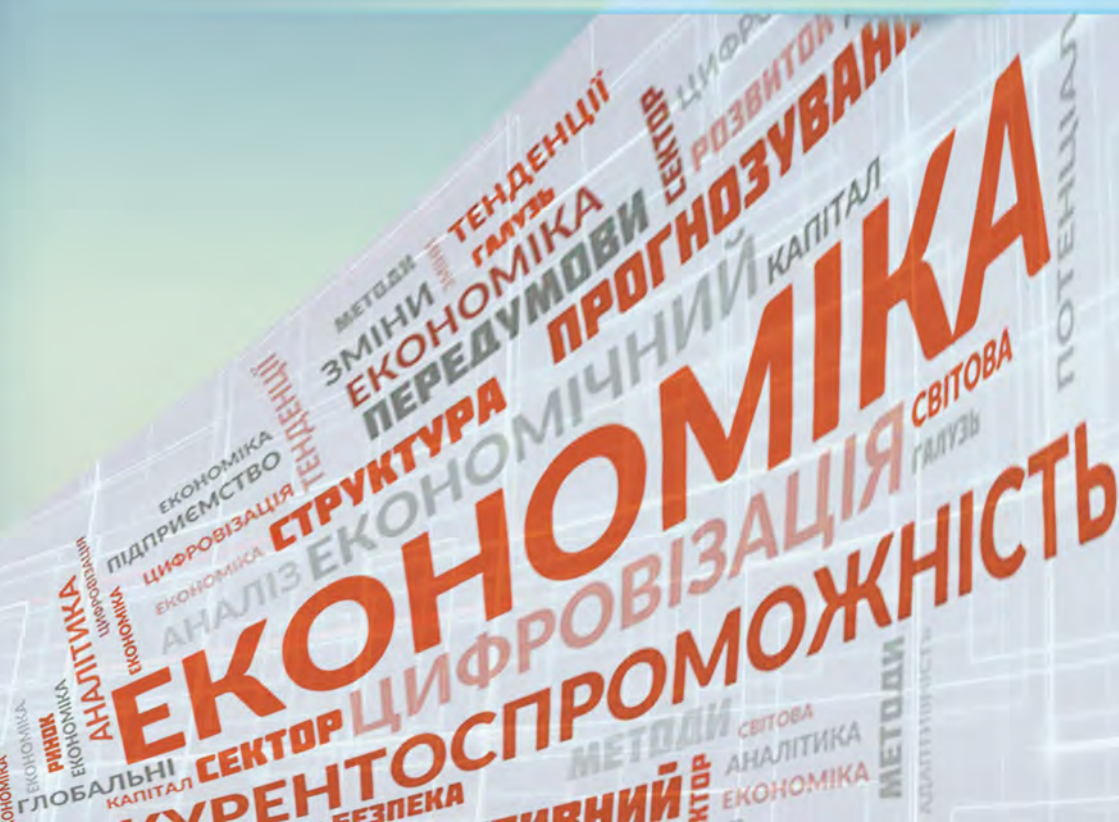


КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ



Херсонський національний технічний університет

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Монографія

За загальною редакцією Н. В. Шандової



ОЛДІПІОС
2021

УДК 338.1
М54

Авторський колектив: Н. В. Шандова, А. В. Тарасюк, Н. М. Олійник, Д. О. Карлюка, Н. В. Мещкова-Кравченко, С. А. Латкіна, О. В. Волкова, М. О. Дурман, І. А. Сисоєнко, О. М. Посаднєва, М. І. Валько, О. В. Стоянова, К. В. Зубкова, С. В. Бобирь, П. В. Луб'яний, О. А. Войтович, М. А. Коваленко, Л. М. Потьомкін, О. Е. Ломоносова, В. А. Луцькова, С. М. Макаренко, Г. М. Юрчик, О. С. Билим, Ю. І. Бурик, О. В. Дощенко, Н. П. Луб'яна, А. М. Манойленко, О. В. Наумова, М. В. Ожго, М. Л. Потьомкін.

Рекомендовано до друку Вченою радою Херсонського національного технічного університету (протокол № 6 від 18.03.2021 р.)

Рецензенти:

О. М. Гончаренко доктор економічних наук, професор (Одеський національний економічний університет, м. Одеса)

А. С. Мохненко доктор економічних наук, професор (Херсонський державний університет, м. Херсон)

М54 Методи та інструменти аналізу і прогнозування ринкової ситуації в забезпеченні стійкості суб'єктів господарювання :
монографія / за заг. ред. Н. В. Шандової. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. – 280 с.

ISBN 978-966-289-469-1

В монографії представлені результати дослідження методів та інструментів аналізу і прогнозування ринкової ситуації в забезпеченні стійкості суб'єктів господарювання: визначено аспекти трансформації ринків та нових факторів конкурентоспроможності; розкрито сутність економічної безпеки багаторівневої економіки; досліджено сучасні методи й інструменти аналізу й прогнозування; визначено форми забезпечення сталого розвитку суб'єктів підприємництва.

Монографія орієнтована на широке коло економістів та управлінців-практиків, науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти економічних та управлінських напрямків підготовки, усіх, хто цікавиться питаннями забезпечення стійкості суб'єктів господарювання.

УДК 338.1

ISBN 978-966-289-469-1

© Херсонський національний технічний університет, 2021
© Колектив авторів, 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	с. 5
РОЗДІЛ 1. ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКІВ І НОВІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	8
1.1. Підвищення конкурентоспроможності територіальних громад: симбіоз стратегування та державної регуляторної політики (<i>М. О. Дурман</i>)	8
1.2. Макроекономічна аналітика розвитку вітчизняної сфери послуг у ретроспективному і перспективному аспектах (<i>О. М. Посаднєва</i>)	32
1.3. Передумови формування ринку туризму в сфері оздоровлення (<i>Н. В. Шандова, О. С. Билим</i>)	43
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БАГАТОРІВНЕВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	57
2.1. Сучасні інструменти цифрової економіки (<i>Д. О. Карлюка</i>)	57
2.2. Адаптивне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища (<i>С. А. Латкіна</i>)	71
2.3. Формування та реалізація адаптивної стратегії просування товарів харчових підприємств на ринки збуту (<i>О. В. Наумова</i>)	81
2.4. Ефективність справляння податків як елемент забезпечення економічної безпеки (<i>І. А. Сисоєнко</i>)	92
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ	103
3.1. Аналіз циклічного економічного розвитку України як основа прогнозування макроекономічної динаміки (<i>Г. М. Юрчик</i>)	103
3.2. Економіко-математичне моделювання як дієвий інструмент дослідження стану та прогнозування розвитку харчової промисловості (<i>Ю. І. Бурик</i>)	122
3.3. Особливості використання методів бізнес-аналізу щодо забезпечення економічної стійкості та сталого розвитку підприємства (<i>Н. М. Олійник, С. М. Макаренко</i>)	134

3.4. Аналітика в товарній політиці підприємства (<i>Н. В. Мещикова-Кравченко</i>)	148
3.5. A mathematical model for determining the rational version of a passenger route network (<i>P. V. Lubyany, O. A. Voytovich, N. P. Lubyanyaya</i>)	160
РОЗДІЛ 4. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	178
4.1. Теоретичні аспекти забезпечення процесу розвитку підприємства (<i>Н. В. Шандова, О. В. Доценко, М. В. Ожго</i>)	178
4.2. Сучасні підходи до розвитку промислового підприємства: конкурентоспроможність, мотивація (<i>Л. М. Потьомкін, М. Л. Потьомкін</i>)	190
4.3. Удосконалення маркетингової діяльності підприємств молочної галузі (<i>А. В. Тарасюк</i>)	199
4.4. Удосконалення рекламного бюджетування підприємств в сучасних умовах (<i>А. В. Тарасюк, О. І. Волкова, А. М. Манойленко</i>)	210
4.5. Розробка інноваційної продукції для забезпечення конкурентоспроможності консервних підприємств Херсонського регіону (<i>М. І. Валько, О. В. Стоянова, К. В. Зубкова, С. В. Бобирь</i>) ...	224
4.6. Теоретико-методологічні засади забезпечення конкурентоспроможності товару на основі технологічної інновації (<i>В. А. Луцькова</i>)	234
4.7. Управління конкурентоспроможністю підприємств (<i>М. Л. Потьомкін</i>)	244
4.8. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу (<i>М. А. Коваленко, О. Е. Ломоносова</i>)	248
ПІСЛЯМОВА	272
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ МОНОГРАФІЇ	274

ПЕРЕДМОВА

Будь-яке підприємство функціонує в ринковому середовищі, тобто сукупності сил і факторів, що впливають на його діяльність, іноді сприятливих для бізнесу, а іноді й перешкоджаючих йому. Кожний розсудливий підприємець прагне зменшити ступінь неминучого ризику, знизити рівень невизначеності. Тому вивчення ринку й ринкових процесів, прогнозування розвитку ринкових ситуацій, виявлення тенденцій динаміки й структури ринку, оцінки його збалансованості й т.п. представляють важливий напрямок економічних досліджень у контексті забезпечення економічної безпеки функціонування суб'єктів господарської діяльності, їх стійкості й розвитку.

У даній монографії представлені напрямки досліджень і основні результати напрацювань науковців, які виконані у межах роботи над темою дослідження «Підвищення економічної стійкості підприємств на основі методів та інструментів маркетингу» (державний реєстраційний № 0118 U 004424 від 16.04.2018 р.).

Перший розділ містить дослідження аспектів трансформації ринків і нових факторів конкурентоспроможності. Розглянуто аспекти підвищення конкурентоспроможності територіальних громад в контексті симбіозу стратегування та державної регуляторної політики. Представлена макроекономічна аналітика розвитку вітчизняної сфери послуг у ретроспективному і перспективному аспектах. Має окремі особливості матеріал відносно передумов формування ринків окремих галузей економіки.

Другий розділ присвячений розгляду елементів економічної безпеки багаторівневої економіки в умовах цифровізації. Досліджено сучасні інструменти цифровізації економіки. Актуальною є тема адаптивного керування підприємницькими структурами в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Розглянуто аспекти формування та реалізації адаптивної стратегії просування товарів харчових підприємств на ринки збуту. Проаналізовано

ефективність справляння податків як елемента забезпечення економічної безпеки країни.

У третьому розділі досліджуються сучасні методи й інструменти аналізу й прогнозування. Представлено результати дослідження циклічності економічного розвитку України як основи прогнозування макроекономічної динаміки. Запропоновано використання економіко-математичного моделювання як дієвого інструменту дослідження стану та прогнозування розвитку харчової промисловості. Науковцями розставлені акценти на особливостях використання методів бізнес-аналізу щодо забезпечення економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку підприємства. Також акцентована увага на ролі та особливостях аналітики в розробці ефективної товарної політики в умовах динамічно змінюваного бізнес-середовища. Запропоновано математичну модель визначення раціональної версії пасажирських потоків.

У четвертому розділі розглядаються питання забезпечення сталого розвитку суб'єктів підприємництва. Проведено дослідження теоретичних аспектів забезпечення процесу розвитку підприємств. Запропоновані сучасні підходи до розвитку промислового підприємства на основі конкурентоспроможності і мотивації. Увага приділена ключовим напрямкам удосконалення маркетингової діяльності підприємств різних галузей економіки, удосконаленню рекламного бюджетування підприємств в сучасних умовах. Розділ містить доробки науковців щодо створення інноваційної продукції та впровадження науково-технічних розробок для забезпечення конкурентоспроможності підприємств Херсонського регіону.

Дослідниками представлено теоретико-методологічні засади забезпечення конкурентоспроможності товару на основі технологічної інновації. Розглянуто чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств. Досліджено інноваційні методи формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу.

У підготовці монографії прийняли участь науковці Херсонського національного технічного університету (м. Херсон), Херсонського державного університету (м. Херсон), Херсонської філії Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (м. Херсон), Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне), Одеської національної академії харчових технологій (м. Одеса), Міжнародного гуманітарного університету (м. Одеса).

Треба підкреслити, що багатство й різноманітність матеріалу, представленого в монографії, передбачає, що читач має високий професійний рівень і готовий до вдумливої роботи з текстами монографії, які стимулюють дискусію й пропонують напрямки подальших досліджень. Усвідомлюючи, що далеко не всі аспекти досліджуваної теми отримали в монографії всебічне відображення, а деякі висновки та рекомендації можуть бути предметами дискусій у наукових колах, маємо сподівання, що зміст колективної монографії становить інтерес для широкого кола дослідників у галузі економіки, маркетингу й інших дисциплін соціально-економічної спрямованості, фахівців, викладачів, науковців, аспірантів, працівників регіональних органів влади й управління, чия діяльність пов'язана із прийняттям рішень в області забезпечення економічної стійкості й конкурентоспроможності суб'єктів господарської діяльності.

Автори висловлюють глибоку вдячність рецензентам колективної монографії Гончаренко Олені Миколаївні – д.е.н., професору, декану факультету фінансів та банківської справи Одеського національного університету, Мохненко Андрію Сергійовичу – д.е.н., професору, завідувачу кафедри фінансів, обліку та підприємництва Херсонського державного університету, а також усім колегам, фахівцям і експертам за співробітництво при проведенні досліджень і допомогі в підготовці матеріалів.

РОЗДІЛ 1

ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКІВ І НОВІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

1.1. Підвищення конкурентоспроможності територіальних громад: симбіоз стратегування та державної регуляторної політики

М. О. Дурман

Стабілізація та розвиток вітчизняної економіки значною мірою залежить від забезпечення позитивної динаміки зростання її конкурентоспроможності у світовому вимірі з одночасним забезпеченням підвищення якості життя громадян. Вирішення цього завдання вимагає забезпечення ефективного функціонування всіх структурних елементів механізму державного регулювання розвитку, в тому числі й регіонального та місцевого. Розвиток з використанням всіх можливостей та певних спеціалізацій національної економіки, територіальних, кліматичних та ресурсних можливостей регіонів та територіальних громад – саме цим шляхом на сьогодні йдуть більшість країн.

Переходячи з транснаціонального та національного рівня економіки на більш глибокі ми хочемо звернути увагу на розвиток соціально-економічних комплексів регіонів та територіальних громад. Так, забезпечення сталого розвитку регіону (територіальної громади) вимагає формування та забезпечення функціонування відповідного механізму державного регулювання, важливим інструментом якого є стратегічне планування розвитку територій на регіональному й місцевому рівнях та реалізація ефективної регуляторної політики, направленої на регулювання економічних процесів.

Здійснюючи державну регіональну політику, уряд країни зобов'язаний чітко й обґрунтовано сформулювати цілі розвитку, розподілити їх на галузеві та регіональні рівні, поставити завдання перед суб'єктами підвідомчих

територій, інвестувати державні програми і проєкти, забезпечити контроль за виконанням законодавчих актів і правових норм регуляторного характеру.

Таким чином, ми пропонуємо розглянути окремі механізми та інструменти стимулювання розвитку регіонів та територіальних громад, підвищення конкурентоспроможності їх соціально-економічних комплексів та покращення життя громадян (мешканців).

Проблемами регіонального розвитку, його стимулювання та регулювання займалася велика кількість дослідників. Так, серед них можна виокремити таких науковців та напрямки: Романюк С. – сучасний стан та перспективи регіонального розвитку [1], Морозова О. – регіональні аспекти публічного управління [2], Латинін М., Мамонова В. та Родченко В. – державна економічна політика регіонального розвитку, Бойко А. – планування регіонального розвитку [3], Помаза-Пономаренко А. – напрямки державного регулювання регіонального розвитку [4], Дурман М. – вивчення моделей державної регуляторної політики для стимулювання місцевого розвитку [5], Чикаренко І. та Маматова Т. – «розумні спеціалізації» в стратегіях територіальних громад [6] тощо.

Метою дослідження є вивчення особливостей державного регулювання економіки шляхом використання механізмів та інструментів державної регуляторної політики, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності територіальних громад у регіональному, національному та транснаціональному рівнях, взаємозв'язок цих механізмів та інструментів із стратегічними планами розвитку громад та територій.

Економічний розвиток, за визначенням Ради з економічного розвитку, – це «процес створення добробуту через мобілізацію людських, фінансових, капітальних, фізичних та природних ресурсів для генерування придатних для ринку товарів та послуг». У популярному розумінні економічний розвиток нерідко сприймається як процес створення більшої кількості підприємств, збільшення числа робочих місць та зростання добробуту. Нові робочі місця, що виникають під час інвестування та становлення нових

підприємств, означають менше безробітних, більше доходів і податків, менше соціальної напруженості, менш витратний уряд і більше чинників зайнятості.

Сутність та зміст державного регулювання розвитку конкретизується в реалізації його організаційних та методичних принципів, а саме:

1. Принцип історизму. Він має універсальне методологічне значення, дає змогу об'єктивно оцінити відносну цілісність, завершеність того чи іншого етапу соціально-економічного розвитку регіонів країни.

2. Принцип єдності регіональної політики суспільства та господарського будівництва. Орієнтує на комплексний підхід до врахування природно-господарських особливостей кожного регіону, завдань його економічного та соціального розвитку; передбачає поєднання економічних методів управління та місцевої ініціативи, відповідальність місцевих органів управління за комплексний розвиток відповідних регіонів. В обґрунтуванні рішень соціально-економічного розвитку регіону мають враховувати економічні, соціальні, екологічні, організаційні та технічні чинники.

3. Принцип пріоритетності. Сприяє аранжуванню цілей і завдань соціально-економічного розвитку регіону відповідно до просторової стратегії його комплексного розвитку та реальних виробничо-економічних і ресурсних можливостей, орієнтує на дотримання соціальної спрямованості використання рекреаційних, матеріальних та фінансових ресурсів, а також засобів подальшого розвитку соціальної інфраструктури.

4. Принцип варіантності. Передбачає необхідність вибору шляхів досягнення цілей і розв'язання завдань регулювання розвитку регіону, певні зрушення у галузевій і територіальній структурах господарства регіону, використання його природних та економічних ресурсів. Варіанти регіонального розвитку складаються на основі альтернативності проєктованих темпів і пропорцій розвитку галузей, технічних і технологічних рішень в організації виробничих процесів, змін у забезпеченні сировиною, матеріалами, паливно-енергетичними і трудовими ресурсами.

5. Принцип пропорційності забезпечення фінансовими ресурсами за рівнями адміністративно-територіальної ієрархії та розширення фінансово-економічної самостійності територіальних одиниць нижнього рівня. Ґрунтується на поєднанні територіального бюджету з позабюджетними фондами комплексного розвитку, що формуються за рахунок діяльності підприємств і коштів населення [7].

6. Принцип синхронізації дій передбачає здійснення основних реформ, які впливають на соціально-економічний розвиток регіонів, узгодження, пріоритетів і дій центральних, місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування щодо регіонального та місцевого розвитку.

7. Принцип субсидіарності ґрунтується на такому розподілі повноважень між різними рівнями влади, коли надання адміністративних та управлінських послуг максимально наближене до споживача. У цьому випадку відповідно ведеться розподіл фінансів, що забезпечує належний рівень якості послуг.

8. Принцип програмування. Політика регіонального розвитку здійснюється на основі взаємозв'язаних довгострокових стратегій, планів та програм розвитку як на державному, так і на регіональному, а за потреби й на субрегіональному, рівнях. Принцип передбачає щорічне планування необхідних витрат державного бюджету, що є запорукою забезпечення прозорості, стабільності та синхронізації дій щодо політики розвитку регіонів.

9. Принцип конкурентності передбачає конкурентні умови отримання кредитів та субвенцій на виконання проєктів і програм місцевого розвитку, оснований на кращій маркетинговій стратегії, техніко-економічних обґрунтуваннях та бізнес-планах [8].

Тому сучасна система державного регулювання регіонального розвитку повинна забезпечувати виконання цих принципів, забезпечувати зростання економіки та покращувати якість життя громадян (мешканців).

З точки зору положень економічних теорій, зростання локальної економіки та підвищення її конкурентоспроможності можна забезпечити трьома шляхами:

- розвиваючи директивну планову економіку та визначаючи ті галузі, в яких необхідно досягти конкурентоспроможності (розвивати їх, стимулюючи та регулюючи певним чином);

- забезпечити умови створення абсолютної ринкової економіки та її функціонування без планування та втручання держави;

- скомбінувати два шляхи і створювати умови розвитку економіки з елементами планування через відповідні стимулюючі (регуляторні) впливи.

Перший шлях наша країна проходили за часів Радянського Союзу і цей шлях показав свою неповну відповідність цілям підвищення конкурентоспроможності, оскільки досягти конкурентоспроможності в директивній економіці можна тільки в обмеженій кількості галузей (військова техніка, наукові дослідження військової тематики, важке машинобудування групи «А» тощо), при цьому в інших галузях буде відбуватися стагнація або функціонування на дуже низькому рівні (машинобудування групи «Б», легка промисловість, сфера послуг тощо). До того ж у цьому випадку неможливо підтримувати високий рівень якості життя громадян, адже всі кошти будуть направлятися для розвитку директивно визначених галузей.

Другий шлях – шлях абсолютно вільної ринкової економіки неможливо реалізувати в більшості сучасних економічних теорій, за виключенням лібертаріанської [9]. За цією теорією держава має дистанціюватися від регулювання та стимулювання економіки, і, навіть, не допускати втручання в життя індивіда, крім тих випадків, коли це загрожує його життю. Тобто, використання будь-яких механізмів та інструментів стимулювання та регулювання заборонено і конкурентоспроможність досягається виключно ринковими механізмами.

Нам більше імпонує третій шлях, який представляє виконання положень неоліберальної теорії. За постулатами цієї теорії держава повинна створити умови для розвитку ринкової економіки і забезпечувати втручання в її діяльність (стимулюючими чи регуляторними впливами) тільки у випадках виявлення неспроможності ринку або для забезпечення основоположних принципів соціальної держави – справедливості та безпеки життя і здоров'я [10].

Тому в подальшому будемо розглядати саме механізми та інструменти управління економікою та регіональним розвитком в межах допустимих в неоліберальній економічній теорії.

У цьому випадку управління регіональною економікою буде включати комплекс заходів, направлених на реалізацію розробленої політики регіонального розвитку та заходів державної регуляторної політики, а також перелік показників, які характеризують сутність та результативність цих державних політик з врахуванням стратегічних напрямків та цілей розвитку, визначених до початку формування відповідних політик.

Як зазначає у своїй роботі В. Толуб'як, дієвість такого регулювання залежить від рівня конкретизації цілей управління на кожному етапі. Тому досить перспективною є розбудова механізмів регулювання саме регіонального рівня, який більш конкретний з позицій формування стратегічних і програмних цілей. З іншого боку, просторова визначеність ресурсної бази, еколого-природного потенціалу робить регіони головними гравцями забезпечення сталого розвитку держави. Зазначене обумовлює необхідність впорядкування складових системного механізму стратегічного регулювання сталого розвитку регіонів.

Використання методології системного аналізу дозволяє впорядкувати це регулювання. Зокрема обумовити принципові елементи дієвого регулювання: наявності конкретної цілі управління; моніторингу відхилення від цільового стану в будь-який момент часу управління; наявності підсистеми регулювання в складі суб'єкта; негайного регулюючого впливу у випадку відхилення. З іншого боку, системний аналіз дав змогу сформулювати цілісне уявлення системного механізму стратегічного регулювання сталого розвитку регіонів. Однак аналіз нормативного, ресурсного та інституційного забезпечення виявив існування комплексної проблеми, яка ставить під сумнів досяжності стратегічних цілей розвитку регіонів опираючись на управлінський потенціал регуляторів [11].

Досліджуючи рівень ефективності та результативності державного регулювання регіонального розвитку, доцільно не тільки брати до уваги обсяги

виробленого валового регіонального продукту, а й визначити потенційні можливості регіону в збільшенні його виробництва, у тому числі на експорт, виявити соціально-економічні чинники, що безпосередньо впливають на господарську діяльність, а також надати оцінку історико-культурного потенціалу, наявних природно-кліматичних, земельних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які має регіон та перспективи його розвитку в довгостроковій перспективі.

Розглядаючи розвиток окремого регіону з позицій використання його порівняльних переваг для стимулювання цього розвитку, можна сказати, що, регіони прискорюють свій розвиток тоді, коли вони використовують свої порівняльні переваги перед іншими регіонами у виробництві товарів та послуг, що користуються попитом. Така спеціалізація на виробництві товарів та послуг отримала назву розумної спеціалізації або SMART-спеціалізації регіону (від «smart» – розумний). Це стає особливо актуальним у контексті формування політики регіонального розвитку в Україні та в межах реалізації Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, економічної інтеграції до ринку ЄС та включенням України в глобальні ланцюги формування доданої вартості (що може відбуватися тільки за рахунок зростання конкурентоздатності держави та регіонів у глобальному вимірі) [12].

Угода про асоціацію з ЄС [13] передбачає, що до кінця 2025 року Україна повинна максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у вітчизняне законодавство положення близько 350-ти директив, регламентів та рішень ЄС.

Однією із таких змін є впровадження смарт-спеціалізації у систему стратегічного планування регіонального розвитку [14], що вже визначено відповідною нормативно-правовою базою. У цій постанові Кабінету Міністрів України смарт-спеціалізація визначається підхід, що передбачає аргументоване визначення суб'єктами регіонального розвитку в рамках регіональної стратегії окремих стратегічних цілей та завдань щодо розвитку видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал з урахуванням конкурентних

переваг регіону та сприяють трансформації секторів економіки в більш ефективні, а не менше ніж одна стратегічна ціль регіональної стратегії має бути визначена на засадах смарт-спеціалізації. Вибір таких пріоритетів повинен відбуватися із урахуванням світових ринкових та технологічних тенденцій інноваційного розвитку та сприяти пошуку тих напрямів економічної діяльності регіону, які є конкурентоспроможними на рівні країни та в міжнародному масштабі [15].

Роблячи з цього висновок, можна сказати, що при формуванні та впровадженні державної регуляторної політики, спрямованої на інноваційний розвиток та підвищення конкурентоздатності економіки (країни, регіону, територіальної громади чи певної сфери бізнесу), нам потрібно використовувати підходи планування та стратегування до цього процесу.

Особливу увагу слід звернути при переході на більш низький рівень формування регуляторної політики – на рівень регіону або територіальних громад. У цьому разі підхід до розроблення стратегії формування регуляторної політики повинен відбуватися на основі стратегій розвитку територіальних громад чи більш великих адміністративно-територіальних одиниць. На державному рівні забезпечити повним обсягом реалізацію цієї пропозиції може не вдатися, адже тут діє велика кількість регуляторних органів, що мають вплив на різні галузі управління і, відповідно, різні сфери державної регуляторної політики.

Місцевий економічний розвиток зазвичай здійснюють органи місцевого самоврядування. Проте ці органи часто мають офіційні та неофіційні зобов'язання перед районами, які межують з містами, унаслідок чого багато сільських та приміських територій є сферою їх відповідальності. Відмінність між містом та селом постійно зменшується через взаємопов'язаність надання основних послуг, переміщення робочої сили, доступу до ринків товарів та послуг. Збільшення таких зв'язків між містом та селом слід урахувати під час розроблення програми місцевого економічного розвитку.

Головною метою на сьогодні повинно стати:

- підвищення ефективності регулювання;
- створення загальних сприятливих умов для ведення господарської діяльності та підприємництва;
- інвестування в «м'яку» інфраструктуру (наприклад, розвиток навичок або стимулювання набуття освіти впродовж життя);
- спрямування інвестицій приватного сектора для загального блага (соціальне підприємництво) тощо.

І саме на цьому етапі засобами реалізації стає єдина стратегія розвитку конкурентного місцевого середовища та стимулювання зростання місцевих фірм. Цю стратегію неможливо собі уявити без взаємозв'язку стратегії місцевого розвитку і бачення набору регуляторних впливів, що складають собою стратегію формування та реалізації регуляторної політики на місцевому рівні (місцевої регуляторної стратегії).

Отже, місцевий економічний розвиток залежить і від стратегій розвитку адміністративно-територіальних одиниць (АТО) і від тих заходів, що будуть здійснюватися органами публічної влади на цих територіях на досягнення цілей стратегії. І тому зростає роль впливу регуляторної політики на місцевий економічний розвиток.

Проте всі заходи зі стимулювання економіки повинні спиратися на бачення розвитку, а воно, своєю чергою, – на стратегію розвитку громади та регуляторну стратегію, що може слугувати однією із складових загальної стратегії розвитку та буде показувати суб'єктам підприємницької діяльності, яка їх діяльність буде сприяти розвитку АТО та, відповідно, буде отримувати підтримку від органів управління.

Паралельно з розробленням стратегій для формування бачення розвитку може застосовуватися і сценарний підхід, хоча він вимагає для своїх потреб більшого ресурсного забезпечення та має меншу гнучкість. Свого часу такі прогнози було розроблено і для України. Ці основні прогностичні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2018-2020 рр. [16] було розроблено за трьома сценаріями, вони ґрунтуються на аналізі економічного

розвитку країни в цілому та за секторами економіки, припущеннях щодо впливу зовнішніх та внутрішніх чинників, пов'язаних з зовнішньоекономічною ситуацією та ціновою кон'юктурою, а також із регуляторною політикою, що дозволяє підвищувати конкуренцію всередині країни і на її зовнішньому контурі, а також прискорювати розвиток господарського сектору.

За першим сценарієм передбачається активне впровадження економічних і соціальних реформ, інноваційно-інвестиційної моделі розвитку виробництва, трансформаційних процесів у сфері охорони здоров'я, освіти, соціального захисту населення тощо.

Другий сценарій ґрунтується на більш оптимістичних очікуваннях щодо адаптації бізнесу до змін економічних умов, залучення суттєвих зовнішніх інвестицій, зростання соціальних стандартів та більш динамічного зрушення соціальних показників.

Третій сценарій урахує нестійкість тенденції світової економіки та негативний вплив зовнішніх умов на фінансові можливості реформування галузей.

Наведені сценарії економічного розвитку за ступенем оптимізму характеризуються як оптимістичний, поміркований та песимістичний та розраховані з урахуванням прогнозу Міжнародного валютного фонду, Світового банку, Європейського банку реконструкції та розвитку, Міжнародного рейтингового агентства Moody's тощо

Державне управління регіональним розвитком передбачає також використання форм і методів узгодження інтересів між центром і регіонами, посилення взаємозв'язку між використанням міжрегіональних та внутрішньорегіональних матеріальних ресурсів і фінансових потоків, способів удосконалення механізму державної підтримки соціально-економічного розвитку регіонів, особливо депресивних [17].

І тут на перший план виступило стратегічне планування (стратегічний менеджмент), що включило в себе велику кількість компонентів, головні з яких для нашого дослідження це – бачення розвитку адміністративно-

територіальної одиниці, формалізовані цілі, доступні ресурси, можливі регуляторні механізми, політична воля та можливість ухвалення відповідних управлінських рішень.

Базовим компонентом стратегічного менеджменту постає загальнодержавне стратегічне планування соціально-економічної діяльності, що дозволяє визначити пріоритети на довгостроковий період та базується на [18]:

- застосуванні єдиних підходів до організації процесу державного стратегічного планування та ефективності функціонування системи державного стратегічного планування;

- установленні процедур для досягнення цілей державного стратегічного планування;

- узгодженості документів, що покладено в основу державного стратегічного планування, удосконаленні методології їх розроблення та забезпечення доступності, включаючи звітність про їх виконання;

- результативності показників державного стратегічного планування, проведенні моніторингу та оцінки виконання визначених завдань;

- застосуванні засобів і методів досягнення мети з найменшими витратами ресурсів;

- отриманні загальнодержавних інтересів та врахуванні інтересів територіальних громад і суб'єктів господарювання, партнерстві та тісній співпраці учасників державного стратегічного планування;

- відповідальності учасників державного стратегічного планування за ефективність виконання завдань та заходів.

Формування моделей регіонального соціально-економічного розвитку є надзвичайно складним процесом, що складається з різних етапів, що охоплюють множину аспектів і описуються безліччю параметрів і змінних, які повинні ретельно узгоджуватися [19].

Складність процесу моделювання визначається складністю моделюваної схеми. Під час ухвалення і реалізації державних управлінських рішень

необхідним є обґрунтування регіональних моделей соціально-економічного розвитку, розроблення основних параметрів на перспективу, узгодження галузевих і територіальних, внутрішньорегіональних і міжрегіональних народногосподарських аспектів, що потрібно здійснювати з використанням економіко-математичних методів і моделей. Водночас неоднорідність самої проблеми, безліч змінних зумовлюють потребу наявності в розробників не одної моделі, а їх комплексу, що описує сукупно всі елементи і взаємозв'язки, які визначають регіональний розвиток.

Удосконалення регіональної моделі (стратегії) розвитку, що відбиває соціально-економічну систему регіону, дозволяє детально підійти до аналізу різноманітних процесів, здійснення яких формує найважливіші показники результативності функціонування того чи іншого суб'єкта або економічного району країни. У процесі такого аналізу з'являється можливість визначити найбільш значущі елементи системи за рівнем впливу на основні результати діяльності, а також ефективність взаємодії регіональних складових.

Отримана інформація допоможе зосередитися на розвитку найбільш впливових чинниках регіону, а значить найбільш ефективно використовувати наявні ресурси з метою вдосконалення реальної соціально-економічної регіональної системи [20]. При цьому вдосконалення соціально-економічної системи не може відбуватися без регуляторних впливів на неї. Проводячи ж аналогію, можна сказати, що для стабільного розвитку соціально-економічної системи повинна існувати стратегія впливів на неї.

Як ми вже неодноразово зазначали, формування та реалізація державної регуляторної політики повинно обов'язково відбуватися з урахуванням стратегії розвитку держави, сфери державного управління або адміністративно-територіальної одиниці – області, району, об'єднаної територіальної громади. На регіональному та місцевому рівні забезпечити розвиток можливо лише за умови врахування особливостей, що мають ці адміністративно-територіальні утворення. До таких особливостей можна віднести доступні ресурси, галузі виробництва, що мають переважний

розвиток, менталітет мешканців тощо. Крім того, на регіональному та місцевому рівні турбота місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування лежить більше в площині забезпечення якості життя громадян, розвитку малого та середнього бізнесу, збереження та розвитку екології тощо [21].

Таким чином, доходимо нового бачення, що лише за наявності стратегії державної (публічної) регуляторної політики у поєднанні з відповідною їй стратегією розвитку громади можливий ефективний розвиток соціально-економічної системи певної адміністративно-територіальної одиниці.

Формування стратегії державної регуляторної політики являє собою систему управління, що характеризується низкою аспектів, серед яких:

- методологічний, що являє собою набір механізмів, інструментів, методів і заходів регуляторного характеру, які використовуються в процесі регулювання соціально-економічного розвитку. Саме методологічна обґрунтованість цього регулювання забезпечує дієвість заходів регулювання, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Обов'язково слід зазначити, що стратегія місцевого/регіонального розвитку і стратегії державної регуляторної політики повинні розроблятися на одній методологічній основі;

- організаційний, що забезпечує єдність розгляду управлінських відносин у процесі розвитку регіону/громади через функції органів публічного управління;

- соціально-економічний, що забезпечує аналіз наявної соціально-економічної системи на основі поточного ресурсного забезпечення і перспективного економічного потенціалу території.

Нами розроблено схему-алгоритм розробки стратегії формування регуляторної політики на основі стандартного підходу до підготовки стратегічних документів та взаємозв'язку зі стратегією розвитку певної адміністративно-територіальної одиниці (рис. 1).

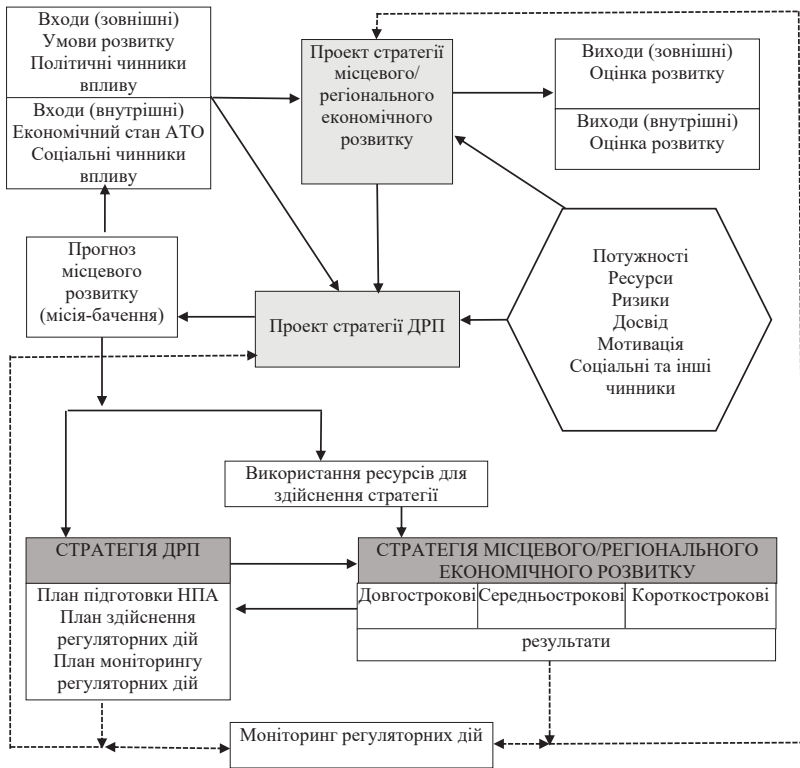


Рис. 1. Схема-алгоритм підготовки стратегії формування регуляторної політики та взаємозв'язку зі стратегією розвитку певної адміністративно-територіальної одиниці

Джерело: власна розробка автора

В схемі неперервними лініями позначені прямі зв'язки у процесі формування стратегії державної регуляторної політики, а штрих-пунктирними – зворотні, призначені для формування уточнених регуляторних дій після здійснення моніторингу їх ефективності.

Таким чином, стратегія публічної (державної) регуляторної політики – це складний комплексний інструмент регулювання, що передбачає:

- організаційні заходи з підготовки (формування) стратегії – формування робочих груп, визначення відповідальних осіб та органів, розроблення положення про підготовку стратегії публічної регуляторної політики;

- аналіз поточного стану та вибору місії-бачення розвитку – аналіз чинних регуляторних актів у частині їх впливу на поточну ситуацію і можливий вплив на майбутню стратегію місцевого розвитку;

- розроблення проєкту стратегії та плану її реалізації – формування набору регуляторних рішень з обґрунтуванням потреби їх застосування, підготованими АРВ та графіком реалізації (впровадження) цих регуляторних рішень згідно зі стратегією місцевого розвитку;

- власне ухвалення управлінських рішень (регуляторних впливів);

- контроль (моніторинг) процесу реалізації управлінських рішень з відстеженням ефективності регуляторних впливів.

Як зазначається в [22], регулювання розвитку та економічне планування повинно узгоджуватися із загальними стратегічними цілями окремого регіону чи територіальної громади (відповідної адміністративно-територіальної одиниці (АТО)). В українських реаліях перелік АТО складається з територіальних громад, районів, областей (регіонів), у кожній з яких є своє бачення розвитку. Таке ж саме бачення повинно бути і в країні в цілому. У цьому контексті стратегії – це сплановані дії, щоб досягнути деяких економічних цілей, і ґрунтуються на об’єктивних можливостях, що існують для цієї адміністративно-територіальної одиниці.

Стратегія – це повний комплекс принципів, що формують концепції для визначення напрямів як загальних, так і конкретних дій (тобто від цілей до стратегій і до проєктів). Цінність стратегії полягає в тому, що вона забезпечує ясність думки й допомагає різним суб’єктам процесу місцевого економічного розвитку досягати консенсусу.

Для формування вираженої стратегії місцевого або регіонального розвитку та відповідної їй стратегії ДРП важливо розглянути кілька альтернативних варіантів стратегій, порівняти їх та обрати кращий або

створити власний, вибравши з наявних ті елементи, що задовольняють певним початковим умовам. Слід також зазначити, що в більшості випадків розроблення стратегії – це ітераційний процес, у якому (тією чи іншою мірою) задіяно більшість мешканців АТО, чи то пересічний громадянин, бізнесмен або влада. Таким чином, розроблення стратегії, так само як і формування певної політики, мають багато спільного. Розглянемо тепер взаємозв'язок принципів державної регуляторної політики та стратегічного планування на практиці.

Як зазначалося раніше, до цілей державного регулювання економіки можуть належати, наприклад, стимулювання економічного розвитку, підтримка підприємництва, розвиток альтернативних видів господарської діяльності тощо. До цілей місцевого економічного розвитку можуть належати: підвищення якості життя, економічне зростання, створення нових робочих місць, активізація бізнесу тощо.

Кожну стратегію економічного розвитку певної АТО спрямовано на те, щоб підвищити якість життя людей, які проживають на її території. Нижче розглянемо взаємозв'язок цілей стратегії ДРП та деяких цілей місцевого економічного розвитку.

Створити якісні робочі місця для місцевого населення. Метою планування розвитку економіки й зайнятості є створення робочих місць для постійних жителів конкретної громади їхніми ж силами. Це краще аніж покладатись на прихід нових працедавців, котрим можуть знадобитися працівники з іншими вміннями й навичками, аніж ті, якими володіє чи яких може набути місцева робоча сила. Для цього можна використати такий механізм, як зменшення тиску органів нагляду (контролю) на суб'єктів господарської діяльності, у тому числі й через упорядкування податкової бази, оскільки вивільнені ресурси можна буде скерувати саме на створення нових робочих місць або виведення вже створених робочих місць «із тіні».

Забезпечити економічну стабільність у конкретній місцевості. Економічний розвиток буде успішним лише тоді, якщо громада вчасно подбає про задоволення всіх потреб бізнесу (тобто це земля, фінансування, робоча сила,

інфраструктура, а також технічна допомога на додаток до робочої сили). Чимало органів місцевої влади не проводять інвентаризацію та не знають, де є вільні земельні ділянки, що можна використати для промислових потреб, або про те, яке підприємство хоче отримати фінансування із сторонніх джерел. Якщо громада хоче створити й зберегти робочі місця, вона повинна тримати всі свої ресурси впорядкованими, а дані про них бажано звести в електронну форму та створити інформаційну систему ресурсного забезпечення громади. Також створення цієї бази зменшить можливість рейдерського захоплення діючих підприємств та підвищить рівень справедливості в процесах ведення бізнесу. Для виконання цієї мети найкраще підходить механізм захисту прав та законних інтересів суб'єктів господарювання, у тому числі порушених унаслідок дії регуляторних актів.

Залучення інвестицій. Дає змогу диверсифікувати економічну (виробничу) базу та забезпечити стабільність розвитку. На цьому етапі громада повинна також чітко окреслити ті сектори й групи населення, залучення інвестицій у які повинно якнайбільше поліпшити економічний розвиток. З досвіду передових світових країн можна сказати, що інвестиції йдуть у ті галузі або ті громади, ведення діяльності в яких є найбільш прогнозованим. За це відповідає такий механізм ДРП, як забезпечення прогнозованої та ефективної державної регуляторної політики на різних рівнях управління.

Створити диверсифіковану економічну базу (активізувати місцевий бізнес). Жодна громада, що має лише одного або кількох великих роботодавців (підприємства, фермери), не застрахована від нестабільності в надходженнях від податків. Незалежно від того, що в місцевій економіці переважають складні чи прості технології, ця економіка повинна мати широку та незалежну базу виробництва товарів та послуг, щоб забезпечувати робочі місця для місцевого населення. Для цієї мети підходить механізм удосконалення та спрощення дозвільних процедур та системи ліцензування, що дозволяє знизити поріг входження у бізнес.

Таким чином, можна сказати, що механізми та інструменти державної регуляторної політики можуть слугувати активним підґрунтям для формування

альтернативних політик розвитку тих чи інших галузей економіки або тих чи адміністративно-територіальних одиниць різних рівнів.

Після чіткого визначення галузей економіки, що відібрані в стратегії розвитку як пріоритетні, слід починати процес формулювання регуляторних впливів, направлених на стимулювання їх розвитку. У маленьких громадах це можна визначити простим аналізом сильних або слабких сторін економіки, а на більш високих рівнях (область чи держава) може знадобитися і створення власної стратегії державної регуляторної політики [23]. Стратегія ДРП відбиває її обґрунтованість та відтворює особливості її реалізації, але при цьому вона є лише частиною загальної економічної стратегії, передбаченої статті 9 ГКУ [24] для державного рівня управління.

Усім добре відомо, що АТО, які переживають серйозні економічні труднощі, загалом мають перед собою комплекс складних взаємопов'язаних проблем. Тобто важка економічна ситуація в місцевості виникає від суміші таких явищ, як безробіття, закриття підприємств, і чинників, що сприяють появі нових робочих місць. Жодна окрема грань економічної проблеми не розв'язується просто. Люди часто бувають схильні звертати основну увагу на якийсь один окремих аспект проблеми без повного розуміння його взаємодії з іншими компонентами.

Щоб краще змалювати ситуацію, у якій перебувають місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, запропонована модель містить у собі можливість застосування різних варіантів ДРП, альтернативами або компонентами загальної стратегії місцевого розвитку. Кожен з таких варіантів (наборів регуляторних дій в межах певної ДРП) слід розглядати як один із можливих підходів до задоволення тих чи інших потреб місцевого населення.

Влада повинна вирішити, як краще поєднати всі ці компоненти, щоб створити унікальну стратегію ДРП, яка б забезпечила відповідній АТО розвиток і виконання стратегії місцевого/регіонального розвитку, спираючись на визначені ресурси й цілі місцевого розвитку. Стратегія розвитку

здебільшого міститиме різні компоненти цих підходів, залежно від потреб та умов конкретної місцевості.

Серед таких компонентів можуть бути:

- розвиток території як фізичного середовища (інфраструктура);
- розвиток економіки (малого, середнього, великого бізнесу або самозайнятого населення);
- розвиток соціальної сфери та людського капіталу (людських ресурсів, освіти, культури, медицини, спорту тощо);
- розвиток сфер господарювання або місцевих громадських ініціатив, що мають місце на конкретній території і можуть слугувати точками зростання.

Слід також зупинитися на проблемах, що можуть виникати при розробленні стратегій регуляторної політики на місцевому/регіональному рівнях.

Залежність від нормативно-правової бази вищого рівня. В Україні всі рішення місцевих органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування мають ухвалюватися відповідно до Конституції України та законодавства і підзаконних актів. Таким чином, регуляторна дія, що може принести значний результат у розвиток АТО, не може протирічити цим НПА, тобто відповідні органи повинні діяти тільки в межах наявних у них повноважень. Як приклад, не можна встановити ставку єдиного податку для суб'єктів підприємницької діяльності, що використовують спрощену систему оподаткування I групи, у розмірі, що перевищує 10% прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого законом на 1 січня податкового (звітного) року [25]. Іншим прикладом може виступати неможливість встановлення диференційованих ставок земельного податку для різних підприємств однієї галузі – вони повинні бути однаковими для всіх.

Підміна стратегії засобом(ами). Інколи влада та громадськість плутають якийсь окремий засіб для розвитку з комплексною стратегічною програмою. Така сама помилка може з'явитися і при розробленні стратегії ДРП. Усі заходи має бути об'єднано одним баченням майбутнього і спрямовано на досягнення

поставлених цілей. Так, наприклад, зменшення ставок земельного податку для виробничих підприємств (для створення індустріальних парків або великих виробництв) входить у протиріччя, якщо ми плануємо розвивати нашу громаду як туристичну, оскільки несе в собі екологічні загрози для туристів. Так само, створення регуляторними діями умов для розвитку великих агрохолдингів може призвести до погіршення екологічної ситуації, оскільки вони використовують інтенсивні методи ведення сільського господарства з використанням засобів хімічного захисту та стимуляторів розвитку рослин. Це, своєю чергою, може перешкодити розвитку такої сфери сільського господарства, як органічне землеробство. Якщо ми ставимо в стратегії розвитку стимулювання органічного землеробства, то нашими заходами в стратегії ДРП повинно бути не створення умов для агрохолдингів, а надання пільг для створення кооперативів з вирощування та продажу органічної продукції.

Неправильне визначення регуляторних проблем. Хоча більшість громад ставить собі за мету підвищити якість життя своїх мешканців, при стратегуванні важливо проводити якісний аналіз доступних та можливих ресурсів, що будуть залучатися до розвитку. При розробленні стратегії ДРП слід звертати увагу на якісну підготовку аналізів регуляторного впливу, оскільки бажаний економічний результат спостерігається досить рідко через те, що такі важливі чинники, як, наприклад, рівень кваліфікації місцевого населення, його вміння та навички, а також потреби в навчанні, здебільшого залишаються поза увагою. Крім того, як зазначалося у попередньому абзаці, більшість регуляторних дій можуть мати позитивний ефект для розвитку однієї галузі та негативний – для іншої. Саме розроблення стратегії ДРП дає змогу узгодити всі регуляторні дії, побачити їх кумулятивний ефект або ефект поглинання тощо.

Наслідкування моди. Сьогодні стратегії місцевого економічного розвитку будуються здебільшого навколо передових технологій, туризму та центрів для проведення масових заходів. Громади часто обирають модні напрямки

стратегій, не маючи достатньої кількості даних про їх економічну доцільність, не маючи відповідної інфраструктури та бачення стратегії регуляторних дій, якими будуть досягатися цілі цих напрямків. Тому наявність стратегії ДРП з розробленням АРВ потрібних нормативно-правових актів є нагальною потребою.

Недостатній рівень громади до впровадження регуляторних дій. Дуже часто траплялося, що місцеві чи регіональні органи публічної влади ухвалювали стратегії розвитку й впроваджували їх, не провівши належної оцінки загальної готовності громади до цих стратегій та дій, яких вона потребує. Так, наприклад, мало хто звертає увагу на те, що збільшення надходжень до місцевого бюджет буде здійснюватися через підняття ставок єдиного податку або збільшення ставок оподаткування нерухомості. Це в майбутньому викликає невдоволення населення або підприємців. При цьому, якщо в паралельно зі стратегією розвитку розроблялася стратегія місцевої регуляторної політики, то можна було б чітко відслідкувати, із яких джерел буде фінансуватися той чи інший захід. Провівши відповідну роботу з громадськістю, можна «згладити» негативні наслідки. Стратегії і відповідні їм плани реалізації повинні відповідати не лише ресурсам конкретної АТО, але й рівню компетентності бізнесу та населення. Успіх місцевої стратегії розвитку залежить від спільної готовності влади, бізнесу і громадськості до тривалого й наполегливого впровадження прийнятої стратегії.

Таким чином, можна зазначити, що на різних рівнях управління – регіональному чи місцевому – стратегія економічного розвитку розглядається як обраний курс економічної політики, розрахований на тривалу перспективу і спрямований на вирішення економічних та соціальних завдань, що стоять перед державою та місцевим самоврядуванням: збереження і примноження економічного потенціалу, зростання конкурентоспроможності територіальної громади, підвищення якості життя громадян. При цьому державна регуляторна політика постає як механізм сприяння ефективній реалізації такої стратегії, і може бути сформована як окрема стратегія ДРП (на державному або

регіональному рівнях) або як певний набір різних механізмів та інструментів ДРП (на місцевому рівні).

У цьому разі такі набори можна розглядати як альтернативні моделі ДРП, що можуть використовуватися залежно від того, яку стратегію економічного розвитку було обрано для певної адміністративно-територіальної одиниці.

Досвід розвинених країн свідчить, що стратегування та планування регіонального/місцевого розвитку, забезпечення більш високих стандартів життя є набагато ефективнішим, коли місцева влада здійснює управління орієнтуючись на потреби громади та використовуючи свої конкурентні переваги (фактори розвитку), такі як клімат, географічне положення, корисні копалини, людські ресурси, активність мешканців тощо. В такому випадку державну регуляторну політику можна розглядати як новий (додатковий) фактор підвищення конкурентоспроможності територіальної громади на її шляху до свого процвітання.

Література

1. Романюк С. А. Регіональний розвиток в Україні: минуле, сучасне. Майбутнє? Демографія та соціальна економіка. - 2019. - № 3. - С. 113-132. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dse_2019_3_10
2. Морозова О. С. Розвиток публічного управління в контексті євроінтеграції: регіональний аспект. Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. - 2020. - Вип. 1. - С. 169-177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/taven_2020_1_23
3. Бойко А. Планування регіонального розвитку в Україні // Вісник КНТЕУ. – 2017. – № 1. – С.19–35
4. Pomaza-Ponomarenko A. L. Guidelines of the improvement of the state policy of territorial development / A. L. Pomaza-Ponomarenko // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. - 2015. - Вип. 2. - С. 215-219. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU_2015_2_32
5. Дурман М.О. Альтернативні моделі формування та реалізації державної регуляторної політики та їх співвідношення зі стратегіями економічного розвитку територій. Публічне управління та митне адміністрування. Серія: «Державне управління». № 1 (24). 2020. С. 29-35. DOI <https://doi.org/10.32836/2310-9653-2020-1.6>

6. Чикаренко І. А., Маматова Т. В. «Розумна спеціалізація» як цільовий орієнтир стратегічного розвитку територіальних громад // Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities. – Collective monograph. – Poland: Publishing House «Baltija Publishing», 2019. – С. 406-420

7. Коваленко М.А. Регіональний менеджмент. Херсон. «Олді-плюс». 2004. 304 с.

8. Санжаровський І. Боврон Б., Вігода А., Девідсон Г. Розроблення та впровадження стратегічного плану розвитку регіону. К. Вид-во К.І.С. 2008. 214 с.

9. Дурман М.О. Політико-економічна модель лібертаріанства та можливість її застосування в Україні: регуляторний аспект. Публічне управління та регіональний розвиток. ЧНУ ім. Петра Могили. №7 (2020). Миколаїв. 2020. С. 109-124. DOI: <https://doi.org/10.34132/pard2020.07.05>

10. Дурман М.О., Дурман О.Л. Економічні теорії та державна регуляторна політика: механізми та інструменти реалізації Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VIII(37), I.: 223, 2020 Feb. URL: https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/hum_viii_223_37.pdf. DOI: <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-223VIII37-11>

11. Толуб'як В. С. Єдність державного регулювання і стратегічного управління: аспект сталого розвитку регіонів. Інвестиції: практика та досвід, 2018. № 10. С. 83-87.

12. Керівництво зі стратегії досліджень та інновацій для смарт спеціалізації. Спільний дослідницький центр Європейської Комісії. URL: <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/s3-guid>

13. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Угода від 27.06.2014. Ідентифікатор 984_011. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/984_011

14. Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 932. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/932-2015-%D0%BF>

15. Про внесення змін до порядків, затверджених постановами Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 і 932: Постанова Кабінету Міністрів України від 14.11.2018 № 959. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/959-2018-%D0%BF>

16. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/385-2014-%D0%BF>

17. Ковальчук В. Нові підходи до управління соціально-економічним розвитком регіонів. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. № 1. 2015. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2015_1/8.pdf
18. Даудова Г., Ковальчук В., Курносов О. Стратегічний менеджмент як інструмент підвищення управління фінансами в Україні. Актуальні проблеми державного управління. Випуск 2 (56). 2019. С. 65-73
19. Гесць В. Скрипніченко М., Соколик М. Секторальні макромоделі прогнозування економіки України. Економіст. 1998 № 3. С. 14–18.
20. Ковальчук В. Системне моделювання процесів прийняття управлінських рішень. Вісник Університету банківської справи, випуск №3 (24). 2015. С. 97 104. URL: <http://visnuk-archiv.ubs.edu.ua/article/view/97665/93142>
21. Дурман М. О. Стратегія регуляторної політики як один з інструментів реалізації стратегії розвитку адміністративно-територіальної одиниці. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління: зб. наук. пр. / Нац. ун-т цив. захисту України. – Харків: НУЦЗУ, 2019. С. 18-34.
22. Blakely E. Planning local economic development. Thousands Oaks Ca., USA: SAGE Publications, 1994. 376 p.
23. Малига В. Стратегія як основа реалізації державної регуляторної політики. Вісник Львівського університету. Серія юридична. 2015. Випуск 61. С. 30-36
24. Форми реалізації державною економічної політики. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: https://kodeksy.com.ua/gospodars_kij_kodeks_ukraini/statja-9.htm
25. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2017 році: Закон України від 20.12.2016 № 1791-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/1791-19>

1.2. Макроекономічна аналітика розвитку вітчизняної сфери послуг у ретроспективному і перспективному аспектах

О. М. Посаднєва

На теперішній час сфера послуг є однією з найперспективніших галузей економіки, що розвивається досить швидкими темпами. Вона охоплює широке поле різних видів економічної діяльності: торгівля, транспорт, громадське харчування, фінансові послуги, операції з нерухомістю, юридичні послуги та ін. Практично всі організації в тій чи іншій мірі або надають, або отримують послуги. Питання аналітичного оцінювання діяльності суб'єктів господарювання, що надають послуги, завжди є актуальним і необхідним, оскільки сфера послуг формує доволі значну частину ВВП нашої держави і у динаміці її питома вага зростає.

Питанням розвитку сфери послуг наразі присвячена доволі велика кількість публікацій. Це пояснюється зростаючим інтересом вчених до сфери послуг, яка останнім часом розвивається більш швидкими темпами, ніж сфера виробництва товарів. Проблемам аналізу розвитку та регулювання діяльності суб'єктів господарювання у цій сфері приділено увагу в працях українських вчених, таких як: О. В. Герасименко, О. А. Корольов, В. Л. Рабчук, Б. М. Данилишин, В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук, І. М. Євдокимова, А. Ф. Мельник, Н. Ю. Мардус, Л. А. Янковська, Н. В. Янченко та ін.

З підвищенням потреб суб'єктів господарювання паралельно з традиційними видами послуг постійно створюються нові види, виникнення яких зумовлюються наступними чинниками:

- розвиток міжнародної торгівлі, що також зумовлює зростання експорту та імпорту послуг;
- науково-технічна модернізація промислових процесів призводить до вивільнення робочої сили, що поглинається сферою послуг і, як наслідок, розширюється;

- закриття підприємств реального сектору економіки через фінансово-економічні і політичні кризи у державі також сприяє вимушеному працевлаштуванню скорочених або звільнених працівників у сфері послуг;

- необхідність виникнення «супутніх виробничих послуг», що надають можливість продавати товари разом з послугами, таким чином забезпечуючи зростання ВВП за рахунок розширення обсягів надання таких послуг.

Послуги розрізняються не тільки за типами, один і той же тип послуг також може варіюватися в розрізі користувачів послуг. Існує відмінність в способах надання послуг щодо різних груп споживачів. Так, відрізняються послуги, що надаються юридичним особам, та послуги, що споживаються фізичними особами. Перелік цих послуг за групами показаний у таблиці 1.

Таблиця 1

Розподіл різних видів послуг у розрізі користувачів послуг

Юридичні особи	Фізичні особи
Транспортні послуги	Побутові послуги
Послуги зв'язку	Послуги пасажирського транспорту
Будівельні послуги	Послуги зв'язку
Страхові послуги	Житлові та комунальні послуги
Фінансові послуги	Послуги установ культури
Банківські послуги	Рекреаційні послуги
Аудиторські послуги	Послуги фізичної культури та спорту
Комп'ютерні та інформаційні послуги	Медичні та ветеринарні послуги
Роялті і ліцензійні послуги	Послуги правового характеру
Юридичні послуги	Банківські, страхові та фінансові послуги
Державні послуги	Послуги освіти
Інші ділові послуги	Послуги торгівлі та громадського харчування
	Інші послуги

Джерело: Узагальнено і складено автором

Як видно з таблиці, послуги, що споживаються юридичними та фізичними особами, багато в чому тотожні, але мають ряд відмінностей.

Послуги, які надаються юридичним особам в основному мають економічний характер і спрямовані на збільшення прибутків або уникнення збитків (штрафних санкцій). Послуги ж, які надаються фізичним особам, більше спрямовані на задоволення особистих потреб і лише деякі (банківські, страхові та фінансові послуги) мають економічний характер.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що послуги – це економічна діяльність, що безпосередньо задовольняє особисті потреби членів суспільства, домашніх господарств, потреби різного роду підприємств, об'єднань, організацій, суспільні потреби або потреби суспільства в цілому, не втілені в матеріально-речовій формі.

Згідно з аналізом типів послуг, проведеним вище, можна стверджувати, що діяльність з надання послуг, крім економічної спрямованості, має також соціальну спрямованість. Тому більшість галузей, що надають послуги, утворюють соціальну сферу.

Підприємництво в соціальній сфері пов'язане із здатністю окремих осіб (фізичних або юридичних) нагромаджувати необхідні ресурси з метою капіталізації нових: під час впровадження нових технологій, а також з визначенням незайнятих ринкових ніш, впровадженням нових форм і методів управління розвитком даного напрямку діяльності.

Через відмінність функцій, що виконує соціальна сфера, можна виділити два основних види діяльності:

- галузі, що задовольняють фізичні потреби населення (торгівля, громадське харчування, транспортні послуги, фінансові послуги, побутове обслуговування та ін.);

- галузі, що задовольняють духовні потреби (наука, культура, спорт, охорона здоров'я, рекреаційні послуги та ін.).

З огляду на це, соціальна сфера має як економічне, так і соціальне значення для розвитку суспільства. Соціальна роль полягає в підвищенні рівня і умов життя людей, а економічна – в наданні послуг, необхідних для відтворення робочої сили та зростання продуктивності праці.

Впродовж двох останніх десятиліть послуги є одним з секторів світової економіки, що розвивається більш динамічно. У світовій економіці спостерігається постійне зростання частки сфери послуг в сукупній валовій доданій вартості (далі – ВДВ), яка в даний час складає близько 70% від її загального обсягу і значно перевищує частку сфери виробництва товарів. Таке співвідношення є характерним як для економічно розвинених країн, так і для країн, що розвиваються, де значення даного показника складає відповідно 75% і 50% [7, с. 23].

В Україні швидкий розвиток сфери послуг почався у 90-ті роки: у зв'язку з скороченням державного фінансування соціальних програм збільшилася частка платних послуг населенню та організаціям, з'явилося багато нових видів послуг (бухгалтерські, аудиторські, фінансові, інформаційні послуги та ін.), посилилася конкуренція між підприємствами сфери послуг (табл. 2).

Таблиця 2

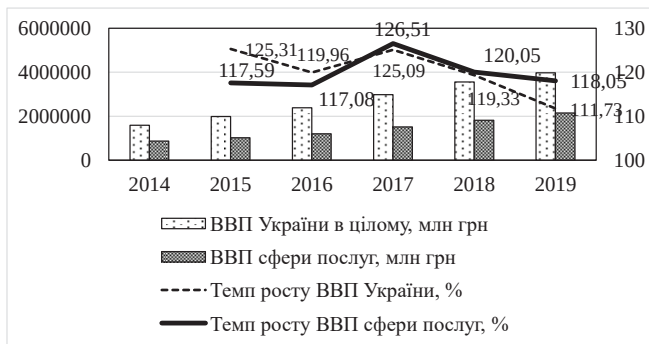
Структура ВВП товарів і послуг в Україні за 2014 – 2019 рр., %

Роки	ВВП України	ВВП за галузями, які надають послуги	з них: ¹				
			торгівля і роздрібна торгівля; послуги з ремонту	транспорт та зв'язок	операції з нерухомим майном	освіта	інші види діяльності
2014	100	54,80	26,87	11,60	11,40	8,75	41,38
2015	100	51,43	26,79	13,20	12,03	8,09	39,89
2016	100	50,20	26,57	13,09	12,19	7,43	40,72
2017	100	50,77	27,07	12,62	11,33	8,79	40,18
2018	100	51,07	25,95	12,50	11,33	8,72	41,50
2019	100	53,96	24,52	12,34	11,25	8,04	43,86

¹ ВВП послуг прийнято за 100%

Таблиця складена за даними джерела [4]

Виходячи з даних таблиці, можна зробити наступні висновки: частка послуг у економіці країни протягом 6 років є стабільної і становить 50% - 55%. Найбільшу питому вагу у ВВП послуг займає торгівля (24% - 27%) і транспорт (11% - 12%). У динаміці, обсяги надання послуг також зростають (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка ВВП України з урахуванням динаміки
ВВП сфери послуг у 2014 – 2019 роках**

Складено за даними джерела [4]

Виходячи з даних рисунку, можна зробити наступні висновки: протягом 2014 – 2019 років обсяги надання послуг постійно збільшуються за усіма видами економічної діяльності, найбільший випуск послуг спостерігається у торгівлі та транспорті у порівнянні з іншими галузями. Однак, збільшення обсягів надання послуг у торговельній діяльності для нашої країни не завжди є позитивним показником. Не дивлячись на те, що частка вироблених товарів та ресурсів в економіці теж динамічно зростає, на даний період в нашій країні спостерігається негативні явища, які відображаються в зупиненні виробництва і звільненні працівників. Це, в свою чергу, спонукає населення до пошуку робочих місць в інших сферах, частіше за все у сфері торгівлі. Наслідком цього є існуюча на сьогоднішній день велика кількість торгових посередників, що призводить до вагомого зростання цін на товари.

На фоні існуючих структурних зрушень у вітчизняній економіці, сфера послуг стала привабливою для підприємців, через те що деякі види діяльності

даної сфери практично не вимагають великого стартового капіталу. Наслідком цього є постійне збільшення обсягів послуг як в кількісній, так і в якісній характеристиці.

Аналогічні тенденції були характерні в цей період і для інших структурних показників як України, так і багатьох країн світу, які і визначили в результаті структурні зміни в світовій економіці. Наприклад, в найрозвиненіших країнах світу частка зайнятих у сфері послуг в даний час складає більше 70% від загальної чисельності зайнятих в економіці, а частка виробничих фондів основних галузей даної сфери перевищує 60% [2].

На сьогоднішній момент майже вся торгівля, транспорт, ресторанний бізнес, операції з нерухомістю та фінансова діяльність є комерціалізованими, а освіта і охорона здоров'я – навпаки у своїй більшості мають комунальну та державну форму власності, хоча майже половина об'єктів охорони здоров'я знаходяться у приватній власності. Дані показники свідчать про подальше становлення та розвиток приватного бізнесу в нашій державі.

Досить високий ступінь комерціалізації деяких видів економічної діяльності є позитивним фактором через те, що фінансовий результат діяльності суб'єктів господарювання приватної форми власності набагато кращий за аналогічний показник у суб'єктів господарювання у тому ж виді економічної діяльності, що мають державну або комунальну форму власності. У багатьох випадках суб'єкти сфери послуг, які відносяться до державної або комунальної власності, взагалі мають від'ємний фінансовий результат, що є негативним фактором розвитку даних видів діяльності.

Також негативним фактором діяльності суб'єктів сфери послуг, починаючи з 2014 року, стали кризові явища у вітчизняній економіці спричинені війною на сход країни, закриттям на той час домінуючого ринку експорту для вітчизняної продукції (ринку Російської Федерації), девальвацією національної грошової одиниці.

Ці фактори не могли не позначитися на результатах діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання (табл. 3).

Таблиця 3

Чистий прибуток (збиток) підприємств України за видами економічної діяльності у
2014 – 2019 роках, млн грн.

Галузі	Роки					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Усього за галузями економіки	-590066,9	-373516,0	29705,0	168752,8	288305,5	523779
За галузями, що надають послуги	-444911,3	-310610,5	-45729,7	21216,8	87140,3	274080,9
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-133219,5	-88161,0	-4841,8	25874,2	68809,8	108561,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-22591,6	-17847,8	7408,7	-16796,7	-24265,4	8421,8
Тимчасове розміщування й організація харчування	-6641,8	-6874,9	-1983,1	1773,5	2350,9	4245,6
Фінансова та страхова діяльність	-8567,5	-7162,2	-943,8	18142,1	23705,9	13697,1
Операції з нерухомим майном	-105425,7	-64369,0	-43900	-17551,2	-1551,6	44953,5
Освіта	62,5	80,6	76,8	96,1	138,3	318,4
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-1182,8	-1039,3	187,3	144,9	1022,4	1678,7
Надання інших видів послуг	-167345	-125237	-1733,8	9533,9	16930	92204,3

Таблиця складена за даними джерела [8]

Як видно з таблиці 3, прибутковим видом економічної діяльності, на який не впливає економічна криза, стабільно є освіта, однак фінансові результати діяльності освіти є досить незначними. Інші види діяльності у сфері послуг здебільшого у 2014 – 2016 роках отримували збитки, а починаючи з 2017 року (окрім транспорту і операцій з нерухомістю) вже отримували прибутки.

Взагалі сфера послуг вважається більш прибутковою ніж діяльність у реальному секторі економіки, оскільки собівартість надання послуг є набагато нижчою за собівартість у виробничій діяльності, оскільки матеріальні витрати є незначними. Якщо виділяти найбільш прибуткові види сфери послуг, то ними є (рис. 2):



Рис. 2. Структура загального обсягу чистого прибутку суб'єктів сфери послуг за видами економічної діяльності у 2019 році, %

Складено за даними джерела [8]

Найприбутковішими видами діяльності є торгівля (39,61% усіх прибутків), професійна діяльність (25,19%), операції з нерухомістю (16,4%) і фінансова діяльність (5%). При цьому фінансовий результат у суб'єктів господарювання, що знаходяться у приватній власності є набагато вищий ніж фінансовий результат суб'єктів господарювання аналогічного виду діяльності, що знаходяться у державній або комунальній власності.

Взагалі сфера послуг є дуже залежною від макроекономічних змін у економіці держави, також доволі сильним фактором впливу на діяльність у сфері послуг є інфляційні очікування.



Рис. 3. Індекс ВВП України і індекси основних показників діяльності сфери послуг на макрорівні у 2014 – 2019 роках*

Складено за даними джерел [4; 8]

З рисунку 3 видно, що загальний випуск товарів і послуг в Україні щільно корелюється з загальним обсягом наданих послуг у країні за визначений період, у той час як між отриманими прибутками (збитками) зв'язок не прослідковується.

Для розуміння кореляції між ВВП України в цілому і ВВП сфери послуг доцільним є здійснення кореляційно-регресійного аналізу їх взаємозалежності. За результатами кореляційно-регресійного аналізу за 6 років (2014 – 2019 роки) коефіцієнт кореляції r дорівнює 0,995, що означає, що взаємозв'язок між ВВП України в цілому і ВВП сфери послуг є дуже щільним.

Згідно даних Міністерства фінансів України за три квартали 2020 року ВВП України зменшився на 5,3% у порівнянні з попереднім роком [3], а прогнозні показники свідчать про зростання реального ВВП у 2021 році на 4,6% у порівнянні з 2020 роком [5]. Якщо застосувати прогнозне зростання ВВП по Україні в цілому до прогнозу зростання ВВП сфери послуг отримаємо наступні результати (рис. 4).



Рис. 4. Прогнозне зростання ВВП сфери послуг у 2020 – 2023 рр.

Джерело: Розраховано автором на основі даних джерел [3; 5]

Як видно з рис.4 у 2020 році мало відбутися деяке падіння надання обсягів послуг через вимушений локдаун весни і інші карантинні обмеження, пов'язанні з поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками. У 2021 році очікується деяке пожвавлення економіки і зростання реального ВВП, виходячи з цього обсяги надання послуг також мають зрости. Прогноз обсягів надання послуг повністю базувався на прогнозі ВВП України, який був затверджений Постановою Кабінету Міністрів України №671 від 29.07.2020 р. [6]. Однак факт отримання саме такого ВВП є дуже спірним, оскільки МВФ у жовтні 2020 року оприлюднило прогноз падіння реального ВВП України у 2020 році на 7,2%, у 2021 році – зростання на 3% (вітчизняний прогноз – зростання на 4,6%), а у 2025 році – зростання на 4% [1].

Оптимістичні прогнози Уряду можуть не справдитися, а це призведе як до зростання дефіциту державного бюджету, так і до викривленого фінансового планування діяльності суб'єктів господарювання, які керуються державними макропрогнозами.

Література

1. World Economic Outlook (October 2020). *International Monetary Fund*. URL : [https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2020/October/English/ TablesA.ashx](https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2020/October/English/TablesA.ashx) (дата звернення : 28.01.21).
2. World Economic Situation and Prospects 2018. *United Nations publication*. URL : <https://www.un-ilibrary.org/content/books/9789213628829> (дата звернення : 26.01.21).
3. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2020. *Міністерство фінансів України*. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення : 27.01.21).
4. Виробництво та розподіл валового внутрішнього продукту за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 26.01.21).
5. Основні прогнозні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки. *Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України*. URL : <https://www.me.gov.ua/ Documents/Detail?lang=uk-UA&id=77059300-efc0-4c61-8a67-3974e0cd27a5&title=PrognozEkonomichnogoI SotsialnogoRozvitkuUkraini> (дата звернення : 27.01.21).
6. Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.07.2020 р. №671. Дата оновлення: 29.07.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення : 28.01.21).
7. Структурні трансформації у світовій економіці: виклики для України : аналіт. доповідь / за заг. ред. В. Сіденко . Київ: Заповіт, 2017. 182 с.
8. Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2010-2019 роки. *Державна служба статистики України*. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/size_20.htm (дата звернення : 26.01.21).

1.3. Передумови формування ринку туризму в сфері оздоровлення

*Н. В. Шандова,
О. С. Билим*

Світова економіка випробовує глобальні зміни, змінюється роль і структура галузей у загальносвітовому ВВП, сектор послуг стає джерелом зростання економіки. В структурі національної економіки багатьох країн ключовим сектором економічної діяльності стає туризм, який виступає важливим джерелом інвестицій у сфері громадських робіт, будівництва, транспорту, агропромислового комплексу, всієї сервісної галузі. Економічна система сучасного туризму безпосередньо впливає на ефективність робіт багатьох підприємств і організацій всіх форм власності і практично всіх галузей національної макроекономіки.

Але в умовах пандемічної кризи сектор туризму на цей час є одним з найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, який впливає як на пропозицію, так і на попит на поїздки. Це створює додатковий ризик ослаблення світової економіки, геополітичної, соціальної й торговельної напруженості, а також нерівномірної роботи на ринку виїзного туризму, що, в свою чергу, примушує економічних агентів шукати шляхи оптимізації туристичного продукту, придивлятися до нових ринкових ніш і ретельніше аналізувати соціально-економічні тенденції в країні. У теперішній час, так зване «вікно можливостей» відкриває ринок внутрішнього оздоровчого туризму, потенціал якого тільки починає розкриватися.

Україна, зважаючи на своє географічне розташування і рекреаційні ресурси, має вигідну позицію і потенціал розвитку внутрішнього оздоровчого туризму. Але сьогодні повноцінний ринок оздоровчого туризму в українському туристичному просторі відсутній, не виявлено його особливості, невизначеним є місце даного виду туризму в українській туристичній галузі та його перспективи в контексті пропозиції ринку спеціалізованих туристичних продуктів. У зв'язку з цим актуальним стає дослідження передумов

формування ринку оздоровчого туризму та впливу його на економічний стан країни.

Згідно даним Всесвітнього банку лише 15 % економічного росту країни формується матеріальними та фізичними ресурсами, 20 % – природним капіталом, а 65 % забезпечується за рахунок трудового, соціального капіталу. Тобто, головним фактором економічного розвитку є людський потенціал, збереження якого можливе за рахунок виходу на стандарти забезпечення послугами охорони здоров'я, що характерні для розвинених країн.

Дослідження провідних міжнародних організацій і великих промислових підприємств в області керування людським капіталом показують, що ефективність виробництва все більшою мірою починає залежати від стану здоров'я співробітників, яке суттєво впливає на мотивацію й ефективність їх діяльності, лояльність, швидкість реакції на позаштатні ситуації, адаптивність виконавців до нових завдань, продуктивність праці і т.д. Реалізація заходів щодо збереження професійного здоров'я працівників підприємств свідчить про розуміння роботодавцем значимості фактору здоров'я, оскільки всі пропущені співробітником через хворобу робочі дні й години дорого обходяться підприємствам і суспільству в цілому. Статистичні дослідження показують, що в країнах Європи кожний євро, що інвестований у програми здоров'я, дозволяє компаніям заощадити 3 євро в майбутньому [1].

Представлені в літературі результати теоретичного й емпіричного аналізу вказують на зв'язок між здоров'ям і рівнем національного доходу. Збільшення ресурсу «здоров'я», так само як і збільшення людського капіталу, являє собою як причину, так і наслідок економічного росту в державі. Механізм впливу економічного росту на здоров'я населення представляється очевидним: підвищення рівня національного доходу потенційно визначає більш високий рівень видатків на охорону здоров'я, більш широкі можливості освіти й більш високу якість продуктів харчування [2, 3].

В дослідженні Р. Howitt наведено результати взаємодії між здоров'ям і економічним ростом, які проявляються у наступному:

- підвищення продуктивності праці працівників у результаті поліпшення їх здоров'я;

- зниження норми амортизації сукупних здібностей у результаті подовження середньої тривалості життя;

- підвищення ефективності навчання й стимулювання інноваційних підходів як характерної риси для здоровіших людей [4].

За даними досліджень [5], у результаті реалізації рекреаційно-оздоровчих заходів збільшується середньорічна продуктивність праці від 0,2 до 0,5 % (залежно від галузі народного господарства), причому, у перший місяць після активного відпочинку в період відпустки продуктивність праці зростає на 15–25 %, надалі вона знижується й через 4–8 місяців досягає початкового рівня. Відповідно до результатів інших досліджень, у санаторно-курортній установі людина в 3–4 рази частіше й в 1,5–2 рази швидше відновлює працездатність. У результаті рівень захворюваності знижується в 2–4 рази [6].

Поняття «здоров'я населення» можна розглядати також як статистичне, таке, що характеризується комплексом показників (рівнем народжуваності, рівнем смертності і дитячої смертності, середньою тривалістю життя, темпами приросту та втрати населення та ін.) [7]. У цьому контексті отримувані суспільні вигоди пов'язані з впливом здоров'я на соціально-демографічні процеси, що відбуваються в суспільстві, а також охопленням ним більшої частини сфер життєдіяльності різних суспільних груп і соціально-економічних інститутів. Більш того, здоров'я населення впливає на дух нації. Як правило, у державах, які змогли забезпечити своєму населенню умови для реалізації потреби в здоров'ї, спостерігається загальне позитивне мислення, перевага конструктивних елементів ментальності й системи цінностей. У зв'язку із цим одним з найважливіших завдань держави є проведення політики, спрямованої на охорону й поліпшення здоров'я населення, а також створення умов для поліпшення здоров'я своїх громадян.

Вигоди, отримувані підприємствами та організаціями від збереження професійного здоров'я являють собою не тільки передумови для збільшення

продуктивності праці, поліпшення добробуту працівників, але й умови стійкого розвитку підприємств. Саме тому все більшу актуальність на промислових підприємствах, організаціях, установах здобувають питання організації процесів забезпечення здоров'я працівників в рамках робочого простору й за його межами. Значимість здоров'я на робочому місці й у неробочий час (в умовах повсякденного побуту) передбачає відновлення працівників до наступного трудового процесу, стає об'єктом спеціальних досліджень у зв'язку з постійно зростаючими фізичними, психологічними й інтелектуальними навантаженнями, що характеризують сучасне виробництво, та вимагає відповідно збільшення зусиль на поточне відновлення здоров'я і його зміцнення в цілому.

У літературі присутній широкий перелік емпіричних даних, що відображають результати впровадження різних програм збереження здоров'я на підприємствах, які доводять зростання фізичної активності працівників у процесі їх реалізації залежно від поліпшення показників здоров'я та ін. У найбільш повному виді огляд отриманих результатів представлений у звіті ВОЗ (ВОЗ/ВЕФ) від 2008 року. Також емпірично доведено, що в працівників зростає задоволеність від роботи, спостерігається більш висока працездатність протягом робочого дня, зростають продуктивність праці й заробітна плата, зменшуються помилки в роботі й знижується стрес. Однак, основні вигоди працівників аналізуються через призму таких показників, як ріст очікуваної тривалості життя або QALY (quality-adjusted life-year - показник змін у стані здоров'я, який використовується при прийнятті рішень про розподіл ресурсів в охороні здоров'я).

На рис. 1 систематизовані основні вигоди, одержувані на всіх основних ієрархічних рівнях суспільства, що виникають при реалізації програм здоров'я.

Здоров'я – ця необхідна умова для активної й нормальної життєдіяльності людини. Однак прискорення науково-технічного прогресу й пов'язані з ним процеси урбанізації, індустріалізації, автоматизації виробництва спричиняють не тільки позитивні, але й негативні наслідки для здоров'я й життя. Негативні

наслідки укладаються в тому, що відбулося зниження функціональних можливостей людського організму, що проявляються в погіршенні діяльності найважливіших систем його життєзабезпечення. Відзначається значний ріст захворюваності населення, а також виникнення нових, більш небезпечних хвороб.

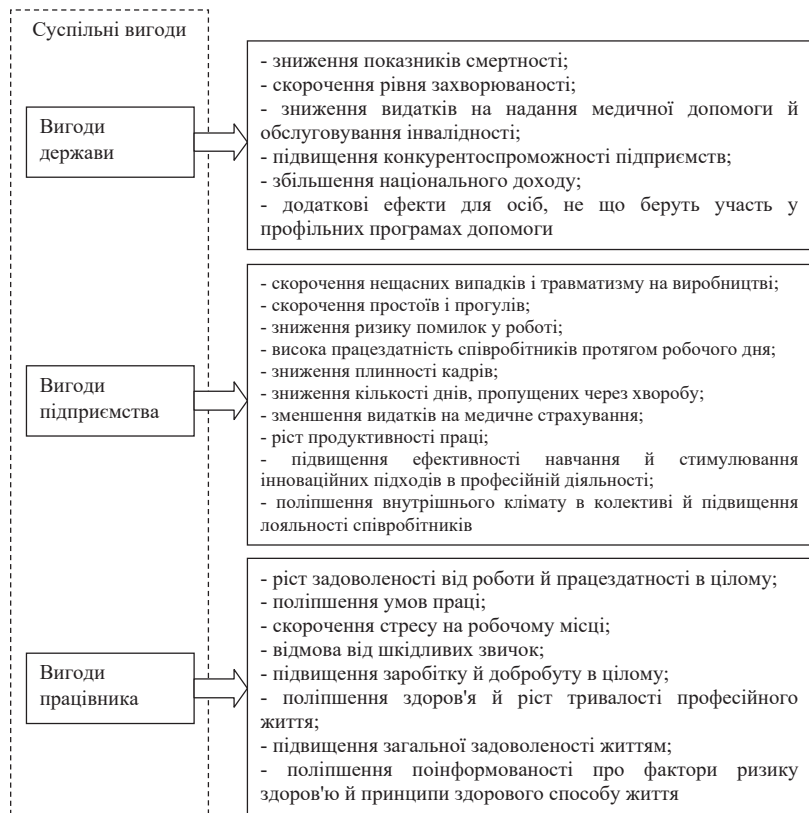


Рис. 1. Вигоди ієрархічних рівнів суспільства, що виникають при реалізації програм здоров'я

Джерело: складене з використанням [8], [9])

Сучасна людина постійно випробовує стресові навантаження, що приводить до фізичної й розумової втоми, старіння організму й, як наслідок, до різних захворювань. Проблема забезпечення здоров'я зростає у зв'язку з погіршенням екологічної обстановки у нашій країні й у всьому світі, що в цілому знижує якість здоров'я працездатного населення й майбутніх поколінь працівників.

Стан здоров'я населення України вимагає підвищеної уваги суспільства. Відповідно до дослідження американського аналітичного журналу The Daily Signal, в 2016 році населення України скоротилося на 170 тисяч громадян, це фактично означає, що рівень смертності в країні в півтори рази перевищує рівень народжуваності [10]. Держстат України також наводить статистику: тенденція «повільної смерті» в Україні фіксується починаючи з 1993 року. На першому місці серед найпоширеніших причин передчасної смерті в країні називають серцево-судинні захворювання (68%), на другому місці - ракові пухлини (18%), з меншим відсотком далі йдуть проблеми із травленням, алкогольні отруєння й туберкульоз [11]. Більш коротка, в порівнянні з іншими розвиненими країнами, тривалість життя населення, висока поширеність соціально значимих захворювань пояснює прагнення населення використати альтернативні можливості для поліпшення здоров'я.

Сьогодні здоров'я для кожної людини стало заставою повноцінного, щасливого й тривалого життя. Турбота про здоров'я, підвищення життєвої активності стали невід'ємною частиною сучасної системи цінностей. Зростає кількість людей, що прагнуть підтримувати гарну фізичну форму, а при необхідності вчасно одержувати якісну медичну допомогу. Природно, з'являються соціальні суб'єкти, що надають оздоровчі, лікувально-реабілітаційні й медичні послуги. Територіальна локалізація залежить від природних, історико-культурних і соціально-економічних особливостей країн і територій [12].

Наведені дослідження дозволяють припустити, що більш масштабне впровадження різних форм відпочинку, зокрема, форм оздоровчо-лікувального

відновлення, що реалізуватиметься в межах туризму в сфері оздоровлення, буде сприяти зниженню захворюваності, покращенню якості життя, зменшенню втрат по тимчасовій непрацездатності, підвищенню продуктивності праці та ін.

Сьогодні існує низка факторів, що стають поштовхом для розвитку внутрішнього туризму в сфері оздоровлення в Україні:

- скасування концепції безкоштовної медицини для населення;
- збільшення навантаження на систему охорони здоров'я в умовах зростання епідемій атипічної пневмонії, грипу, коронавірусної інфекції Covid-19;

- підвищення пенсійного віку населення;
- несприятливі тенденції в стані здоров'я населення;
- орієнтація на концепцію здорового способу життя;
- наявність різноманітних природних лікувальних ресурсів;
- наявність інфраструктури лікувально-оздоровчого туризму;
- традиції використання відпусток для оздоровлення.

Детальний аналіз різноманітних факторів, що впливають на розвиток туризму сфери оздоровлення, дозволяє сформулювати основні цілі його стратегічного розвитку:

- підвищення рівня здоров'я й тривалості життя населення, зниження смертності шляхом забезпечення широкого доступу до послуг оздоровчого туризму;

- підвищення якості життя населення;
- відродження в'їзного й внутрішнього масового туризму;
- просування вітчизняного оздоровчого туризму на світовий ринок,

підвищення його конкурентоспроможності;

- розвиток спеціалізованих природно-рекреаційних територій, підвищення інтересу до місцевої культури;
- створення додаткових робочих місць;
- розвиток регіонів за допомогою збільшення кількості туристів.

Дослідницький інтерес до туризму в сфері оздоровлення має економічне і соціокультурне походження. У першому випадку туризм розглядається як сегмент ринку, у другому – як форма духовного й фізичного відтворення. Саме в цьому напрямку може будуватися концепція туризму в сфері оздоровлення.

За визначенням, прийнятим ООН в 1954 році, туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межі постійного місця проживання.

У матеріалах Всесвітньої конференції по туризму, проведеної Всесвітньою туристичною організацією в 1981 році в Мадриді, туризм був визначений як один з видів активного відпочинку, що представляє собою подорожі, чинені з метою пізнання тих або інших районів, нових країн, та в ряді країн сполучаються з елементами спорту. Туризм як соціально-економічне явище стали розглядати після Гаазької міжпарламентської декларації по світовому туризму 1989 року, тобто, не тільки як подорожі осіб, але і як сферу послуг, що створює можливості для здійснення таких подорожей.

Основою правового регулювання туризму є норми, розроблені Статистичною комісією ООН 1993 року, а також Рекомендації зі статистики туризму Всесвітньої туристичної організації, на основі яких туризм визначають як діяльність осіб, що подорожують і здійснюють перебування в місцях за межами їх звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими й іншими цілями.

Найбільш поширеним є визначення туризму, що дає В. А. Квартальнов [13], який визначає його як тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або місцевість у межах своєї країни у вільний час із метою одержання задоволення й відпочинку, в оздоровчих, гостьових, пізнавальних або професійно-ділових цілях, але без заняття оплачуваною роботою у відвідуваному місці.

Незважаючи на різноманітність трактувань туризму, як в офіційних документах [14, 15], так і в наукових дослідженнях [16, 17, 13, 18, 19], йому завжди приписується оздоровча функція.

Згідно із Всесвітньою організацією охорони здоров'я, здоров'я - це «ступінь, у якому індивідуум або група здатні реалізувати устремління й задовольнити потреби, а також змінити або впоратися з навколишнім середовищем. Здоров'я – це ресурс для повсякденного життя, а не ціль життя; це позитивна концепція, що підсумовує соціальні й особисті ресурси, а також фізичні можливості». В преамбулі Статуту Всесвітньої організації охорони здоров'я надане поняття здоров'я як «стан повного фізичного, широсердечного й соціального благополуччя, а не тільки відсутність хвороби і фізичних дефектів» [20]. Ґрунтуючись на даному визначенні, можна дійти висновку, що оздоровлення, тобто заходи щодо підтримки здоров'я в повному благополуччі приведуть до попередження захворювань і продовженню активного довголіття людини.

Таким чином, туризм в сфері оздоровлення характеризується можливістю реалізації цілей оздоровлення шляхом здійснення подорожі туристом у його вільний від роботи час та отримання комплексу послуг фізичного, духовного та соціального оздоровлення, що надаються у місцевості, що не пов'язана з місцем постійного проживання та має необхідний для цього комплекс туристичних ресурсів [21].

Складовими оздоровлення в туризмі є:

- фізичне оздоровлення, тобто забезпечення достатньої м'язової активності, яке сприятиме профілактиці захворювань, підвищенню імунітету й загального тонуусу організму;
- духовне оздоровлення, тобто забезпечення позитивних емоційних переживань від збільшення обсягу знань, розширення кругозору й діапазону соціокультурних знань;
- соціальне оздоровлення, тобто забезпечення відчуття цілісності свого внутрішнього світу, повноти власного буття.

Більша частина різних видів туризму є рекреаційною по своїй природі. Однак досить часто при класифікації туризму в якості його видів, пов'язаних з оздоровленням людини, він розглядається в окремих випадках як лікувально-

оздоровчий [15], в інших – як лікувальний [14], а в третіх – як медичний [22] або просто оздоровчий туризм [23].

Дослідження ознак ідентифікації понять «оздоровчий туризм», «Wellness-туризм», «лікувально-оздоровчий» і «медичний туризм» дозволяє виділити форми туризму в сфері оздоровлення за пріоритетом у виборі споживачем в частині лікувальної складової програми оздоровлення (мотивація та цілі вибору подорожі), технологіями надання послуг (туристичні послуги, провайдери оздоровчих послуг, система знань і умінь персоналу) та практиками здійснення туризму (туристично-рекреаційні ресурси, роботи й послуги, що сприяють реалізації та споживанню туристичних послуг) (рис. 2).

Як видно з рис. 2, туризм в сфері оздоровлення включає два напрями реалізації послуг оздоровлення: оздоровчо-профілактичний та оздоровчо-лікувальний. Розмежування напрямів здійснюється за часткою лікувальної складової в бажаній програмі оздоровлення.

Оздоровчо-профілактичний напрям охоплює оздоровчий туризм і Wellness – туризм. Оздоровчо-лікувальний напрям містить лікувальний і медичний туризм. Види туризму в сфері оздоровлення - оздоровчий туризм, Wellness – туризм, лікувальний і медичний відрізняються технологіями надання послуг.

Практика здійснення туризму виражається у різноманітних формах. Формами здійснення оздоровчого туризму є неструктуровані форми рекреації, асоційовані зі здоров'ям (походи, спортивно-туристичні подорожі, морські подорожі та ін.), що культивуються в даній місцевості на основі автентичного, або місцевого досвіду.

Здійснення Wellness – туризму відбувається з використанням SPA–технологій, талассо-терапії, йоги, аюрведичних практик, акупунктури, медитації, дієт, Fitness, подорожей, скандинавської ходьби та ін.

Лікувальний туризм реалізується в санаторно-курортних закладах з використанням методів санаторно-курортного лікування.



Рис. 2. Структура туризму в сфері оздоровлення

Джерело: розроблено авторами

Медичний туризм реалізується за допомогою клінічної практики: в умовах стаціонару - пацієнтові надається комплексна медична послуга в умовах медичного закладу (такі пацієнти називаються inpatients); або в амбулаторному режимі - у медичному закладі пацієнт одержує тільки необхідні медичні послуги (такі пацієнти називаються outpatients).

В доповнення до наведеної структури туризму в сфері оздоровлення видається доречним уточнення туризму в сфері оздоровлення, яке полягає в наступному: туризм в сфері оздоровлення характеризується можливістю реалізації цілей оздоровлення шляхом включення лікувальної складової в програму оздоровлення при здійсненні подорожі туристом у його вільний від роботи час і отримання комплексу послуг фізичного, психологічного, духовного та соціального оздоровлення за спеціальними технологіями надання

послуг та практиками здійснення на основі автентичного, або місцевого досвіду, що надаються у місцевості, що не пов'язана з місцем постійного проживання та має необхідний для цього комплекс рекреаційних, оздоровчих і лікувально-медичних ресурсів.

Дане визначення туризму в сфері оздоровлення має всі ознаки самостійного виду діяльності, який у загальному виді містить у собі ціль, засоби, сам процес і результат. Ознаками туризму в сфері оздоровлення як самостійного виду діяльності є:

- цільове призначення. Ціллю даного виду діяльності є – надання послуг, пов'язаних з оздоровленням, профілактикою або лікуванням захворювань при здійсненні подорожі туристом у його вільний від роботи час (залежно від вибору частини лікувальної складової програми оздоровлення формується напрямок оздоровлення);

- ресурсна база – для реалізації цільової спрямованості туризму в сфері оздоровлення використовуються рекреаційні (природні, історико-культурні, лікувальні (мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами [24])) ресурси, які можуть викликати позитивні зрушення в стані здоров'я людини;

- спеціалізована інфраструктура – для організації туризму в сфері оздоровлення потрібна наявність специфічної медичної матеріально-технічної бази для проведення операцій, реабілітації, наступного моніторингу, а також обладнання для підтримки зв'язків зі своїми партнерами і зацікавленими сторонами, здійснення телеконсультацій для повторних відвідувань і т.д.;

- кадрове забезпечення – у туризмі сфери оздоровлення потрібна наявність не тільки фахівців широкого профілю в області рекреації, але й висококваліфікованого медичного персоналу зі знанням іноземних мов, а також фахівців-менеджерів – консультантів по медичному продукту;

- комбінація природних і лікувальних факторів – туризм у сфері оздоровлення реалізується в умовах дестинації, де сполучаються природно-

кліматичні й профільні курортні лікувальні ресурси, аюрведичні практики, а також технологічна медицина; з метою досягнення позитивних зрушень у стані здоров'я потрібна певна тривалість перебування, що обумовлює необхідність наявності готельного господарства, від якості сервісу послуг якого залежать психологічні аспекти оздоровлення;

- результатом даного виду діяльності є комплекс послуг оздоровчо-профілактичного або оздоровчо-лікувального напрямку, затребуваний споживачами й призначений їм для продажу.

Таким чином, сутність туризму в сфері оздоровлення як самостійного виду діяльності виражається в сукупності певних ознак, достатніх для досягнення забезпечуваного результату даним видом туризму. Дані ознаки є істотними, тому що вони впливають на можливість одержання очікуваного результату, тобто перебувають у причинно-наслідковому зв'язку із зазначеним результатом. Очікуваний результат являє собою характеристику ефекту, що об'єктивно проявляється при споживанні послуг туризму в сфері оздоровлення.

Література:

1. Working well. A Global Survey of Health Promotion and Workplace Wellness Strategies. Buck Consultants, International Health Consulting, Cigna, Pfizer and World data Work, 2010. 245 p.
2. Deaton A. Health, Inequality, and Economic Development. *Journal of Economic Literature*. 2003. 41 (1). P. 113–158.
3. Weil D. N. Accounting for the Effect of Health on Economic Growth. *National Bureau of Economic Research, Working Paper Series*, No. 11455.
4. Howitt P. Health, human capital, and economic growth: A Schumpeterian perspective. *Health and economic growth: Findings and policy implications*, 2005. P.19- 40.
5. Папенков К.В. Резервы общественного производства. Вопросы теории и практики. Москва : МГУ, 1985. 143 с.
6. Пузыня К.Ф. Проблемы совершенствования управления в системе охраны здоровья населения регионов. *Здравоохранение/ 2004*.
- Пузыня К.Ф. Сущность и экономические проблемы развития социальной сферы. *Проблемы и опыт совершенствования управления и повышения эффективности функционирования учреждений и предприятий социальной сферы*: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2003. 340 с.

7. Большая медицинская энциклопедия / Под ред. Б.В. Петровского. Москва : Советская энциклопедия, 1974. 1988с.
8. Strittmatter A. Health and economic development—evidence from the introduction of public health care. *Journal of Population Economics*. 2013. Vol. 26. P. 1549–1584.
9. Tu H.T., Mayrell R.C. Employer Wellness Initiatives Grow, but Effectiveness Varies Widely. Washington : National Institute for Health Care Reform, 2010. 116 p.
10. Peterson N. Amid War, Ukraine's Population Continues to Dwindle. URL: <https://www.dailysignal.com/2017/02/21/ukraines-population-continues-to-dwindle/>
11. Демографічний щорічник «Населення України за 2014 рік». Київ, Державна служба статистики України, 2015. 118 с.
12. Ветитнев А.М., Романова Г.М., Торгашева А.А. Влияние цели поездки на удовлетворенность туристов лечебно-оздоровительными услугами. *Известия СГУ*. 2013. № 3.
13. Квартальнов В. А. Туризм. Москва : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
14. Офіційний сайт World Tourism Organization (UNWTO). URL : <http://unwto.org/>
15. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 року №324/95-ВР. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
16. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 86 с.
17. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг : монографія / за ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2013. 223 с.
18. Любіцева О. О. До питання термінології в туризмі. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 3. С. 7-10.
19. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
20. Офіційний сайт Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я. Статут ВООЗ адміністрації URL : <http://www.who.int/governance/eb/constitution/ru/>
21. Shandova N. Investigation of organizational and management specifics of health tourism development. *Technology audit and production reserves*. 2017. № 3/5 (35). P. 4–8.
22. Global Healthcare Travel Council. URL : <https://globalhtc.org/page/our-mission>
23. Міжнародний портал оздоровчого туризму. URL : <http://www.intmedtourism.com/en/news/523.html>
24. Про курорти : Закон України від 05.10.2000. №2026-III. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БАГАТОРІВНЕВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

2.1. Сучасні інструменти цифрової економіки

Д. О. Карлюка

Сучасне поняття цифрової економіки в світі формується і трансформується останні двадцять п'ять років, і до сих пір у середовищі науковців немає консенсусу, що слід розуміти під цим явищем. Адже саме поняття «цифрова економіка (Digital Economy)» розвивається разом з технологічними та інформаційними інноваціями, поширенням доступу до мережі Internet, мобільних технологій, блокчейна і «Інтернету речей».

Четверта промислова революція на думку багатьох вчених в якості головної складової частини передбачає розвиток цифрової економіки, та взаємозв'язок такої економіки з сучасним етапом розвитку інформаційних Інтернет технологій які вже застосовуються у всіх сферах господарювання.

Для економістів на даному етапі стало об'єктивно необхідним досліджувати закономірність розвитку цифрової економіки в великому циклі Кондратьєва. Адже дослідження матеріального і нематеріального змісту сучасного продукту цифрової економіки дозволяє зробити висновок про те, що вона на сучасному етапі розвитку суспільства стає драйвером розвитку продуктивних сил, вимагає інституційного регулювання та організації економічних відносин на макро- та мікро-рівні.

Сучасні трактування дозволяють розглянути цифрову економіку як етап розвитку суспільства - нову систему, яка за допомогою сучасних інструментів дає можливість зменшити фінансові турбулентності і вирішити глобальні економічні проблеми. Поняття «цифрова економіка» з'явилося в середині 90-х років XX –сторіччя у роботі Tapscott, 1996: [1]. Загалом автори які

досліджували поняття Digital Economy у цілому писали про визначення цифрової економіки як «економіки, заснованої на цифрових технологіях» [2].

Технологічний мейнстрім 1990-х років (поява WorldWideWeb (www)), в США та Європі привів до того що в трактуванні цифрової економіки [2; 3; 4] дослідники ставили на чільне місце застосування інтернет-технологій в економіці що стали свого роду рушієм інновацій того часу. Перехід до поняття цифрова економіка відбувався на протиставленні більш раннім концепціям, таким як «інформаційна економіка» і пов'язане з ним більш широке поняття «інформаційне суспільство». Автори більш пізніх робіт визначають мобільні і бездротові мережі [4] як основу, інформаційно-комунікаційної інфраструктури країни та цифрової економіки а також безпосереднє використання хмарних технологій і технологій роботи з великими даними [5], або ж звертаються до більш загального поняття «цифрові технології».

Разом із тим здійснення торгових операцій через мережу Інтернету, створення глобальних торговельних площадок (маркетплейсів) таких як Amazon, Alibaba, Ebay, також бралися науковцями до уваги і тим самим увійшли у визначення цифрової економіки. Ділова активність, яка заснована на ІТ-технологіях, була згадана як компонент цифрової економіки в доповіді Міністерства торгівлі США «The Emerging Digital Economy» [6], а також в [7].

За більш пізніми дослідженнями Дона Тапскотта [8], цифрова економіка охоплює два типи економічної активності.

Перший тип - інформаційний - має на увазі виконання базових завдань, таких як завантаження статичної інформації на мережеві ресурси.

Другий тип, пов'язаний з комунікаціями, включає види діяльності, які стали доступними завдяки Інтернету.

Особливого значення «цифрова економіка» набула в 2020 році, який показав необхідність трансформації всіх секторів економіки в умовах пандемії, та можливості дистанційної діяльності за допомогою сучасних мобільних технологій. Завдяки «Цифровізації» суспільно-економічної сфери країни

з'явилися нові можливості — для безперервності виробничої діяльності, дистанційного навчання, творчості, відпочинку. Змінилося ставлення до інформації яка надається споживачам за допомогою комп'ютерних технологій і ця трансформація відбувається нині:

Зараз науковці [7, 8] виділяють чотири основні складові цифрової економіки які вимагають застосування сучасних інформаційних інструментів:

1) Цифрові продукти і послуги. До даної групи відносять інформаційні продукти, що створюються за допомогою використання цифрових технологій, а також типи послуг, в основному поставляються в цифровому вигляді (тобто інформаційні сервіси в режимі онлайн, банківські послуги онлайн, продаж програмного забезпечення, електронна освіта та ін.).

2) Змішані цифрові продукти і послуги. Дана група пов'язана з використанням цифрових технологій в діяльності організацій, при роздрібному дистанційному продажі та доставці, наданні дистанційних послуг користування матеріальних ресурсів реальних послуг і товарів (наприклад, бухгалтерські послуги, продаж товарів, бронювання номерів у готелях, а також супутній маркетинг).

3) Виробництво товарів або послуг, що критично залежать від інформаційних технологій (ІТ). Ця група включає виробництво реальних товарів, у процесі якого вирішальне значення має застосування інформаційних технологій (такі категорії товарів, які створені під програмне керування, або виробництво товарів під керуванням інформаційних систем), послуги, надання яких знаходиться в критичній залежності від інформаційних технологій (наприклад, велошерінг, або складні технічні проекти).

4) Сегмент ІТ-індустрії, який обслуговує три розглянутих сегмента цифрової економіки. Тут розглядаються продукти і послуги ІТ-сектора, які в основному призначені для обслуговування трьох вищезгаданих компонентів цифрової економіки. Сюди включаються виробники мережевого та комунікаційного обладнання а також персональних обчислювальних пристроїв

(комп'ютерів, планшетів, смартфонів), фірми, що займаються ІТ-консалтингом та сервісом комунікаційних послуг у тому числі теле- і радіомовлення.

Нажаль не існує чіткої межі, яка дозволила б чітко віднести ті чи інші види економічної активності до «цифрової економіки». У багатьох роботах [7, 9; 10], і ми поділяємо з авторами цю думку, що в сучасних умовах до цифрової економіки треба відносити у принципі будь-які види діяльності, засновані на цифрових технологіях. Кожне з них додає нові компоненти до категорії «Застосування / споживання ІТ». Таким чином, цифрова економіка повинна розглядатися як щось більше, ніж цифровий сектор. Найширші визначення відносять до цифрової економіки всі види економічної активності з використанням цифрових технологій.

Зараз цифрова економіка все більше переплітається з традиційною економікою, роблячи кордон між ними менш відчутним [2, 11], ускладнюючи процес розмежування між ними. Сутність проблеми полягає не стільки в нечіткості, скільки в масштабі явища: у міру того як все більше постачальників послуг, виробників готової продукції і навіть постачальників сировини задіють у своїй діяльності ІКТ, цифрова економіка в поточних визначеннях стає просто «економікою» з використанням ІКТ [12].

Відповідно «Цифровізацію» варто розглядати як інструмент, а не як самоціль соціально-економічного розвитку. За системного державного підходу цифрові технології стимулюватимуть створення робочих місць, підвищення продуктивності, темпів економічного зростання та якості життя громадян України.

17 січня 2018 року Кабінет Міністрів України затвердив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки № 67-р, яка є складовою частиною дієвої розбудови цифрової економіки Європи [13].

Так, у «Цифровій адженді України» та Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України сформульовано основні принципи цифровізації [14]. Дотримання цих принципів є визначальним для створення й

реалізації переваг, що їх надають цифрові технології та інструменти, та користування цими перевагами.

Принцип 1. Цифровізація повинна забезпечувати кожному громадянину рівний доступ до послуг, інформації та знань, що надаються на основі інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій.

Принцип 2. Цифровізація повинна бути спрямована на створення переваг у різних сферах повсякденного життя. Цей принцип передбачає підвищення якості надання послуг з охорони здоров'я та отримання освіти, створення нових робочих місць, розвитку підприємництва, сільського господарства, транспорту, захисту навколишнього природного середовища, сприяння подоланню бідності, запобігання катастрофам, гарантування громадської безпеки тощо.

Принцип 3. Цифровізація є інструментом економічного зростання шляхом підвищення ефективності, продуктивності та конкурентоздатності завдяки використанню цифрових технологій. Цей принцип передбачає досягнення цифрової трансформації галузей економіки, сфер діяльності, набуття ними нових конкурентних якостей та властивостей.

Принцип 4. Цифровізація повинна сприяти розвитку інформаційного суспільства та засобів масової інформації. Створення контенту, насамперед українського, відповідно до національних або регіональних потреб сприяє соціальному, культурному та економічному розвитку, а також зміцненню інформаційного суспільства та демократії в цілому.

Принцип 5. Цифровізація повинна орієнтуватися на міжнародне, європейське та регіональне співробітництво з метою інтеграції України до ЄС, виходу на європейський і світовий ринок.

Принцип 6. Стандартизація є основою цифровізації, одним із головних чинників її успішної реалізації.

Побудова лише на українських стандартах цифрових систем, платформ та інфраструктур, які мають бути використані громадянами, бізнесом та державою для участі, конкуренції та успіху у глобальній економіці та на

відкритих ринках, неприпустима. Винятком можуть бути відповідні програми у сфері оборони та безпеки, в яких застосування інших стандартів (національних, міждержавних) є аргументованим.

Принцип 7. Цифровізація повинна супроводжуватися підвищенням рівня довіри й безпеки.

Інформаційна безпека, кібербезпека, захист персональних даних, недоторканність особистого життя та прав користувачів цифрових технологій, зміцнення та захист довіри у кіберпросторі є, зокрема, передумовами одночасного цифрового розвитку та відповідного запобігання супутнім ризикам, їх усунення та управління ними.

Принцип 8. Цифровізація як об'єкт фокусного та комплексного державного управління.

Основними завданнями на шляху до цифровізації країни є корегування вад ринкових механізмів, подолання інституційних та законодавчих бар'єрів, започаткування проєктів цифрових трансформацій національного рівня та залучення відповідних інвестицій, стимулювання розвитку цифрових інфраструктур.

В економічній стратегії України 2030, Яку пропонує аналітичний центр “Український інститут майбутнього” - держава повинна стати ініціатором цифрових інновацій в Україні й активно брати участь у кожному етапі їх створення — від фінансування прикладних досліджень до формування нових ринків. Системна реалізація національних проєктів цифрових трансформацій — ключовий показник упровадження реальних структурних змін у таких сферах цифрової економіки:

1. Громадська безпека та захист;
2. Охорона здоров'я;
3. Система освіти;
4. Державне управління;
5. Електронне урядування;
6. Електронна ідентифікація;

7. Електронна демократія;
8. Екологія та охорона навколишнього середовища;
9. «Розумні» міста (смарт-сіті);
10. Електронні платежі та розрахунки (cashless economy);
11. Соціальна сфера;
12. Електронна митниця;
13. Електронна комерція;
14. Нові методи роботи, цифрові робочі місця [14].

На сучасному етапі кожна сфера просувається в напрямку широкого застосування технологій та інструментів цифрової економіки, наприклад забезпечення патрульної поліції, планшетами з онлайн доступом до бази порушень, створення ЄДР правопорушень, використання в рамках «Розумні» міста» (смарт-сіті) систем відео нагляду і забезпечення громадської безпеки, в рамках електронної демократії – голосування за проекти громадських бюджетів в містах за допомогою онлайн доступу з електронною ідентифікацією.

Великим проривом для признання проблеми розвитку цифрової економіки в Україні стала поява Міністерства цифрової трансформації яке було створено згідно з постановою Кабінету міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856 [15]. Головним досягненням Міністерства на даному етапі можна вважати розробку та введення в дію в 2020 році проєкту «Цифрова держава», що згодом об'єднає всі відомства в єдину зручну й дієву онлайн-систему, зокрема застосунку «Дія» <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.gov.diia.app&hl=uk&gl=US> в якому усі потрібні документи в одному місці, у вашому смартфоні та єдиного порталу «Дія» <https://diia.gov.ua/> — єдиного порталу, де можна отримати всі державні послуги онлайн.

На місцевому рівні в Україні отримує все більш широке поширення концепція «Розумного міста», «Безпечного міста» або «Електронного міста» (Smart City, Safe City, E-City), наприклад: ініціатива Kyiv Smart City <https://www.kyivsmartcity.com/> об'єднує киян, бізнес, активістів та владу міста задля перетворення Києва на інноваційне, цифрове та прогресивне місто. Її

основна мета – підвищити ефективність всіх міських служб шляхом застосування інформаційно-комунікаційних технологій, тим самим розширюючи «вузькі місця» і усуваючи надмірність в генерації і використанні інформації. Smart City – це глибоко інтегрована система, що складається з багатьох підсистем, в які входять різні функціональні компоненти, кожен з яких може одночасно використовуватися в багатьох підсистемах [16]. Основні підсистеми Smart City:

- інтелектуальна транспортна система (ITS);
- геоінформаційна система (GIS);
- електронна поліція (ePolice);
- підсистема безпеки (Safe City);
- електронна освіта (eEducation);
- електронна охорона здоров'я (eHealth) [17].

Цифрова економіка як глибоко інтегрована система передбачає широке використання сучасних технологій, зокрема аналіз великих масивів даних (Big data), індустріального Інтернету речей та Інтернету речей (IIoT/IoT), хмарних обчислень, квантових технологій, NBIC-конвергенції (конвергенції нано- біо- інфо-та когнітивних технологій), адитивного виробництва, роботизації та інших так званих наскрізних інформаційних технологій і технологій інформаційної безпеки в таблиці 1 наведено перелік основних технологій цифрової економіки.

Таблиця 1

Сучасні технології цифрової економіки

Технологія	Характеристика
Блокчейн (BlockChain)	В перекладі з англ. “blockchain” або “block chain” - вибудований за певними правилами безперервний послідовний ланцюжок блоків, що містять інформацію. Ате краще давати визначення виходячи з призначення технології блокчейн. Блокчейн був спроектований в рамках вирішення цілком конкретного завдання, а саме - як побудувати децентралізовану (без єдиного центру управління) фінансову систему, коректність роботи якої могла б перевірити будь-яка людина. Виходячи з цього, можна визначити блокчейн як спосіб зберігання і узгодження бази даних, копія якої є у кожного учасника.

Технологія	Характеристика
Штучні нейронні мережі (Artificial neural networks, ANN)	Обчислювальні системи, натхнені біологічними нейронними мережами, що складають мозок тварин. Такі системи навчаються задач (поступально покращують свою продуктивність на них), розглядаючи приклади, загалом без спеціального програмування під задачу. Нейронні мережі – основа області машинного навчання, яка у наші часи допомогла зробити великий прорив у багатьох речах, починаючи з гри в Го та Покер з живими гравцями, та закінчуючи безпілотними автомобілями
Інтернет речей (Internet of things, IoT)	Обчислювальна мережа, що з'єднує віртуальний світ і різні фізичні об'єкти реального світу (домашня побутова техніка, промислове обладнання, верстати), що оснащені вбудованими цифровими технологіями для взаємодії як один з одним в форматі M2M (міжмашинна комунікація), так і з зовнішнім середовищем, а також такі, що здатні без участі людини коригувати і перебудовувати економічні та суспільні процеси. Спілкування між об'єктами віртуального і реального світів здійснюється через численні датчики за допомогою обміну, аналізу і обробки даних, що дозволяють приймати відповідні рішення як з участю, так і без участі людини. Інтернет речей нерідко розглядається як новий (другий) етап розвитку Інтернету:
Цифровий маркетинг (Digital marketing)	Це використання різних способів просування продукту в широкі маси з використанням цифрових каналів. Digital Marketing - це сукупність інструментів просування, при яких задіяні цифрові канали. Він не тождесний інтернет-маркетингу, оскільки включає в себе такі канали, як телебачення, радіо і навіть зовнішня реклама. Інтернет-маркетинг еволюціонував в цифровий (digital) маркетинг, в якому використовуються комплексні методи on-line-стратегії, розробки сайтів та мобільних додатків, креативу і коштрайтингу, контекстної реклами і SMM, а також інших інтерактивних продуктів. Найбільш популярні форми цифрових каналів: пошукове просування: контекстна і тизерна реклама; медійна і банерна: просування в соціальних медіа і блогах; створення мобільних додатків для смартфонів, планшетів та інших носіїв: вірусна реклама.
CRM&BPM	CRM - система для продажу: готові процеси для управління всіма типами угод. Bpm-online CRM об'єднує можливості системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та системи управління бізнес-процесами (BPM). Це перше прикладне рішення, розроблене на платформі bpm-online.
Grid-технології	Grid обчислення - це географічно розподілена інфраструктура, яка об'єднує множину різних типів, доступ до яких користувач може отримати з будь-якої точки, незалежно від місця їх розміщення. Grid надає колективний розподілений режим доступу до ресурсів і до зв'язаних з ними послугами в рамках глобально-розподілених організацій (підприємства які спільно використовують глобальні ресурси, бази даних, спеціалізоване програмне забезпечення, хмарні сервіси).

Джерело: складено автором

Використовуючи новітні технології, цифровізація змінює картину конкуренції і розмиває існуючі межі секторів економіки. Перехід до цифрової парадигми сьогодні диктується цифровими лідерами – Google, Apple, Facebook, Amazon, Tesla – і, відповідно, його значимість визначається рівнем очікувань «клієнтів нового цифрового покоління», які звикли не тільки до постійної доступності послуг, але і до високої швидкості їх доставки (отримання). Тому зусилля ІТ-компаній, постачальників обладнання та програмного забезпечення, а також інноваційних стартапів спрямовані насамперед на зміну форми, в якій клієнтам пропонуються існуючі інструменти, продукти і послуги. Ґрунтуючись на тому, що клієнти швидко звикають до рівня цифрового обслуговування, пропонуються рішення, які краще задовольняють їхні потреби, підвищують доступність, забезпечують зручність використання і персоналізують послуги, враховуючи індивідуальні характеристики споживача і його інтереси.

В умовах цифрової економіки операції здійснюються в електронному вигляді, що призводить до створення віртуальних взаємин між бізнес-партнерами та іншими суб'єктами віртуального ринку в рамках бізнес-моделей B2B (Business-To-Business»), B2C (Business-To-Consumer) і B2G (Business-To-Government). Так, в світі щорічний оборот електронної торгівлі «B2C» становить 1,4 трлн доларів США, електронна торгівля між компаніями досягає 16 трлн доларів США.

Для отримання вигоди від цифрової економіки урядовим та бізнес-організаціям України необхідно врахувати чотири елементи.

Одним з інструментів є поєднання у цифровому робочому місці практично всіх технологій, які люди використовують для виконання роботи в сучасному робочому середовищі. Цифровим робочим місцем можуть бути як бізнес-застосунки, так і електронна пошта, засоби миттєвих повідомлень, корпоративні соціальні мережі та інструменти для проведення віртуальних зустрічей.

Пристрої доступу. Необхідно забезпечити для працівників вибір найефективнішого способу отримання доступу до використовуваних ними

бізнес-застосунків. Смартфони та планшети стають усе необхіднішими, тому організаціям і компаніям потрібно переглянути свої стратегії щодо використання пристроїв відповідно до нових потреб.

Інфраструктура комунікацій. Надійність зв'язку залишається однією з найважливіших вимог у контексті цифрового робочого місця як в офісі, так і поза ним. Саме зв'язок є запорукою ефективного функціонування комунікаційних технологій, бізнес-застосунків та застосунків для спільної роботи, які є рушійною силою сучасних бізнес-процесів. Корпоративні мережі повинні бути обладнані для опрацювання аудіо-, відео- та інших даних, що передаються одночасно, як у мережі компанії, так і поза нею.

Бізнес-застосунки. Надання працівникам доступу до бізнес-застосунків, незалежно від місця та часу, підвищує продуктивність і підтримує співпрацю з колегами, партнерами та клієнтами. Такі застосунки надають миттєвий доступ до необхідної важливої інформації, допомагаючи віртуальним командам злагоджено працювати та ефективно взаємодіяти. Платформи для спільної роботи та управління базами знань набувають вирішального значення. Вони уможливають централізоване зберігання проєктних документів, забезпечують легкий доступ до них і дають членам команди змогу співпрацювати при внесенні змін до файлів, їх перегляді та обміні в режимі реального часу.

Телекомунікаційні інструменти робочого місця. Інструменти робочого місця значною мірою впливають на мотивацію та продуктивність працівників. Інколи електронної пошти й телефонних дзвінків може бути недостатньо, наприклад у разі залучення віддаленого експерта або в ситуації роботи вдома. Суттєвою перевагою є технології зв'язку, які забезпечують присутність у режимі реального часу та дають можливість проводити насичені онлайн-зустрічі, зокрема аудіо-, відео- та веб-конференції.

Найбільш розповсюдженими практичними інструментами цифрової економіки в світі на даний момент вважаються хмарні програмні інструменти Office 365 від Microsoft та Google Workspace.

Microsoft Office 365 — це платний хмарний власницький інтернет-сервіс і програмне забезпечення компанії Microsoft, що розповсюджується за схемою «програмне забезпечення + послуги» (Software + Services). Пакет призначений для використання в компаніях — від малого бізнесу до великих підприємств.

Google Workspace (попередні назви *G Suite* та *Google Apps for Work* або *Google Apps for Your Domain*) — це пакет спеціалізованого хмарного програмного забезпечення й інструментів для спільної роботи від компанії Google, доступний за передплатою. За даними Google, пакетами G Suite користуються понад 5 мільйонів організацій у всьому світі, зокрема 60 % компаній зі списку Fortune 500.

У підсумку варто зазначити, сучасні інструменти цифрової економіки широко використовуються на рівні держави, сучасним бізнесом і організаціями традиційної економіки. Традиційні ланцюжки створення цінності руйнуються, а міжгалузеві кордони стираються. Банки, ритейл, промислові компанії, дистрибуція, виробництво, державні установи тощо крок за кроком стають технологічними компаніями та організаціями. Бізнес, міста та навіть цілі країни стають «цифровими». Через впровадження інтелектуальних та цифрових функцій змінюється цінність продуктів та послуг, а фізичні процеси та дані, котрі стали «цифровими» та «хмарними», — перетворюються на сервіси та стають частиною «цифрової» економіки.

Не дивлячись на масштабність науково -практичних здобутків, що вже є наявними, все ж важливо, в майбутньому, провести дослідження спрямовані на розробку інструментів та механізмів роботи цифрової економіки для того щоб сформувати нову цифрову реальність в Україні.

Література

1. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York, NY: McGraw-Hill, 1996
2. Expert Group on Taxation of the Digital Economy. Brussels: European Commission. 2013. Режим доступу: http://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/gen_info/good_governance_matters/digital/general_issues.pdf

3. Elmasry T. et al. Digital Middle East: Transforming the Region into a Leading Digital Economy. New York: McKinsey & Company, 2016. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/middle%20east%20and%20africa/digital%20middle%20east%20transforming%20the%20region%20into%20a%20leading%20digital%20economy/digital-middle-east-final-updated.ashx>
4. Australia's Digital Economy: Future Directions. Canberra: Department of Broadband, Communications and the Digital Economy, 2009
5. G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative. Режим доступа: <http://www.g20.utoronto.ca/2016/g20-digital-economy-development-and-cooperation.pdf>
6. Margherio L. et al. () The Emerging Digital Economy. Washington, DC: Department of Commerce. - 1999. - Режим доступу: http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/emergingdig_0.pdf
7. Brynjolfsson E., Kahin B. Understanding the Digital Economy: Data, Tools, and Research / E. Brynjolfsson, B. Kahin (eds). Cambridge: MIT Press, 2000.
8. Don Tapscott, The Digital Economy Anniversary Edition: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, McGraw-Hill, 2014. ISBN 0-07-183555-5.
9. Advancing Australia as a Digital Economy: An Update to the National Digital Economy Strategy. Canberra: Department of Broadband, Communications and the Digital Economy. 2013. - Режим доступа: <http://apo.org.au/node/34523>
10. Dahlman C., Mealy S., Wermelinger M. Harnessing the Digital Economy for Developing Countries. Paris: OECD, 2016.
11. The Digital Economy. Paris. Режим доступа: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf>
12. Каргін Б.Б. Впровадження інноваційних інформаційних технологій у діяльність промислових підприємств. -Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04-Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).-ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, 2019.
13. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р Київ, Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text/>.
14. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою Український інститут майбутнього Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

15. Питання Міністерства цифрової трансформації Постанова Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856 Київ Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919>
16. Шалагинов Алексей Концепция Smart City от «А» до «Я» / Интернет-издание infoCOM.UZ — Информационно-коммуникационные технологии Узбекистана - 18 февраля 2017, Режим доступу:: <http://infocom.uz/2017/02/18/koncepciya-smart-city-ot-a-do-ya/>
17. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки / Інноваційна економіка – 5-6'2018 [75] Науково-виробничий журнал Режим доступу: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/305/367>
18. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf
19. Целостная модель трансформации в цифровой экономике - как статья цифровыми лидерами / В. П. Куприяновский. А. П. Добрынин. С. А. Синягов; Д. Е. Намиот / International Journal of Open Information Technologies. -2017.-vol. 5, no. 1.-С. 26-33.

2.2. Адаптивне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища

С. А. Латкіна

Особливістю ринкової економічної системи є нестабільність, яка може мати різну природу і обумовлюватися цілим комплексом чинників. Відображаючи об'єктивні закономірності розвитку економічної системи, нестабільність суттєво ускладнює діяльність підприємств, дезорієнтує у виборі стратегічних пріоритетів, обґрунтуванні моделей управлінської політики, підходів до її формування і реалізації [1].

Розвиток вітчизняної економіки в значній мірі залежить від результатів складних еволюційних процесів адаптації економічної середовищем нових базових технологій, що включають технології управління підприємств. Ресурсне забезпечення підприємства має базуватися на ефективній, сучасній методології та інноваційних підходах до управління, розподілі обмежених економічних ресурсів, що дозволить досягти лідерства в створенні і використанні нових технологій при виробництві продукції та її переробці.

Досліджуючи сутнісні характеристики існування соціально-економічних систем стає очевидним, що кожен економічний суб'єкт зберігає стан свого звичного функціонування тільки до тих пір, поки не починає відчувати на собі вплив змін економічного середовища, примушують її до адаптації через інноваційний розвиток. Ті з суб'єктів, які не в змозі адаптуватися, змушені використовувати механізми ліквідації (держава може посприяти в адаптації, у тому числі через процедуру банкрутства, але тільки за певних умов).

При аналізі складних об'єктів, що вимагають системного підходу, першорядне значення набувають вибір інформації та метод побудови їх адекватної моделі, що характеризує основні зв'язки і співвідношення між елементами об'єктів в процесі цілеспрямованого функціонування складних систем. Серйозний внесок у дослідження та розвиток даного напрямку склали роботи таких вітчизняних та російських вчених як А. Е. Абрамешин [2],

В. А. Забродський [3], Р. М. Лепа [4], та ін. Серед зарубіжних вчених можна відзначити роботи наступних авторів: І. Ансофф, Р. Акофф, Д. Водачек, О. Водачек, П. Дойль, П. Друкер, Ф. Котлер, Е. Менсфілд, П. Сенге, Б. Твісс, Р. Фостер, К. Фрімен, М. Хучек, Й. Шумпетер та ін. Вище переліченими авторами вирішено ряд завдань методологічного, теоретичного та прикладного характеру. Науковцями ґрунтовно розкрито сутність адаптивного управління, підходи до побудови адаптивних управлінських систем, запропоновано критерії оцінки ефективності їх реалізації тощо. Однак, певною мірою поза увагою залишаються окремі аспекти забезпечення адаптації підприємств саме в умовах значного потенціалу макроекономічної нестабільності.

Мета дослідження полягає в розгляді особливостей адаптивного управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища, обґрунтувати загальні методологічні принципи формування моделей адаптації з урахуванням невизначеності.

Діяльність будь-якого підприємства визначається специфікою зовнішнього середовища, яке являє собою складну соціально-економічну систему і формується під впливом комплексу чинників. Дуже часто зовнішнє середовище характеризують специфікою міжфакторних взаємозв'язків, складністю, динамічністю, невизначеністю тощо. Саме здатність керівництва та менеджерів оптимізувати внутрішньоресурсний потенціал підприємства відповідно до зовнішніх параметрів і визначає його ефективність та конкурентоспроможність протягом визначеного періоду часу. Реалізація вказаного завдання в практичній площині неможлива без побудови відповідного організаційно-управлінського механізму, який би раціонально інтегрував усю сукупність управлінських підсистем і дозволяв підлаштовуватися під умови, що змінюються, тобто адаптуватися. Гнучкість, адаптивність є визначальними передумовами конкурентоспроможного розвитку сучасного підприємства [1].

В цілому, здатність адаптуватися в тих чи інших формах є похідною від сукупного потенціалу господарюючого суб'єкта і особливості середовища його

функціонування. Разом з тим, мають місце диспропорції розвитку як окремих організацій, галузей, так і регіонів, які є результатом зміни факторів зовнішнього впливу і ступеня залежності від цих факторів.

Розвиток підприємства і підвищення або хоча б підтримання на необхідному рівні його конкурентоспроможності в ситуації безперервної взаємодії з динамічною середовища можливо за рахунок активного використання методів адаптивного управління. Активне використання методів адаптивного управління дозволяє підприємству займати лідируючі позиції на ринку і домагатися на певному відрізку часу певних поставлених підприємством цілей. При цьому, підприємство, що використовує методи адаптивного управління, стикається зі значним ризиком, який характеризується невизначеним характером нововведень. Центральним моментом адаптивного управління є прийняття управлінського рішення щодо вибору та реалізації тієї чи іншої стратегії розвитку. Процес прийняття управлінських рішень за заданими критеріями є завданням адаптивного управління з елементами невизначеності, при вирішенні якої доводиться враховувати безліч чинників, виконуючи за короткий час обробку значних обсягів інформації. Методи адаптивного управління є необхідними інструментами, які дозволяють підвищити оперативність, точність і наукову обґрунтованість рішень цього завдання [5].

Різноманіття моделей адаптації підпорядковується, в першу чергу, закону виживання. Розуміючи під адаптацією адекватну ситуації зміну поточного стану якогось об'єкта, в т. ч. підприємства або його інноваційного розвитку для реалізації інноваційного процесу, під впливом мінливих умов середовища його існування, пропонується варіант класифікації можливих типів та видів адаптації інноваційного процесу на підприємстві (табл. 1) [5].

Особливості адаптивного підходу в системі управління підприємства пов'язані з розробкою та реалізацією найбільш результативних та оперативних стратегій відображення діючим підприємством та його мережевими структурами впливів середовища.

Таблиця 1

Класифікація видів і типів адаптаційного інноваційного розвитку

Ознака	Вид адаптації	Характерні особливості прояву в інноваційному процесі
За визначенням мети і предмета адаптації	Приватна (лінійна) адаптація	Розглядаються окремі чинники інноваційного розвитку (різні інноваційні проекти) без їх взаємного узгодження, не потребує докорінної перебудови існуючої схеми функціонування об'єкта
	Системна (багаторівнева) адаптація	Розглядаються в сукупності всі чинники інноваційного процесу на підприємстві, мають вплив на реалізацію інноваційних процесів щодо об'єкта адаптації, вимагає зміни існуючого підходу у вирішенні проблем, пере визначення пріоритетів, встановлення нових взаємозв'язків, перепланування операцій
За ініціативою та об'єктивними ознаками	Проблемна адаптація	«Ініціатор» процесу адаптації – формалізована проблема на шляху реалізації інновацій, отже, даний «подразник» необхідно нейтралізувати, усунути або пристосуватись до нього
	Комплексна адаптація	«Ініціатор» процесу адаптації – сам об'єкт адаптації, коли інновації не можуть бути розпочаті без попередньої підготовки, тому рішення задачі адаптації лежить в області реінжинірингу, зокрема, пов'язано з процесами структурної реорганізації підприємства
	Продуктова (результативна) адаптація	«Ініціатор» процесу адаптації – продукт виробництва, пропонується на ринку самим підприємством, отже, необхідні зміни в умовах внутрішнього середовища для отримання очікуваного рівня результатів на виході виробничої системи
За підходом до вирішення проблеми адаптації	Класична адаптація	Переважає вплив зовнішнього середовища на об'єкт адаптації інновацій, тому відповідна реакція – традиційний підхід пов'язаний зі зміною його внутрішнього середовища
	Програмна адаптація	Агресивний вплив зовнішнього середовища може бути компенсовано за рахунок внутрішньої активності об'єкта адаптації, що дозволяє йому виконати наближення до бажаного стану через використання відомого і існуючого в даний момент впливу факторів зовнішнього середовища
	Толерантна адаптація	Об'єкт, володіючи всім необхідним, може одночасно виступати в ролі суб'єкта управління. Це дозволить йому реалізувати підхід, що базується на передбаченні подій і передбаченні майбутньої ситуації за час попередження та прогнозування динаміки зміни ситуації, і стану об'єкта як системи

Джерело: розроблено автором на основі [5].

До адаптаційних заходів у системі управління належать:

- оптимізація рівня ризику прийняття рішення та маневрування ресурсами;
- використання економіко-математичних методів та моделей діагностики, що підвищують оперативність прийняття управлінських рішень;
- забезпечення високої маневровості та гнучкості цілей і стратегій розвитку підприємства за рахунок процесів пасивної та активної адаптації та ін.

Процеси активної адаптації підприємства безпосередньо пов'язані з механізмом адаптивного управління, а ефект антиципації – з процесами пасивної адаптації. Адаптивність підприємства співвідноситься з можливостями до самоорганізації підприємства як системи (змінюється структура та організація) та саморегулювання системи (змінюється спосіб регулювання). Активізація механізму оперативного контролінгу дає можливість оптимізувати у короткостроковому періоді співвідношення «витрати-прибуток» підприємства, а механізму стратегічного контролінгу – життєздатність системи у довгостроковому періоді [6].

При використанні традиційних підходів і методів для прогнозування економічних показників часто висувається гіпотеза про те, що основні тенденції і фактори, виявлені на передісторії, зберігаються протягом періоду, який прогнозується. Таким чином, процес екстраполяції виявлених закономірностей, тенденцій базується на припущенні про інерційність економічних систем, що аналізуються. Однак в останній час в умовах нестационарного зовнішнього середовища рухливість цих систем зростає.

Спостерігаються суттєві зміни в розвитку економічних відносин, зростає швидкість реакції на кон'юнктуру зовнішнього і внутрішнього ринків, на рішення влади тощо. В зв'язку з цим для прогнозування фінансових показників діяльності підприємства, необхідно використовувати адаптивні прогнозні моделі, а саме моделі експоненційного згладжування [7].

Як вже вище зазначено, в основі екстраполяційних методів прогнозування лежить припущення про те, що основні чинники та тенденції,

що мали місце у минулому, зберігаються в майбутньому. Збереження цих тенденцій – неодмінна умова успішного прогнозування. При цьому необхідно, щоб враховувалися лише ті тенденції, які ще не застаріли і досі впливають на досліджуваний процес.

При короткостроковому прогнозуванні, а також при прогнозуванні в ситуації зміни зовнішніх умов, коли найбільш важливими є останні реалізації досліджуваного процесу, найбільш ефективними виявляються адаптивні методи, що враховують нерівноцінність рівнів часового ряду.

Адаптивні моделі прогнозування – це моделі дисконтування даних, здатні швидко пристосовувати свою структуру і параметри до зміни умов.

Інструментом прогнозу в адаптивних моделях, як і в кривих зростання, є математична модель з єдиним фактором «час».

При оцінці параметрів адаптивних моделей на відміну від розглянутих раніше моделей «кривих зростання» спостереженнями (рівнів ряду) присвоюються різні ваги в залежності від того, наскільки сильним визнається їх вплив на поточний рівень. Це дозволяє враховувати зміни в тенденції, а також будь-які коливання, у яких простежується закономірність.

Всі адаптивні моделі базуються на двох схемах:

- 1) ковзного середнього (СС-моделі);
- 2) авторегресії (АР-моделі) [7].

У практиці статистичного прогнозування найбільш часто використовуються дві базові СС-моделі – Брауна і Хольта, перша з них є окремим випадком другого. Ці моделі представляють процес розвитку як лінійну тенденцію з постійно мінливими параметрами. У моделі Брауна і Хольта параметри згладжування характеризують ступінь адаптації моделі до зміни ряду спостережень. Вони визначають швидкість реакції моделі на зміни, що відбуваються в розвитку. Чим вони більше, тим швидше реагує модель на зміни. Зазвичай для стійких рядів їх величина велика, а для нестійких – менша.

У різних методах прогнозування використовується різний підхід до їх визначення. Їх можна взяти фіксованими, а найкраще значення визначити методом підбору, щоб помилка прогнозу на один крок вперед була найменшою [7].

Візуалізація процесів управління промисловим підприємством викликала необхідність їх формалізованого уявлення, а розгляд існуючих методів аналізу діяльності господарюючих суб'єктів ринкових відносин викликає особливу цікавість, тому що складає основу для дослідження проблем їх адаптації до активно мінливих умов середовища функціонування.

Тоді процедури алгоритму проведення адаптації можуть бути подані в такому модифікованому вигляді, що, у цілому, відображає послідовність вирішення комплексної задачі адаптивного управління:

- вироблення цільової орієнтації процесу адаптації;
- вибір об'єкта адаптації: уся організація або її окремі підсистеми (виробництво, логістика, маркетинг, фінанси, контролінг, загальне стратегічне управління), система управління, організаційна чи окремі структурні підрозділи, персонал та ін.;
- прийняття рішення про подальше функціонування об'єкта адаптації: ліквідація (у т. ч. і його реалізація), консервація, продовження функціонування – визначення умов;
- вибір змісту здійснення змін: реструктуризація або реорганізація, модернізація обладнання чи перекваліфікація персоналу, реалізація комерційних (наприклад, інноваційних або інвестиційних) чи некомерційних (наприклад, соціальних) проектів;
- формування системи показників очікуваних результатів з урахуванням галузевого й регіонального впливу: економічних, соціальних та ін.;
- розробка конкретного практичного механізму досягнення мети: на базі теорії застосовується закладений в існуючий механізм адаптивного управління інструментарій управління; на основі практики використовується інформація про існуючі технології та умови їх застосування;

- визначення комплексу планових робіт, оптимізація їх виконання за критерієм;

- визначення необхідних ресурсів для виконання комплексу запланованих робіт з наступною їхньою оптимізацією: окрім трудових і фінансових ресурсів;

- визначення оптимальної схеми залучення виконавців з паралельним розподілом відповідальності для виконання як усього комплексу запланованих робіт, так й окремих етапів і видів робіт;

- опрацювання фінансової реалізованості проекту: складання кошторису й бюджету проекту адаптації, визначення схеми та умов фінансового забезпечення проекту;

- оцінка перспективного стану об'єкта адаптації, визначення можливих умов, що вимагають ініціації нового процесу адаптації.

На кожному кроці цієї послідовності аналізується можливість подальшої реалізації: негативна відповідь на поставлене запитання дає вказівку на недостатнє опрацювання попередніх позицій алгоритму. Для першого рівня негативна відповідь означає недостатність вихідної інформації не стільки для прийняття управлінського рішення про цільове призначення адаптації, скільки для визначення її необхідності в принципі [8].

Безумовно, адаптація є складним процесом, вона неможлива без комплексного та системного стратегічного аналізу діяльності підприємства. Важливою особливістю адаптації в умовах значного потенціалу нестабільності є тимчасовий характер її цілей, оскільки непередбачуваність змін середовища завжди обумовлюватиме перегляд базових орієнтирів.

З огляду на це, ефективність адаптації визначається дотриманням ряду принципів [9]:

- принципу комплексності – передбачає врахування усіх сфер та аспектів діяльності підприємства;

- принципу системності – зумовлює необхідність застосування системного підходу до вивчення, аналізу та запровадження заходів по адаптації;

- принципу результативності – передбачає наявність кінцевого результату процесу пристосування;
- принципу ефективності – передбачає оцінювання бюджету адаптації та його порівняння з можливими втратами підприємства у випадку відсутності проведення заходів;
- принципу стратегічної спрямованості – орієнтація на забезпечення стійкості підприємства у довгостроковій перспективі;
- принципу контрольованості – враховує наявність контролю на усіх етапах проведення адаптаційних змін;
- принципу основної ланки – передбачає орієнтацію на першочерговий пошук і розв’язання основної проблеми.

Лише послідовна орієнтація на реалізацію зазначених принципів, незважаючи на їх загальний характер, може забезпечити реалізацію поставлених цілей в процесі адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища, вчасний перегляд цілей та внесення відповідних змін у ті чи інші підсистеми управління[1].

Таким чином, формування стратегій адаптації та побудова гнучких адаптивних систем управління підприємством в умовах ринкової, конкурентної економіки є об’єктивно необхідністю. Вивчення можливих способів реалізації адаптивного управління інноваційним розвитком дозволило запропонувати методику адаптивного управління, а також сформулювати цілі й завдання (загальні та приватні) щодо промислових підприємств.

Крім того, запропонована принципова схема адаптивного управління та відповідна послідовність реалізації технології стосовно здійснення цього виду управління, успішна реалізація якої приводить до зниження рівня ентропії підприємства як заходу збереження стійкості останнього до факторів мінливого зовнішнього середовища.

Література

1. Чулкова О.О. Адаптивне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища. *Сучасні підходи до управління підприємством* : матеріали VIII Всеукраїнська науково-практичної конференції. (Київ, 6-7 квітня 2017 р.). Київ, 2017. С. 35-38.
2. Инновационный менеджмент: учебник / Под редакцией д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. Москва, 2001. 272 с.
3. Забродский В. А., Кизим Н. А. Оценка финансовой устойчивости производственно-экономических систем : ученик. Харьков, 2000. 82 с.
4. Лепа Р. Н. Ситуационный механизм подготовки и принятия управленческих решений: методология, модели и методы: монография. Донецк: Юго-восток, ЛТД, 2006. 388 с.
5. Гринько Т. В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. №3. С. 94-97.
6. Кулик Н.М. Соколенко Т.М. Технологія адаптації у системі управління підприємством. *Економічний аналіз: зб. наук. Праць*. 2013. Том 14. №3. С.97-100.
7. Патлах В.С. Адаптивна модель прогнозування показників фінансового стану підприємства при загрозі банкрутства. *Сучасні напрями моделювання економіки в умовах інтеграції у світовий простір*: матеріали Всеукраїнської інтернет – конференції молодих вчених і студентів. Миколаїв, 2015. С.19-23.
8. Гринько Т. В. Підходи до організації адаптивного управління інноваційним розвитком промислових підприємств. 2012. URL: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/36ірник/2012-/Гринько.pdf>
9. Погорелов Ю.С. Моделювання розвитку підприємства . *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 10. С. 51–59.
10. Латкіна С.А., Остапюк О.В. Проектний підхід в управлінні підприємством. *Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті*: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса: ОДАБА. 2020. С. 146-149.

2.3. Формування та реалізація адаптивної стратегії просування товарів харчових підприємств на ринки збуту

О. В. Наумова

Низька конкурентоспроможність продовольчих товарів, виготовлених вітчизняними підприємствами, багато в чому обумовлюється безсистемним використанням в практиці управління методів і прийомів проведення маркетингових досліджень і планування асортименту, що випускається. В Україні маркетингові служби створено на більшості підприємств, що випускають продовольчі товари, проте коло виконуваних цими підрозділами функцій виявляється вкрай обмеженим і зводиться, в основному, до організації руху товару і доведення продукції до споживачів. При цьому робота за такими напрямками, як виявлення смаків та уподобань споживачів, визначення ємності ринку і його цільових сегментів, проектування інноваційної продукції на сучасних харчових підприємствах проводиться не в повному обсязі, що багато в чому визначає низьку ефективність харчового виробництва.

Аналіз попередніх досліджень, а також сучасної української практики свідчить про наявність галузей і виробництв, що успішно позиціонують себе на ринку і мають для цього достатні конкурентні переваги [1, 2, 3]. Вивчення досвіду роботи таких підприємств показує, що висока конкурентоспроможність і завоювання ринкової ніші є наслідком проведення глибоких маркетингових досліджень, спрямованих на формування ефективного асортименту.

Теорією і практикою маркетингу запропоновано цілий комплекс маркетингових досліджень, від ступеня глибини і системності реалізації якого залежить ефективність виробництва. Проте, в даний час своє вираження різноманітні види маркетингових досліджень на вітчизняних підприємствах не знаходять [4].

Отже, необхідне є обґрунтування підходів до стратегічного планування маркетингової діяльності аграрних підприємств в умовах трансформації

ринкового середовища. У рамках цієї проблеми особливо актуальним є завдання формування адаптивних стратегій та механізмів просування товарів у системі маркетингу харчових підприємств.

Актуальність дослідження проблем формування адаптивної маркетингової стратегії просування товарів підсилюється у зв'язку з відсутністю на харчових підприємствах комплексного механізму стратегічного управління маркетингом, чітких формулювань цілей, пріоритетів і критеріїв розвитку маркетингу, недостатнім застосуванням сучасних маркетингових технологій, домінуванням операційного маркетингу над стратегічним.

Мета цього дослідження полягає у обґрунтуванні теоретико-методичних засад й прикладних рекомендацій з формування й реалізації адаптивних стратегій і механізмів управління просуванням товарів у системі маркетингу харчових підприємств.

Економічна роль харчової промисловості в розвитку продуктивних сил країни визначається, насамперед тим, що вона бере участь у створенні матеріальних умов, необхідних для відтворення робочої сили й підвищення добробуту, забезпечуючи переважну частину потреб населення в продовольстві.

Харчова промисловість характеризується складною структурою. До її складу входять понад два десятки галузей із численними спеціалізованими виробництвами, загальною ознакою яких при всіх розходженнях (використовувана сировина, характер технології й т.д.) є призначення вироблюваної продукції. Однак, якщо одні галузі зайняті виробництвом готових харчових продуктів, безпосередньо споживаних населенням, те інші, наприклад борошномельна, маслоробна, випускають продукцію, що піддається подальшій переробці й одночасно може служити предметом особистого споживання. Особливості розвитку харчової промисловості визначають специфіку ринку продовольчих товарів і маркетингу харчової промисловості [5].

Процес розвитку харчової промисловості супроводжувався наближенням виробництва до джерел сировини й місця споживання готової продукції й був пов'язаний з комплексним розвитком економічних районів країни.

Ринок продовольчих товарів складається з товарних і регіональних ринків, які знаходяться у взаємозв'язку. Так, зміни на ринку окремих продовольчих товарів прямо або побічно відображаються на стані ринку продовольчих товарів у цілому, якщо відбуваються зміни на ринках окремих регіонів, то це позначається також на ринкових відносинах у цілому.

Маркетинг харчових продуктів має ряд особливостей на відміну від маркетингу продукції інших галузей промисловості. Особливості маркетингу харчових підприємств визначаються, у першу чергу тим, що вони використовують як сировину сільськогосподарську продукцію; переплетенням природних й економічних процесів; розбіжністю робочого періоду в сільському господарстві й періоду виробництва; сезонністю виробництва й споживання продуктів.

У цей час у світі відбувається велика робота з виробництва екологічно чистої продукції [6]. Маркетинг продовольства, як управлінська діяльність по активації виробництва екологічно чистої, лікувальної, дієтичної продукції, має принципову відмінну рису в порівнянні з іншими видами маркетингу.

Основна особливість маркетингу харчової продукції полягає в тому, що фахівці або служби підприємства мають справу з товаром першої життєвої необхідності. Отже, маркетологи харчових підприємств повинні вчасно, у необхідному обсязі й асортиментах, з урахуванням віку, статі, національних традицій, стану здоров'я споживачів задовольняти їх потреби, потреби, інтереси.

У сучасних умовах удосконалювання маркетингу продовольчих товарів обумовлюється ще й тим, що в Україну надходить багато продуктів харчування з-за кордону. Це - одна із причин, що викликають необхідність впровадження концепції маркетингу, відкриття відділів і спеціалізованих служб, які б враховували у своїй діяльності особливості міжнародної торгівлі й елементи комплексу міжнародного маркетингу.

В умовах членства України у ВТО виникає необхідність росту частки переробленої продукції й підвищення якості сировини, використовуваної для її

виробництва. Це дозволить збільшити питому вагу цієї продукції в товарній структурі експорту.

Економіка України розвивається в складних умовах. Це: низький рівень добробуту населення, що визначає обсяг, структуру й місткість ринку; недостатність основних й оборотних коштів підприємств, нестабільність зовнішніх факторів й ін. Вирішення цих й інших проблем, пов'язаних з функціонуванням економіки в умовах конкуренції, багато в чому залежить від умілого використання маркетингу як концепції ринкового управління, заснованої на розумінні законів ринку й механізмів їх дії.

Перспективними цілями маркетингу в Україні є: більш ефективне використання виробничих потужностей; стимулювання виробництва й реалізації найбільш необхідних товарів; подальший розвиток форм і методів збуту товарів відповідно до вимог ринку[7].

Досвід діяльності підрозділів маркетингу на вітчизняних харчових підприємствах [5, 8] свідчить, що ці служби за змістом, в основному, виконують лише окремі функції маркетингу: збутові, рекламні, комерційні й ін. Однак, сучасна трансформація ринку неминуче веде підприємців до усвідомлення необхідності широкомасштабного використання концепції маркетингу у своїй діяльності, до розуміння того, що саме маркетинговий підхід дозволить їм знайти свій цільовий ринок, свого споживача й домогтися успіху.

У сучасних умовах, коли існує значна кількість продавців продовольчих товарів, серед яких зустрічаються й несумлінні, з'являється необхідність захисту споживачів від неякісної продукції. І тут на перший план виходить концепція соціально-орієнтованого маркетингу, спрямована на захист споживачів, навколишнього середовища й максимальне врахування суспільних інтересів.

У цьому зв'язку, у сфері маркетингового забезпечення харчових товарів найбільше актуально робити акцент саме на функціонування соціально-орієнтованого маркетингу. Оскільки в першу чергу, неякісний товар непродовольчого призначення шкодить бізнесу й іміджу виробника, а неякісне продовольство - здоров'ю й життю споживача. У таких випадках загальним є

прогнозований розрив довгострокової взаємодії носіїв платоспроможного попиту з носіями пропозицій. Надмірне споживання деяких груп харчових продуктів веде до звикання й шкодить здоров'ю людей, тому використання концепції маркетингу соціально-відповідального напрямку в харчовій галузі є необхідним і найбільш значимим [8].

Зазначена концепція базується на таких положеннях: бажання споживачів не завжди збігаються з їх довгостроковими інтересами, а також з інтересами суспільства в цілому; споживачі віддають перевагу підприємствам, що демонструють щирі турботу про їх задоволеність і благополуччя суспільства в цілому; ключове завдання організації полягає в адаптації до цільових ринків для забезпечення задоволеності, а також індивідуального й колективного благополуччя для залучення й збереження покупців.

Сучасне харчове підприємство являє собою відкриту соціально-економічну систему. Її стан і розвиток знаходиться під впливом зовнішнього середовища, якому властиві невизначеність, динамізм і непередбачуваність, що обумовлює необхідність вироблення відповідної перспективної стратегії розвитку організації. Тому проблема адаптації та пристосування підприємств до змін зовнішнього середовища здобуває особливу значимість й актуальність. Ступінь адекватності економічної поведінки й управлінських рішень підприємства вимогам ринку сьогодні стає вирішальним фактором його успішного довгострокового розвитку.

Дослідження показують, що головним фактором, що перешкоджає ефективній діяльності підприємств є недостатня розробка або відсутність стратегії розвитку, що містить комплекс стратегій на різних рівнях [9, 10].

Відомо, що в економічно розвинених країнах стратегічний підхід до управління підприємством одержав досить широке поширення й став важливим фактором створення високої довгострокової ефективності й конкурентоспроможності [11]. У той же час в Україні проблеми стратегічного розвитку підприємств на основі їх адаптації до зовнішнього середовища, що інтенсивно змінюється, і умов жорсткої конкуренції є новими й маловивченими.

Це пов'язане з тим, що трансформаційний характер економіки істотно підсилює невизначеність, ризики, непередбачуваність зовнішнього середовища. Українські харчові підприємства працюють в умовах щодо високого рівня інфляції, обмеженого попиту, підвищених кредитних ставок, великої залежності від світових цін на енергоресурси, загострення конкуренції.

Маркетинг як механізм, здатний забезпечити підприємству соціально-економічну ефективність виробництва, вітчизняними харчовими підприємствами використовується дуже слабо. Отже, існує необхідність розробки маркетингової стратегії розвитку харчових підприємств, що враховує специфіку української економічної практики й, що опирається на передовий досвід закордонних країн.

Сучасний маркетинг являє собою особливу концепцію управління фірмою в цілому. Його відрізняє орієнтація на кінцеві результати виробництва, на реальні вимоги й побажання споживачів, тобто орієнтація на ринок, програмно-цільовий підхід до управління всіма сторонами діяльності організації [12].

Основна особливість маркетингової концепції управління організацією полягає у поєднанні ринкової орієнтації й довгострокового планування. Будучи фундаментальним базисом всіх управлінських рішень стратегічного характеру, маркетинг перетворює сучасний менеджмент у своєрідну маркетингову модель управління підприємством.

Головна причина того, що більшість підприємств віддає перевагу фінансовим цілям перед стратегічними, полягає в тому, що розробка й використання маркетингово-конкурентної моделі управління вимагає чималого часу й значних витрат, постійного вдосконалювання виконання всіх функцій менеджменту (планування, організації, мотивації, контролю), наявності кваліфікованих кадрів, застосування нових методів ціноутворення тощо, що нерідко веде до зменшення поточного прибутку й рентабельності.

Фундаментальною основою процесу управління маркетингом є стратегічне планування. Завдяки йому підтримуються всі необхідні пропорції,

забезпечується узгоджена спрямованість функціонування всіх ланок господарської системи суспільства.

Стратегічне маркетингове планування - це особливий вид науково-практичної діяльності, спрямований на розробку моделей ефективного функціонування організації в перспективі на основі діагностики елементів внутрішнього й зовнішнього середовища, максимального використання ринкових можливостей і раціонального розподілу ресурсів [13].

Особливого значення набуває перспективне стратегічне планування - основа маркетингової діяльності харчових підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Рівні стратегічного планування маркетингу харчових підприємств

I. Стратегічне планування на рівні організації	аналізуються бізнесові напрямки діяльності підприємства, здійснюється портфельний аналіз, планується маркетингова діяльність по підприємству в цілому
II. Стратегічне планування на бізнес-рівні	планується маркетинг окремого товару на основі аналізу ситуації на ринку даного товару
III. Стратегічне планування на функціональному рівні	дослідження й планування окремих функцій маркетингу, рекламної кампанії, асортиментів, каналів збуту, цінових стратегій

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Для зниження рівня невизначеності при прийнятті рішень у процесі планування маркетингу застосовується моделювання ринкових стратегій підприємства. Формування стратегій йде слідом за етапом стратегічного аналізу й націлено на вибір однієї зі стратегічних альтернатив, що найбільшою мірою відповідає умовам зовнішнього й внутрішнього середовища організації, а також обраним цілям діяльності.

Аналіз ринку полягає в систематичному виявленні всіх обставин, пов'язаних з реальними й потенційними партнерами підприємства. Він ґрунтується на дослідженні ринку й націлений на одержання вичерпної інформації про всі його елементи. У центрі всіх досліджень ринку перебуває

споживач із його потребами й запитами. В особливих випадках підвищена увага може бути звернена й на інші елементи ринку - постачальників, торговців і посередників. Для аналізу використовується як уже наявна інформація - звіти служби збуту, листа клієнтів, так і дані, отримані за допомогою методів дослідження ринку [14].

Перед маркетинговим дослідженням ставляться наступні цілі: одержання інформації про підприємства-конкуренти, що діють на ринку (пропоновані асортименти, споживчі характеристики, ціни, політика у сфері реклами); одержання інформації про існуючих і потенційних споживачів (структура попиту на різні якісні характеристики товару, популярність і використання різних марок, значимість параметрів, спонукальні причини при покупці й т.д.); аналіз отриманої інформації й розробка рекомендацій для проведення ефективної товарної політики і політики просування.

Перехід харчових підприємств на організацію своєї виробничо-збутової діяльності на принципах маркетингу повинен супроводжуватися зміною структури управління, характеру роботи, стилю мислення менеджерів.

У цей час комплексне впровадження системи маркетингу в діяльність підприємств стримують наступні фактори:

- неплатоспроможність деяких підприємств і проблеми неплатежів;
- низька конкурентоспроможність продукції й відсутність фінансових, матеріальних й інших ресурсів;
- активний розвиток посередницьких і комерційних структур;
- нерозвиненість ринкового менталітету керівників і відсутність фахівців-професіоналів по маркетингу.

В сучасній ситуації саме процес просування й реалізації харчової продукції, вибір його схем і технологій, багато в чому визначає ефективність і конкурентоспроможність харчових підприємств.

Для вирішення завдання зміцнення конкурентних позицій харчових підприємств на ринку можуть бути реалізовані стратегії спрямовані для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств на ринку, і

передбачають: розширення наявного ринку, розвиток ринку, продуктивні інновації або диверсифікованість виробництва.

Для реального поліпшення позицій харчового підприємства на ринку воно повинне мати відповідну стратегію. Алгоритм розробки такої стратегії показаний на рис. 1.

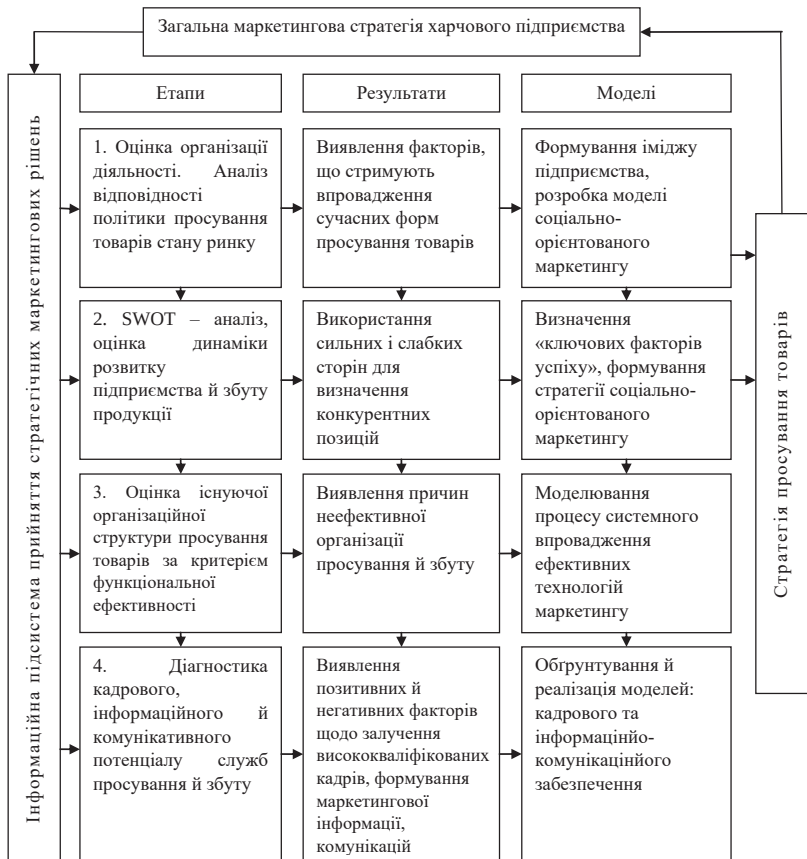


Рис. 1. Алгоритм формування стратегії просування товарів й забезпечення конкурентоспроможності харчового підприємства на ринку

Джерело: розроблено автором

Вдосконалювати процес просування товарів харчовими підприємствами на ринки збуту можливо при використанні нижченаведених маркетингових технологій.

1. Прямий збут (директ-маркетинг), за допомогою якого здійснюється персональна взаємодія виробника й кінцевого споживача - для харчових підприємств він прийнятний при взаємодії з ринками підприємств, посередників, торговельних фірм.

2. Ефективна рекламна подача необхідна при скороченні попиту й при проведенні протекціоністської політики.

3. Стимулювання збуту - прийнятно на фоні падіння попиту й при необхідності розширення асортиментів і диверсифікованості виробництва.

4. Паблік-рілейшнз (встановлення суспільних зв'язків з місцевим населенням, інвесторами, державними установами, ЗМІ) - необхідний для формування іміджу продукції харчового підприємства.

Досвід діяльності служб маркетингу багатьох харчових підприємств показує, що вони зайняті, в основному, проблемами виживання й тому орієнтовані на свої виробничі можливості й при цьому не завжди враховують зміни й динаміку розвитку сучасного ринку харчових товарів.

Загальним для всіх харчових підприємств недоліком є те, що створені служби маркетингу не виконують весь комплекс маркетингових функцій, не взаємопов'язані з іншими підрозділами підприємств. Тому, при створенні служб маркетингу необхідно переглянути функції всіх діючих підрозділів і до маркетингу потрібно віднести як до глобальної функції управління.

З активізацією діяльності харчових підприємств перехідний варіант маркетингових підсистем повинен перерости в повну модель інтегрованого маркетингу. На великих підприємствах необхідно створити повномасштабні структури управління маркетингом, які б виконували весь комплекс маркетингових функцій.

У цілому, ефективна політика просування продукції харчових підприємств може здійснюватися за умови, якщо одночасно з виробником у

доставці товарів споживачам й у зміні власності на них особисту участь приймають й інші підприємницькі структури (посередники, рекламні агенти, страхові компанії й ін.).

Література

1. Буднікевич І., Крупенна І., Черданцева І. Особливості маркетингового планування в різних маркетингових концепціях та сферах застосування. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. 2015. 39. 2. С. 216–223.
2. Гончаренко Е.С., Харичков С.К. Стратегическое планирование как основа управления предприятием в рыночных условиях. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. 3. 1. С. 73–76.
3. Железняк О.О., Кузьменко О.С. Чинники впливу на динаміку збуту товарів в умовах недосконалої конкуренції. *Актуальні проблеми економіки*. 2010.11(112).С. 38–46.
4. Косянчук Т. Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства / Т. Ф. Косянчук. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2013. 23. – С. 51–54.
5. Писаренко В.В., Запороженко Т.Г. Планування використання маркетингового інструментарію на ринку продовольства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. 2013. 1(6). С. 45–52.
6. Єрошкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації. монографія. Київ. 2009. 382 с..
7. Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К. Типові напрями організаційно-економічних, управлінських і маркетингових трансформацій під час проєктування інноваційних змін. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. 2. С. 13–21.
8. Поліньок Г.В. Значення маркетингу в удосконаленні діяльності молокопереробних підприємств. *Продуктивність агропромислового виробництва*. 2009. 12. С. 77–86.
9. Верескун М. В. Управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Монографія. Маріуполь. 2012. 280 с.
10. Єраркін О.О. Проблеми сучасного маркетингу: необхідність розробки нової парадигми. *Економіка і держава*. 2008. 8. С. 30 – 33.
11. Блакита Г.В. Систематизація об'єктів діагностування стратегічних можливостей фінансового розвитку торговельних підприємств. *Вісник запорізького національного університету*. 2010. 4(8). С. 5–9.
12. Наумова Л.М., Наумов О.Б., Воронжак П.В. Стратегічне планування маркетингової діяльності аграрного підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2017. 2. 1. С. 77–84.
13. Малишкіна Т. Г. Системний підхід в маркетингу: історичне та сучасне тлумачення. *Europejskanauka XXI wiek. MateriałyVI międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07-15 maja 2010 roku.* – Przemysl: Nauka i studia, 2010. 4. Р. 52–55.
14. Нижник І. В. Діагностика конкурентних переваг підприємств: методи і моделі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. 2. 5. – С. 135–138.

2.4. Ефективність справляння податків як елемент забезпечення економічної безпеки

І. А. Сисоєнко

Функціонування будь-якого економічного інструменту завжди оцінюється через його дієвість, ефективність. Не є винятком вкрай важливий і надзвичайно складний фінансовий інструмент держави - податки. Практика формування бюджетів, методи та прийоми, що застосовуються для аналізу надходження до них, свідчать про відсутність об'єктивної оцінки ефективності справляння податків. Незважаючи на велику кількість наукових досліджень у сфері оподаткування, однозначної відповіді на це питання немає. Проблема ефективності податків науковцями комплексно не розглядається. На сьогоднішній день у науковій літературі немає єдиного підходу до трактування ефективності податків.

В процесі дослідження особлива увага приділялася науковим дослідженням таких авторів: В. Л. Андрущенко, І. В. Горського, І. А. Золотько, І. В. Іголкіна, С. В. Каламбет, М. І. Карліна, А. Я. Кізими, А. І. Крисоватого, І. О. Лютого, В. М. Мельника, Т. В. Пасентко, Ж. В. Піскової, Л. П. Сідельникової, Л. Л. Тарангул, І. М. Таранова та інших.

Податки в структурі доходів багатьох країн відіграють ключову роль: вони є основним «наповнювачем» бюджетів всіх рівнів. Проте, ефективність податків має визначатись не лише його фіскальним потенціалом (максимальним наповненням бюджетів) а й регулюючим (стимулюванням до економічної активності суб'єктів оподаткування).

Ефективність системи оподаткування можна оцінити за критеріями фіскальної та стратегічної ефективності [6, с. 362].

Стратегічна ефективність системи оподаткування визначає вплив діючої системи оподаткування на соціально-економічний стан країни. Тобто, характеризує здатність системи оподаткування сприяти вирішенню економічних та соціальних задач, що визначені стратегією економічного

розвитку країни. При визначенні стратегічної ефективності системи оподаткування необхідно враховувати її вплив на макроекономічну стабільність держави, розвиток реального сектору економіки та інвестиційно-інноваційний розвиток країн.

Фіскальна ефективність системи оподаткування – це отримання достатнього обсягу податкових платежів до бюджету країни при мінімальних витратах на підтримку процесу їх адміністрування. Фіскальна ефективність податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів, як і ефективність податкової системи в цілому, визначається ступенем виконання планових показників податкових надходжень. Варто зазначити, що планові показники податкових надходжень мають розраховуватись із урахуванням нереалізованої складової фіскального потенціалу. Тобто, з урахуванням податкових втрат від тіньової економіки, надлишкового податкового боргу та наданих податкових преференцій.

При оцінюванні фіскальної ефективності системи оподаткування пропонується використовувати наступні показники:

1. Коефіцієнт виконання запланованих податкових надходжень, що визначається як відношення фактичного обсягу податкових надходжень до планового.
2. Коефіцієнт еластичності податкових надходжень, що визначається як відношення зміни обсягів податкових надходжень до зміни обсягів валового внутрішнього продукту за відповідний період.
3. Рівень перерозподілу валового внутрішнього продукту (далі – ВВП) через податкові надходження, який визначається як відношення обсягів податкових надходжень до обсягів валового внутрішнього продукту.
4. Темпи зростання (зниження) податкових надходжень Зведеного бюджету, що розраховуються як відношення обсягів податкових надходжень звітного року до обсягів податкових надходжень базисного року [6, с. 363].

Важливою умовою ефективного функціонування податкових фінансів у транзитивних економіках є вдосконалення податкового прогнозування й

планування як на рівні держави, так і суб'єктів господарювання. Обґрунтоване податкове прогнозування й планування податкових надходжень дає змогу оцінити ризики настання важкопрогнозованих ситуацій та визначити ймовірність виникнення непередбачуваних подій у сфері фіскалу, проаналізувати розбіжності між цілями платників податків і фіскальними цілями держави, мінімізувати втрати бюджетів усіх рівнів [9, с. 49].

Фіскальна ефективність може розглядатися як здатність:

- забезпечувати податкові надходження в повному обсязі і своєчасно (згідно з планом надходжень);

- створювати економічний ефект у частині забезпечення певної фіскальної результативності (йдеться про абсолютні надходження податкових платежів до бюджетів різних рівнів);

- створювати низку макроекономічних ефектів, насамперед у фіскальній сфері, які відповідають завданням державної соціально-економічної політики;

- використовувати наявний фіскальний потенціал [7, с. 169].

Аналіз ефективності фіскальних інститутів дає змогу визначити якість функціонування даного сектору державного регулювання, адже в умовах ринкової економіки доцільність існування будь-якого інституту визначається рівнем ефективності його діяльності. Для дослідження ефективності адміністрування податків і зборів загалом і податкового планування зокрема доцільно оцінити ступінь мобілізації податкових надходжень до бюджету. Для цього проаналізуємо динаміку збираності податків, яка визначається ступенем відповідності планових показників по акумулюванню податкових надходжень фактичним.

Тож, досліджуючи ефективність бюджетного планування, виявимо тенденції досягнення планових показників податкових надходжень Зведеного бюджету України за 2015-2019 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка збираності податкових надходжень до Зведеного бюджету України за 2015-2019 роки, млрд. грн.

Показник	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		2019 рік	
	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
Податкові надходження	496,64	507,64	634,4	650,78	824,1	828,16	989,83	986,35	1 112,07	1 070,32
Виконання планових показників, %	102,21		102,58		100,49		99,65		96,25	
у тому числі:										
Податок на доходи фізичних осіб	91,26	99,98	128,92	138,78	182,59	185,69	226,77	229,9	269,76	275,46
Виконання планових показників, %	109,56		107,65		101,7		101,38		102,11	
Податок на прибуток підприємств	40,78	39,05	53,25	60,22	73,49	73,4	91,11	106,18	105,55	117,32
Виконання планових показників, %	95,76		113,09		99,88		116,54		111,15	
Рентна плата та плата за використання інших природних ресурсів	53,2	49,2	64,75	46,89	51,96	51,12	50,87	50,08	63,26	52,02
Виконання планових показників, %	92,49		72,41		98,39		98,45		82,23	
Податок на додану вартість	180,01	178,45	232,66	235,51	302,87	313,98	384,36	374,51	417,69	378,70
Виконання планових показників, %	99,14		101,22		103,67		97,44		90,67	
Акцизний податок	66,57	70,8	92,38	101,75	125,96	121,45	137,73	132,65	147,96	137,07
Виконання планових показників, %	106,34		110,14		96,42		96,31		92,64	
Мито	37,67	40,3	19,64	20,37	23,52	24,54	28,73	27,08	30,94	30,09
Виконання планових показників, %	106,99		103,71		104,34		94,25		97,25	
Місцеві податки	23,55	27,04	37,65	42,26	50,43	53,28	58,9	61,03	70,72	73,58
Виконання планових показників, %	114,84		112,25		105,65		103,61		104,04	
Інші податки та збори	3,61	2,8	5,16	5	13,29	4,7	11,37	4,92	6,21	6,09
Виконання планових показників, %	77,66		96,93		35,36		43,33		98,07	

Джерело: Складено автором за даними джерела [5].

Аналіз даних таблиці 1 свідчить, що за період 2015-2019 років планові показники по податковим надходженням були недовиконані лише у 2019 році (96,25%) та частково у 2018 році (99,65%). Тобто, нововведення 2015 року зі складання середньострокового прогнозу на плановий та наступні за плановим два бюджетні періоди відображають більшу ефективність бюджетного прогнозування, ніж минулорічний короткостроковий прогноз.

У розрізі податкових надходжень найкращим чином виконувався план по місцевим податкам – від 114,84% у 2015 році до 104,04% у 2019 році; податку на прибуток підприємств – від 95,76% у 2015 році до 111,15% у 2019 році; податок на доходи фізичних осіб – від 109,56% у 2015 році до 102,11% у 2019 році; миту – від 106,99% у 2015 році до 97,25% у 2019 році; акцизному податку – від 106,34% у 2015 році до 92,64% у 2019 році.

Гірше планові показники досягалися за рентною платою та платою за використання інших природних ресурсів – від 92,49% у 2015 році до 82,23% у 2019 році; іншими податками і зборами – від 77,66% у 2015 році до 98,07% у 2019 році. Надскладна економічна ситуація в країні, яка сформувалась у 2014 році, є в тому числі об'єктивною причиною недовиконання планових показників, в результаті складності складання прогнозу через нестабільну ситуацію в економіці країни. До того ж, економічна активність населення в умовах економічного спаду відповідно зменшується, для її посилення держава повинна застосовувати інструментарій надання преференцій населенню, бізнесу, та, як наслідок, достатньої збираності, перш за все, податкових надходжень.

Оцінка ефективності податкового прогнозування та планування здебільшого зводиться до оцінки стану справляння податків, що, як правило, обмежується виявленням ступеня виконання планових завдань. Розраховується оперативний (поточний) показник як відношення фактичних надходжень до запланованих. Його можна назвати «рівень фактичного справляння податків». Він відштовхується від існуючого стану оподаткування у кожний конкретний період [3, с. 211].

Середньострокове бюджетне планування – це визначення розпорядниками бюджетних коштів плану своєї діяльності на середньостроковий період та обсягу необхідних коштів для досягнення цілей у середньостроковій перспективі відповідно до Програми діяльності Уряду. Обов'язковою вимогою середньострокового планування бюджету є відбір відповідних напрямів діяльності та завдань, з огляду на існуючі фінансові можливості. У межах такого планування спочатку виконують прогнозування за кількома варіантами й обирають найбільш реалістичний з них [2, с. 42]. Отже, визначення ключових планових показників на декілька бюджетних періодів більш ефективне, ніж короткострокове планування.

Л. Сідельникова до причин виникнення резервів між потенційними та фактичними податковими надходженнями окрім ухилення від оподаткування відносить й об'єктивні причини – наявність податкових пільг, податкового боргу [10, с. 220].

У контексті інституційної трансформації та завдань, котрі постали перед бюджетами всіх рівнів в Україні, важлива роль відводиться формуванню інститутів, які б забезпечували оптимізацію бюджетних потоків у ті пріоритетні напрями соціально-економічного розвитку, які є найактуальнішими для економіки та соціальної сфери [8, с. 31]. На даному етапі, одним з основних принципів бюджетування має бути прозорість бюджетного процесу.

Термін «прозорість бюджетного процесу», перш за все, означає доступність інформації про бюджет як на стадії планування, так і на стадії виконання кожному громадянину [1, с. 170].

Нехтування складової звітності та доведення прийнятної інформації до громадськості стає підставою для недовіри платників податків до діючого фіскально-бюджетного устрою та подальшого намагання податкової оптимізації з використанням як законних, так і нелегальних інструментів [4, с. 167]. Прогнозованість та чіткість фіскальної політики дозволить виписати обґрунтовані показники бюджетної системи в основний фінансовий

документ держави – бюджет, та ефективно впливати на соціально-економічний розвиток держави, зокрема забезпечити перехід на інноваційний шлях розвитку, підвищити конкурентоспроможність економіки, сприяти розвитку людського потенціалу, підтриманню соціально вразливих верств населення, забезпеченню розвитку малого та середнього бізнесу нарівні з великими корпораціями. Грамотне використання інструментів бюджетно-податкової політики набуває ще більшої актуальності в умовах трансформації та структурної перебудови економіки, які сьогодні відбуваються в Україні [1, с. 116-117].

Фіскальна ефективність податкових надходжень до бюджету, як і ефективність податкової системи в цілому, визначається різноманітними показниками, що дозволяють зробити висновки, наскільки обрані форми оподаткування дають змогу формувати доходи бюджету, не стримуючи підприємницьку активність. Одним із таких показників є коефіцієнт еластичності.

Еластичність податку показує відносну зміну обсягу його надходжень за незмінної податкової системи щодо процентної зміни бази оподаткування. Тобто коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків зростуть або впадуть податкові надходження (група податків чи окремий податок) при зміні визначального економічного фактору (ВВП, доходів населення тощо) на 1% [1, с. 191].

Коефіцієнт еластичності визначають за формулою [9, с. 48]:

$$E = \Delta V / \Delta v ,$$

де E – коефіцієнт еластичності податків;

V – відсоткова зміна податкових надходжень (за незмінної податкової системи);

v – відсоткова зміна бази оподаткування.

Податкову систему вважають еластичною, якщо коефіцієнт еластичності більший від одиниці. Це свідчить про зростання податкових надходжень швидшими темпами, ніж збільшується база оподаткування (без введення нових податків), за яку, зазвичай, приймають ВВП. Така ситуація може спостерігатися при підвищенні ефективності роботи контролюючих органів, зниженні ухилення та уникнення від оподаткування, зменшенні рівня податкової заборгованості тощо.

Саме кількісна оцінка взаємозв'язків як усередині бюджетної системи, так і основних її показників з макроекономічними показниками, що характеризують загальноєкономічний стан держави, дозволяє:

- виміряти стійкість та чутливість бюджетної системи до загальноєкономічних змін, які для неї є зовнішніми;
- виявити напрям та динаміку зміни основних показників системи;
- виявити еластичність зміни окремих складових доходів бюджету внаслідок використання певних інструментів бюджетно-податкової політики;
- порівняти ефективність інструментів, що можуть застосовуватися для досягнення деяких цілей бюджетно-податкової політики [4, с. 115-116].

Еластичність податків, безперечно, є важливим показником, адже відображає ефективність автоматичних стабілізаторів фіскальної політики уряду [9, с. 48].

Проаналізуємо динаміку коефіцієнта еластичності в Україні за період 2015-2019 років (табл. 2).

Як видно з таблиці 2, в Україні відсутня чітка тенденція у динаміці коефіцієнта еластичності податків. Найвищий рівень коефіцієнта (1,38) спостерігався у 2016 р., однак це є негативним явищем, оскільки внаслідок фінансової кризи знизились обсяги податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів і ВВП. Найнижчий рівень коефіцієнта еластичності податків був у 2019 році (0,73), що обумовлено низькою динамікою росту податкових надходжень Зведеного бюджету.

Таблиця 2

Динаміка коефіцієнта еластичності податків в Україні за 2015-2019 роки

Показники	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		2019 рік	
	сума, млн. грн.		сума, млн. грн.	темп приросту, %	сума, млн. грн.	темп приросту, %	сума, млн. грн.	темп приросту, %	сума, млн. грн.	темп приросту, %
Податкові надходження до Зведеного бюджету України, млн. грн.	507635,90		650781,68	28,20	828158,82	27,26	986348,52	19,10	1070321,84	8,51
Номинальний ВВП, млн. грн.	1979458		2383182	20,40	2982920	25,17	3558706	19,30	3974564	11,69
Коефіцієнт еластичності податків, %	-		1,38		1,08		0,99		0,73	

Джерело: складено автором за даними джерел [5]

Нестійкість тенденцій коефіцієнта еластичності податків є негативним явищем, що обумовлене нераціональністю податкового навантаження, нестабільністю податкової політики держави та її регулюючого впливу.

Визначальним у варіативних коливаннях показника еластичності податків є постійне зростання розмірів видаткової частини бюджету держави, темпи росту якої перевищують аналогічний показник ВВП та доходів до бюджетів усіх рівнів.

Дослідження еластичності податкових надходжень загалом та окремих видів податків дає змогу знайти дієвий спосіб реформування податкової системи, що сприяє максимізації надходжень податків при заданому рівні податкового навантаження або мінімізації податкового тиску при заданому рівні податкових надходжень.

Такі дослідження особливо актуальні в умовах кризи, оскільки допомагають визначити оптимальні з фіскальної точки зору напрями економічного розвитку у сферах виробництва та споживання, що в кінцевому підсумку забезпечує достатність внутрішніх джерел фінансування суспільних видатків без необхідності залучення державних позик.

Важливим кроком на шляху підвищення ефективності податкової системи України має стати вдосконалення механізмів адміністрування податків і зборів, прогнозування податкових надходжень з урахуванням можливих податкових втрат.

Література

1. Бандурка О. М., Понікаров В. Д., Попова С. М. Податкове право : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
2. Зубенко В. В. Сучасна бюджетна система: правила та процедури : навч. посіб. / за заг. ред. В. В. Зубенка. Київ : ІБСЕД, 2017. 184 с.
3. Крисоватий А. І., Кізима А. Я., Маслій В. В. Планування та прогнозування податкових надходжень : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2011. 260 с.

4. Логвінов П. В. Програмно-цільове бюджетування в умовах децентралізації державних фінансів : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. Київ : ДВНЗ КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2017. 222 с.
5. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.treasury.gov.ua>. (дата звернення: 05.01.2021).
6. Податкова система : навч. посіб. / І. С. Волохова, О. Ю. Дубовик, М. О. Слатвінська та ін.; за заг. ред. І. С. Волохової, О. Ю. Дубовик. Харків : Видавництво «Діса плюс», 2019. 402 с.
7. Проскура К. П. Податкове адміністрування в Україні в посткризовий період: ефективність та напрями модернізації. Київ : ТОВ «Емкон», 2014. 376 с.
8. Радіонов Ю. Д. Прогнозування і планування як інструмент ефективного управління та використання бюджетних коштів / Економіка України, 2014. № 4. С. 40-54.
9. Сідельникова Л. П. Ефективність податкових джерел формування бюджетних ресурсів держави / Фінанси України, 2015. № 9. С. 45–60.
10. Сідельникова Л. П. Податково-боргові стратегії формування бюджетних ресурсів держави : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 620 с.

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ

3.1. Аналіз циклічного економічного розвитку України як основа прогнозування макроекономічної динаміки

Г. М. Юрчик

Незважаючи на багаторічну історію існування ринкових відносин, проблема дослідження динаміки економічного розвитку залишається однією з найгостріших фундаментальних проблем сучасності. Сьогодні теорія економічних циклів має гостро дискусійний характер, залишаючи невирішеними питання їх аналізу на основі типології економічних циклів для подальшого обґрунтування макроекономічних прогнозів. Цей факт актуалізує необхідність аналізу циклічності розвитку національної економіки в цілях вироблення зваженої політики мінімізації негативних наслідків циклічності економічного розвитку на основі аналізу та прогнозування макроекономічної динаміки.

Методологічні основи циклічності розвитку економічних систем були закладені представниками різних економічних шкіл: К. Жугляром, Дж. Кейнсом, Д. Кітчином, С. Кузнецом, К. Марксом, П. Самуельсоном, С. де Сімонді, М. Туган-Барановським, І. Фішером, М. Фрідменом, Ф. фон Хаском, Дж. Хіксом, Й. Шумпетером та іншими. Проблемі циклічності розвитку економічних систем присвятили свої дослідження такі українські науковці, як О. Барановський, О. Гаврилюк, В. Гесць, О. Довгаль, В. Куриляк, Ю. Макогон, Н. Резнікова, А. Рум'янцев, В. Сідоров, А. Філіпенко, С. Циганов, М. Чумаченко, А. Чухно, О. Яременко та інші. Не зважаючи на глибину сучасних наукових розробок питань, пов'язаних із комплексним узагальненням закономірностей, передумов, причин і чинників циклічності розвитку економічних систем, недосконалість практики формування зваженої

національної політики стабілізації економічного розвитку свідчить про необхідність подальших розробок у цьому напрямку.

Циклічність є універсальною та загальною формою руху всіх економічних процесів незалежно від того, на яких рівнях вони відбуваються. Тому для дослідження природи економічних циклів необхідною є їх чітка типологія. Сучасні економічні підходи дозволяють виділити близько 1380 видів циклів, що мають відношення до економіки. Однак, найбільш важливою та поширеною ознакою для класифікації економічних циклів є їх тривалість, за якою цикли прийнято поділяти на короткострокові, середньострокові та довгострокові (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація економічних циклів за їх тривалістю

Види економічних циклів		Характеристика
Короткострокові цикли	цикли Кітчина (цикли запасів, фінансові цикли)	3–5 річні цикли - короткострокові кон'юнктурні коливання, які виникають в результаті змін в оборотних коштах, тобто в запасах товарно-матеріальних цінностей.
Середньострокові цикли	цикли Жюгляра (промислові або ділові цикли, бізнес-цикли)	7–12 річні інвестиційні цикли - причини виникнення: порушення вкладень капіталу в засоби виробництва; перерозподіл капіталу між галузями; грошово-кредитні зміни.
	цикли Кузнеца (будівельні або демографічні)	15 – 25 річні будівельні цикли - виникають у зв'язку із демографічними процесами та змінами у сфері будівництва.
Довгі цикли	хвилі Кондратьєва (К-хвилі)	40-60 річні цикли - причина виникнення: технічні та науково-технічні революції, що викликають радикальні зміни в технологічній базі виробництва; зміни в інфраструктурі та джерел енергії; зміни підготовки робочої сили.

Джерело: узагальнено та побудовано автором на основі [1; 4; 6; 7; 9].

Цикли Кітчина – це найкоротші цикли. В їх основі лежать зміни в оборотних коштах і товарно-матеріальних запасах.

На Заході середньострокові цикли називають циклами Жюгляра (інші назви – бізнес-цикли, промислові цикли, середні цикли). Цикл Жюгляра пов'язаний з оновленням основного капіталу та інвестиціями.

Середньострокові цикли Кузнеця (будівельні цикли, відтворювальні цикли, демографічні цикли) початково пов'язували з нерівномірністю попиту в будівництві, зміною покоління житлових будинків і виробничих споруд, а також із демографічними процесами, зокрема припливом мігрантів. Однак, сьогодні їх пояснюють циклічністю оновлення технологій і загальними інфраструктурними змінами.

Цикли (хвилі) Кондратьєва (або технологічні цикли) – це періодичні цикли сучасної світової економіки тривалістю 50 років із можливими відхиленнями в 10 років. Імпульсом для початку циклу є радикальні зміни в технологічній базі суспільного виробництва, його структурна перебудова. Тобто, технологічні цикли Кондратьєва пов'язані з технологічними відкриттями або важливими технічними нововведеннями та їх упровадженням.

Результати дослідження економічного розвитку України на основі теорії великих циклів М. Кондратьєва засвідчили можливість виділити п'ять довгих хвиль Кондратьєва в економічному розвитку держави (табл. 2).

Очевидно, що довгі економічні цикли в Україні тісно перепліталися з важливими історичними подіями (війни, революції, зміна політичного устрою тощо). На сьогоднішній день *Україна перебуває на початковій стадії п'ятого циклу Кондратьєва.*

Для виявлення середньо- та коротко- строккових циклічних коливань в національній економіці необхідно проаналізувати основні показники макроекономічного розвитку України. Основним показником, який відображає макроекономічну динаміку, є ВВП.

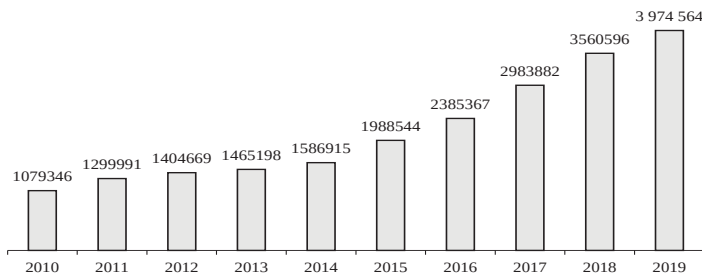
Таблиця 2

Довгі хвили Кондратьєва у економічному розвитку України [2]

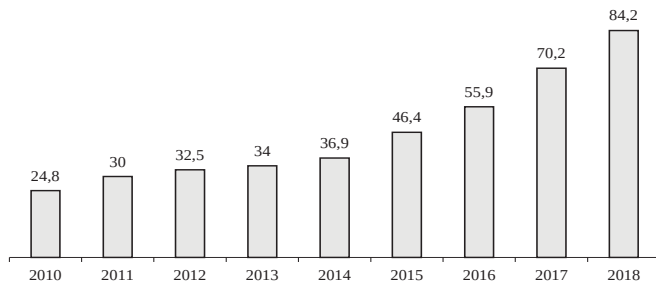
Періодизація циклу	Тривалість	Характеристика
I цикл (1854–1896)	52 роки	<u>Промисловий переворот</u> - масове використання машин у бавовняному виробництві; - право власників феодальних посесійних мануфактур на закриття збиткових підприємств; - відкриття великої кількості нових підприємств; - зростання концентрації робітників; - перший цукровий завод капіталістичного типу; - будівництво мережі залізничних доріг.
II цикл (1854–1896)	34 роки	<u>Дореволюційні та післяреволюційні події 1917 року</u> - бурхлива «хімізація» Донбасу, прискорена індустріалізація; - прискорена індустріалізація; - НЕП; - значна технічна допомога іноземних країн
III цикл (1930–1950)	20 років	<u>Дві п'ятирічки (1929-1932) та друга світова війна:</u> - значний обсяг капіталовкладень; - будівництво нових промислових підприємств; - створення легкої промисловості. - зміна структури валового національного продукту й зайнятості; - створення новітніх капіталомістких галузей: (авіаційного, автомобільного, тракторного, хімічного, машинобудівного, будівництво електростанцій); - розвиток промисловості базувався на екстенсивних факторах господарювання; - створення колгоспів; - швидке відновлення та значний розвиток усього народного господарства після війни.
IV цикл (1950–2000)	50 років	<u>Період до та після розпаду СРСР</u> - перша НТР, створення умов для переходу до постіндустріальної фази розвитку; - глибинна індустріалізація; - економічний та технологічний занепад; - дезорганізація виробництва й виробничий хаос; відсутність чіткого правового захисту, розкрадання товарних ресурсів; - невдала приватизація державного майна
V цикл (2000–2048)	48 років	<u>Постіндустріальна фаза розвитку</u> - відновлення, стабільність; - поступовий розвиток економіки знань.

Джерело: узагальнено та побудовано автором на основі [2]

Аналіз динаміки номінального ВВП в Україні свідчить про його невинне зростання як загалом, так і в розрахунку на одну особу (рис. 1).



а)



б)

Рис. 1. Динаміка номінального ВВП:

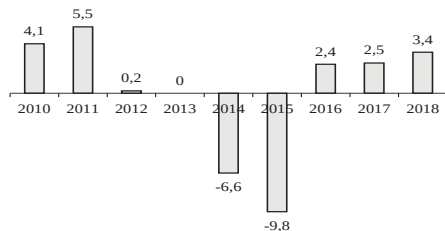
а) загалом, млн. грн.;

б) в розрахунку на одну особу, тис. грн./особу

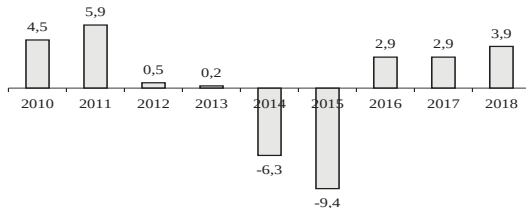
Джерело: побудовано автором за даними [3].

Так, на 2018р. ВВП сягнув 3560,1 млрд. грн., а в розрахунку на одну особу – 84,2 тис. грн. Проте, номінальний ВВП має досить низький рівень об’єктивності

щодо відображення макроекономічної динаміки в умовах значного рівня інфляції, яка має місце в Україні. Тому для аналізу макроекономічної динаміки варто застосовувати показник реального ВВП (рис. 2).



а)



б)

Рис. 2. Індекс зростання реального ВВП:

а) загальом, % до попереднього року;

б) в розрахунку на одну особу, % до попереднього року

Джерело: побудовано автором за даними [3].

Відповідний аналіз свідчить, що динаміка реального ВВП в Україні демонструє зовсім іншу тенденцію порівняно з номінальним ВВП. Зокрема, у 2014-2015 рр. мало місце різке та значне зниження реального ВВП. Так, у 2014р.

реальний валовий внутрішній продукт загалом та в розрахунку на одну знизився на 6,6% та 6,3% відповідно. У 2015р. відповідні показники склали 9,8 та 9,4%. Тобто, у 2014-2015 рр. національна економіка характеризувалася кризовим станом. В той же час, з 2016 р. намітилась тенденція до поступового економічного зростання.

Взаємозв'язок між номінальним та реальним ВВП відображає дефлятор валового внутрішнього продукту:

$$\text{Індекс-дефлятор ВВП} = \text{ВВП}_{\text{номінальний}} / \text{ВВП}_{\text{реальний}} \quad (1)$$

З формули (1) можна розрахувати індекс реального ВВП ($I_{\text{ввпр}}$):

$$I_{\text{ввпр}} = I_{\text{ввп}} / \text{Індекс-дефлятор ВВП} \quad (2)$$

На основі формул (1) та (2) було розраховано індекси реального ВВП за весь час незалежності України (1991-2018рр.).

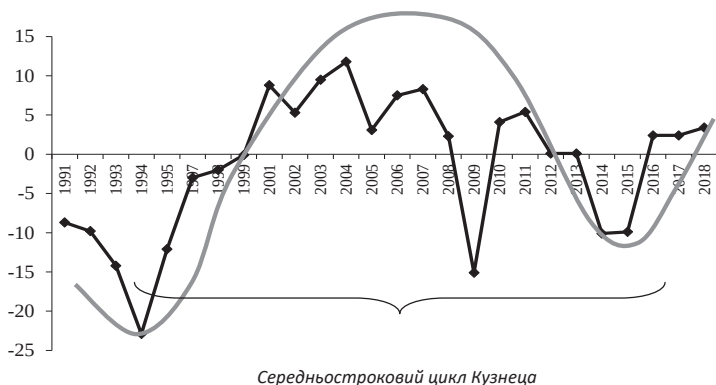


Рис. 3. Закономірність зміни реального ВВП в Україні відповідно до середньострокового циклу Кузнеця (1994-2015 рр.)

Джерело: побудовано автором за даними [3].

Графічний аналіз тенденцій зміни реального ВВП засвідчив, що економіка України характеризується низкою циклів. Зокрема, рис. 3 демонструє, що з 1994 по 2015 р. економічний розвиток України змінювався у відповідності середньострокового циклу Кузнеця (тривалість - 21 рік).

Відповідно до циклу Кузнеця нині макроекономічний розвиток України перебуває у фазі поживавлення та поступового зростання ВВП. За теорією С.Кузнеця, в основі відповідних циклічних коливань лежать демографічні зрушення та тенденції розвитку будівельної галузі.

Аналіз коефіцієнта природного приросту населення та відносного приросту будівельних послуг і будівельної продукції в Україні протягом 1991-20187 рр. (табл. 3) демонструє їх різний вплив на реальний ВВП.

Таблиця 3

Вплив показників обсягу надання будівельних послуг та природного приросту населення на реальний ВВП (відповідно до концепції циклів С. Кузнеця)

Роки	Приріст реального ВВП, % до поп. року	Коефіцієнт природного приросту населення, ‰	Приріст будівельних послуг (будівельної продукції), % до поп. року
	Y	X1	X2
1991	-8,7	-0,8	-4
1992	-9,8	-2	-35,4
1993	-14,2	-3,5	-17,6
1994	-22,9	-4,7	-35,2
1995	-12,1	-5,8	-35,4
1997	-3	-6,2	-11
1998	-2	-6	1,4
1999	-0,1	-7,1	-11
2001	8,8	-7,6	3,5
2002	5,3	-7,6	-5,8
2003	9,5	-7,5	26,5
2004	11,8	-7,0	17,2
2005	3,1	-7,6	-6,6
2006	7,5	-6,4	9,9
2007	8,3	-6,2	15,6
2008	2,3	-5,3	-15,8
2009	-15,1	-4,2	-48,2

Роки	Приріст реального ВВП, % до поп. року	Коефіцієнт природного приросту населення, ‰	Приріст будівельних послуг (будівельної продукції), % до поп. року
2010	4,1	-4,4	-5,4
2011	5,4	-3,5	20
2012	0,1	-3,1	-7,3
2013	0,1	-3,5	-11
2014	-10,1	-3,9	-20,4
2015	-9,9	-4,2	-12,3
2016	2,4	-4,4	17,4
2017	2,4	-5,1	26,3
2018	3,4	-6,1	8,6
Коефіцієнт кореляції (R_{yx})		-0,351	0,814

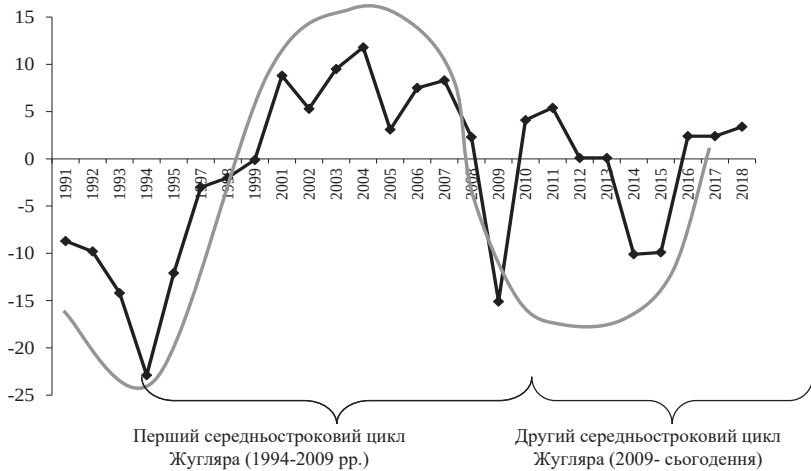
Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [3].

Так, чим більший обсяг надання будівельних послуг, тим більший приріст реального ВВП має місце ($R_{yx} = 0,814$). В той же час, приріст населення, який має від'ємне значення в Україні (спостерігається депопуляція), має обернений та недостатньо щільний зв'язок з реальним ВВП. Тобто, природний рух населення в національних реаліях не є визначальним фактором економічної циклічності, що не відповідає теорії середньострокових циклів Кузнеца.

Аналіз даних щодо зміни реального ВВП в Україні протягом 1991-2018 рр. свідчить, що динаміка даного показника характеризується наявністю двох критичних точок («економічне дно»). Це дозволило виявити середньостроковий цикл Жугляра в національній економіці (1994-2009рр.). З 2009 р. фактично розпочався другий цикл Жугляра в макроекономічному розвитку України, який триває і донині (рис. 4).

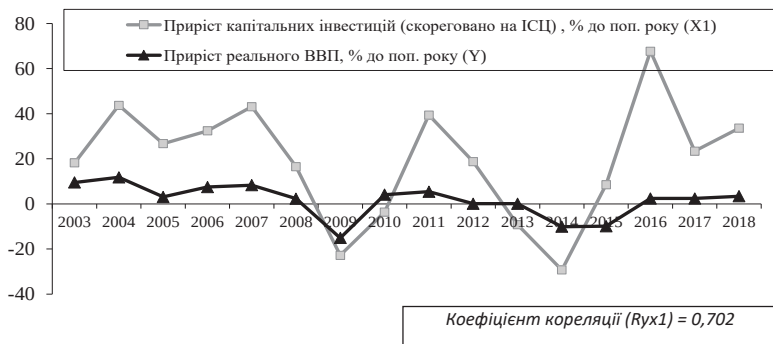
Як і за циклом Кузнеца, за циклом Жугляра також макроекономічний розвиток України перебуває у фазі поживлення та економічного зростання.

Кореляційний аналіз наявності взаємозв'язку між динамікою реального ВВП та приростом капітальних інвестицій (рис. 5) демонструє наявність досить щільного зв'язку між відповідними показниками ($R_{yx} = 0,702$).



**Рис. 4. Середньострокові економічні цикли в Україні
(відповідно до концепції Жугляра)**

Джерело: побудовано автором за даними [3].



**Рис. 5. Взаємозв'язок між реальним ВВП та інвестиціями в основний капітал в Україні
(відповідно до теорії циклічності Жугляра), 2003-2018 рр.**

Джерело: побудовано автором за даними [3].

Тобто, статистичні дані щодо макроекономічного розвитку України доводять теорію циклічності Жугляра, у відповідності з якою вагомим фактором збільшення реального ВВП є інвестиції в основний капітал (концепція Жугляра, у відповідності з якою в основі середньострокових циклів лежить фактор зміни інвестиційної активності, підтвердилась).

Окрім наявності довго- та середньо- строкових економічних циклів, доцільно провести статистичне дослідження наявності короткострових циклів в економіці України (цикли Кітчина). Відповідно до концепції Кітчина короткострокові цикли зазвичай охоплюють часовий період в 3-5 років. Як свідчить рис. 6 зміна реального ВВП України протягом 1991-2017 рр. характеризується наявністю 5 короткострокових циклів Кітчина.



Рис. 6. Короткострокові економічні цикли в Україні (відповідно до концепції Кітчина), 1991-2018 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [3].

Зокрема, періодизація циклів Кітчина в макроекономічному розвитку України є наступною:

- 1-й цикл (1991-1999рр.) тривав дев'ять років та знаменувався від'ємними приростами реального ВВП;
- 2-й цикл (1999- 2004рр.) тривав 5 років та характеризувався зростанням реального ВВП до 2000 р. та його зниженням у 2002р.;
- 3-й цикл (2004- 2007рр.) тривав 4 роки, протягом яких зростання та зниження реального ВВП відбувалося відповідно протягом 2004-2005 рр. та 2006-2007рр.;
- 4-й цикл (2007- 2011 рр.) тривав 5 років та знаменувався різким падінням реального ВВП у 2009 р. (співпадає з так званою світовою фінансово-економічною кризою);
- 5-й цикл (2011- 2016 рр.) тривав 5 років та характеризувався економічним падінням у 2014 та 2015 р.

Аналіз макроекономічного розвитку України за циклами Жугляра також підтверджує, що макроекономічна динаміка на сучасному етапі характеризується пожвавленням.

Таким чином, в економічному розвитку України з часу здобуття незалежності чітко виділяється один довгостроковий цикл Кузнеца (1994-2016рр.); два середньострокових цикли Жугляра (1994-2009; 2009-донині); п'ять короткострокових цикли Кітчина (1991-1999; 1999-2004; 2004-2007; 2007-2011; 2011-2016 рр.). Крім того, усі вище перераховані цикли в національній економіці свідчать, що на сучасному етапі економіка України перебуває на стадії економічного пожвавлення та зростання.

Циклічність економічного розвитку, визначаючи тенденції виробництва, впливає і на інші показники соціально-економічного розвитку. Це обумовлює необхідність проведення відповідного кореляційного аналізу. Як свідчать розрахунки (табл. 4), досить щільний та прямий зв'язок реальний ВВП ілюструє з індексом реальної заробітної плати та реальним наявним доходом.

Таблиця 4

Оцінювання зв'язку між реальним ВВП та показниками соціально-економічного розвитку в Україні, 2010-2018 рр.

Рік	Індекс реального ВВП, % (x1)	Індекс реальної заробітної плати, % (Y1)	Реальна заробітна платя, грн./місяць (Y2)	Інвестиції в основний капітал, % до ВВП (Y3)	Індекс споживчих цін, % (Y4)	Зайняте населення у віці 15-70 років, % до населення відповідної вікової групи (Y5)	Безробітне населення (за методологією МОП) у віці 15-70 років, % до населення відповідної вікової групи (Y6)	Реальний набуттий дохід, % до поп. року (Y7)
2010	104,1	110,5	2056,7	16,7	109,1	58,4	8,2	117,1
2011	105,4	111,0	2451,9	18,6	104,6	59,1	8,0	108,0
2012	100,1	111,0	3022,9	19,5	99,8	59,6	7,6	113,9
2013	100,1	106,8	3291,9	17,1	100,5	60,2	7,3	106,1
2014	89,9	86,5	3104,4	13,8	124,9	56,6	9,3	88,5
2015	90,1	90,1	2821,1	13,7	143,3	56,7	9,1	79,6
2016	102,4	106,5	4550,5	15,1	112,4	56,3	9,3	102,0
2017	102,4	118,9	6209,8	15,0	113,7	56,1	9,5	110,9
2018	103,4	109,7	8073,8	16,3	109,8	58,2	8,2	110,9
Коефіцієнт кореляції		0,912	0,267	0,635	-0,782	0,377	-0,393	0,889

- щільний зв'язок

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [3].

Розрахунки табл. 4 доводять той факт, що економічне зростання зумовлює підвищення рівня життя населення через зростання доходів загалом та заробітної плати зокрема. Крім того, зміна реального валового внутрішнього продукту впливає на зниження рівня безробіття та зростання рівня зайнятості, а також зумовлює підвищення інвестиційної активності (хоча тіснота відповідного зв'язку є невисокою). Крім того, можна стверджувати, що інфляція негативно впливає на динаміку реального ВВП (в умовах високого рівня інфляції формуються передумови до зниження валового внутрішнього продукту і навпаки).

Побудова діаграми розсіювання та розрахунок рівняння регресії (рис. 7) свідчать, що зростання реального ВВП на 1% зумовлює зростання реального доходу на 1,89%. Тобто, економічне зростання є основним фактором зростання доходів і навпаки – в умовах економічної кризи та спаду доходи населення суттєво знижуються.

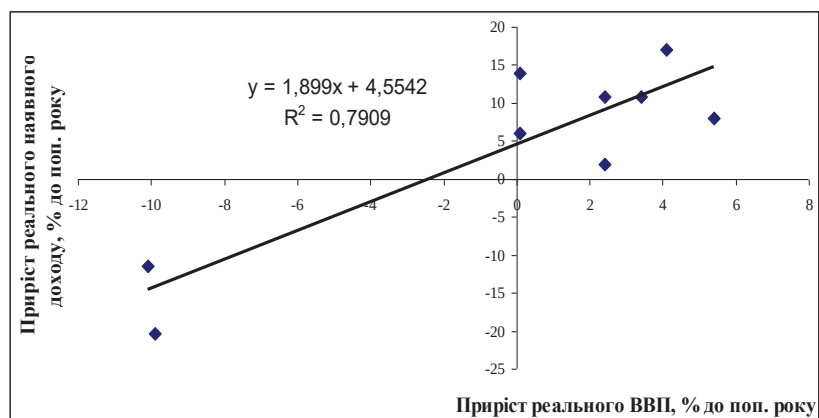


Рис. 7. Діаграма розсіювання та рівняння регресії між реальним ВВП та реальним наявним доходом, 2010-2018 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [3].

Крім того, динаміка реального ВВП впливає на доходну частину зведеного державного бюджету (табл. 5).

Таблиця 5

Кореляційний зв'язок між реальним ВВП та доходами зведеного державного бюджету,
2010-2018 рр.

Роки	Реальний ВВП, млн. грн.	Доходи, % до ВВП	Доходи зведеного державного бюджету (скореговані на індекс споживчих цін), млн. грн.
	X	Y1	Y2
2010	1120585	29,1	287482,9
2011	1349178	30,7	369031,1
2012	1459096	31,7	442868,1
2013	1522657	30,2	444121,1
2014	1586915	28,7	406839,7
2015	1979458	32,8	438487,6
2016	2385367	32,8	687321,8
2017	2983882	34,1	888959,4
2018	3085438,5	33,2	1078589,1
Коефіцієнт кореляції		0,835	0,965

 - щільний зв'язок

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [3].

Дослідження свідчать, що при зростанні реального ВВП доходи зведеного державного бюджету як в реальному вимірі, так і у відсотках до ВВП суттєво зростають.

Одним із уповноважених органів, який здійснює регулювання національної економіки, є Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства (Мінекономрозвитку). Ефективне регулювання економіки повинне базуватися на макроекономічному прогнозуванні. Циклічність економічного розвитку дає змогу будувати макроекономічні прогнози щодо зміни ВВП.

Відповідно до макроекономічного прогнозу Мінекономрозвитку на 2020-2022 в Україні і за оптимістичним і за песимістичним сценарієм (табл. 6) варто очікувати зростання ВВП.

Тобто, за прогнозними даними профільного міністерства національна економіка в найближчі три роки буде демонструвати економічне зростання. При цьому темпи зростання реального ВВП є досить високими від 5,5 до 6,5% протягом 2021-2022 рр.

Таблиця 6

Макроекономічний прогноз для України за розрахунками
Мінекономрозвитку [5]

Показник	Сценарій I (песимістичний)			Сценарій II (оптимістичний)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Зростання реального обсягу ВВП	3,7%	3,8%	4,1%	4,8%	5,5%	6,5%
Індекс споживчих цін	5,5%	5,3%	5,1%	5,8%	5,0%	5,0%
Середньорічний обмінний курс до долар США, грн.	27,0	27,2	27,5	24,8	23,9	24,2

Міжнародний валютний фонд, враховуючи сучасні виклики в умовах поширення інфекції, очікує, що валовий внутрішній продукт України демонструватиме падіння в 2020 році, до мінус 7,2%, а в 2021 р. – незначне зростання до 3,0% (табл. 7).

Таблиця 7

Прогноз МВФ щодо основних макроекономічних показників України [5]

Реальний ВВП			Споживчі ціни			Сальдо з поточного рахунку			Безробіття		
2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
3,2	-7,2	3,0	7,9	3,2	6,0	-2,7	4,3	-3,0	8,5	11,0	9,6

Як бачимо, два вище наведені прогнози суттєво відрізняються і є всі підстави стверджувати, що саме прогноз Міжнародного валютного фонду є

більш реальним, адже враховує негативний вплив інфекційних викликів на ділову активність.

На нашу думку, в умовах значних соціально-економічних викликів будувати довготривалі прогнози валового внутрішнього продукту недоцільно, адже врахувати виникнення різного роду шоків практично не можливо. З огляду на це, в цілях підвищення достовірності прогнозних даних, варто обмежитись короткотривалим періодом упередження (1-3 роки). Відтак, для прогнозування макроекономічної динаміки на найкоротшу перспективу варто застосовувати лише короткострокові цикли Кітчина. Якщо, проаналізувати відповідні цикли в Україні, то досить ймовірним по закінченні 2018-2019 років є вихід національної економіки у фазу зростання. Однак, непередбачуваний виклик у вигляді інфекційного захворювання COVID-19 суттєво змінив відповідні очікування, зумовивши економічний спад. Тому, на нашу думку, прогноз Міжнародного валютного фонду щодо зміни реального ВВП в Україні є найбільш наближеним до реальності.

Циклічність є рисою будь-якого розвитку, зокрема економічного. Головними індикаторами фаз економічного циклу є динаміка індексу фізичного обсягу виробництва, обсягу товарообігу та заробітної плати.

Дослідження економічного розвитку України на основі теорії великих циклів М. Кондратьєва дозволяє виділити п'ять довгих хвиль Кондратьєва в економічному розвитку держави. Аналіз динаміки номінального ВВП в Україні свідчить про його невинне зростання як загалом в межах національної економіки, так і в розрахунку на одну особу. Динаміка реального ВВП в Україні демонструє зовсім іншу тенденцію: у 2014-2015 рр. мало місце різке та значне зниження реального валового внутрішнього продукту.

В економічному розвитку України з часу здобуття незалежності чітко виділяється один довгостроковий цикл Кузнеця (1994-2016рр.); два середньострокових цикли Жугляра (1994-2009; 2009-донині); п'ять короткострокових цикли Кітчина (1991-1999; 1999-2004; 2004-2007; 2007-2011; 2011-2016 рр.).

Дослідження свідчать, що виділити який один визначальний фактор, який обумовлює циклічність економічного розвитку, неможливо. Однак, в сукупності такі фактори як динаміка інвестицій, інфляція, рівень економічної свободи та конкурентоспроможності економіки, урядові видатки, величина консолідованого державного бюджету визначають циклічність макроекономічного розвитку.

Циклічність економічного розвитку, визначаючи тенденції виробництва, впливає і на інші показники соціально-економічного розвитку. Досить щільний та прямий зв'язок реальний ВВП ілюструє з індексом реальної заробітної плати та реальним наявним доходом. Це доводить той факт, що економічне зростання зумовлює підвищення рівня життя населення через зростання доходів загалом та заробітної плати зокрема. Зростання реального ВВП на 1% зумовлює зростання реального доходу на 4,6%. Також зміна реального ВВП впливає на зниження рівня безробіття та зростання рівня зайнятості, а також зумовлює підвищення інвестиційної активності. Динаміка реального валового внутрішнього продукту впливає на доходну частину зведеного державного бюджету: при зростанні реального ВВП доходи зведеного державного бюджету зростають.

Макроекономічні прогнози для України суттєво відрізняються. Лише прогноз Міжнародного валютного фонду вказує на очікуване падіння реального ВВП в Україні у 2020р. на 7,2%, інші – орієнтовані на очікування економічного зростання. Вважаємо, що в умовах мінливого середовища та наявності викликів у вигляді карантинних обмежень варто обмежуватися виключно короткостроковим періодом упередження на основі циклів Кітчина. І хоча за нормального розвитку подій національна економіка у 2020-2021 рр. за циклами Кітчина мала б демонструвати поступове зростання, однак в дійсності COVID-19 зумовив продовження кризового періоду. Тому більш реальним для національної економіки на разі є прогноз Міжнародного валютного фонду.

Література

1. Алеїнікова О. В. Теорії циклічності та проблеми структурних, фінансових та системних криз суспільного виробництва. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_3
2. Близнюк Т.П. Вплив циклічності розвитку економіки на інноваційну діяльність підприємства: Монографія. Харків: ІНЖК, 2008. 317с.
3. Економічна статистика. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
4. Мельник Т.О. Економіка України в період незалежності: втрати, прорахунки і перспективи розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 8. С. 42-49.
5. Основні прогнозні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/>
6. Пелех О. Циклічність економічного розвитку і структурні зміни в економіці. Причорноморські економічні студії. 2018. № 27. Ч. 1. С. 85–89.
7. Подлесна В.Г. Особливості сучасної соціально-економічної кризи в Україні та основні орієнтири її подолання. Економіка України. 2015. 6 (643). С. 74-81.
8. Прогноз основних макроекономічних показників. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <https://www.imf.org/en/Home>
9. Савченко М.В. Детермінанти фінансово-економічної кризи в умовах глобалізації. Економіка і організація управління. 2018. Вип. 3. С. 37-47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2018_3_6

3.2. Економіко-математичне моделювання як дієвий інструмент дослідження стану та прогнозування розвитку харчової промисловості

Ю. І. Бурик

Вступ. Сучасний етап розвитку економіки обумовлює високі децидери до оцінювання ефективності функціонування економічних систем різних рівнів. Значної уваги потребує трансформація оцінки ефективності використання ресурсів та впливу різних чинників на формування фінансових результатів галузі, що залишається актуальним як для поточного управління, так і для розробки стратегічних цілей. Універсальним інструментарієм економічного аналізу та дослідження виробничих і фінансово-господарських процесів та явищ є економіко-математичне моделювання, що уможлиблює виявлення взаємозв'язку економічних показників та здійснення обґрунтованого прогнозу майбутніх періодів.

Аналіз попередніх досліджень. Можливість використання апарату економіко-математичного моделювання та прогнозування процесів економічного розвитку в умовах динамічних змін зовнішнього середовища відображено у наукових працях вітчизняних і світових вчених. Зокрема, побудові функцій прогнозування показників економічного розвитку виробництва, наданих часовим рядом, на основі статистичного аналізу динаміки згладжування експериментальних даних присвячено працю М. Шарко, Н. Гусаріної [10]. Дослідження стану та моделювання процесу формування фінансового результату засобами економіко-математичного моделювання відображено у доробкові І. Ткаченка, О. Проскурович [7]. Теоретичні проблеми вибору економіко-математичних моделей для логістики підприємств харчової промисловості розглянуто у праці О. Попова [4].

Разом з тим, ступінь опрацювання конкретної проблематики, зокрема оцінювання і прогнозування ефективності функціонування підприємств харчової промисловості із застосуванням економіко-математичних моделей

недостатньо висвітлено в науковій літературі, що зумовлює актуальність дослідження.

Метою статті є дослідження стану, оцінювання та прогнозування ефективності функціонування підприємств харчової галузі засобами економіко-математичного моделювання.

Виклад основного матеріалу. Задля оцінювання ефективності функціонування підприємств харчової промисловості необхідно використовувати систему показників відповідно до об'єкту, напрямів та методів дослідження, а також очікуваних результатів та методів контролю їх досягнення.

Критеріями оцінювання ефективності функціонування галузі є насамперед аналізування динаміки таких показників, як: виробництво й обсяг реалізації окремих видів харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів, фінансові результати до оподаткування, рентабельність операційної діяльності тощо.

Для прогнозування ефективності функціонування та окреслення перспектив розвитку харчової промисловості здійснимо економетричне моделювання шляхом побудови регресійної моделі, що описує взаємозв'язок обсягу реалізованої продукції та фінансових результатів до оподаткування.

Статистичні дані для розрахунку і необхідні величини для побудови системи нормальних рівнянь наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Вплив обсягу реалізованих харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів на фінансові результати до оподаткування

Рік	Обсяг реалізованої продукції, млрд. грн., x	Фінансові результати до оподаткування, млрд. грн., y	x^2	xy
2016	381,445	-2,9232	145500,29	-1115,040024
2017	451,115	11,4936	203504,74	5184,935364
2018	504,332	19,6358	254350,77	9902,962286
2019	530,5051	24,2399	281435,66	12859,39057
Всього	1867,3971	52,4461	884791,4586	26832,2482

Джерело: складено за даними [1]

Побудуємо діаграму розсіювання залежності фінансових результатів до оподаткування (y) від обсягу реалізованої продукції (x). Розміщення точок на діаграмі розсіювання (рис. 1) дає можливість припустити існування лінійної форми зв'язку у вигляді функції:

$$\hat{y} = a + bx, \quad (1)$$

де $\hat{y}$ – розрахункові значення фінансових результатів до оподаткування, млрд. грн.;

x – обсяг реалізованої продукції, млрд. грн.



Рис.1. Діаграма розсіювання та регресійна пряма, що відображає залежність фінансових результатів до оподаткування від обсягу реалізованої продукції

Джерело: розроблено автором

Для знаходження параметрів a та b будемо систему нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} 4a + 1867,3971b = 52,4461 \\ 1867,3971a + 884791,4586b = 26832,2482 \end{cases}$$

Розв'яжемо окреслену систему рівнянь за допомогою формул (2) і (3):

$$a = \frac{\sum_{i=1}^n y_i \sum_{i=1}^n x_i^2 - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n x_i y_i}{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2} \quad (2)$$

$$b = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2} \quad (3)$$

Отримуємо: a = -71,21221486; b = 0,18062305.

Отже, отримано регресійне рівняння: $\hat{y} = 0,1806x - 71,212$

Для того, щоб бути впевненим у доцільності використання отриманого робочого рівняння як інструментарію для розрахунків теоретичних рівнів фінансових результатів до оподаткування, варто визначити достовірність рівняння. Для цього необхідно розрахувати коефіцієнт кореляції (r), що характеризує тісноту зв'язку результативного показника (y) і чинника (x) (рис.2).

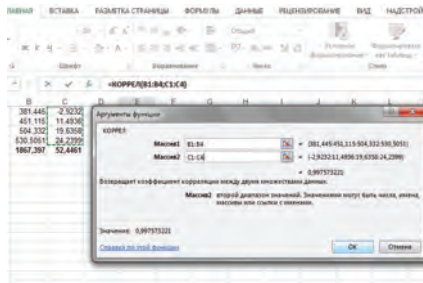


Рис. 2. Інтерфейс вікна «Аргументи функції «КОРРЕЛ»

Джерело: розроблено автором

Відповідно до стандартів, значення коефіцієнту r до 0,5 вказує на слабкий зв'язок результативного показника (y) з чинником (x); від 0,5 до 0,7 – сильний зв'язок і $r > 0,7$ – дуже сильний. У нашому випадку $r = 0,997573$, що свідчить про дуже сильний зв'язок між обсягом реалізованої продукції та фінансовими результатами до оподаткування.

Показник детермінації (R^2), що показує на скільки відсотків чинник (x) зумовлює зміну результативного показника (y) у цьому випадку складає 99,51523, тобто обсяг реалізованої продукції на 99,51523% зумовлює фінансові результати до оподаткування.

Здійснимо економетричне моделювання рентабельності операційної діяльності підприємств харчової промисловості, попередньо здійснивши відбір найголовніших, на нашу думку, чинників для побудови майбутніх моделей. Вихідні дані для побудови моделі подано у табл. 2.

Таблиця 2

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу рентабельності операційної діяльності підприємств харчової промисловості

Показник		Рік				
		2010	2014	2015	2016	2019
Рентабельність операційної діяльності підприємств харчової промисловості, %	y	5,2	5,1	3,0	2,8	6,1
Результат від операційної діяльності, млн. грн.	x ₁	7758,8	16637,3	13351,6	14400,9	8765,4
Витрати операційної діяльності, млн. грн.	x ₂	147858,4	325194,1	443313,2	514974,9	143695,1
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	x ₃	187522,0	254991,7	340603,8	381445,1	530505,1
Індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	x ₄	1,034	1,025	0,891	1,074	1,033
Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	x ₅	378	323	290	281,2	305,7
Капітальні інвестиції, млн. грн.	x ₆	12254	13487	13548	16799	33210
Індекси цін виробників промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за видами діяльності	x ₇	1,18	1,156	142,5	1,156	1,04

Джерело: складено за даними [1]

Серед відібраних чинників оберемо найбільш впливові за коефіцієнтом кореляції (табл. 3).

Таблиця 3

Вплив відібраних чинників на результативний показник

Чинники	Умовне позначення	Коефіцієнт кореляції
Результат від операційної діяльності, млн. грн.	x_1	-0,515951063
Витрати операційної діяльності, млн. грн.	x_2	-0,930859289
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	x_3	0,098654968
Індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	x_4	0,324739906
Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	x_5	0,576368256
Капітальні інвестиції, млн. грн.	x_6	0,514487806
Індекси цін виробників промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за видами діяльності	x_7	-0,55156036

Джерело: розроблено автором

Отже, усі відібрані чинники, за винятком обсягу реалізованої продукції, суттєво впливають на зміну рентабельності операційної діяльності підприємств харчової промисловості. Незначний вплив на зміну результативного показника здійснюють індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів. Найбільше впливають капітальні інвестиції та середньооблікова кількість штатних працівників. Обернений вплив чинять результат від операційної діяльності, витрати операційної діяльності, індекси цін виробників промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за видами діяльності.

Використовуючи в електронних таблицях вбудовану функцію ЛИНЕЙН визначимо параметри та основні характеристики економетричних моделей зміни рентабельності операційної діяльності (табл. 4).

Таблиця 4

Результати економіко-математичного моделювання
зміни рентабельності операційної діяльності

№	Вид моделі	Чинник	Коефіцієнт детермінації, R^2	2019 рік		Результати прогнозування
				априорне значення, %	змодельоване значення, %	
1	$Y = 5,712295386 + 0,000187625x_1 - 0,0000112952x_2$	x_1 - результат від операційної діяльності x_2 - витрати операційної діяльності	0,9634	6,1	5,73	7,23
2	$Y = 3,594039959 + 0,000182152x_1 - 0,000011013x_2 + 2,072668327x_4$	x_4 - індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	0,9727		5,75	7,24
3	$Y = 0,983761716 - 0,00018757x_1 + 5,676655035x_4$		0,3392		5,20	5,26
4	$Y = 64,95815473 - 57,68025166x_4 - 0,074145363x_7$	x_4 - індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів x_7 - індекси цін виробників промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за видами діяльності	0,8730		5,30	4,32
5	$Y = -7,276559327 + 0,030107293x_5 + 0,00012404x_6$	x_5 - середньооблікова кількість штатних працівників x_6 - капітальні інвестиції	0,8378		6,05	6,39

Джерело: розроблено автором

Розрахований коефіцієнт детермінації за усіма моделями, окрім моделі (3) показав значну частину дисперсії, що пояснює регресію результативного показника. Однак критерії Стюдента та Фішера засвідчили статистичну незначущість певних параметрів та неадекватність моделей, спричинену малою кількістю точок спостереження.

Серед усіх побудованих моделей найкращий результат отримано за економіко-математичними моделями (1 – 2), про що свідчить найбільше значення коефіцієнта детермінації. У економетричній моделі (1) на 96,34% результат від операційної діяльності та витрати операційної діяльності впливають на зміну рентабельності операційної діяльності, і лише 3,66% припадає на дію інших чинників, що не включено у модель. Жоден із параметрів не є достовірним за критерієм Стюдента, оскільки їх розрахункові значення ($t_{\text{розрах. } x1} = 2,3$; $t_{\text{розрах. } x2} = -6,17$) є меншими за табличні ($t_{\text{табл.}} = 4,3$).

За критерієм Фішера економетрична модель (1) є адекватною, оскільки його розрахункове значення ($F_{\text{розрах.}} = 26,37$) більше за табличне ($F_{\text{табл.}} = 19$).

У моделі (2) на 97,27% результат від операційної діяльності, витрати операційної діяльності та індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів впливають на зміну рентабельності операційної діяльності, і лише 2,73% припадає на дію інших чинників, що не включено у модель. Жоден із параметрів не є достовірним за критерієм Стюдента, оскільки їх розрахункові значення ($t_{\text{розрах. } x1} = 1,82$; $t_{\text{розрах. } x2} = -4,82$; $t_{\text{розрах. } x4} = 0,58$) є меншими за табличні ($t_{\text{табл.}} = 12,706$).

За критерієм Фішера економетрична модель (2) не є адекватною, оскільки його розрахункове значення ($F_{\text{розрах.}} = 11,91$) менше за табличне ($F_{\text{табл.}} = 216$).

З метою розширення можливостей змістовного аналізу побудованої моделі (1) знайдено часткові коефіцієнти еластичності результативної змінної за чинниками, які включено у модель (табл. 5).

Таким чином, при збільшенні на 1% результату від операційної діяльності відбуватиметься зростання рентабельності від операційної діяльності на 0,515%, однак зростання витрат операційної діяльності на 1% призведе до зниження результативного показника на 0,801%.

Таблиця 5

Коефіцієнти еластичності рентабельності операційної діяльності

Чинник	Результат від операційної діяльності, x_1	Витрати операційної діяльності, x_2
Коефіцієнт еластичності	0,515	-0,801

Джерело: розроблено автором

Оскільки здійснений прогноз зміни рентабельності операційної діяльності за усіма моделями засвідчив неоднозначну динаміку, вбачаємо за необхідне засобами електронних таблиць MS Excel побудувати трендову модель зміни результативного показника.

У результаті отримано рівняння:

$$Y_t = 0,6214t^2 - 3,7786t + 8,94$$

Трендова модель є адекватною, про що свідчить коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,6366$) і критерій Фішера, оскільки його розрахункове значення ($F_{\text{розрах}} = 7,26$) більше за табличне ($F_{\text{табл}} = 6,94$). Одночасно на зміну результативного показника суттєво (на 63,66%) впливає часовий чинник. З огляду на вищевказане за побудованою трендовою моделлю варто спрогнозувати рентабельність операційної діяльності харчової промисловості.

Результати трендового моделювання відображено у табл.6.

Інтерпретація трендового моделювання
рентабельності операційної діяльності

Показник	2010 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
t	1	2	3	4	5	6	7	8	9
t ²	1	4	9	16	25	36	49	64	81
Y	5,2	5,1	3,0	2,8	6,1	—	—	—	—
Y _t	5,78	3,87	3,20	3,77	5,58	8,64	12,94	18,48	25,27

Джерело: розроблено автором

Стрімке підвищення рентабельності операційної діяльності за трендовою моделлю вказує на можливі тенденції його зростання у перспективі (рис.3).

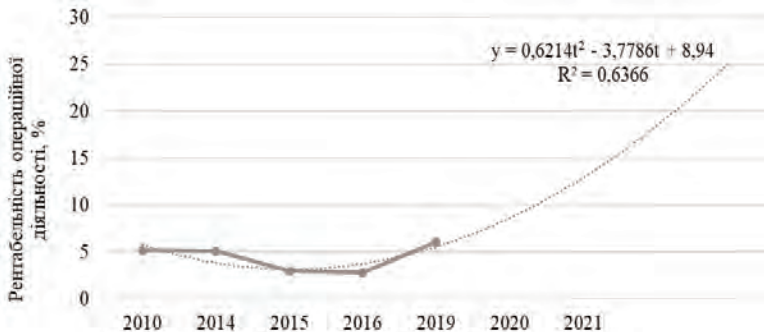


Рис. 3. Графічне відображення результатів економетричного і трендового моделювання

Джерело: розроблено автором

Отже, досліджено стан та проаналізовано динаміку статистичних даних функціонування підприємств харчової промисловості України протягом 2010 – 2019 рр. Побудовано економіко-математичну модель фінансових результатів до оподаткування і відображено на діаграмі розсіювання залежність результативного показника від обсягу реалізованої продукції.

Здійснено економетричне моделювання рентабельності операційної діяльності підприємств харчової промисловості і за допомогою кореляційно-регресійного аналізу визначено ступінь впливу чинників, які здійснюють стимулюючий (дестимулюючий) вплив на зміну результативного показника.

Спрогнозовано зміну рентабельності операційної діяльності за допомогою побудованої трендової моделі, яка вказує на можливі тенденції зростання досліджуваного показника у перспективі.

Таким чином, економіко-математичне моделювання ефективності функціонування харчової промисловості з використанням сучасних інформаційних засобів обробки та прогнозування економічної інформації надає можливість визначити основні чинники впливу на результативний показник та дозволить надалі більш точно і швидко приймати управлінські рішення, спрямовані на підвищення результативності діяльності.

Перспективним надалі є реалізація процесу постійного оновлення моделі рентабельності операційної діяльності залежно від чинників впливу, наближаючи її характеристики до реальних даних. Доцільним буде здійснення економетричного і трендового моделювання рентабельності операційної діяльності підприємств за видами харчової промисловості.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 25.04.2020).
2. Параниця Н. В. Економіко-математичне моделювання ефективної взаємодії фінансового і промислового секторів економіки України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 8(2). С. 39–43.
3. Пилипенко О. Є. Розвиток харчової промисловості України. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2017. Т. 23. № 3. С. 15–25.
4. Попов О. І. Теоретичні питання вибору економіко-математичних моделей для логістичної діяльності підприємств харчової промисловості. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 19. С. 29–31.

5. «Промисловість України у 2011–2015 роках»: статистичний збірник / за ред. І. С. Петренко. Київ, 2016. 381 с.
6. «Регіони України»: статистичний збірник / ред. І. Є. Вернер. Київ, 2018. Ч. 2. 682 с.
7. Ткаченко І. С. Економіко-математичне моделювання фінансового результату підприємства. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2017. № 3 (31). С. 84–94.
8. Фартушний І. Д., Пузирна К. М. Економіко-математичне моделювання виробничої діяльності підприємства легкої промисловості. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 497–505.
9. Хрип'юк В. І. Харчова промисловість України: ретроспективний аналіз та сучасні проблеми розвитку. *Економіка АПК*. 2018. № 9. С. 77–86.
10. Шарко М. В., Гусаріна Н. В. Моделювання та прогнозування процесів економічного розвитку в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. *Бізнес Інформ*. 2018. № 6. С. 166–172.

3.3. Особливості використання методів бізнес-аналізу щодо забезпечення економічної стійкості та сталого розвитку підприємства

*Н. М. Олійник,
С. М. Макаренко*

Актуальність теми дослідження пов'язана з тим, що в сучасних умовах пріоритетним завданням для України є інституціональна трансформація економіки, основною метою якої є забезпечення економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку суб'єктів господарювання. Нині необхідність забезпечення стабільного розвитку та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стимулює підприємців та менеджерів до пошуку ефективних систем та методів управління господарською діяльністю [1, с. 226].

Функціонування українських суб'єктів господарювання характеризується невизначеністю та динамічністю бізнес-середовища, до якого підприємству необхідно пристосовуватись. В умовах динамічних змін бізнес-середовища актуалізується потреба в забезпеченні економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку суб'єктів господарювання.

Максимальне задоволення потреб підприємства та досягнення поставлених цілей досягається завдяки ефективному використанню наявних ресурсів [2, с. 21]. Проблема обмеженості ресурсів і прагнення до забезпечення економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку підприємства є основною причиною використання методів й інструментів бізнес-аналізу з метою прогнозування ринкової ситуації.

Аналіз попередніх досліджень свідчить, що поняття економічної стійкості досить глибоко вивчено такими вченими, як Гончарова О.М., Антонюк Б.О. [3], Ларіна Я.С. [4], Чумак Л.Ф., Богданова О.Є. [5], Юрченко А.Ю. [6], Пономаренко Т.В. [7] та ін.

Отже, як бачимо, питання забезпечення економічної стійкості підприємства не втратило своєї актуальності, і сьогодні потребує більш

детального подальшого дослідження можливості використання зарубіжного досвіду у вітчизняній практиці.

Сучасні наукові джерела не дають єдиного визначення категорії «економічна стійкість підприємства». Для уточнення поняття економічної стійкості підприємства в таблиці 1 ознайомимося з різними поглядами на його сутність.

Таблиця 1

Дослідження понятійно-категоріального апарату і науково-методичних підходів до поняття «економічна стійкість підприємства»

Автор	Підхід до визначення сутності поняття «економічна стійкість підприємства»
Гончарова О.М., Антонюк Б.О. [3]	Економічну стійкість підприємства можна охарактеризувати як стан господарюючого суб'єкта, що характеризується оптимальним розподілом вхідних та вихідних потоків, досягнення внутрішньої синергії ресурсів, мінімізацією ризиків та здатністю системи протистояти потенційним негативним явищам, що можуть спричинити негативний вплив в майбутньому.
Ларіна Я.С. [4]	Економічна стійкість підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних складових, які забезпечують здатність підприємства до організації безбиткової господарської діяльності, досягнення стабільного ринкового положення, достатній ресурсний потенціал та збалансований процес функціонування.
Чумак Л.Ф., Богданова О.Є. [5]	Економічна стійкість підприємства – це стан підприємства, при якому спостерігається рівноважний збалансований стан економічних ресурсів, які забезпечують стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення стійкого економічного зростання у тривалій перспективі з урахуванням найважливіших зовнішніх і внутрішніх факторів.
Юрченко А.Ю. [6]	Економічна стійкість є окремою управлінською категорією, що відображає здатність підприємства збалансовано функціонувати відповідно до принципів розширеного відтворення.

Джерело: узагальнено та побудовано авторами на основі [3; 4; 5; 6].

Багато авторів вказують на неможливість досягнення економічної стійкості в умовах нестабільної ринкової кон'юнктури і конкуренції на ринках сировини, фінансів, трудових ресурсів і зростання ризиків усіх видів без

орієнтації підприємства на стратегічні цілі і завдання сталого соціально-економічного розвитку.

Будь-яка економічна система функціонує в умовах невизначеності, що в свою чергу зумовлює вірогідність настання ризикових подій. Наявність ризику змушує підприємців виробляти певну стратегію поведінки в ринковій економіці. Вона полягає не в пошуку справи із заздалегідь відомим результатом, без ризику, а в умінні своєчасно його відчутти, правильно оцінити, розробити заходи щодо зменшення рівня ризику або навіть підвищення результативності діяльності підприємства [8, с. 157]. У багатьох випадках ухилитися від ризикованих подій, обійтися без них просто неможливо. В сучасних умовах розвитку економіки України проблема управління ризиками дуже актуальна, що підтверджується даними про зростання збитковості підприємств різних галузей промисловості.

Шандова Н.В. в наукових дослідженнях [9] виділяє окремим фактором господарський ризик і вважає, що управління цим фактором вимагає володіння ризиковою евристикою, здатністю приймати і реалізовувати нестандартні рішення, гнучко змінювати стратегію і тактику поведінки в господарській діяльності.

Часовий зріз оцінювання економічної стійкості крізь призму виключно фінансових показників дає змогу виокремити два підходи: моніторинговий та кризово-ймовірнісний. Пономаренко Т.В. в своїй праці [7] зазначає, що перший підхід передбачає проведення низки однотипних вимірів досліджуваного об'єкта з подальшим аналізом і порівнянням отриманих результатів для виявлення певних закономірностей, тенденцій і динаміки ключових індикаторів; другий підхід орієнтований на визначення ймовірності банкрутства підприємства та нараховує натеper більш ніж 200 різноманітних моделей. В раніше проведених дослідженнях [10] встановлено, що найчастіше використовуються такі методи оцінювання: параметричні – за системою локальних показників – параметри стану, нормативні, плановані, прогнозовані тощо; інтегральні – з урахуванням сумісності та взаємодоповнюваності

окремих показників в отриманні загального кінцевого результату; за коефіцієнтами, за показниками питомої ваги і значущості, що враховують значущість окремих показників у загальному результаті; рейтингова оцінка (за методом суми місць або зробленого «внеску» в розвиток).

Методичні аспекти моделювання бізнес-процесів повинні відповідати вимогам стратегічного управління, враховувати специфічні особливості кожного конкретного підприємства і спиратися на принципах проєктного управління, таких як командна робота, системний підхід, процесний підхід, система менеджменту якості, система збалансованих показників і принцип постійного поліпшення [11, с. 2]. В системі обліково-аналітичного забезпечення управління фінансово-економічною безпекою підприємства для прогнозування розвитку подій та прийняття ефективних управлінських рішень використовують наступні спеціальні методи і прийоми: метод оцінювання, LLC-аналіз (розрахунок витрат по етапах життєвого циклу), CVP-аналіз (аналіз беззбитковості), аналіз чутливості, метод VVC (визначення ланцюжка споживчої вартості), система JIT (Just in Time або «точно в строк»), вертикальний аналіз, горизонтальний аналіз, метод фінансових коефіцієнтів, інтегральний аналіз, факторний аналіз взаємозв'язку фінансово-економічних показників, факторне моделювання як елемент методики економічного аналізу, метод порівняння, SWOT-аналіз (визначено сильних та слабких сторін, можливостей та загроз), метод експертних оцінок та ін. [12, с. 187]. Отже, в сучасній економічній науці є численні методи оцінювання, прогнозування та моделювання розвитку суб'єктів господарювання в умовах динамічних змін бізнес-середовища.

В основі процесу забезпечення економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку підприємства знаходиться оцінювання рівня економічної стабільності підприємства, головним призначенням якого є багатовимірне діагностування його стану та ідентифікація проблемних зон, згідно з якими ставитимуться відповідні цілі та розроблятиметься адекватний комплекс заходів. У наукових працях вітчизняних та закордонних економістів методи оцінювання економічної стабільності підприємств як такі не

висвітлюються, а здебільшого відображені як способи оцінювання ймовірності банкрутства, кризового стану чи фінансової стійкості [13, с. 322].

Діагностику ймовірності банкрутства здійсимо на прикладі міського комунального підприємства «Херсонелектротранс» за допомогою наступних моделей:

- за п'яти-факторною моделлю визначення індексу Z;
- за показником Конана-Гольдера;
- за моделлю Лису.

Перш за все, діагностику ймовірності банкрутства здійсимо за п'яти-факторною моделлю визначення індексу Z [14, с. 550]:

$$Z = 1,2 * K_1 + 1,4 * K_2 + 3,3 * K_3 + 0,6 * K_4 + 0,999 * K_5 ,$$

де Z – показник імовірності банкрутства;

K_1, K_2, K_3, K_4, K_5 – коефіцієнти.

$$K_1 = \frac{BO63}{A} ,$$

де BO63 – власні оборотні засоби (робочий капітал), тис. грн.;

A – всього активів, тис. грн.

$$BO63 = OA - ПЗ ,$$

де OA – оборотні активи, тис. грн.;

ПЗ – поточні зобов'язання, тис. грн.

$$K_2 = \frac{ЧП}{A} ,$$

де ЧП – чистий прибуток, тис. грн.

$$K_3 = \frac{П_{до оп.}}{A} ,$$

де $П_{до оп.}$ – фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.

$$K_4 = \frac{BK}{ПЗ},$$

де ВК – власний капітал, тис. грн.

$$K_5 = \frac{ЧД}{A},$$

де ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.

Результати дослідження імовірності банкрутства міського комунального підприємства «Херсонелектротранс» зведемо в таблицю 2.

Таблиця 2

Діагностика імовірності банкрутства МКП «Херсонелектротранс»
за п'яти-факторною моделлю визначення індексу Z

Показники	На кінець			Відхилення до	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2017 р.	2018 р.
Оборотні активи, тис. грн.	3886	19147	4861	+975	-14286
Поточні зобов'язання, тис. грн.	32177	45386	45594	+13417	+208
Власні оборотні засоби, тис. грн.	-28291	-26239	-40733	-12442	-14494
Всього активів (баланс), тис. грн.	21898	34334	35055	+13157	+721
Частка власних оборотних засобів у активах (K_1)	-1,29	-0,76	-1,16	+0,13	-0,40
Чистий прибуток, тис. грн.	-3360	-1133	-115	+3245	+1018
Рентабельність активів, обчислена за чистим прибутком (K_2)	-0,153	-0,033	-0,003	+0,150	+0,030
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	-3360	-1133	-115	+3245	+1018
Рентабельність активів, обчислена за прибутком до оподаткування (K_3)	-0,153	-0,033	-0,003	+0,150	+0,030
Власний капітал, тис. грн.	-11277	-12410	-12525	-1248	-115
Коефіцієнт покриття за балансовою вартістю власного капіталу (K_4)	-0,35	-0,27	-0,27	+0,08	0
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9229	14086	17762	+8533	+3676
Коефіцієнт оборотності активів (K_5)	0,42	0,41	0,51	+0,09	+0,10
Показник імовірності банкрутства (Z)	-2,061	-0,826	-1,068	+0,992	-0,242
Оцінка імовірності банкрутства	дуже висока ($Z \leq 1,80$)			↓	↑

Джерело: складено та розраховано авторами за даними [15]

МКП «Херсонелектротранс» має незадовільну структуру балансу, адже у підприємства взагалі відсутні власні оборотні засоби.

Розрахунок рентабельності активів, обчисленої як за чистим прибутком, так і за прибутком до оподаткування, показав, що МКП «Херсонелектротранс» – збиткове підприємство.

Від’ємне значення власного капіталу показує, що на підприємстві немає власного капіталу і весь обсяг майна створений за рахунок позичених коштів. У цьому випадку виникає ситуація, коли позиковий капітал є більшим за активи підприємства і, як наслідок, збільшується ризик імовірності банкрутства.

Розрахунок коефіцієнту оборотності активів МКП «Херсонелектротранс» показав, що в 2017 р. на 1 грн. активів підприємства припадало чистого доходу від реалізації продукції в розмірі 42 коп., в 2018 р. – 41 коп., в 2019 р. – 51 коп. Збільшення коефіцієнту оборотності активів – це позитивна тенденція.

Отже, за п’яти-факторною моделлю визначення індексу Z існує дуже висока імовірність банкрутства МКП «Херсонелектротранс».

У зарубіжних країнах для оцінювання економічної стійкості підприємства використовують показник Конана-Гольдера [16, с. 198]:

$$Z_{\text{КГ}} = 0,16 * x_1 - 0,22 * x_2 + 0,87 * x_3 + 0,10 * x_4 - 0,24 * x_5 ,$$

де $Z_{\text{КГ}}$ – показник Конана-Гольдера;

x_1 – частка дебіторської заборгованості та коштів у валюті балансу:

$$x_1 = \frac{Дз + К}{А} ,$$

де $Дз$ – дебіторська заборгованість, тис. грн.;

$К$ – кошти (грошові кошти та їх еквіваленти як в національній, так і в іноземній валюті), тис. грн.;

x_2 – частка постійного капіталу у загальній вартості пасивів:

$$x_2 = \frac{ПК}{П} ,$$

де ПК – постійний капітал, тис. грн.;

П – всього пасивів, тис. грн.;

x_3 – відношення фінансових витрат до чистого доходу від реалізації продукції:

$$x_3 = \frac{ФВ}{ЧД} ,$$

де ФВ – фінансові витрати, тис. грн.;

x_4 – відношення витрат на персонал до величини доданої вартості:

$$x_4 = \frac{В_{перс}}{ДВ} ,$$

де $В_{перс}$ – витрати на персонал, тис. грн.;

ДВ – додана вартість, тис. грн.

$$ДВ = В_{перс} + П_{до оподатк.} ,$$

x_5 – відношення валового прибутку до величини позикового капіталу, визначається як:

$$x_5 = \frac{ВП}{ЗК} ,$$

де ВП – валовий прибуток, тис. грн.;

ЗК – залучений капітал, тис. грн.

Оцінювання економічної стійкості підприємства за допомогою моделі Конана-Гольдера здійснено в таблиці 3.

Таблиця 3

Оцінювання економічної стійкості МКП «Херсонелектротранс»
за допомогою моделі Конана-Гольдера

Показники	На кінець			Відхилення до	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2017 р.	2018 р.
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	1012	16246	1735	+723	-14511
Грошові кошти та їх еквіваленти, тис. грн.	128	132	254	+126	+122
Всього активів (баланс), тис. грн.	21898	34334	35055	+13157	+721
Коефіцієнт x_1	0,052	0,477	0,057	+0,005	-0,420
Постійний капітал, тис. грн.	7334	16005	18309	+10975	+2304
Всього пасивів (баланс), тис. грн.	21898	34334	35055	+13157	+721
Коефіцієнт x_2	0,335	0,466	0,522	+0,187	+0,056
Фінансові витрати, тис. грн.	0	0	0	0	0
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9229	14086	17762	+8533	+3676
Коефіцієнт x_3	0	0	0	0	0
Витрати на персонал, тис. грн.	25445	32984	36110	+10665	+3126
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	-3360	-1133	-115	+3245	+1018
Додана вартість, тис. грн.	22085	31851	35995	+13910	+4144
Коефіцієнт x_4	1,152	1,036	1,003	-0,149	-0,032
Валовий прибуток, тис. грн.	-38289	-50079	-55468	-17179	-5389
Залучений капітал, тис. грн.	33175	46744	47580	+14405	+836
Коефіцієнт x_5	-1,154	-1,071	-1,166	-0,012	-0,094
Показник Конана-Гольдера ($Z_{\text{КГ}}$)	0,327	0,334	0,274	-0,053	-0,060

Джерело: складено та розраховано авторами за даними [15]

Закономірність вірогідності затримки платежів у залежності від різних значень показника Конана-Гольдера ($Z_{\text{КГ}}$) отримано за допомогою кореляційного аналізу статистичної вибірки даних щодо 95 малих і середніх промислових підприємств. Імовірність затримки платежів для різних значень показника Конана-Гольдера ($Z_{\text{КГ}}$) наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Інтерпретація показника Конана-Гольдера

Значення показника Конана-Гольдера ($Z_{\text{кг}}$)								
+0,210	+0,048	+0,002	-0,026	-0,068	-0,087	-0,107	-0,133	-0,164
Вірогідність затримки платежів, %								
100	90	80	70	50	40	30	20	10

Джерело: [17, с. 202]

Згідно розрахунків показників Конана-Гольдера, проведених в таблиці 3, та залежності між значеннями показників Конана-Гольдера та вірогідністю затримки платежів, наведеною в таблиці 4, можна зробити висновок, що для МКП «Херсонелектротранс» протягом періоду 2017-2019 рр. вірогідність затримки платежів складає 100 %, що свідчить про загрозу економічній безпеці підприємства.

У зарубіжній практиці бізнес-аналізу для експрес-діагностики імовірності банкрутства як засобу попередження можливих підприємницьких ризиків використовують модель Лису. Показник діагностики банкрутства за моделлю Лису розраховується за формулою [18, с. 429]:

$$Z_{\text{л}} = 0,063 * x_1 + 0,092 * x_2 + 0,057 * x_3 + 0,001 * x_4 ,$$

де $Z_{\text{л}}$ – показник діагностики банкрутства за моделлю Лису;

x_1, x_2, x_3, x_4 – коефіцієнти.

$$x_1 = \frac{\text{ОА}}{A} ,$$

$$x_2 = \frac{\text{ВП}}{A} ,$$

$$x_3 = \frac{\text{НП}}{A} ,$$

де НП – нерозподілений прибуток, тис. грн.

$$x_4 = \frac{BK}{ПК}.$$

Оціночне граничне значення показника діагностики банкрутства за моделлю Лису $Z_L = 0,037$ [19, с. 362].

Отже, диференціація за рівнями ймовірності банкрутства за моделлю Лису має наступний вигляд:

- якщо $Z_L > 0,037$ – ймовірність банкрутства мала;
- якщо $Z_L < 0,037$ – висока вірогідність банкрутства.

Діагностику ймовірності банкрутства за моделлю Лису здійснено в таблиці 5.

Таблиця 5

Діагностика імовірності банкрутства МКП «Херсонелектротранс»
за моделлю Лису

Показники	На кінець			Відхилення до	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2017 р.	2018 р.
Оборотні активи підприємства, тис. грн.	3886	19147	4861	+975	-14286
Всього активів (баланс), тис. грн.	21898	34334	35055	+13157	+721
Коефіцієнт x_1	0,177	0,558	0,139	-0,039	-0,419
Валовий прибуток, тис. грн.	-38289	-50079	-55468	-17179	-5389
Коефіцієнт x_2	-1,749	-1,459	-1,582	+0,166	-0,124
Нерозподілений прибуток, тис. грн.	-24536	-25669	-25784	-1248	-115
Коефіцієнт x_3	-1,120	-0,748	-0,736	+0,385	+0,012
Власний капітал, тис. грн.	-11277	-12410	-12525	-1248	-115
Позиковий капітал, тис. грн.	33175	46744	47580	+14405	+836
Коефіцієнт x_4	-0,340	-0,265	-0,263	+0,077	+0,002
Показник діагностики банкрутства за моделлю Лису (Z_L)	-0,214	-0,142	-0,179	+0,035	-0,037

Джерело: складено та розраховано авторами за даними [15]

Проведені розрахунки свідчать про високу загрозу банкрутства міського комунального підприємства «Херсонелектротранс».

В раніше проведених дослідженнях [20, с. 131] встановлено, що забезпечення економічної безпеки є неможливим без активізації інвестиційної діяльності та кардинального збільшення інвестицій у реальний сектор економіки. Тому органам державної влади та місцевого самоврядування потрібно розробити узгоджений механізм стимулювання вітчизняного бізнесу для забезпечення залучення необхідного обсягу інвестицій у реальний сектор економіки.

Для комплексного оцінювання економічної стійкості підприємства та визначення механізмів її забезпечення слід розглядати цю категорію як сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів та відносин, які забезпечують здатність підприємства до організації беззбиткової господарської діяльності, вміння адаптуватися до зовнішніх і внутрішніх ризиків, забезпечувати збалансоване функціонування та соціально-економічний розвиток підприємства.

В системі управління підприємством щодо забезпечення економічної стійкості та сталого соціально-економічного розвитку особливою функцією виступає діагностика банкрутства. Слід зауважити, що діагностика банкрутства є і функцією, і специфічною стадією в антикризовому управлінні підприємством. Це вихідний пункт для визначення альтернативного розвитку підприємства в умовах неоіндустріального суспільства, посилення турбулентності та динамічності економічного середовища.

Література

1. Олійник Н.М., Макаренко С.М., Рибачок С.А. Інноваційна складова сталого соціально-економічного розвитку підприємства. *Інституціональна трансформація розвитку економіки України* : колективна монографія / за ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя: КПУ, 2019. С. 225-237.

2. Олійник Н.М., Семенова Г.Ю., Макаренко С.М. Аналіз ефективності функціонування підприємств оптової торгівлі в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. № 1 (254). С. 21-26.

3. Гончарова О.М., Антонюк Б.О. Сутнісний аналіз та оцінка внутрішньої економічної стійкості підприємства. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2016_33/zb33_09.pdf (дата звернення 22.01.2021).

4. Ларіна Я.С. Методичні підходи щодо забезпечення економічної стійкості підприємств на основі маркетингового моніторингу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 3 (65). С. 93-98.

5. Чумак Л.Ф., Богданова О.Є. Економічна стійкість підприємства: фактори та механізм управління. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 49. С. 165-169.

6. Юрченко А.Ю. Формування та підвищення рівня економічної стійкості підприємств борошномельної галузі : автореф. дис. ... канд. економ. наук: спец. 08.00.04. Херсон, 2018. 21 с.

7. Пономаренко Т.В. Систематизація підходів до оцінювання економічної стійкості підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 16. Ч. 3. С. 43-47.

8. Макаренко С.М., Олійник Н.М. Бізнес-планування : навч.-метод. посіб. для студентів спец. 073 «Менеджмент» рівня вищої освіти «бакалавр». Херсон: ТОВ «БКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.

9. Шандова Н.В. Оцінка загальної стійкості розвитку промислового підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 9. С. 169-173.

10. Соловйова Н.І., Макаренко С.М., Олійник Н.М. Методологічна коректність прогнозного оцінювання параметрів соціально-економічного розвитку регіонів. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 11 (185). С. 268-277.

11. Makarenko S., Oliinyk N., Danko V., Kaplina Y. Formation of an Innovative Competitiveness Management System of the Enterprise: On the Case of Ukraine's Healthcare. *Journal of Economics and Management Sciences*. New York. 2020. Vol. 3. № 1. P. 1-12. URL: <https://doi.org/10.30560/jems.v3n1p1> (дата звернення 22.01.2021).

12. Олійник Н.М., Карась О.П., Макаренко С.М. Організаційно-методичні засади обліково-аналітичного забезпечення управління фінансово-економічною безпекою. *Обліково-аналітичне забезпечення системи фінансово-економічної безпеки: інформаційно-комунікаційні технології та антикорупційний менеджмент : Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. для здобувачів вищої освіти і молодих науковців (7-8 листоп. 2019 р.)*. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2019. С. 185-188.

13. Романишин М. Характеристика методів оцінювання економічної стабільності підприємств. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 10. Ч. 4. С. 322-327.

14. Олійник Н., Житченко І., Макаренко С. Діагностика банкрутства як засіб антикризового управління підприємством в умовах неоіндустріального суспільства. *Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (27 жовт. 2020 р.). Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2020. С. 549-552.

15. Офіційний сайт міста Херсон. URL: <http://www.city.kherson.ua/articles/mkpherson elektrotans> (дата звернення 22.01.2021).

16. Олійник Н.М., Ващенко Є.А., Макаренко С.М. Використання моделі Конана-Гольдера з позиції оцінювання економічної безпеки підприємства. *Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аудиту, оподаткування та аналізу в умовах міжнародної інтеграції : Збірник тез доповідей учасників ІХ Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф.* (17-18 листоп. 2020 р.). Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2020. С. 198-201.

17. Хохлов М.П., Подимайло М.В. Аналіз існуючих підходів і методів фінансової діагностики ймовірності банкрутства. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 7. С. 199-204.

18. Олійник Н.М., Макаренко С.М., Житченко І.В. Використання моделі Лису в бізнес-аналізі. *Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці : Збірник тез за матеріалами XVI Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.* (30 листоп. – 4 груд. 2020 р.). Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. С. 429-431.

19. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава : ПДАА, 2016. 430 с.

20. Олійник Н.М., Корчевська Л.О., Макаренко С.М. Оцінка інвестиційної складової економічної безпеки Херсонського регіону з метою залучення міжнародних проектів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. № 1. С. 130-134.

3.4. Аналітика в товарній політиці підприємства

Н. В. Мєшкова-Кравченко

Сьогодення формує нові вимоги до діяльності підприємств для забезпечення результативної поточної діяльності та створення передумов для розвитку. Ключовим моментом в діяльності підприємства є можливість і рівень задоволення потреб споживачів. Ураховуючи, що засобом задоволення потреб споживачів є товар, який розглядається не тільки як матеріальний об'єкт, то саме відповідна товарна політика має стати основою політики будь-якого суб'єкта господарювання щодо розвитку. Прийняття рішення взагалі і щодо товарної політики зокрема ґрунтується на результатах досліджень. Інформаційно-аналітична діяльності підприємства, складовою якої є маркетинговий аналіз, набуває це більшої значимості в умовах нестабільного, динамічно змінюваного, непередбачуваного бізнес-середовища, що зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз попередніх досліджень. Дослідженню аспектів товарної політики присвячена значна кількість публікацій науковців, зокрема С.С. Гаркавенка, С.М. Ілляшенка, С.В. Іщенка, В.В. Липчука, Н.Ткаченка. А.І. Яковлєва. Однак, формування товарної політики повинно бути адекватною реакцією на зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища суб'єкта господарювання, з урахуванням інноваційних аспектів у всіх сферах діяльності, що потребує постійно додаткових досліджень. Відповідно, доцільним є розгляд ролі та особливостей аналітики в розробці ефективної товарної політики в умовах непередбачуваного, динамічно змінюваного сучасного бізнес-середовища.

Успішна товарна політика є основою результативної діяльності підприємства. У вітчизняних публікаціях наведено значну кількість визначень категорії «товарна політика», серед яких наразі розглянемо такі:

- комплекс заходів, у межах яких один або кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми [1];

- комплекс заходів, у межах якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей фірми [2].

Дані визначення акцентують увагу саме на те, що товар і заходи, що здійснюються щодо нього є основою діяльності підприємства і, за умови належного виконання цих заходів, дозволяють досягнути задані цілі.

Товарна політика – обґрунтований алгоритм дій, що передбачає визначення виробничої програми підприємства з урахуванням інтересів споживачів, рівня впливу конкурентів, виробничих та інших ресурсних можливостей підприємства, а також стадії життєвого циклу продукту [3].

У даному визначенні уже окреслено, що алгоритм дій стосовно товарів повинен бути обґрунтований, відповідно, рішення повинні бути прийняті з урахуванням наявної та отриманої в результаті досліджень інформації.

Управління товарною політикою необхідно розглядати як цілеспрямований вплив на об'єкти, процеси і людей, які приймають у них участь, що здійснюється з метою надати певну спрямованість діяльності, реалізувати програму практичних дій із розвитку та безперервного вдосконалення конкурентних переваг і отримати бажані результати [4].

Ефективність управлінського рішення та результативність його реалізації залежить від наявності відповідної інформаційної бази, що передбачає здійснення процесу адаптивного управління збором інформації, аналізу та оцінювання отриманої інформації в контексті цілей управління.

Аналітична діяльність повинна складатися з таких етапів:

- розробка програми проведення аналізу;
- формування професійного дослідницького колективу;
- побудова системи показників і критеріїв;
- збирання, систематизація, обробка інформації з використанням різноманітних методів одержання інформації;
- безпосередньо аналіз інформації, спрямований на визначення стану, виявлення причин і закономірностей розвитку;
- формулювання рекомендацій для прийняття рішення.

Саме на етапі розробки програми проведення аналізу передбачається визначення проблеми, об'єкта, предмета, цілей, завдань, інструментарію аналізу.

Що стосується товарної політики, то в науковій літературі розглядається багато аспектів аналізу [5], які доцільно згрупувати за такими напрямками:

- аналіз товару та атрибутів, пов'язаних з ним;
- аналіз товарного асортименту підприємства.

Перший напрямок передбачає аналіз: споживчої цінності товару, його позиції на ринку, економічної результативності товару, життєвого циклу товару, можливостей та загроз середовища щодо даного товару тощо.

Для існуючих товарів чи нових товарів підприємства пріоритетність порядку аналізу змінюється.

Для діючого підприємства і його існуючих товарів, ураховуючи, що мета, в більшості випадків, отримання прибутку, доцільно спочатку оцінити товар саме з позиції економічної вигоди для підприємства від його випуску та реалізації. Більшість показників для даного виду аналізу можна розрахувати на основі інформації, наявної у звітах підприємства, що дозволяє здійснити швидко розрахунки, і в подальшому здійснити факторний аналіз. Це стандартні кількісні показники: обсяг продажу в натуральних одиницях, дохід та прибуток від реалізації даного виду товарів, приріст продажів, прибуток одиниці товару, маржинальний прибуток та рівень беззбитковості продажів товарів у відсотках.

Однак, маркетингове спрямування діяльності націлює на розуміння того, що забезпечувати та підвищувати економічні результати підприємство зможе тільки за умови, якщо товар буде задовольняти потреби споживачів. Для існуючих товарів діючого підприємства цей аналіз є підтвердженням того, що є основою прийняття рішення про купівлю товару споживачем і, відповідно, чи вирішено правильно основне завдання управління – визначено напрям, в якому використовуються ресурси підприємства. Розуміння запитів споживачів дозволяє коригувати параметри товару.

Відповідно, слід проаналізувати сприйняття покупцями споживчої цінності товару.

Проведення опитування можна спрямувати:

- на оцінку рівня відповідних характеристик товару і, як результат, побудувати профіль товару, оцінивши характеристики товару в балах. Даний метод дозволяє на основі візуалізації визначити слабкі місця;

- не тільки на оцінку рівня відповідних характеристик товару, а і на значимість даних характеристик для споживача. Як правило, оцінка властивості і оцінка значимості здійснюється в інтервалі: низька, висока, що дозволяє побудувати матрицю і, визначивши позицію кожної характеристики, цілеспрямовано направити ресурси підприємства на покращення характеристики, що є важливою для споживача. Розглянутий раніше профіль товару, теж можна удосконалити, відтворивши характеристики ідеального товару з позицій споживача і, відповідно, найбільший розрив між оцінками досліджуваного і ідеального товару покаже напрям, що потребує прийняття управлінського рішення в першу чергу;

- на оцінку рівня відповідних характеристик досліджуваного товару у порівнянні з характеристиками конкуруючих товарів. Розуміння даної ситуації дозволяє покращити конкурентну позицію на ринку, за умови можливості вирішення виявленої проблеми.

Для нових товарів потрібно починати з визначення та аналізу потреби в товарі, а тільки потім оцінювати можливість створення цих товарів ефективним способом, тобто економічна результативність товару потребує звичайно прогнозного оцінювання, враховуючи, що наявність позитивного результату дозволяє утримувати позицію на ринку, в подальшому мати можливість розширювати та покращувати рівень задоволення споживчих запитів.

Кожне підприємство повинно враховувати потреби споживачів при розробці товарів.

Побудова моделі Кано дозволяє відтворити взаємозв'язки між рівнем відповідності потребам споживача гіпотетичної характеристики товару і рівнем його задоволення. У даній моделі розглядають три типи характеристик товару:

- необхідні характеристики – це характеристики, що задовольняють потребу споживача, але з перевищенням певної точки насичення додають вартості дедалі менше;

- очікувані характеристики – це характеристики, зростання яких збільшуватиме задоволення споживача;

- захоплюючі характеристики – це характеристики, які споживачі не завжди можуть чітко сформулювати, але наявність яких призводить до стрімкого зростання задоволення споживачів [6].

Наявність саме захоплюючих характеристик дозволяє отримувати додаткову вартість на основі створення споживчої цінності вищого рівня. При цьому потрібно розуміти, що важливим в даному аспекті є час. Адже, з часом характеристики, як правило, переходять з однієї категорії в іншу, менш важливу для споживача.

Доцільно застосовувати методологію розробки, що використовується для інтеграції очікувань споживача в процесі розробки продукту – розгортання функції якості [6].

Дана методика передбачає побудову матриці у виді будинку. Лівий ганок будинку – вимоги споживача, правий ганок будинку – відносна важливість кожної характеристики. Під дахом будинку наведена характеристика розробок, необхідних для задоволення споживачів. Дах будинку – це кореляційна матриця, де зосереджена інформація щодо позитивних та негативних співвідношень між окремими характеристиками розробки. Підвал будинку – це технічна оцінка товару. Головна кімната будинку якості – це матриця, сформована на основі вимог споживача і розробки, що надає інформацію щодо важливості певної ознаки розробки для задоволення певного очікування споживача. Після розробки продукту необхідно розробляти його складові, надалі процес, і операції та процедури управління ними.

При застосування даної методики використовують технічний і конкурентний аналіз. Технічний аналіз дозволяє порівняти функціональні характеристики власного товару і товару конкурента. Конкурентний аналіз дозволяє порівняти здатність задовольнити потреби споживача власним товаром і товаром конкурента. Інформацію для аналізу можна отримати від споживачів товарів підприємства та від споживачів конкурентів. Характеристики продукту і операції, які використовуються для виготовлення товару можна оцінити шляхом зворотної інженерії, купивши товар конкурента і розібравши його. Наразі актуальним є проведення ділової розвідки.

Загалом, аналітика задіяна при всіх видах діяльності, пов'язаних з задоволенням потреб споживачів:

- визначення комбінації, що зможе задовольнити очікування споживачів;
- розробка системи, яка здатна створювати таку комбінацію товарів і послуг;
- встановлення ефективної системи вимірювання для її моніторингу;
- одержання зворотного зв'язку зі споживачами для визначення міри їх задоволення [6].

Мається на увазі не лише об'єктивна споживча цінність, яка може виражатися, наприклад, технічними параметрами, а й суб'єктивна споживча цінність товару, а також актуальна і потенційна споживча цінність [7].

Купівля товару передбачає також купівлю супутніх послуг, що створюють умови споживачеві отримати задоволення від використання товару. Послуги є наочні – це запропоновані вартості, за які сплачує споживач, і приховані послуги – невисловлені очікування споживачів про те, як саме повинні надаватися наочні послуги (доброзичливість, компетентність, довіра) [6]. Саме приховані послуги достатньо часто є причиною ефективної співпраці виробника – продавця – споживача.

Суб'єктивна споживча цінність передбачає, що підприємство повинно забезпечити прийняття рішень, зорієнтованих назустріч особливостям

очікуванням споживача. Зокрема, рішення про місце розташування впливає на швидкість отримання товару, цінові аспекти.

Удосконалення існуючих послуг передбачає наступні дії:

- візуалізація, формування алгоритму видів діяльності в процесі надання послуги, аналіз якого дозволяє виявити слабкі місця в системі обслуговування;
- визначення точок контакту зі споживачем; подальший аналіз дозволить зрозуміти необхідність цих контактів і, за можливості, позбутися необов'язкових;
- удосконалення якості обов'язкового контакту в процесі надання послуги;
- удосконалення ефективності бізнес-операцій з низьким ступенем контакту, що дозволяє оптимізувати витрати загалом.

Визначення наявних потреб і розуміння перспективних потреб можливо за умови налагодження зворотного зв'язку зі споживачами.

Слід зазначити, що наразі категорія споживач суттєво розширюється. Зрозуміло, що ключовим є сприйняття товару кінцевими споживачами. Однак, формування цінності товару формується з урахуванням відношення до товару багатьох організацій, осіб.

Один із підходів передбачає поділ споживачів на зовнішніх та внутрішніх. При цьому інтереси окремих суб'єктів не завжди співпадають. Працівники підприємства зацікавлені у виробництві товарів, які будуть реалізовані в найкоротші строки. Однак, зацікавленість у зростанні заробітної плати не завжди забезпечує продажі за тією ціною, що бажає кінцевий споживач. Співпраця з постачальниками, посередниками теж постійно потребує прийняття рішень щодо купівлі ресурсів в певній кількості і за певною ціною з урахуванням впливу на цінність товару для кінцевого споживача.

Внутрішні і зовнішні споживачі повинні координувати свої зусилля для найбільш повного задоволення кінцевого споживача. Щоб створити цінність для кінцевого споживача необхідно розуміння того, що саме потрібно для задоволення сукупності внутрішніх і зовнішніх споживачів.

Одним із шляхів покращення співпраці з контрагентами є підвищення рівня транспарентності суб'єктів господарювання. Транспарентність в умовах інформаційної економіки – це оприлюднення великих масивів даних про різні аспекти діяльності підприємства, зокрема, це має бути відповідна інформація про товар, не тільки у виді рекламного слогана. В умовах конкурентного середовища покращити свою позицію на ринку підприємство може, якщо буде усвідомлено важливість значення розуміння цілей діяльності підприємства та довіри споживачів та партнерів як загалом до підприємства, так і до окремих товарів, а здобути та підтримати високий рівень лояльності контрагентів, власного персоналу, державних структур та інших стейкхолдерів можливо лише шляхом забезпечення повної інформаційної відкритості перед усіма зацікавленими особами.

Прийняття управлінських рішень, зокрема, і щодо окремого товару потребує перш за все аналізу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Аналіз ситуації на ринку дозволяє оцінити поточну ситуацію та визначити можливості та загрози щодо подальшої реалізації товару. Не дивлячись на наявність значної кількості методів аналізу зовнішнього середовища, зазвичай використовують PEST-аналіз та SWOT – аналіз. PEST-аналіз передбачає аналіз макросередовища суб'єкта господарювання і виділення особливо значущих чинників для діяльності підприємства і, зокрема можна окреслити такі чинники для конкретного товару. У результаті SWOT – аналізу розробляються рекомендації щодо усунення наявних слабких місць та ефективного використання наявного потенціалу; нейтралізації можливих ризиків та використання можливостей, аналогічно, як для підприємства в цілому, так і для окремого товару.

Особливо актуальним для розробки товарної політики є аналіз конкурентів, важливе значення при цьому має розроблена М. Портером модель п'яти сил конкуренції, що включає: конкуренція між виробниками даної галузі, загрози появи нових конкурентів, економічні можливості постачальників, економічні можливості споживачів, товари-замінювачі.

Товар, звичайно, є основою товарної політики, та, як правило, підприємство виготовляє та реалізує ряд товарів, тобто мова йде про товарний асортимент.

Аналіз товарного асортименту можна здійснювати, використовуючи різноманітні методи, які одночасно відносять і до методів оцінки, формування, оптимізації, управління товарним асортиментом. Ураховуючи, що перелічене відносять до аспектів товарної політики, то вважають, що ці методи належать до методів формування товарної політики [8,9,10].

Як зазначалось раніше, результативною буде діяльність підприємства за умови, що товар цінніший як для споживача, так і для підприємства. При аналізі асортименту можна виділити методи тактичного рівня (ґрунтуються в основному на внутрішній інформації) і стратегічного рівня.

До першої групи методів, які базуються на фінансових показниках діяльності підприємства, і, відповідно, відносяться до методів економічного аналізу, відносять: ABC-аналіз, XYZ-аналіз, їх поєднання, метод Дібба-Сімкіна, метод Маркон, ранговий аналіз.

Більшість вітчизняних підприємств найчастіше використовують ABC-аналіз. Широке застосування даного метода пов'язано з простотою розрахунків, доступністю вихідної інформації, а також з можливістю використання різноманітних критеріїв ранжування: обсяги реалізації продукції, прибуток від реалізації продукції, маржинальний прибуток, змінні витрати, рентабельність продукції тощо. Критерій поділу асортименту в процесі XYZ-аналізу – рівномірність попиту і точність прогнозування. Результатом спільного проведення аналізів ABC і XYZ є матриця, яка складається з дев'яти різних класів товарів в залежності від цінності товарів та рівномірності і точності прогнозу споживання.

Вихідною інформацією для аналізу асортименту за методом Дібба-Сімкіна є динаміка продажів і собівартість продукції в частині змінних витрат. На основі співвідношення обсягу продажів у вартісному вираженні та внеску в покриття витрат товари відносяться до однієї з чотирьох груп.

Зони матриці Маркон виділяють залежно від рівня маржі асортиментних позицій та питомої ваги їх в товарному портфелі підприємства, при цьому в основі матриці більше показників, ніж в наведених вище методах, а саме: кількість проданих одиниць продукту, ціна одиниці продукції, середні змінні витрати на одиницю продукції, загальна валова маржа, валова маржа на одиницю продукції, відсоток валової маржі в загальній сумі доходу від реалізації.

Усі наведені методи аналізу товарного асортименту передбачають розподіл товарів на групи за їх цінністю для підприємства при недостатньому врахуванні кон'юнктурних ринкових показників.

Останнім часом вчені звертають увагу на використання методу рангового аналізу [10], що передбачає розрахунок коефіцієнта кореляції Спірмена (раціональності продукції), який відображає взаємозв'язок структури асортименту та рівня рентабельності кожної асортиментної групи. Даний метод дозволяє швидко і якісно оцінити раціональність асортименту продукції, однак він направлений тільки на управління в межах асортиментної групи. Проте, даний метод можна модифікувати для використання в межах підприємства, що виготовляє різноманітну продукцію, якщо в якості критерію раціональності використати коефіцієнт кореляції рангів внеску на покриття та обсягу реалізації за видами продукції [8].

До методів стратегічного аналізу асортименту відносять методи аналізу життєвого циклу товару і портфельного аналізу, зокрема матриця BCG, матриця General Elektrik (GE) або McKinsey, матриця Shell або DPM, модель ADL або LC.

Матриця Бостонської Консалтингової Групи (Матриця BCG) є класичним інструментом для аналізу асортименту продукції, при цьому класифікація товарів відбувається за двома параметрами: темпи зростання ринку та відносна частка підприємства на ринку. На практиці частіше використовується адаптована матриця BCG, де в якості параметрів обирають частку продажів товару в загальному обсязі реалізації підприємства та темпи росту продажів

товару, а розмір зони, що позначає товар, відображає внесок товару в прибуток підприємства, або (що є більш доцільним з точки зору аналізу ефективності товарного портфелю) маржинальний дохід від продажу певного товару, тобто внесок на покриття [8].

Слід зауважити, що результати аналізу за кожною з моделей носять тільки рекомендаційний характер. Відповідно, для прийняття рішення щодо товарного асортименту підприємства, за можливості, потрібно розробляти декілька моделей.

Прийняття ефективних управлінських рішень загалом, і зокрема стосовно товарної політики підприємства, можливо тільки за наявності необхідної інформації. Значимість аналітичної діяльності зростає за умови діяльності підприємства в умовах динамічно змінюваного, непередбачуваного конкурентного середовища, оскільки результати аналітичної діяльності створюють підґрунтя для прийняття управлінського рішення.

Враховуючи, що товар є інструментом досягнення цілей підприємства, то алгоритм дій стосовно товарів повинен бути обґрунтованим, з урахуванням забезпечення чи зростання цінності як для споживача, так і підприємства.

Аналіз товару є комплексним, пріоритетність окремих видів аналізу залежить від конкретної ситуації. Однак, орієнтація на задоволення потреб споживачів, як зовнішніх, так і внутрішніх, спрямовує підприємства на розробку і здійснення бізнес-процесів для інтеграції очікувань споживачів і виробників, розглядаючи при цьому як об'єктивну, так і суб'єктивну споживчу цінність товару.

Широкий перелік методів аналізу асортименту продукції дозволяє застосовувати залежно від мети дослідження, наявної чи доступної інформації саме той метод, який дозволить вчасно прийняти ефективне управлінське рішення в сфері товарної політики. При цьому не слід забувати, що результативність рішення буде залежати від компетентності аналітиків, їх здатності врахувати при наданні рекомендацій особливості товарів підприємства та інноваційні напрацювання в сфері аналітики.

Література

1. Маркетингова товарна політика: підручник / С.І. Чеботар та ін. Київ: Преса України, 2007. 263 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ: Лібра, 2010. 720 с.
3. Холодний Г.О., Шумська Г.М. Розвиток управління маркетингом на підприємствах : монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 272 с.
4. Дейнега І.О. Сучасні тренди в управлінні товарною політикою поліграфічних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Випуск 18. Частина 1. С. 140-145.
5. Маркетинговий аналіз [Текст] : навч. посібник / І.Г. Яців, Б.М. та ін.; за ред. В. В. Липчук. Київ: Академвидав, 2008. 216 с.
6. Марк Д.Ханна. Управління виробництвом з метою задоволення споживача. Київ: ЗАТ «Віпол», ДК №15, 2003. 235 с.
7. Ларіна Я.С., Ю Діченко А.Л. Методи аналізу та формування маркетингової товарної політики сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Випуск 3. С. 108–114.
8. Іщенко С.В. Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1209> (дата звернення: 10.01.2021).
9. Ілляшенко С.М. Теоретико-методичні засади товарної інноваційної політики підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 13–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_2_3 (дата звернення: 10.01.2021).
- Яковлев А.І Ларка Л.С. Засоби забезпечення раціонального асортименту продукції. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. №3. С.80–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_3_10. (дата звернення: 10.01.2021).

3.5. A mathematical model for determining the rational version of a passenger route network

*P. V. Lubyany,
O. A. Voytovich,
N. P. Lubyanyaya*

The main task facing any mathematical model is to calculate the value of the criterion of the effectiveness of the object of research, therefore, the first issue of modeling is the choice of an objective criterion for the efficiency of the functioning of urban passenger transport. In the field of passenger transportation, there is still no consensus on the content of the criterion.

The most effective way to obtain a rational version of the route network are heuristic algorithms, with the active participation of the designer in the procedure for forming a rational set of routes.

This is due to the fact that even the most perfect mathematical models of the functioning of the route network are not able to reflect all aspects and consequences of the operation of route transport in cities. Attempts to create a perfect routing model are currently not promising, since adjusting such an accurate model to obtain a specific solution requires significant material costs. In terms of time, they are comparable to the duration of the cycles of natural change of the main characteristics of the transport process. Therefore, the main task of the mathematical model at the present time should be considered an accurate calculation of the transport characteristics of routes and passenger movements for a given route network option, which is an integral part of all routing algorithms.

Practically in all works devoted to the study of the route network, the task of forming a new route scheme is understood as the formation of routes and determining the transportation capabilities of routes at which a rational value of the efficiency criterion is achieved.

The simplest routing tools are methods developed for calculating a routing network without using a PC. These include the earliest developments [1-3], as well

as a number of works that were done during the period of computerization [4-9]. The main calculation in analytical methods is done on the experience of transport workers, using transport service standards and system analysis using simplified models for the distribution of passenger traffic along the route network.

The application of these methods is limited to a small number of alternatives that can be considered when solving the problem. The capabilities of analytical methods are expanded by using interactive graphics, implemented on a PC [10-12]. This significantly expands the capabilities of the designer; however, the lack of formal guidelines for choosing a rational route network did not allow obtaining practically usable results. In addition, these methods use simplified models of passenger behavior - passenger flows on the links of the route network are usually considered constant. This is not true and leads to a displacement of the projected routes into the existing route networks.

The most radical way to eliminate the shortcomings of analytical methods is to use rigorous mathematical methods for solving extreme problems to achieve the maximum or minimum value of the functional, acts as an objective function. Mathematical optimization based on linear or general integer programming leads to the construction of a rational route network. The lack of taking into account the numerous feedbacks between the subsystems that determine the level of transport services for the urban population does not allow us to count on the reliability of the results. However, the approach itself undoubtedly deserves attention and should be further developed with the development of new methods of mathematical optimization.

The most common way to build route networks is heuristic methods. In heuristic methods, various procedures are used to form and improve routes; they do not guarantee a rational route network, but they can improve the base case. Although heuristic methods do not necessarily provide the optimum, the initial conditions and other parameters used in solving the problem can be changed so as to increase the chances of its inclusion in the number of considered options.

All procedures for the formation and assessment of the route network are limited by the accuracy of the initial information and the mandatory simplification of complex phenomena of a stochastic nature and exist in the real transport process. Thus, even the procedures of mathematical optimization only give indications on the way to improve networks and heuristic methods are quite capable of providing just such indications. Due to this, in our country and abroad, heuristic algorithms for the formation of a route network have received the greatest development.

The beginning of the development of heuristic routing algorithms by the scientists of the USSR was laid by the method proposed in 1963 by B. Geronimus, V. Parshikov and A. Egorova, known as the "NDIAT method" [13], which is most widely used.

This technique was further developed in [14-15] and found wide application in routing small towns in Russia. The main features of this work are the use of a topological scheme as a model of a route network, an unambiguous preference for the shortest route of travel by passengers and a rigid algorithm for finding a rational version of the route network.

The review of routing methods still covers the work performed in the USA [16-17] as a whole slightly differ from the approaches described above to solving various issues within the framework of the routing problem.

The next stage in the development of methods for forming a route network was work [18], in which the routing problem is considered from the standpoint of increasing the economic efficiency of urban passenger transport. Compared to the previous method, this methodology describes the process of distribution of passenger flows much more correctly, however, the inclusion of transport areas in routes without taking into account their mutual location in the city leads to a significant increase in the time of passenger movement.

The next group of methods is obtained as a result of attempts to apply various mathematical models to solving the routing problem. These include works [19-20]. They remain in common with respect to other heuristic algorithms in terms of approaches to modeling the transport system. Their main disadvantage is the desire

to use the known mathematical apparatus for the problem under consideration at any cost, which leads to a loss of modeling accuracy.

The most interesting from the point of view of the possibility of forming a route network of cities are the later works [21-22], because they meet the basic requirements for the maximum dimensions of the problem. They consider the issues of increasing the efficiency of the route system of urban passenger transport, taking into account all types of mass urban passenger transport available in the city. Common to them is the use of topological models of the route network and the ambiguous behavior of passengers when choosing a route for travel.

Highlighting previously unresolved parts of a common problem. For each of the stages of the routing problem in the described works, a sufficiently effective solution can be found. The only exception is the used route network models. All authors rely on a topological modeling method and consider routing problems, thinking that a network model exists and it adequately describes the routing network. At the same time, the dependence of the calculation results on the initial models is well known and it is necessary to determine the possibilities for improving the routing methods by improving the models of the route network.

The question that has not been sufficiently reflected in the described works is the substantiation of the method for choosing a rational set of routes. Most authors propose systematic procedures leading to the definition of a rational, in their opinion, route network. At the same time, the works do not provide convincing arguments in favor of a particular procedure and it is necessary to conduct a deeper analysis of the methods for choosing a rational option for the route network.

The most promising for obtaining practically significant results are interactive methods that allow the designer to assess the qualities of the next route network option not only by the criterion of efficiency, but also by other parameters that are not taken into account in the model.

Increasing the efficiency of the route network of urban passenger transport, covering the stages of solution, from modeling the route network to choosing its rational option. To achieve this goal, the following tasks are being solved:

- the analysis of the current state of development of route networks and methods of their formation was carried out, problematic issues of the rational organization of the network of route passenger transport in cities were identified;

- developed a methodology for modeling the route network of passenger transport in cities;

- formed a mathematical model of the functioning and search for the optimal variant of the route network of route passenger transport;

The choice of one or another variant of the route network as a rational solution to the routing problem should be left to the designer, who has the opportunity to evaluate factors unaccounted for in the model and propose solutions, taking into account the characteristics of a particular city.

The choice of a rational option always occurs within a given set of competitive routes, on which the results of solving the routing problem largely depend. In real transport networks, there are usually a large number of options for the route between transport areas, slightly differing from each other in distance. If we take into account the random nature of the travel time and the presence of a threshold for distinguishing between the times of passengers, it becomes obvious that such route tracing options can be good alternatives for passengers. Therefore, without taking into account such routes, one cannot speak of obtaining an optimal solution. However, using all possible options for tracing routes between final stops is also not a good solution.

The following statement is used as a working hypothesis: an increase in the number of routes leads to an increase in the efficiency of a rational route network on the one hand, and a decrease in the probability of choosing an optimal route network option on the other hand. Determination of such dependencies by carrying out a numerical experiment using a model allows you to choose the optimal route network for a given city route network.

The model developed for the purpose of the experiment uses the most advanced criterion at present, based on the cost estimate of passenger transport fatigue and the financial costs of transport companies:

$$E = \sum_i^N \sum_j^N \sum_l^m [h_{lij} \cdot \sum_k^n (A \cdot t_{wk} + B \cdot t_{nk})] + T_d \cdot \sum_i^G [C_{var} \cdot V_o + C_f] \cdot N_i \rightarrow \min \quad (1)$$

where E - the efficiency criterion of the route network for the calculation period,

N - the number of transport areas in the city, units;

m - the number of possible options for the route from i to j, units;

h_{lij} - the number of passengers who go along the path l from area i to area j, people;

n - number of landings (route trips) on the way l, units;

A - the cost of waiting for a vehicle, UAH / h;

B - the cost of a trip in a vehicle, with $\gamma = 1$;

t_{wk} - waiting time for the k-th landing, h;

t_{dk} - duration of the k-th route trip, h;

$\square_d$ - dynamic coefficient of passenger capacity utilization;

T_d - the duration of the billing period, h;

G - the number of brands of vehicles operating on the routes, units;

C_{var}, C_f - respectively, variable and fixed costs for the operation of vehicles of the i-th brand;

V_o - operating speed of vehicles of the i-th brand, km / h;

N_i - the required number of vehicles of the i-th brand to meet the passenger traffic of the route, units.

The use of this criterion allows us to take into account the versatility and complexity of the transport process of transporting passengers in cities. The direction of changing this criterion is to reduce the total costs of society and transport.

To specify the needs of the population in movement in the form of a correspondence matrix, the gravity model [19].

As the initial data, the capacities of the transport areas by departure and arrival are set.

This allows you to calculate the chains of transport areas between the points of destination and departure, according to the principle of a sparse queue, first implemented in the Dijkstra-Minty method [23]. This allows achieving high performance of the algorithm and an almost linear relationship between the number of transport areas and the duration of calculations.

As a constraint on the considered variants of the route network, the model uses the conditions of full transport services for the population. That is, the value of the efficiency criterion is calculated only for those schemes in which routes cover all transport areas of the city and all links of the route network. This makes it possible to avoid possible losses in the share of passenger traffic and to achieve comparability of the results of various calculations.

The ride comfort in the model is assessed by the degree of filling the interiors of vehicles, which is quite enough for calculating the efficiency criterion of the route network.

The differences between the modes of transport include the fact that for a known distance of travel, its duration is determined by the speed of communication, depends on the characteristics of vehicles and the way traffic is organized on the route, that is, on the distinctive features of urban modes of transport. Therefore, in the model of functioning of the route network of urban passenger transport, it is possible to set the speed of communication on the route.

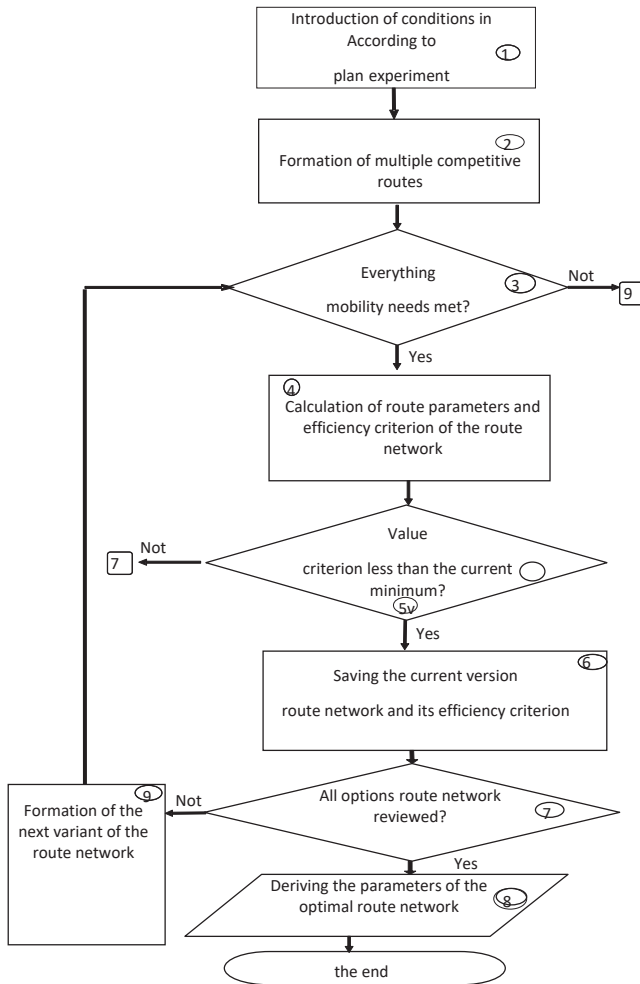
A new algorithm has been developed to generate options for tracing routes over a wide range of distances (see Fig. 1).

The cost of a trip does not significantly affect the criterion of the efficiency of the route network [22] due to a much smaller scale in comparison with the transport fatigue of passengers, so it may not be taken into account in the model.

$$B_n = \sum_i^N \sum_j^N \sum_l^m [h_{lij} \cdot \sum_k^n B_k] \approx const \quad (2)$$

where B_n - the financial expenses of passengers for transport movements for the billing period;

B_k - the cost of the k-th route trip.



**Fig. 1. Scheme of the search algorithm
for a rational variant of the route network**

The distribution of vehicles between routes is most often carried out within the specified resource constraints, allowing to take into account the capabilities of urban transport enterprises. However, the use of such a restriction runs counter to the purpose of the mathematical model - the choice of the optimal route network for a given set of competitive routes. Therefore, in this model, the number of rolling stock for routes is assigned from the available range of capacities according to the maximum passenger traffic on them without resource limitations, in accordance with the data (see table 1).

Table 1

Recommendations for assigning a vehicle brand to a route

Index	Value				
Vehicle capacity, people	15	45	67	110	180
Passenger traffic on the route, pass/ hour.	0-200	201-1000	1001-2600	2601-3800	more than 3800

To determine the probability of passengers choosing a route in the model developed for the experiment, the calibrated model proposed in [24]:

$$P_i = \frac{A_i}{\sum_j^m A_i} \quad (3)$$

where P_i - the probability of choosing the i -th route;

A_i - the calculated attractiveness function of the i -th travel path.

The value of the function A_i is determined depending on the model of distribution of passenger flows. For the exponential model:

$$A_i = \exp(P_i) \quad (4)$$

where P_i - the attractiveness function of the route.

This model has a complete character, adequately describes the procedure for choosing a route option by a passenger, and makes it relatively easy to determine specific values of the coefficients by conducting surveys. The authors note that in order to obtain the coefficients in the model, it is necessary to conduct independent research in each city. Hence, we can conclude about the random nature of the values of the model coefficients and to solve the problem, they can be set freely. In the calculations, the coefficients of the exponential model [24]. These studies showed that a number of indicators such as the length of the travel route, the occupancy rate and the number of transfers did not confirm their importance in the choice of the route by passengers.

Therefore, the final version of the model looks like this:

$$P_l = \frac{\text{Exp}(4,6236 - 0,01642 \cdot t_{trl} - 0,68554 \cdot B_l)}{\sum_j^m \text{Exp}(4,6236 - 0,01642 \cdot t_{trj} - 0,68554 \cdot B_j)} \quad (5)$$

where t_{trl} - the travel time of the l-th route option, min;

B_l - the cost of moving the l-th route option.

The travel time is determined as follows:

$$t_{wk} = \sum_k^n (t_{wk} + t_{dk}) \quad (6)$$

where t_{wk} - waiting time for the k-th landing, min. ;

t_{dk} - duration of the k-th route trip, min.

$$t_{wk} = \frac{J_k}{2} \quad (7)$$

where J_k is the interval of movement of vehicles on the kth route, min.

$$t_{nk} = \frac{L_{kij}}{V_{ck}} \quad (8)$$

where L_{kij} - the distance between areas and j along the k-th route;

V_{ck} - connection speed of vehicles on the kth route, km / h.

The speed of communication on the k th route is calculated based on the operating speed of the vehicles operating on it.

$$V_{ck} = \frac{L_k}{\frac{L_k}{V_{ck}} - t_{ks}} \quad (9)$$

where V_{ck} - the operational speed of vehicles operating on route k , km / h;
 L_k - length of the k th route, km;
 t_{ks} - idle time at the final stopping points of routes, taken $t_{ko} = 4$ minutes = 0.067 hours.

Taking into account the considerations given at the beginning regarding the influence of the cost of a route trip on the value of the efficiency criterion, it was assumed in the calculations that its value is a constant value B_k , depending on the locality.

The cost of the i -th movement is determined as the total cost of route trips, of which this movement consists of:

$$B_i = n \cdot B_k \quad (10)$$

Thus, using dependencies (5) - (10), the probability of using each path of movement between a pair of transport areas of the city is calculated. The number of route options that are considered potentially competitive is limited by the maximum deviation from the smallest travel time between areas, cannot be exceeded by more than 25% or 4 options with minimum travel time, if this limit is not reached.

The number of passengers using the l -th variant of the travel route is calculated based on the values of correspondences and the probability of its use.

$$h_{lij} = h_{ij} \cdot P_l \quad (11)$$

Using dependence (5), the model performs the first step in the distribution of passenger flows between routes, where the matrix of correspondences turns into a matrix of route trips. In contrast to the matrix of correspondences, the matrix of route trips reflects not so much the needs of the population in movement, but the way of their implementation.

The transformation of one matrix into another is carried out by enumerating all pairs of transport areas of the city and all potentially competitive options for travel routes. For one pair of transport areas, there can be several direct routes ($n = 1$), if there are routes that connect these areas by different routes. However, the value in the correspondence matrix changes only when the number of landings on the current track exceeds 1 ($n > 1$), that is, there are transfers on it.

In this case, after determining the share of passengers using the x th variant of the route from region i to region j , the value of the correspondences h_{ij} in the matrix is recalculated using dependence (5) using transformations (12) and (13).

The current value of the correspondence between areas i and j is reduced by the number of passengers who chose the l -th route option:

$$h'_{ij} = h_{ij} + h_{lij} \quad (12)$$

where h'_{ij} - the corrected value of the correspondence between areas i and j .

Then the following n recalculations are performed:

$$h'_{rs} = h_{rs} + h_{lij} \quad (13)$$

where h'_{rs} - the corrected value of the correspondence between areas r and s ;
 r, s - respectively, the start and end points of the next route trip.

$$\begin{cases} r = i, \text{ при } q = 1 \\ s = j, \text{ при } q = n \end{cases} \quad (14)$$

where q - the ordinal number of the route trip, $q = 1 \dots n$.

After viewing all the pairs of transport areas, each cell of the matrix contains the number of passengers making direct route trips. The matrix of route trips is further used for the second step of distribution of passenger traffic between routes. The second stage is performed on the assumption that of the set of vehicles of those routes that satisfy the passenger, he always uses the first vehicle that comes to a stop. This assumption, together with the assumption of a uniform distribution of the intensity of the approach of passengers to the stopping point, leads to the distribution of passengers between routes in proportion to the traffic intensity on them.

$$h_{xij} = h'_{ij} \frac{I_x}{\sum_k m_k I_k} \quad (15)$$

where h_{xij} - the number of passengers following route x between points of embarkation i and disembarkation j ;

I_x - traffic intensity of vehicles on route x , units / h;

m_m - the number of routes between the points of embarkation i and disembarkation j .

Traffic intensity on routes is a function of the maximum passenger traffic on the route

$$I_x = \frac{F_{max}}{q_x \gamma} \quad (16)$$

where F_{max} - the maximum passenger traffic on the route, pass / hour;

q_x - the capacity of the vehicle is determined according to the rules (see table 1), person / piece;

γ - the filling factor of the vehicle interior at the maximum loaded section of the route, in calculations it is taken = 1.

$$F_{max} = \max(\forall F_k) \quad (17)$$

where F_k - the passenger traffic on the k -th section of the route x , pass / h;

k - number of the route segment x on the return flight, that is, in the forward and backward directions.

In turn, the passenger traffic on the route sections x is determined by the number of passengers using it.

$$F_k = \sum_{i=1}^r \sum_{j=s}^{n_x} h_{xij} \quad (18)$$

where r, s - respectively, the ordinal numbers of the beginning and end of the k -th section within one direction of the route x ;

n_x - the number of transport areas in one direction of route x .

Thus, there is a double relationship between the vehicle traffic on a route, which is determined by the number of passengers using that route. To overcome this contradiction, the model uses an iterative procedure for distributing vehicles along the route. At the first step of this procedure, when the volume of traffic and passenger flows on the routes is unknown, the traffic intensity on all routes is equated to unity, since the relationship between the traffic intensities on the routes is important for dependence (15), and not their absolute value.

$$I_x = 1, \text{ for } \forall x \in [1, M_m] \quad (19)$$

where M_m - the number of routes in the current version of the route network, units.

After the first calculation of the number of passengers using this or that route, for each route the maximum passenger traffic is determined by dependencies (17), (18) and the next value of the traffic intensity of vehicles on the routes is calculated by dependence (16).

The obtained I_x values are used in the next step of the calculations. Calculation stops when the next calculation does not change the distribution of vehicles on the

routes. This procedure does not guarantee the convergence of the iterative process; therefore, the maximum number of calculations is limited to 4 units.

The route characteristics obtained in this way are used for the final determination of the efficiency criterion of the current route network option.

Based on these principles, a model for the functioning of urban passenger transport was formed, which allows calculating the value of the efficiency criterion for a given route network option.

However, one more, most important question remains - the search for the optimal combination of competitive routes, that is, the optimal route network option.

Therefore, for each variant of the route network, within one city, it is necessary to calculate the value of the efficiency criterion and select the variant that has the minimum criterion value. In addition to the value of the optimal efficiency criterion, the model allows you to save traces of a rational route network, and its main characteristics.

Conclusions and offers.

1. Determination of the mathematical dependence of the criterion of the effectiveness of the optimal variant and the probability of its achievement by means of a numerical experiment using the model, allows you to choose the optimal variant of the route network for a given route network of the city.

2. The use of a criterion based on the valuation of transport fatigue of passengers and the financial costs of transport enterprises allows us to take into account the versatility and complexity of the transport process of transporting passengers in cities.

3. Taking into account the differences between the modes of transport by specifying different speeds of communication on routes and carrying out calculations is possible within a mono-route network.

4. A possible way to search for a rational route network is a complete enumeration of all possible route network options from a set of competitive routes.

5. The capacities of transport areas for departure and arrival, as well as the territorial structure of the city, can act as factors that determine the value of the criterion of the effectiveness of a rational route network.

6. The quantitative characteristics of a set of routes are characterized by a weak relationship with the best performance criterion, which indicates the inexpediency of a significant expansion of the set of competitive routes.

7. The weak dependence of the efficiency criterion of a rational route network on most of the integral characteristics does not allow formalizing the direction of searching for a rational route network option. This confirms the feasibility of an interactive method of forming a rational option and indicates the random nature of the placement of the optimal option among the set of admissible options for the route network.

8. Of all factors, only the average travel time in transport and the average travel distance have a significant impact on the value of the optimal efficiency criterion. However, their values are not directly determined by the designer; therefore, they are derived from the variant of the route network, and this relationship cannot give an indication of the direction of choosing a rational route network.

9. When forming a rational version of the route network, the designer can revise an insignificant part of possible solutions in some periphery of the basic version, which can be taken as a single event.

10. The criterion for the efficiency of a rational routing network, which can be obtained as a result of solving the routing problem using a heuristic algorithm, must be considered as a random variable.

References

1. Larionov V.S. Principles and method of establishing passenger routes. In the book: Organization of urban transport: TR. Research Institute of Urban Transport Mossovet. Edited by L.A. Bronstein - M. - L. : Publishing house of the People's Commissariat of the RSFSR, 1940, p. 106-107.

2. Samoilov D.S. Principles of construction and coordination of urban passenger transport routes. - M.: ONTI AKH them. K. D. Pamfilova, 1959, 74 p.
3. Akulova A.Ya., Niedols I.R. Improvement of the route system of mass passenger transport. In the book: Comprehensive development of road transport in large cities on the example of Moscow. - M.: Transport, 1985, p. 82 - 83.
4. Douglas GB. Application of Interactive Graphics in Urban Transit Analysis. In Transportation Research Record 866, TRB, National Research Council, Washington, DC, 1982, p. 18 - 24.
5. Rapp M. and Gehner CD Transfer Optimization in an Interactive Graphics System for Transit Planning. In Highway Research Record 619, HRB, National Research Council, Washington, DC, 1976, p. 27 - 33.
6. Rapp M. Transit System Planning: A Man-Computer Interactive Graphic Approach. In Highway Research Record 415, HRB, National Research Council, Washington, 1972, p. 49 - 61.
7. Hasselstrom D. Public transportation Planning: A Mathematical Programming Approach, Department of Business Administration. University of Gothenburg, Sweden, 1981.
8. Antoshvili M.E., Varelopulo G.A., Khrushchev M.V. Organization of city bus transportation using mathematical methods and computers. - M.: Transport, 1974, 103 p.
9. Weizman V.M., Perezhogin A.V. The problems of passenger transportation are solved by a computer // Automobile transport. - M., 1985, p. 12-14.
10. Khrushchev M.V... The use of computers in the organization of urban bus transportation. - In the book: The use of computers when organizing bus services in cities. M: TsBNTI Minavtotrans RSFSR, 1973, p. 3-52.
11. Makarov I.P., Yavorskiy V.V. Models for designing a network of routes for urban passenger transport. - In the book: Modeling of transport systems management processes. Vladivostok, 1977, p. 92-95.
12. Bulycheva N.V., Fedorov V.P. Calculation of passenger traffic and optimization of route scheme parameters. - In the book: Mathematical methods in the management of urban transport systems. Institute of Social and Economic Problems. L. Science, 1979, p. 65-90.
13. Geronimus B.A., Egorova A.V., Parshikov V.V. Mathematical method for determining the scheme of bus routes in cities. - In the book: The use of computers when organizing bus services in cities. M: TsBNTI Minavtotrans RSFSR, 1965, p. 43-79.
14. Kirzner Yu.S. Improvement of route systems and cost estimation of the duration of passenger movements. - In the book: City and transport. M., 1979, p. 24 - 28.
15. Lopatin A.P. Modeling the transportation process in urban passenger transport. - M.: Transport, 1985, 143 p.

16. Hsu J., Surti V.H. Decomposition Approach to Bus Network Design. *Transportation Engineering Journal of the ASCE*, Vol. 103, 1977, p. 447 - 459.
17. Dubois D., Bel G., Libre M. A Set of Methods in Transportation Network Synthesis and Analysis. *Journal of the Operations Research Society*, Vol. 30, 1977, p. 797 - 808.
18. Efremov I.S., Kobozev V.M., Yudin V.A. The theory of urban passenger transportation. - M.: Higher school, 1980, 535 p.
19. Javarsheishvili T.M., Lominadze N.N., Tsomaya G.G., et al. Modeling of the city's passenger transport system using heuristic programming methods. - In the book: Problems and prospects for the development of road transport in large cities. - M., 1981, p. 227-229.
20. K.B. Nasretdinov... Economic and mathematical models of planning and organizing the work of passenger vehicles in cities. - Tashkent: Fan, 1987.
21. Gyulev N.U., Share V.K. To determine the decrease in the productivity of passengers after their trip on urban passenger transport. In the book. Urban road transport in the new economic conditions. Abstracts of the scientific conference. - Penza, 1990, p. 33-35.
22. Share V.K. Organization of passenger transportation at the places. - X.: New word, 2002.
23. Alekseev V.E., Talanov V.A. Finding the shortest paths in a graph // *Graphs. Computation models. Data structures...* - Nizhny Novgorod: Publishing House of the Nizhny Novgorod State University, 2005. - P. 236-237.
24. Gorbachev P.F., Dubrovsky V.V. On the question of determining the likelihood of a passenger choosing a route. *Informatsionno - Keruyuchi systems for the retail transport. Zbirnik naukovikh prats HDAZT. Vip. 2.* - Kharkiv, 2001.

РОЗДІЛ 4

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

4.1. Теоретичні аспекти забезпечення процесу розвитку підприємств

*Н. В. Шандова,
О. В. Доценко
М. В. Ожго*

Забезпечення розвитку підприємств передбачає здійснення змін у підходах до управління розвитком підприємства, застосування новітніх методів та інструментів адаптації підприємств до умов зовнішнього середовища.

В зв'язку з цим виникає необхідність наукового дослідження закономірностей розвитку підприємства.

Методологічною основою дослідження процесу розвитку підприємства, що характерний для економіки сучасного періоду, є діалектика, що як філософський метод дослідження істини взагалі й розвитку підприємств в умовах невизначеності мінливого бізнес-оточення, зокрема, представляє основу методів пізнання в законах об'єктивної дійсності, даної людині у формах суспільно-історичної практики.

Принципи й закони діалектики як філософської науки про універсальні закони руху й розвитку природи, суспільства й мислення вказують на те, що в суспільстві немає нічого, що не перебувало б у стані змін. Усе, що існує, має свої внутрішні протиріччя, які обов'язково змушують його мінятися, приймати нові форми, розвиватися. Рішення протиріч - це перехід від одного якісного стану до іншого, завжди здійснюваний у формі стрибка, шляхом переходу кількісних змін у якісні. Це стосується й діяльності підприємств у випадках, наприклад, коли організаційна структура управління вже не відповідає стратегії розвитку або якісні характеристики продукції не задовольняють споживачів. Існуючі протиріччя вимагають усунення через певний механізм

забезпечення процесу розвитку. В основі цього механізму лежить відповідна система. Для управління процесом розвитку необхідно вибрати системну концепцію, що утворить теоретичний базис для рішення комплексу завдань розвитку, визначити методологію наукового дослідження як сукупності методів, принципів, методик, які становлять основні компоненти системного дослідження розвитку (рис. 1).

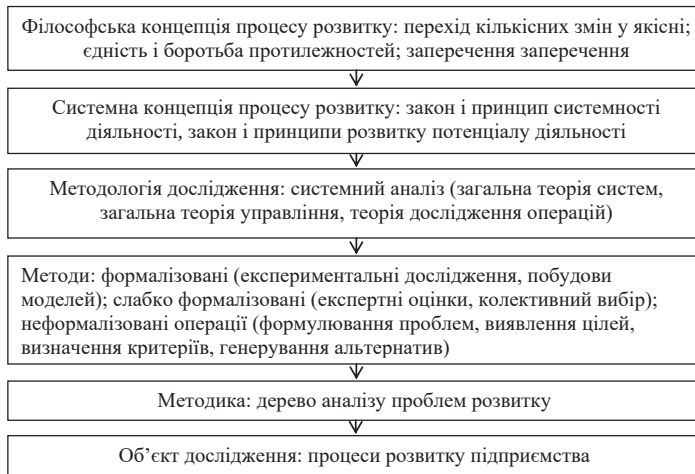


Рис. 1. Взаємодія компонент системних досліджень процесу розвитку підприємства

Джерело: побудовано авторами

З метою виявлення й чіткого формулювання проблеми розвитку підприємств в умовах мінливості зовнішнього середовища, вибору стратегії наукового дослідження й науково-практичних розробок застосована методологія системного аналізу – методологія дослідження складних, іноді не цілком визначених проблем теорії й практики, що є невід'ємною складовою методології дослідження будь-яких об'єктів.

Одним з розповсюджених методів і форм системного аналізу й відображення його результатів є дерево аналізу проблем, використовуване «для

виявлення й структуризації важких у розумінні і слабоформульованих проблем, що характеризуються великою кількістю або складним характером взаємозв'язків» [1, с. 517]. Об'єктом дослідження є процес розвитку машинобудівних підприємств.

Ключовим елементом, що забезпечує розвиток соціально-економічних систем є форма й спрямованість систем управління. Управління як система припускає наявність підсистем, які діють, розвиваються під певним контролем для досягнення мети надсистеми. Управління можна розділити на два види - стихійний і свідомий. Перший вплив відбувається в результаті взаємодії суб'єктів (синергетичне управління). Другий - у результаті планомірного впливу об'єкта (ієрархічне управління). Таким чином, можна зробити висновок, що управління - це процес виводу системи на новий якісний рівень у результаті впливу енергії на матерію в певному просторі за час реалізації поставленої мети.

Існує безліч визначень поняття «управління», які в своїй більшості зведені до визначень, що трактують управління, по-перше, як вплив суб'єкта на об'єкт, ціль якого полягає в тому, щоб зберегти або змінити систему об'єкта; по-друге, як здатність цілісних динамічних систем здійснити структурні й функціональні зміни як реакції на впливи зовнішнього і внутрішнього середовища; по-третє, як процес досягнення цілей організації шляхом перетворення ресурсів у результати діяльності (продукцію, послуги). Аналізуючи різні визначення «управління», можна дійти висновку, що суть даного поняття зводиться до двох головних моментів: управління визначає ціль й дії системи, що сприяють досягненню цілі. Отже, управління укладається в забезпеченні цілеспрямованого функціонування або розвитку підсистем і елементів системи відповідно до поставлених цілей і мінливих внутрішніх й зовнішніх умов існування системи.

В узагальненому вигляді управління – це циклічно повторюваний процес впливу суб'єкта управління на об'єкт управління, у якому послідовно на основі обробки вихідної інформації про стан об'єкта та оцінки оточення

розробляється план досягнення мети та заходи для його реалізації, здійснюється передача впливів на об'єкт управління та контроль їх виконання, корегування плану в залежності від зміни умов оточення та стану об'єкта, розробка та передача нових впливів, обраних з множини варіантів, що забезпечують досягнення конкретної мети при оптимальних витратах ресурсів.

В умовах змін зовнішнього середовища дослідження питань, що стосуються системи управління й тенденції розвитку підприємств мають практичне значення, оскільки реалізація функції управління значною мірою визначає ефективність їхньої діяльності. У цьому зв'язку механізм ефективного управління підприємством є не що інше, як система взаємозалежних компонентів: функцій управління, принципів і методів управління, організаційної структури управління, ресурсного потенціалу.

Можливість управління системою забезпечується, по-перше, тим, що система здатна управляти своєю ентропією при випадкових і несприятливих впливах внутрішнього й зовнішнього середовища, усувати їхні наслідки (властивість негентропійності системи). По-друге, наявністю властивості передбачуваності, що обумовлене розвитком зовнішнього середовища по визначеним і досить вивчених законах. Саме зовнішньому середовищу належить домінуюча роль у визначенні конкретної цілі системи на перспективу. Це пов'язано зі специфікою складної системи, що буде свою поведінку під впливом, як правило, спочатку зовнішнього середовища, а потім уже внутрішнього. Третя умова керованості системи обумовлена наявністю пропорції між наявними в ній зв'язками, а також ступенем їх виявлення й урахування при прийнятті управлінських рішень, забезпеченням їх досягнення в мінімальний термін, з мінімальними витратами ресурсів і максимальним кінцевим результатом.

Підприємство є активною системою, яка має властивості самоорганізації, що дає можливість розглянути питання управління розвитком із системних позицій. У першу чергу мова йде про зовнішнє середовище функціонування й розвитку промислових підприємств, що характеризується наростаючою

швидкістю змін і залежністю факторів зовнішнього середовища одне від одного.

Іншою важливою рисою зовнішнього середовища промислових підприємств є його різноманіття, у тому числі щодо об'єктів взаємодії: клієнти й партнери, банки, органи влади, населення, конкуренти, засоби масової інформації, страхові й інвестиційні компанії, пенсійні фонди й т.д., до кожного з яких необхідний індивідуальний підхід. Одночасно всі об'єкти пов'язані не тільки безпосередньо з підприємством, але й між собою безліччю відносин, що постійно впливають на стан один одного.

Отже, будь-які зміни у взаємодії підприємства з кожним із цих об'єктів спричиняють зміни відносин і з іншими. Крім того, промислові підприємства перебувають у складному оточенні, оскільки на них впливають державна політика, договори із профспілками, зацікавленими групами впливу, а також розвинене конкурентне середовище й швидкі інноваційні зміни в галузях, для яких здійснюється випуск продукції. Також, особливість зовнішнього оточення виражається в тому, що рухливість може бути вище для одних підрозділів підприємства й нижче для інших. Аналітики відзначають, що вимоги до зростання, ступеню реакції на зовнішню взаємодію будуть збільшуватися, що зажадає підвищення рівня інформованості й знань. Таким чином, діяльність підприємства здійснюється під впливом невизначеності зовнішнього середовища у вигляді безлічі змінних, ризиків, функціонування яких не завжди можна передбачити з високою точністю, але вплив яких на стійкість підприємства постійний.

Про збільшення ризику й розширення кількості ризикових факторів свідчить безліч публікацій вітчизняних та закордонних авторів [2; 3; 4; 5; 6]. Проведене дослідження свідчить, що причинами ризику, найчастіше стають:

- раптові незаплановані зміни факторів середовища споживачів продукції, які внаслідок цього змушені ініціювати зміну умов договору з підприємством (наприклад, підвищення цін, податкові, соціальні й політичні зміни й т.п.);

- виниклі альтернативні й більш вигідні пропозиції (наприклад, можливість укласти договір на більш привабливих умовах), що спонукують споживачів продукції відмовитися від виконання укладених угод;

- зміна цільової орієнтації самих споживачів внаслідок підвищення статусу, зміни орієнтації в діяльності й т.д.;

- зміна умов переміщення продукції, послуг, трудових, фінансових і інших ресурсів між підприємствами, а також між країнами в умовах глобалізації світової економіки (встановлення нових митних правил, нових границь і т.д.).

Альтернативні варіанти рішень дозволяють зробити вибір з декількох варіантів у кращі напрямки або дії, що може привести до виникнення ризикованої ситуації. Наприклад, якщо продуктові програми розвиваються ґрунтуючись на поточному попиті, то надалі може бути виявлена їх повна або часткова незатребуваність на ринку. У свою чергу, невизначеність щодо нових продуктів пов'язана з неповнотою або неточністю інформації про умови реалізації таких проєктів. Таким чином, при аналізі зовнішнього середовища, у межах якого функціонують підприємства, виділяється велика розмаїтість факторів, що впливають на можливості їхнього розвитку. В межах зовнішнього середовища ключова роль належить таким сферам, як економічна, політична, правова, соціально-культурна, міжнародна, технологічна, екологічна, які багато в чому визначають наявність стратегічних ризиків у діяльності промислового підприємства.

Крім зовнішніх факторів на діяльність підприємств як ринкових суб'єктів надають вплив внутрішні фактори, від яких залежать результати діяльності підприємства. При здійсненні процесу управління відбувається вплив на фактори, що впливають на виробничі, економічні, соціальні й політико-правові результати діяльності підприємства, або інакше - фактори впливу. Такі фактори можуть знаходитися або на окремих стадіях виробничого процесу, або в ресурсному потенціалі підприємства, або безпосередньо на різних стадіях процесу управління. Зокрема, при вдосконалюванні технології процесів,

зниженні трудомісткості, підвищенні рівня їхньої організації, забезпечуються більш високі результати діяльності, включаючи ті з них, які стосуються якості, витрат і т.п.

Крім того, ступінь досягнення результату багато в чому визначає поведінку підприємства як відкритої системи. У випадку, якщо результат досягнутий, підприємство може переходити на формування нових уявлень про систему, а значить - нових результатів і нового стану системи. У випадку якщо рівень отриманого результату недостатній, здійснюється реалізація заходів впливу, що впливають на активізацію роботи з досягнення кінцевих результатів. Звідси висновок - вся діяльність підприємства може бути описана в контексті результатів, які формуються при одержанні відповіді на наступні питання: у чому суть результату; час його одержання; якими способами й за допомогою яких засобів може бути отриманий результат; на якій основі робиться висновок про те, що результат отриманий. Правильна постановка й тим більше об'єктивна відповідь на поставлені питання дозволяють надати вірне уявлення про діяльність підприємства як системи, його цілі, а також про напрямки розподілу ресурсів і керуючих впливів на відповідні підсистеми підприємства і їхні параметри.

Розвиток системи орієнтований на одержання результату. При цьому система повинна зберегти стан стійкості з метою забезпечення постійного відтворення цього результату. У тому випадку, коли в якості результату система визначає новий результат, що значно перевищує попередню його розмірність (обсяг, розмір, рівень), стан рівноваги або навіть стійкості може бути порушено. Однак це порушення стійкості виправдане новою ціллю з новим результатом. Результат, таким чином, є початковою крапкою розвитку, заради якої відбуваються зміни станів системи й порушується її стійкість.

Однак через якийсь час система повинна знайти спосіб забезпечити свою стійкість на іншому рівні, відтворивши необхідний результат. Іншими словами, у стратегічному аспекті не дивлячись на можливі відхилення й зміни в стані

системи, повинен знову наступити період, коли між «результатом» і «станом стійкості» виникне відносний баланс, тобто з'явиться можливість досягти бажаний результат при досить стійкому стані системи. Розвиток підприємства обов'язково має на увазі наявність результатів, які у свою чергу обумовлюють конкретні дії в системі, що трансформуються в розвиток, тобто на підприємстві як системі, що має конкретний результат діяльності здійснюється взаємодія елементів інфраструктури у вигляді сприяння в одержанні бажаного результату. Це означає, що елементи системи при наявності «перешкод» у здійсненні конструктивних дій повинні вжити діючих заходів по їхній нейтралізації й використанню позитивних потенційних можливостей. Разом з тим, результат, будучи невід'ємною складовою системи, створює необхідну й достатню взаємодію елементів у досягненні визначених цілей діяльності. У цьому зв'язку управління підприємством як системою забезпечує впорядкованість елементів у системі, здійснюючи їхню селекцію й орієнтуючи їх на ефективне використання потенціалу й досягнення запланованого результату.

Управління процесом розвитку підприємства в бізнес-середовищі, що постійно змінюється, вимагає розробки системи управління розвитком підприємства. Етапами формування даної системи є: аналіз існуючого стану управління розвитком; вибір цілей системи по рівнях управління; визначення функціональних підсистем; організація кадрового, інформаційного, матеріально-технічного, нормативно-методичного, правового й фінансового забезпечення. По-друге, повинен відбутися синтез системи управління розвитком - вибір типу структури, складових елементів, визначення архітектоніки системи. По-третє, необхідно визначити, як повинна функціонувати створена система управління розвитком підприємства. Змістовний аспект формування системи управління розвитком підприємства полягає у визначенні обсягу й послідовності комплексу заходів, що забезпечують підвищення цінності потенціалу й потенціалу його конкурентоспроможності.

Під системою управління розвитком підприємства авторами розуміються організаційно-економічні й управлінські відносини у виробничо-господарській системі, що виникають із приводу досягнення динамічної рівноваги між параметрами конкурентного зовнішнього середовища й внутрішнього середовища підприємства.

Система управління розвитком підприємства є відкритою, її не можна приймати ізольованою від зовнішнього середовища. Вона активно взаємодіє з навколишнім середовищем, за певних умов досягаючи стану рухливої рівноваги: структура, її найважливіші характеристики залишаються постійними, у той час як сама система здійснює безперервний обмін інформацією із зовнішнім середовищем.

Основними властивостями системи управління розвитком підприємства є:

1. Приналежність до класу систем, якими управляють. Це специфічна особливість досліджуваної системи і її підсистем. Вибір значень управління здійснює система управління, тобто суб'єкт управління.

2. Динамізм. Всі процеси управління розвитком є динамічними. Протікання їх у будь-який момент часу істотно залежить від їхнього попереднього стану.

3. Інтенсивність зв'язків елементів системи. Система управління розвитком характеризується глибиною й одночасно різним ступенем міцності інформаційних і матеріальних зв'язків між окремими її елементами. Кожний елемент системи може взаємодіяти з будь-якою частиною множини всіх елементів, причому інтенсивність зв'язків окремих елементів між собою різна. Сила й міцність зв'язків між елементами системи управління розвитком є визначальними ознаками для виділення підсистем, які вважаються відносно самостійними локальними системами (ієрархічний принцип побудови). Отже, кожна підсистема - це така сукупність елементів, тіснота зв'язку між якими істотно перевищує тісноту зв'язку між самою підсистемою і її оточенням.

Інформаційні потоки можуть зв'язувати між собою окремі елементи й підсистеми системи управління розвитком безпосередньо або опосередковано через проміжні ланки. Зв'язки між елементами можуть здійснюватися як «по вертикалі», так і «по горизонталі».

4. Наявність об'єкта управління, керуючого об'єкта й цілі управління. Об'єктом управління є діяльність підрозділів підприємства, а керуючим об'єктом - менеджмент підприємства. Показником розвитку є показник, що характеризується залежністю від рівня конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку й рівня його потенціалу.

5. Паралельність виконуваних функцій. Система управління розвитком одночасно здійснює дві функції: оцінку головного параметра процесу, яким управляють, і уточнення правил вибору управління - напрямку вектора розвитку.

6. Стохастичний характер зв'язків елементів системи управління розвитком. Будь-яка зміна однієї з характеристик процесу веде до змін і деяких інших пов'язаних з ним характеристик (наприклад, вивчення конкуренції на конкретному товарному ринку, вихід на який бажаний для підприємства, приводить до освоєння виробництва інноваційних товарів для даного ринку, перепідготовки кадрів, зміни системи планування й ін.). Це викликає певну ланцюгову реакцію, що у підсумку стосується кожного з елементів системи на будь-якому рівні ієрархії з різним ступенем інтенсивності. Особливості зв'язків елементів системи обумовлюють необхідність застосування системного підходу до її вивчення, що полягає в дослідженні способів організації елементів у єдине ціле й впливу процесів функціонування системи в цілому на її складові елементи, підсистеми, блоки.

Розглянуті властивості системи управління дозволяють виділити основні принципи, які повинні бути покладені в основу розробки системи управління розвитком підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи формування системи управління розвитком підприємства

Принцип	Характеристика
Системності	Система управління розвитком підприємства являє собою сукупність форм і методів науково обгрунтованої взаємодії елементів, що функціонує в об'єктивних (ринкових) умовах виходячи із цілей і єдності функцій складових її елементів
Превентивного управління	Система управління розвитком повинна бути націлена на випереджальний вплив з метою запобігання негативного впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства
Гомеостазу	Основне прагнення системи управління розвитком підприємства це відновлення втраченої рівноваги у подоланні опору зовнішнього середовища
Цілеспрямованості	Система управління розвитком підприємства концентрує зусилля і ресурси на тих напрямках розвитку, які визначені пріоритетністю цілей
Динамічності	Система управління повинна бути динамічною, такою, що урахує зміни факторів зовнішнього і внутрішнього середовища
Синергізму	Виражається в ефекті взаємодії всіх складових підсистем
Структурності	Полягає у визначенні найбільш значимих факторів, методів, принципів розвитку з метою встановлення раціонального співвідношення між ними й підвищення обгрунтованості розподілу ресурсів, необхідних для реалізації стратегії розвитку
Економічної ефективності	Витрати на управління розвитком підприємства повинні забезпечити позитивний економічний ефект в виробничій, кадровій, організаційно-управлінській, інноваційній, фінансовій, соціальній, екологічній, науковій діяльності підприємства.
Економічного моніторингу	Безперервний аналіз економічної ситуації, параметрів стійкості підприємства для своєчасного виявлення відхилень і прийняття управлінських рішень
Альтернативності й гнучкості	Означає вибір різноманітних шляхів досягнення однієї й тієї ж цілі розвитку залежно від оперативності прийняття управлінських рішень
Стратегічного управління	Система управління розвитком підприємства орієнтована на майбутнє, яке задається місією і цілями з урахуванням економічних, соціальних й екологічних інтересів суспільства, урахує результати досліджень, прийомів і методів різноманітних наукових дисциплін.

Джерело: складено авторами

Ефективність здійснення процесу управління розвитком підприємства вимагає створення такої системи, що здатна забезпечити: взаємозв'язок і взаємозумовленість комплексу проблем виробничого, кадрового,

організаційно-управлінського, інноваційного, фінансового, соціального, екологічного наукового характеру; необхідні пропорції у використанні різних видів ресурсів; гнучкість і мобільність підприємства, його самостійних господарюючих підрозділів або стратегічних одиниць бізнесу. Тому система управління розвитком підприємства повинна охоплювати всі види й функціональні сфери його діяльності.

Сучасні тенденції управління розвитком підприємства, відображаючи основні особливості світової й національної економіки, пов'язані із процесами глобалізації, інтелектуалізацією бізнесу, посиленням конкуренції, зсувом фокуса маркетингу з ринку на споживача, а також появою нових проблем, обумовлених світовою кризою й новими посткризовими ринковими можливостями для розвитку, становлять інтерес, як у теоретичному плані, так і із практичної точки зору. Інструментом управління розвитком організації в умовах наростаючих змін у зовнішній середовищі й пов'язаної із цим невизначеності є методологія стратегічного управління.

Література:

1. Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Тридід О. М. Стратегічне управління розвитком підприємства : навч. посібн. Харків : ХДНЕУ, 2002. 640 с.
2. Афанасьєв Є.В. Моделювання стратегії розвитку гірничорудних підприємств з урахуванням ризику: Автореферат дис... д-ра наук: 08.00.11. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. Київ, 2008. 32 с.
3. Богданов И.Я. Экономическая безопасность: теория и практика. Москва. 2001. 288с.
4. Лук'янова В.В. Адаптація функціонування підприємства до ризику у нестабільному ринковому середовищі. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. Зб. наук. пр. Луцький національний технічний університет. Вип. 7 (25), Ч. 2. Луцьк. 2010. С. 207-215.
5. На меті – сталий розвиток. *Вісник НАН України*. 2007. №2. С.14-44.
6. Никифоров А.С. Інноваційна діяльність : теорія і практика державного управління: монографія. Київ : КНЕУ, 2010. 420 с.

4.2. Сучасні підходи до розвитку промислового підприємства: конкурентоспроможність, мотивація

Л. М. Потьомкін,

М. Л. Потьомкін

На початку нашого десятиліття, деякими представниками власників і вищого керівництва промислових підприємств стали висуватися пропозиції з потреби повернення до процесу довгострокового планування фінансового стану підприємства виходячи із загальноекономічної кризи.

Інша група організаторів діяльності підприємств запропонувала компенсувати постійний, хронічний дефіцит фінансових коштів за рахунок державних позик або впровадження заходів по безумовному впровадженню заходів необхідний об'єм попиту, що забезпечує, приватними підприємствами. Тобто забезпечити безпечне балансування фінансових коштів підприємств в умовах циклічних криз.

Істотний внесок у розвиток сучасних методів та інструментів комплексного аналізу і індикативного прогнозування ринкових процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємств внесли Буркінський Б.В., Шандова Н.В., Наумов А. Б., Наумова Л.М., Єрмаков О.Ю., Мостенська Т.Л., Маренич Т.Г., Головченко О.М. та інші. Поряд з тим недостатньо вивчені сучасні методи розвитку промислових підприємств в контексті підвищення рівня їх конкурентоспроможності, а також мотивації власників і найманого персоналу.

У зв'язку з цим головною метою роботи є розвиток промислових підприємств, як дійсно найважливішого компонента функціонування незалежної держави - України. Для цього автори розглядають ефективні підходи до підвищення конкурентоспроможності українських підприємств, а також вдосконалення систем і методів матеріальної мотивації усіх учасників промислового процесу.

У сучасних умовах поширені наступні підходи розвитку промислових підприємств:

- по-перше, аналізовані підприємства розглядаються як об'єкти індикативного планування і основною функцією їх управління в діючих інституціональних умовах (абсолютна влада власників) полягає в їх консультаціях з власником або їх групою з питань фінансування їх добробуту. З урахуванням того, що бажання власників зводяться до отримання максимального прибутку, керівникам підприємств необхідно докладати значних зусиль із забезпечення довгострокового економіко-фінансового збільшення виробничого потенціалу підприємств і фінансового стимулювання збільшення виробництва.

- по-друге, окремі власники розглядають проблему оподаткування, як власній прибутковій частині за рахунок приховання значної частини прибутку, що негативно впливає на процес формування державних доходів [1]. Вони пояснюють свою позицію тим, що державні потреби можна задовольняти коли добробут населення процвітає. А в сучасних умовах такий підхід тільки збільшує доходи украї незначної частини українського суспільства. Тому вони вимагають максимально обмежити втручання держави в економіко-господарські справи підприємств. На наш погляд, такий підхід не є науковим і не має місця в сучасному суспільстві. Він суперечить усій системі оподаткування, що діє у світі. Нині необхідно забезпечити розвиток національної економіки, постійно накопичувати фінансовий капітал і інвестувати його в ефективні галузі виробництва з метою збільшення економічного потенціалу. Більше того, відповідно до закону А. Вагнера промисловим підприємствам необхідно постійно збільшувати питому вагу державного фінансування в його загальному об'ємі. В цьому випадку зберігається роль фінансової політики як єдиного економічного напрямку, а так само про внутрішньогалузеве переливання засобів, що сприятиме зростанню ефективності і конкурентоспроможності усіх підприємств, у тому числі і приватних.

- по-третє, власники і керівники вважають, що в сучасних умовах розвитку економіки практично неможливо ефективно використати господарські ресурси.

Ця проблема безпосередньо взаємозв'язана з проблемами ціноутворення, безробіття і іншими. Тому вона вимагає державного втручання і, в першу чергу, в процес управління розвитком промислових підприємств.

Одночасно держава повинна переглянути, виходячи з позицій подолання економічної депресії, такі компоненти як:

- формування структури державних податків;
- збільшення цін на первинну сировину і матеріали.

Тільки у такому разі можна буде досягти порівняльного поліпшення сукупного попиту і забезпечити рівновагу в їх розвитку, а так само збільшення обсягів виробництва. Цей процес призведе до підвищення рівнів зайнятості і життєзабезпечення найманого персоналу і населення.

Фінансове положення даних підприємств нині дозволяє скласти платіжний баланс в двох варіантах:

1) прогресивний. Він безпосередньо взаємозв'язаний з державною політикою розвитку виробництва. Особливо в умовах відвантаження його на експорт. З одного боку це призводить до збільшення бюджетних доходів, а з іншої - зубожінню населення. Крім того, відбувається збільшення внутрішнього валового продукту і скороченню безробіття;

2) регресивний. Він функціонує нині в умовах негативного впливу економіки на бюджетний стан підприємств. Він взаємозв'язаний з розвитком інфляції, розширенням бази оподаткування і знижує рівень купівельної спроможності найманого персоналу [2].

Збільшенню значущості цієї варіантної класифікації сприяли б наступні розроблені нами детермінанти:

- забезпечити підвищення ефективності функціонування економічного механізму за рахунок вдосконалення фінансових заходів, спрямованих на формування, впровадження і розвиток економіко-соціальних програм;

- з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно здійснювати власне фінансування заходів по довгостроковому економічному розвитку, вдосконаленню технічної і виробничої бази, а так само структурно-господарській перебудові підприємств;

- прибуток, який залишається у розпорядженні підприємства, повинен сприяти досягненню раціонального використання виробничо-технічних чинників, а так само зростання добробуту найманого персоналу, рішення їх економічних проблем.

Тільки на основі цих домінант можна вирішити економічні проблеми розвитку підприємств і досягнення їх стабільного розвитку. Найбільш ефективними з них є рішення, які базуються на таких компонентах :

- поступально-стабільний приріст власного прибутку підприємства;
- поступально-стабільне зниження рівня повної собівартості виробництва і реалізації зерна, особливо його натуральних характеристик;
- обов'язковий облік і розробка спеціальних систем по виявленню і ліквідації всіляких ризиків (особливо фінансових) з урахуванням можливості втрати прибутку [3].

У сучасних умовах промислові підприємства мають відносну свободу в процесі вибору напрямку свого розвитку і, відповідно, механізмів і систем управління конкурентоспроможністю. Для забезпечення ефективності вибраного напрямку необхідно визначити перелік проблем, очікуваних підприємством і способи їх подолання з урахуванням наступних домінант:

- постійної готовності власників і найманого персоналу до трансформаційних реформ;
- підвищення рівня взаємних господарських зв'язків;
- обліку умов, сприяючих здійсненню якісних проривів у фінансовій сфері.

Цей підхід дозволить створити потужну систему заходів з урахуванням їх ваговитості по економіко-фінансовому розвитку підприємств. Крім того спростить процес планування і ринкового прогнозування, а так само

здійснення управлінського контролю. Важливим моментом в здійсненні і реалізації цих заходів є обов'язковий облік кінцевої мети і інтересів власників підприємств.

Ретельно проведений аналіз багато в чому скорочує системні ризики функціонування і підвищує точність планування і розвитку аналізованих підприємств, з урахуванням її сучасного стану і характерних особливостей. Управління конкурентоспроможністю у такому разі повинно носити диференційований характер і полягати в досягненні кінцевої мети з позиції власників і найманого персоналу. Система управління конкурентоспроможністю підприємства має бути комплексною і складатися з наступних взаємозв'язаних елементів (рис. 1.).

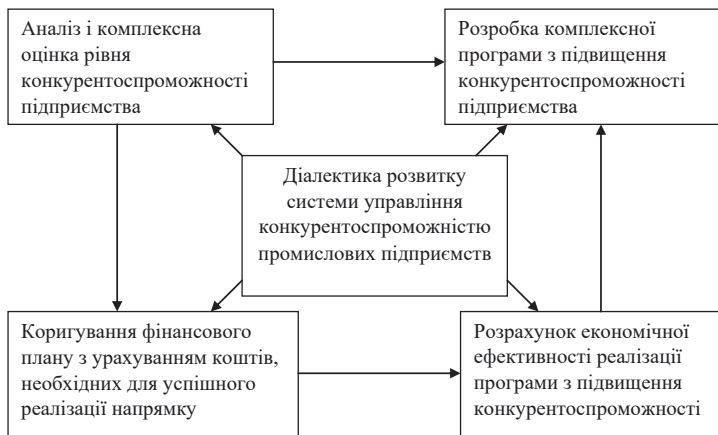


Рис. 1. Система управління конкурентоспроможністю промислового підприємства

Джерело: складено авторами

Для правильної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств необхідно провести ретельний аналіз його функціонування не менше чим за три роки відповідно до техніко-організаційних і економіко-фінансових

показників. В результаті цього аналізу власник підприємства повинен отримати достовірну інформацію про об'єми прибутку в течії трьох-п'яти років. Процес підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства повинен зависить і обов'язково супроводжуватися впровадженням заходів по збільшенню об'ємів переробки і підвищенню його якісних характеристик, а так само підвищенню рівня рентабельності.

Для вдосконалення методів матеріальної мотивації найманого персоналу і аналізу його дій з підвищення рівня конкурентоспроможності виробництва і переробки зерна нам представляється необхідним ввести в господарську практику спеціально розроблені показники:

- 1) первинний - Упер;
- 2) груповий - Угруп;
- 3) узагальнюючий – Уузаг.;

Первинний індекс доцільно розраховувати як співвідношення об'ємів реалізації продукції по категоріях якості на відповідний показник його реалізації по Україні по формулі:

$$Y_{пер} = \frac{\sum O_{с.р.} * C_p}{O_{с.р.г} * C_{п.г.}} \quad (1)$$

де: $\sum O_{с.р.}$ - об'єм реалізації продукції по категоріях якості;

C_p - ціна реалізації продукції по категоріях якості;

$O_{с.р.г}$ - об'єм реалізації промислової продукції усіма підприємствами України в тонах;

$C_{п.г.}$ - середня ціна реалізації в гривнях по усіх підприємствах України.

Груповий індекс задоволення запитів споживачів доцільно розраховувати з обліком і на основі первинного індексу.

$$Y_{груп} = \frac{\sum O_{с.р.} * C_p}{O_{с.р.} * C_p} \quad (2)$$

Розшифровка індексів приведена вище у формулі (2).

Груповий індекс знаходиться в тісному взаємозв'язку з первинним. Його відмінність полягає в тому, що перший - розраховується диференційовано по кожному окремому виду продукції, а груповий - по їх сукупності. Необхідно підкреслити, що такий метод розрахунку дозволяє аналізувати економіко-фінансову діяльність груп підприємств, диференційованих за територіальною ознакою. В цьому випадку розрахунок узагальнюючого показника необхідно робити по наступній формулі:

$$Y_{\text{обоб}} = \frac{\sum O_{\text{с.р.г.п.}} * C_{\text{р.г.п.}}}{O_{\text{с.р.г.}} * C_{\text{р.г.}}} \quad (3)$$

де $O_{\text{с.р.г.п.}}$ - об'єм реалізації продукції групою підприємств по її категоріях якості;

$C_{\text{р.г.п.}}$ - середня ціна реалізації продукції цією групою підприємств в гривнях по категоріях якості;

$O_{\text{с.р.г.п.}}$ і $C_{\text{р.г.}}$ - символи, розшифровка яких приведена у формулі (2).

На підставі формул (1) і (3) можна визначити рівень конкурентоспроможності підприємства і управління процесами, що відбуваються. Чим вище приведені показники тим більш стабільне їх економіко-фінансове положення.

У сучасних умовах української дійсності істотно підвищити ефективність свого функціонування за рахунок власних фінансових ресурсів практично неможливо. Очевидним виходом з тупикової ситуації безумовно є залучення внутрішніх (україн обмежених) і зовнішніх інвестицій. Зазвичай при вирішенні цього питання інвестори обов'язкову увагу приділяють питанням (рівню) порівняльної конкурентоспроможності підприємства, продукції і її відповідної якості.

Зазвичай застосовується поширений статистичний метод порівнянь. Суть розробленого нами методичного підходу зводиться до розробки відповідних

показників, що найбільш повно відбивають специфіку функціонування підприємств.

Важливим чинником підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є їх інвестиційна привабливість. Відповідно до вищевикладених принципів і розроблених на їх основі формул (1-3) можна запропонувати до впровадження в господарську практику наступний метод розрахунку цього показника:

$$I_{прив} = \frac{\Pi_{пр_{max}} - \Pi_{пр}}{\Pi_{пр_{max}} - \Pi_{пр_{min}}} \quad (4)$$

де: $I_{прив}$ - індекс інвестиційної привабливості;

$\Pi_{пр_{max}}$ - максимальний прибуток підприємства, отриманий за останні п'ять(три) роки з урахуванням рівня інфляції;

$\Pi_{пр_{min}}$ - мінімальний прибуток підприємства, отриманий за останні п'ять(три) роки з урахуванням рівня інфляції;

$\Pi_{пр}$ - прибуток підприємства отриманий за звітний період(місяць) або середній прибуток за останні три місяці з урахуванням рівня інфляції.

Сукупність аналізованих підприємств можна підрозділити на прибуткові, менш привабливі і збиткові. Формула 4. призначена для першої групи. Для другої - розрахунок необхідно проводити таким чином:

$$I_{прив} = \frac{\Pi_{пр} - \Pi_{пр_{min}}}{\Pi_{пр_{max}} - \Pi_{пр_{min}}} \quad (5)$$

Розшифровка індексів приведена вище у формулі (4).

Відповідно до цих індексів потенційний інвестор може прийняти рішення про вкладення фінансових коштів в те або інше підприємство по виробництву і переробці сировини. Крім того відповідно до цієї методики можна аналізувати рівень матеріальних і інших укрупнених калькуляційних витрат.

Необхідною умовою управлінського процесу по підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств є строга економія дорогих матеріальних витрат. Тому в контексті індикативного планування соціально-економічного розвитку підприємств, як одного з основних джерел валютно-фінансових надходжень, необхідно передбачити наступні напрями:

1. Розробка організаційних і технічних заходів по максимальній економії усієї сукупності матеріальних витрат;
2. Безперервне вдосконалення економіко-фінансової і інформаційної діяльності підприємства;
3. Постійний розвиток форм і систем матеріальної мотивації найманого персоналу;
4. Підвищення якості первинного бухгалтерського обліку з метою посилення його достовірності.

Література

1. Десслер Гарі. Оплата за результатами праці і фінансове заохочення. Москва, 1997. 298 с.
2. Друкер Пітер Ф. Нові реальності: В уряді, в політиці, в економіці і в суспільстві і світогляді. Москва, 1994. 384 с.
3. Potyomkin Leonid. INTERNAL AUDIT OF ACTIVITY RESULTS AT ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS. Academy of Accounting and Financial Studies Journal(Scopus). Статті Inpress Том 23, Спеціальний випуск 2, 2019 р. URL:<https://www.abacademies.org/articles/internal-audit-of-activity-results-at-enterprises-of-hotel-and-restaurant-business-8356.html>

4.3. Удосконалення маркетингової діяльності підприємств молочної галузі

А. В. Тарасюк

Актуальність проблеми удосконалення маркетингової діяльності підприємств молочної галузі обумовлене пошуком шляхів ефективного розвитку як підприємств галузі, так і розвитком продовольчого ринку, що визначає забезпеченість населення продуктами харчування та соціально-економічний стан держави.

Проблемам маркетингової діяльності підприємств присвячено роботи економістів, серед яких слід виділити Т. Амблера, С. Анікєсва, Ю.П. Аніскіна, В.І. Беляєва, Б. Бермана, Ф. Котлера, Г. Кунца, Д. Маккарті, М. Портера, Е. Майкла, а також українських науковців – Н. Куденка, К. Радченка, О. Сумця, В. Василенка, О. Ковтуна та інших. Динамічний розвиток ринкового середовища потребує додаткових досліджень.

Метою дослідження є вивчення особливостей застосування маркетингу підприємствами з метою забезпечення сталого розвитку молочної галузі в Україні. Оскільки в основі концепції маркетингу лежить комплексне дослідження ринку і потреб споживача, організація виробництва та збуту товарів і послуг, здатних задовольнити ці потреби, для прийняття маркетингових рішень необхідна своєчасна, повна й достовірна інформація про споживачів, їх потреби, про ринок, конкурентів.

Саме тому в сучасних умовах зростає значення маркетингового інформаційного забезпечення в цілому та маркетингових досліджень зокрема.

Функціонування економіки сучасної України здійснюється на фоні глибокої кризи всіх її сфер і галузей, включаючи й молочну галузь України. Молочне виробництво є дуже важливою ланкою господарського комплексу України.

Однією з головних проблем підприємств харчової промисловості України є перехід від виробничо-збутової орієнтації до концепції

підприємства, спрямованої на задоволення потреб та запитів споживачів у сировині та продуктах харчування, тобто до філософії маркетингу.

Молочна промисловість – одна з провідних галузей народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування. Фактичне виробництво молока в Україні значно нижче необхідних обсягів споживання, що позначається на якості харчування населення України. Збільшення ж виробництва молока стримується низькою рентабельністю тваринництва і тим, що більшість населення України не може купувати необхідну кількість молочної продукції через її високу вартість.

Виробництво молока в Україні продовжує знижуватися. За 10 років Україна втратила 4 позиції у світовому рейтингу виробників молока, перемістившись із 10 на 14-е місце. На 5 найвагоміших виробників молока у світі (Індія, США, Китай, Пакистан, Росія) припадає 46% всього виробництва, доля України тільки складає 1,7%. Аналіз світового ринку молокопродуктів вказує на подальші втрати позицій України в обсягах експорту.

Якщо зовсім недавно Україна була серед світових лідерів експортерів сухого молока, казеїну, вершкового масла і без шкоди для внутрішнього споживання можна було вивозити біля 2 млн. т молока на рік, то зараз ситуація змінилася, обсяг зовнішніх продажів цих продуктів скоротився в рази. Основна причина - дефіцит сировини і зміни пріоритетів в переробці молока.

Незважаючи на труднощі розвитку молочної галузі в Україні, вона залишається вагомим експортером молокопродуктів. В цілому майже чверть молока, що закуповується молочною галуззю країни, підлягає експорту. Експорт молокопродуктів приносить біля 850 млн доларів на рік. Якщо раніше основою експорту були сухі молочні продукти, зараз це тверді сири. В загальній структурі зовнішніх продаж на цей продукт приходить більше 60%.

Середній українець споживає біля 200 кг молока в рік, більше, ніж в деяких країнах Центральної і Східної Європи, на 40 % більше, чим у країнах Латинської Америки і в 2 рази більше за споживання у країнах Азії та

Океанії. Але, для порівняння, в країнах ЄС - 15% населення споживає 280 кг молока в рік.

Споживання молока в Україні стримує низький рівень платоспроможності українців, недостатня якість вітчизняної продукції і, як результат, втрата довіри споживачів до молочної продукції.

Молочні продукти традиційно є одними із основних продуктів харчування населення України, їх споживає 97% міського населення країни. Серед молочних продуктів лідерами споживання є сметана, кефір, твердий сир, менше - вершкове масло, сир домашній і ряжанка (Рис. 1. Структура споживання молочних продуктів в Україні).

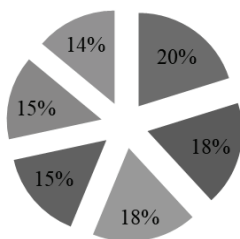
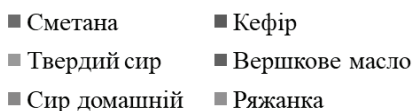


Рис. 1. Структура споживання молочних продуктів в Україні

Джерело: узагальнено і складено автором

Аналіз обсягів переробки молочної сировини в Україні в регіональному розрізі приведено в Табл. 1.

Таблиця 1

Регіональний розріз обсягів
переробки молочної сировини в Україні

Назва підприємства	Область	Об'єм молока, що надійшов на переробку за 2019 рік, т.
ТОВ «Люстдорф»	Вінницька	157261,0
ПАТ «Дубномолоко» (ТД «Українська сирна компанія»)	Рівненська	145264,0
ПАТ «Баштанський сирзавод» (ГК «Молочний Альянс»)	Миколаївська	143456,3
ПАТ «Бершадьмолоко» (Roshen)	Вінницька	112276,0
ПАТ «Донецький ММЗ № 2» (ПрАТ «Геркулес»)	Донецька	111547,0
ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія»)	Тернопільська	105697,0
ПАТ «Житомирський маслозавод» (ТМ «Рудь»)	Житомирська	98542,0
ПрАТ «Галичина»	Львівська	91543,0
ПАТ Комбінат «Придніпровський»	Дніпропетровська	85364,0
ПАТ «Бель Шостка Україна»	Сумська	81469,0
ПрАТ «Лакталіс Миколаїв»	Миколаївська	79654,0
Філія «Роменський молочний комбінат» ПП «Рось» (ДП «Мілкіленд-Україна»)	Сумська	77563,0
ПАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»	Миколаївська	72589,0
ПАТ «Куп'янський МКК»	Харківська	69852,7
ДП «Старокостянтинівський молочний завод» (Укрпродукт Груп)	Хмельницька	64592,0
Тульчинська філія ТОВ «Інтер Фуд» (Терра Фуд)	Вінницька	61875,0
ПрАТ «Хмельницька маслосирбаза»	Хмельницька	59563,0
ТОВ «Інтермол»	Дніпропетровська	57643,0
ПрАТ «Літинський молокозавод»	Вінницька	55894,0
ТОВ «Данон Дніпро» (Данон Україна)	Херсонська	49861,6

Джерело: Узагальнено і складено автором

Беззаперечними лідерами у переробці молока являються Вінницька, Львівська, Хмельницька і Миколаївські області, що пояснюється високим рівнем виробництва якісної сировини в цих регіонах.

Дефіцит молочної сировини, викликаний суттєвим скороченням поголів'я корів, впливає на зменшення завантаженості виробничих потужностей молокопереробних заводів. Це зумовлює жорстку конкуренцію підприємств за сировинні зони, погіршення якості молока для переробки у зв'язку з переміщенням його виробництва з колективних форм господарювання до господарств населення.

Вирішення цих проблем пов'язано, в першу чергу, із спрямуванням інвестицій як у технологічне переоснащення та модернізацію молокопереробних заводів, так і у розвиток сировинної бази, поголів'я та кормів, що потребує залучення реальних інвестицій та відновлення інтеграційних зв'язків через акціонерний капітал між виробниками та переробниками молока, що дозволить вирішити проблему зменшення собівартості кінцевої продукції, стабілізувати сировинну базу, підвищити якість сировини, збалансувати інтереси учасників технологічного ланцюга в розподілі фінансового результату.

За умови запровадження виваженої політики державного регулювання, надання реальних гарантій та інвестицій, молочне скотарство може отримати шанс до відродження.

Ефективність виробництва молока визначається:

- природними умовами;
- місцевими особливостями;
- розміром територій, які можуть бути зайняті під розвиток молочного скотарства;
- характером застосованих технологій;
- селекційними можливостями.

З метою підвищення ефективності виробництва молочної продукції доцільно підвищити ефективність заходів державного регулювання молочної

галузі. А саме Держпродспоживслужбі у співпраці з виробниками та переробниками молока, профільними організаціями та міжнародними експертами розробити заходи, спрямовані на розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні.

Запровадити належну виробничу практику виробництва, переробки та введення в обіг молока і молочних продуктів, встановити єдині, адаптовані до норм ЄС вимоги, щодо контролю якості молочної сировини та обов'язкової сертифікації готової продукції.

Товарний ринок молока і молокопродуктів має специфічні особливості, пов'язані з їх властивістю - малотранспортабельністю і непридатністю до тривалого зберігання. Тому повинен бути створений стабільний ринок збуту для виробника впродовж всього року, гарантоване надходження молочної сировини на молокопереробні підприємства і відповідно безперервне забезпечення населення продуктами щоденного попиту: незбираним молоком, кисломолочною продукцією, сиром, сметаною та ін. При цьому всі ланки технологічного ланцюга: «виробництво - заготівля - переробка - реалізація продукції» повинні функціонувати скоординовано і ритмічно [5].

Державне регулювання товарного ринку молока і молокопродуктів дасть можливість підвищити якість сільськогосподарської сировини, і дасть змогу молокопереробним підприємствам забезпечити випуск більш якісної молочної продукції, що призведе до збільшення доходу від виробництва та підвищення ефективності даної діяльності за рахунок оптимізації ціни на більш якісну молочну продукцію. Можливі напрямки державної підтримки молочної галузі приведено на рис. 2.

В умовах динамічного ринку важливим чинником успішного функціонування вітчизняних підприємств є їх переорієнтація на засади маркетингу, що дозволить формувати раціональні виробничі програми, оперативно реагувати на ринкову ситуацію, та перемагати в умовах конкуренції, забезпечуючи сталий розвиток.

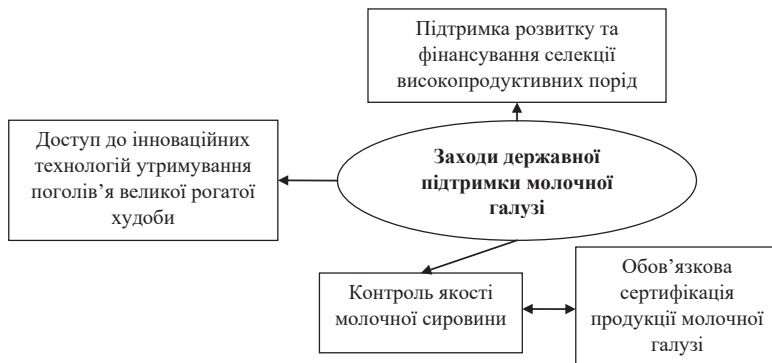


Рис. 2. Напрямки державної підтримки молочної галузі

Джерело: узагальнено і складено автором

За відсутності єдиного підходу до вдосконалення маркетингової діяльності та урахування галузевих особливостей підприємств молочної сфери доцільно зосередити зусилля на найбільш вагомим напрямках:

1. Реклама, переступивши звичні рамки виду трудової діяльності людини, являє собою в наші дні не просто бізнес, а значно більш широке і складне соціальне явище, яке має вплив на багато, якщо не всі, сфери життя суспільства:

- виробничу (як знаряддя збуту виробничого товару);
- соціальну (виконує комунікативну функцію, поєднуючи інтереси різних груп суспільства);
- правову (цивілізована реклама служить інструментом пропаганди етичних і правових норм в торговельно-економічній діяльності);
- культурно-освітню.

У свою чергу, фактором, який здійснив вирішальний вплив на рекламу, можна назвати перехід суспільства від технологічної до інформаційної стадії розвитку. По суті, провідні країни Заходу вже вступили в нову епоху - глобальних інформаційних процесів. І реклама, як її відображення, в зв'язку з цим набула і продовжує формувати нові, специфічні риси [3].

У числі понять, що визначають роль цього всеосяжного фактору в управлінні рекламним бізнесом, можна назвати наступні:

- удосконалення технологічних та технічних процесів виробництва товарів, через посилення конкуренції на ринку молочної продукції;
- у сучасному виробництві молочної продукції від виробника вимагається сукупність елементів маркетингу, орієнтованих на просування і збут товару на ринку.

Наведена система складається з п'яти елементів, які слід активно застосовувати:

- паблік рілейшнз;
- власне реклама;
- сейлз промоушн;
- директ-маркетинг;
- супутні заходи.

Таким чином, реклама виходить найважливішою складовою частиною в процесі планування виробництва, розробки і випуску, збуту товару на ринку. А рекламний менеджмент виступає як складова частина загальної та маркетингової стратегії організації.

На сьогоднішній день відмінною рисою сучасної реклами успішних підприємств молочної галузі повинна стати її багатофункціональність. Мова йде про цілу систему специфічних функцій, які протягом останніх десятиліть сформувалися в процесі розвитку реклами, яка спочатку виконувала в товарному виробництві дві функції [6]:

1) економічну, стимулюючи попит, розвиваючи і прискорюючи процес продажу товарів;

2) інформаційну, повідомляючи споживачам про наявність товарів, виробника, головних характеристик, споживчі властивості тощо.

Дослідження ефективності рекламної кампанії в цілому і на окремих етапах, дозволяє керівництву виявити вдалі і невдалі її ланки і вжити, у разі потреби, корегування.

Рекламна стратегія великої компанії може бути організована таким чином, що потенційні споживачі будуть підготовлені до купівлі її продукції. Це досягається за рахунок розробки цілої системи прийомів рекламного

менеджменту - зміни споживчого попиту на користь товарів конкретного виробника.

Реклама може здійснювати сильний вплив на споживача в різних ситуаціях:

- Якщо попит на продукцію незадовільний, вона посилює його.
- Коливний попит реклама стабілізує, виступаючи в системі синхромаркетинг.
- Потенційний попит вона перетворює на реальний, сприяючи розвитку маркетингу.
- Оптимальний попит може бути підтриманий рекламою на досягнутому рівні прийомами фіксованого маркетингу. Нарешті, що відрізняє сучасну рекламу, вона здатна виконувати протилежні функції: з допомогою реклами можна зменшити надмірний попит (демаркетинг) і збільшити попит (стимулюючий маркетинг).

2. Робота над комунікаційними бізнес-процесами. Створення та розширення комунікаційних зв'язків з громадськістю. А саме:

- забезпечення активного зворотного зв'язку з споживачами, вивчення їх потреб, переваг, смаків;
- активна участь в житті міст (селищ) наприклад участь у різноманітних ярмарках, дегустаціях, фестивалях;
- активна соціальна позиція підприємства (різноманітні розвиваючі гуртки, піклування про соціально незахищені верстви населення, участь у екологічних акціях);
- широка дослідницька діяльність.

Фахівці прогнозують, що науково-технічний прогрес у третьому тисячолітті радикально вплине на виробництво. Великі зміни в рекламному менеджменті та бізнесі очікуються завдяки існуючим, а ще більшою мірою майбутнім досягненням в галузі електроніки.

Зв'язок з громадськістю припускає створення добрих відносин з різними державними та громадськими структурами і шарами шляхом створення

сприятливої думки про компанію, її продукти і шляхом нейтралізації несприятливих подій і чуток. Зв'язок з громадськістю включає також зв'язок із пресою, поширення інформації про діяльність компанії, лобістську діяльність у законодавчих і урядових органах з метою прийняття чи скасування певних рішень, роз'яснювальну роботу щодо положення компанії, її продуктів, соціальної ролі.

Отже, в умовах динамічного ринку важливим чинником успішного функціонування підприємств молочної галузі є їх переорієнтація на засади маркетингу, що дозволить формувати раціональні виробничі програми, оперативно реагувати на ринкову ситуацію, та перемагати в умовах конкуренції, забезпечуючи сталий розвиток.

Найважливішим джерелом зростання ефективності виробництва є підвищення якості продукції, що дозволяє більш повно задовольняти потреби покупців, збільшує прибутки підприємств та забезпечує більш стійке положення на ринку в умовах зростаючої конкуренції та економічної нестабільності.

Література

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Момчева А.М. Молочний ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку/ А.М. Момчева // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. — 2018. — Вип. 30. — С. 164-168.
3. Постернікова О.О. Розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні / О.О.Постернікова // Придніпровський науковий вісник. (Серія: Економічні науки: маркетинг і менеджмент). – 2018. - №11. – С. 98-101.
4. Лисенко А.М. Маркетингова система виробництва та реалізації молока продукції/ А.М. Лисенко //Економіка АПК. — 2019. — № 6. — С. 62-66.
5. Виробництво основних видів продукції тваринництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Онiщенко О.Г. Державне регулювання ринку молочної продукції та основні напрями його удосконалення/ О.Г. Онiщенко // Економіка АПК. — 2018.— № 1. — С. 100-103.

7. Макаров І.М. Сутність ринку та специфіка його формування в молокопродуктовому підкомплексі АПК/ І.М. Макаров //Вісник технологічного університету Поділля. — Хмельницький: Технологічний університет Поділля, 2019. — № 6, ч.2: Економічні науки. Спеціальний випуск з нагоди Міжнародної конференції “Гуманітарні науки на рубежі третього тисячоліття: досягнення, проблеми, перспективи”.— С. 196-199.

8. Довгань Р.С. Поглиблення інтеграції у молокопродуктовому підкомплексі / Р.С. Довгань // Економіка АПК. — 2017. — № 12. — С. 27-30.

9. Бондаренко В. М. Розвиток ефективного виробництва молока та його промислової переробки в Україні / В. М. Бондаренко // Економіка АПК. - 2018. - № 5. - С. 61-64.

10. Маркетингова діяльність [Електронний ресурс]. — Режим доступу:<http://studin.ru/all/marketing-torgovlya/upravlinnya-marketingovoyu-diyalnistyupidpriemstva/teoriya/sutnist>

11. Діяльність підприємств молочної галузі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://agronews.ua/node/72961>

4.4. Удосконалення рекламного бюджетування підприємств в сучасних умовах

*А. В. Тарасюк,
О. В. Волкова,
А. М. Манойленко*

В умовах ринкової економіки для підприємства необхідною умовою ефективної діяльності є рівень чутливості до зовнішніх чинників. Успішними вважаються ті підприємства, на яких впроваджується раціональна маркетингова політика, яка своєчасно коригується залежно від ринкових змін. Це зумовлено насамперед тим, що впровадження ефективної маркетингової політики дозволяє підприємству задовольняти потреби споживачів краще за конкурентів, сприяє підвищенню темпів реалізації продукції та отриманню прибутку в обсягах, достатніх для забезпечення подальшого розвитку підприємства.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що сучасна вітчизняна виробнича практика недостатньо використовує світовий досвід підвищення ефективності рекламної діяльності, розробки рекламної стратегії і тактики. Удосконалення рекламної діяльності стає все більш актуальним для українських підприємств, які вступають в жорстку конкурентну боротьбу як поміж собою, так і з іноземними компаніями, та обумовлює необхідність поглиблення досліджень з цієї теми.

Теоретичні та практичні аспекти підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства, розробка ринково-орієнтованих стратегій його розвитку в умовах жорсткої конкуренції знаходяться в центрі уваги провідних науковців і практиків усього світу.

Значний внесок у вирішення проблеми підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства зробили такі зарубіжні вчені-економісти: Ф. Котлер, Р. Армстронг, В. Вонг, Ж.-Ж. Ламбен., Дж. Еванс, Б. Берман, Ф. Брассінгтон, С. Петтітт. Однак рекомендації іноземних дослідників не

можуть бути механічно використані в умовах національної економіки, а розробки українських авторів не завжди забезпечують практикам достатній вибір реальних інструментів управління рекламною діяльністю і не враховують особливості її бюджетування.

Метою роботи є дослідження особливостей бюджетування рекламної діяльності підприємств в сучасних умовах.

Однією з головних передумов ефективності рекламної діяльності підприємства є обґрунтоване визначення обсягу витрат на її проведення. Оптимальний рекламний бюджет сприяє ефективному розподілу ресурсів в процесі здійснення запланованих заходів, а також полегшує контроль за цільовим використанням коштів. Однак в сучасній економічній літературі проблема визначення оптимального за розміром та структурою рекламного бюджету не має однозначного вирішення. Керівництву підприємства необхідно вибрати серед великого різноманіття методів той, що найкраще відповідає поставленим цілям компанії, з урахуванням усіх переваг та недоліків його застосування.

Систематизація сучасних методів формування рекламного бюджету дозволяє розподілити їх за трьома основними групами:

- універсальні, економічно слабо обґрунтовані методи;
- статичні методи, засновані на залежності рекламних витрат від обсягу продажів;
- динамічні методи, засновані на врахуванні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Запропонована класифікація дозволяє виокремити декілька ключових ознак, що лежать в основі визначення оптимальної методики розрахунку розміру витрат на маркетингові комунікації підприємства: простоту використання, спрямованість на результат та врахування впливу інших факторів (рис.1).

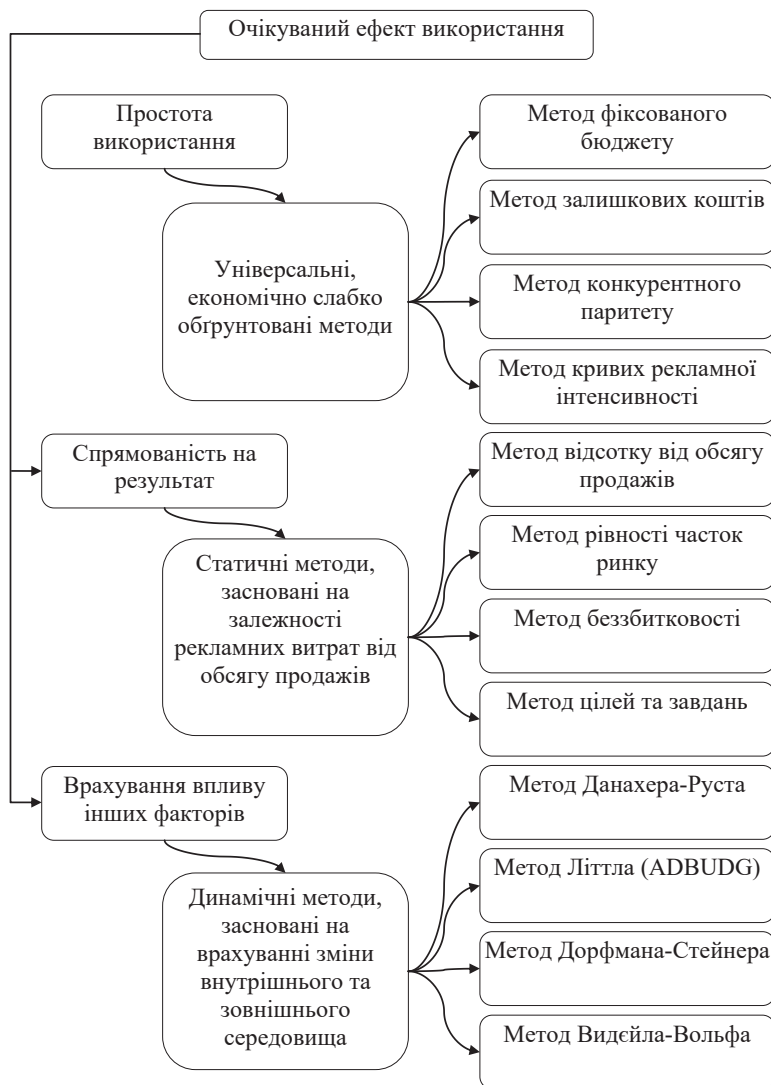


Рис.1. Систематизація методів формування рекламного бюджету в залежності від очікуваного ефекту використання

Джерело: складено за даними [2]

Вивчення наведених методів формування рекламного бюджету більш детально та дало можливість оцінити їх основні переваги та недоліки.

Метод фіксованого бюджету передбачає встановлення певного рівня витрат на рекламу, який залишається незмінним протягом тривалого періоду.

В незалежності від змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Розмір фіксованого бюджету встановлюється рішенням керівництва, яке може прийматись із фінансових міркувань, а може залежати від досвіду маркетингової активності на інших ринках. Основним недоліком даного методу є те, що він майже не враховує потреби підприємства у просуванні, а в деяких випадках і взагалі їх не враховує.

Основною перевагою методу залишкових коштів є те, що він є одним з найбільш простих у застосуванні. Його сутність полягає в тому, що керівництво спочатку виділяє кошти на всі елементи комплексу маркетингу, а отриманий залишок спрямовується на рекламу. Ключовими недоліками даного методу є:

- відсутність зв'язку рекламних витрат із цілями комунікаційної політики та стратегією підприємства загалом;
- ігнорування впливу реклами на обсяги збуту;
- ймовірність залишитися без витрат на просування.

Застосування даної методики виправдане лише при незначній ролі реклами у комплексі маркетингу, за відсутності чітких цілей рекламної діяльності або при відсутності інформації, необхідної для використання більш складних методів. Як правило, його використовують підприємства, діяльність яких базується на виробничій концепції маркетингу.

Метод конкурентного паритету передбачає залежність рекламного бюджетування від дій конкурентів та обсягу їх витрат на маркетингові комунікації. При визначенні розміру бюджету за даною методикою підприємство повинно оцінити частку ринку, яку вона займає, визначити загальний розмір рекламного ринку та розрахувати бюджет, необхідний для покриття відповідної частки рекламного ринку. Застосування цього методу

обмежується правильним визначенням обсягу рекламних витрат конкурента. Також метод конкурентного паритету не враховує, що реальних ринкових умовах не існує ситуацій, коли два підприємства мають однакову цінову політику, виробничі умови, етап життєвого циклу товарів тощо, тому при його застосуванні фірма має корегувати обсяг своїх витрат з урахуванням цих особливостей.

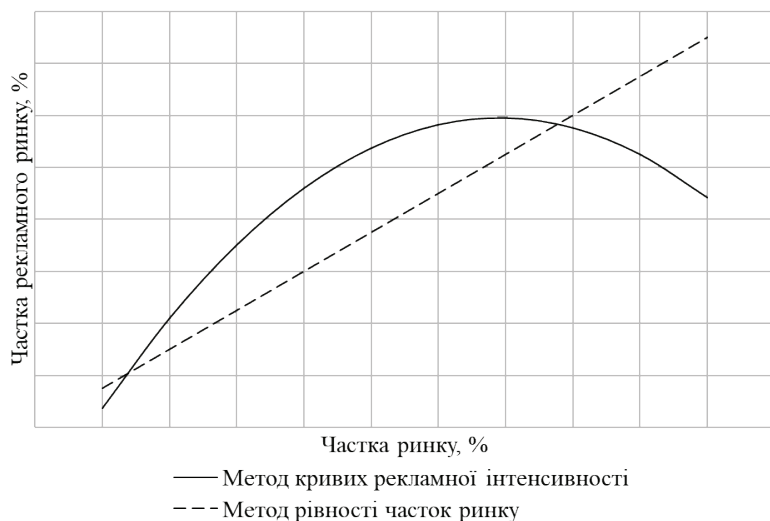
Метод кривих рекламної інтенсивності ґрунтується на визначенні залежності між обсягом рекламних витрат та часткою ринку, яку займає досліджуване підприємство. Для побудови кривої на одну вісь наносяться значення часток ринку, які займають фірми-конкуренти, а на іншу – відповідні значення їх часток на рекламному ринку. Як наслідок, кожна компанія з'являється на графіку у вигляді точки, при з'єднанні яких відбувається побудова кривої рекламної інтенсивності. Вона показує, що після досягнення фірмою певної частки ринку темпи зростання витрат на рекламу починають відставати від темпів зростання обсягів реалізації. Інакше кажучи, більші компанії отримують додаткову перевагу за рахунок дії закону економії на масштабах.

Найбільш поширеним методом формування рекламного бюджету є метод відсотку від обсягу продажів. Визначення бюджету в даному випадку базується на тому, що підприємство може спрямовувати на рекламу певний відсоток як від обсягів збуту у попередньому періоді, так і від прогнозних значень на наступний рік. Основна його перевага на відміну від попередніх методів полягає в тому, що він визнає взаємозв'язок між обсягом витрат на рекламу та обсягом збуту. Водночас зазначений метод призводить до порушення основного принципу маркетингу, відповідно до якого маркетингова активність підприємства повинна стимулювати попит, а не навпаки.

Слід зазначити, що даний метод добре підходить для стабільного ринку або ринку, що стрімко зростає. Однак при зниженні продажів відрахування на рекламу також знижуються, що суперечить маркетинговій теорії та практиці, яка вимагає збільшення рекламних бюджетів в умовах падіння попиту. Тому при

розрахунку обсягу витрат на рекламу необхідно передбачати резервний фонд, який може піти на погашення неврахованих змін у зовнішньому середовищі компанії. Водночас у деяких галузях прийнято використовувати нормативний рівень рекламних витрат відносно обсягів продажів. Хоча не існує гарантій, що нормативні значення є оптимальними, багато компаній намагаються дотримуватися їх зі стратегічних міркувань – не відставати від конкурентів. Тому ще однією перевагою даного методу є те, що за умови використання його багатьма підприємствами галузі та збереження середньогалузових показників на певному рівні він не провокує конкурентних війн.

Метод рівності часток ринку є фактично похідним від методу побудови кривої рекламної інтенсивності. Він базується на припущенні про лінійну залежність між розміром компанії та обсягом витрат на рекламу (рис. 2).



**Рис. 2. Порівняння методу кривої рекламної інтенсивності
та методу рівності часток ринку**

Джерело: узагальнено і складено авторами

В даному випадку при визначенні рекламного бюджету компанія визначає загальний розмір рекламного ринку, оцінює частку ринку, яку вона займає, та розраховує бюджет, необхідний для покриття такого ж відсотку рекламного ринку. Враховуючи, що загальний обсяг рекламного ринку змінюється в залежності від розміру рекламних витрат компаній-конкурентів і їх кількості, бюджет, розроблений подібним методом, повинен підлягати постійному коректуванню. Як тільки загальний обсяг рекламного ринку збільшується, компанія повинна збільшувати свій бюджет для того, щоб зберегти планову частку.

Метод безбитковості є стандартним методом економічного аналізу, що ґрунтується на визначенні точки безбитковості. Під нею розуміють такий обсяг виробництва і реалізації продукції, при якому витрати будуть дорівнювати доходам, а при виробництві і реалізації кожної наступної одиниці продукції підприємство буде отримувати прибуток. Розрахунок точки безбитковості відбувається за допомогою формули:

$$ТБ = \frac{РБ * Ц_{од}}{Ц_{од} - С_{од}},$$

де ТБ – точка безбитковості, грош. од.;

РБ – рекламний бюджет, грош. од.;

$Ц_{од}$ – ціна одиниці продукції, грош. од.;

$С_{од}$ – собівартість одиниці продукції, грош. од.

Основною перевагою даного методу є те, що він розглядає рекламні витрати не як поточні, як це прийнято у вітчизняній практиці, а як інвестиційні. Серед ключових недоліків необхідно відзначити суто арифметичний підхід, який не враховує того, що не завжди мета реклами полягає в отриманні негайного економічного ефекту, а може бути спрямованою на формування іміджу підприємства, обізнаності та лояльності

споживачів тощо. Тому значна частка витрат на рекламу товару на перших етапах його життєвого циклу можуть сприяти отриманню прибутку від нього через значний проміжок часу [10].

Метод цілей та завдань передбачає чітке формулювання цілей рекламної діяльності та стратегії їх досягнення, на основі яких визначаються і деталізуються необхідні для досягнення цілей рекламні заходи й обчислюється розмір бюджету, достатнього для їх реалізації. Такий підхід заснований на врахуванні причинно-наслідкового зв'язку між рекламою та обсягом реалізації. Разом з тим існує ряд перешкод, які не дозволяють досить точно оцінити взаємозв'язок між рівнем рекламного впливу на цільову аудиторію і головною метою рекламної діяльності. Як вже зазначалося раніше, реклама може мати відкладений у часі ефект, що значно ускладнює оцінку її ефективності протягом певного часового періоду. Окрім цього більшість компаній обмежені у фінансових ресурсах, яких може не вистачати для досягнення поставлених цілей. З іншого боку, виконавці, поставлені в жорсткі рамки, можуть збільшити бюджет для гарантованого досягнення поставлених цілей, розмір якого буде набагато вищим за оптимальний.

Метод Данахера-Руста розглядає рекламу як інвестицію й пропонує формувати рекламний бюджет на основі розрахунку віддачі від інвестицій. Згідно з ним для визначення оптимального обсягу рекламних витрат необхідно поставити чітку фінансову мету.

Перша з них ґрунтується на досягненні максимальної ефективності рекламних витрат, під якою розуміють співвідношення доходів від реклами та витратами на неї. Даний підхід використовується для порівняння ефективності окремих рекламних каналів, кампаній та оголошень між собою з метою визначення оптимальної структури рекламного бюджету.

Друга мета полягає у визначенні оптимального розміру рекламного бюджету, який забезпечує максимально можливий економічний ефект від вкладених інвестицій. Метод Данахера-Руста є досить точним та науково

обґрунтованим. На відміну від попередніх методів він враховує зміни, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Однак його використання обмежується складністю визначення ключових факторів, що впливають на віддачу від рекламної діяльності, та врахування існуючих взаємозв'язків між окремими факторами.

В основі методу Літтла (ADBUDG) лежить припущення про наявність взаємозв'язку між мінімально можливою часткою ринку при нульовому рівні реклами і максимально можливою часткою ринку при значних витратах на рекламу. Основною перевагою методу є те, що він враховує вплив конкурентного середовища, оскільки розрахунок показників відбувається з обліком часток ринку фірм-конкурентів. Однак визначити їх розмір досить складно, тому основні змінні в даній моделі визначаються на основі експертних оцінок, що вносить фактор суб'єктивізму у процес оцінки. Ще одним недоліком методу є те, що визначення необхідної величини рекламного бюджету на основі обороту фірми не свідчить про те, що знайдена величина є оптимальною.

Метод Дорфмана-Стейнера ґрунтується на припущенні, що частка рекламного бюджету в загальному обсязі продажів компанії повинна дорівнювати відношенню еластичності попиту по рекламі до еластичності попиту за ціною.

Тому розрахунок величини рекламного бюджету здійснюється за формулою:

$$РБ = ОП * \frac{ЕП_Р}{ЕП_Ц},$$

де РБ – рекламний бюджет, грош. од.;

ОП – загальний обсяг продажів, грош. од.;

ЕП_Р – еластичність попиту по рекламі;

ЕП_Ц – еластичність попиту за ціною.

Основна перевага даного методу полягає в тому, що він дозволяє синхронізувати рекламну та цінову політику компанії. Водночас це породжує його ключовий недолік, який передбачає, що для визначення обсягу рекламного бюджету необхідно правильно розрахувати два показники еластичності попиту. У самому загальному випадку під еластичністю попиту розуміють коефіцієнт зміни загального обсягу продажів при зміні певного фактору за умови сталості усіх інших. І якщо еластичність попиту за ціною підприємство спроможне розрахувати самостійно, то еластичність попиту по рекламі визначити досить складно. Тому більшість дослідників рекомендують використовувати нормативні значення або значення, отримані в результаті маркетингових досліджень, відповідно до яких значення еластичності попиту по рекламі знаходиться в межах 0,1-0,2. Ще одним обмеженням даного методу є те, що його можна застосовувати лише відносно товарів з еластичним попитом за ціною [10].

Метод Видейла-Вольфа передбачає зв'язок між збутом та витратами на рекламу і ґрунтується на принципі, що зміна обсягу продажів за певний період залежить від чотирьох факторів:

- розміру рекламного бюджету;
- граничного виторгу на одиницю рекламних витрат при нульових обсягах реалізації;
- ефекту насичення, під яким розуміють частку потенційного ринку, яку додатково можна охопити за рахунок збільшення витрат на рекламу;
- динамічного ефекту, який передбачає частку ринку, яку буде втрачено внаслідок припинення рекламної діяльності [10].

Таким чином, проведене дослідження показало, що в сучасній економічній літературі не існує єдиного методу формування рекламного бюджету. Деякі методи є універсальними за рахунок простоти їх використання, однак рівень їх економічної обґрунтованості є досить низьким. Деякі – враховують взаємозв'язок між обсягом витрат на рекламу та обсягом збуту, однак не відбивають зміни, які постійно відбуваються як у

внутрішньому, так і зовнішньому середовищі компанії. Деякі – враховують максимально можливу кількість факторів, що впливають на рекламну діяльність підприємства, однак є досить складними у застосуванні та викликають труднощі при обчисленні.

Отже, перед керівництвом підприємства постає складне завдання – вибрати серед великого різноманіття методів той, що найкраще відповідає поставленим цілям компанії, з урахуванням усіх переваг та недоліків його застосування. При цьому можливим рішенням може стати поєднання декількох методів з метою врахування найбільшої кількості факторів та забезпечення максимально точного визначення оптимального розміру рекламного бюджету.

З метою ґрунтовного вивчення змісту поняття «електронна комерція» та встановлення його місця в системі економічних понять було узагальнено існуючі підходи щодо його трактування. Запропоновано підхід до визначення поняття «електронна комерція», який дає змогу більш детально зрозуміти її сутність на основі врахування особливостей її подвійної економіко-правової природи.

Визначено, що на успіх електронної комерції на національному рівні впливає рівень розвитку та проникнення технологій, макроекономічні умови, культурні відмінності та багато інших факторів.

Проведене теоретичне дослідження дозволило зробити висновок про важливість появи електронної комерції в еволюції маркетингових концепцій, зокрема у сфері просування продукції та комунікації зі споживачами. Встановлено, що Інтернет-маркетинг надає бізнесу доступ до універсальних засобів та інструментів, які відіграють значну роль в умовах переходу від масового маркетингу споживання до індивідуального маркетингу взаємодії та дозволяють збільшити тривалість цієї взаємодії.

Сформовано висновок про те, що при проведенні оцінки ефективності маркетингової діяльності в електронній комерції слід використовувати комплексний підхід, який дасть змогу оцінювати як комунікативні, так і

економічні показники протягом усього шляху споживача, від перегляду рекламного повідомлення до здійснення покупки.

Практичний аналіз показав, що практично усі етапи маркетингової взаємодії в мережі Інтернет є вимірюваними, що дозволяє аналізувати ефективність не лише окремих інструментів, а й конкретних каналів, посередників, партнерів, інших віртуальних ресурсів залучення потенційних споживачів. Використання моделі AIDA при розробці системи KPI дозволить визначити причини відтоку потенційних споживачів та оцінити його розмір через аналіз показників ефективності на кожному з етапів маркетингової взаємодії з цільовою аудиторією.

Аналіз економічної ефективності рекламної діяльності в Україні показав, що він на підприємствах більшості галузей народногосподарського комплексу продовжує знижуватися. Це відбувається паралельно зі зростанням маркетингових витрат. Оскільки витрати на збут прямо впливають на обсяг продажів, зазначені процеси можуть свідчити про зниження ефективності як рекламної, так і маркетингової діяльності підприємства.

Дослідження маркетингових витрат демонструє, що значну частку в їх структурі займають витрати на рекламу. Аналіз ABC-XYZ рекламних каналів дозволив зробити висновок, що однією з основних причин зменшення рентабельності продажів стає зниження віддачі від рекламної діяльності підприємств. Це, як правило, відбувається внаслідок зміни структури рекламних витрат на користь менш результативних каналів просування.

Особливої уваги на сьогодні потребують прийоми просування продукції на електронних дошках оголошень через їх нестабільність та складність прогнозування продажів, а також реклама в контекстно-медійних мережах через низький рівень її ефективності. Вивільнені кошти було б доцільно перерозподілити на користь більш привабливих рекламних каналів.

Проведене дослідження сучасних методів формування рекламного бюджету показало, що в економічній літературі не існує єдиного підходу до вирішення даного питання. Визначено, що перед керівництвом підприємств в Україні постає складне завдання – вибрати серед великого різноманіття методів той, що найкраще відповідає поставленим цілям компанії, з урахуванням усіх переваг та недоліків його застосування.

З метою забезпечення вищого рівня ефективності рекламної діяльності доцільно зосередитись на отриманні максимальної віддачі від витрачених на рекламу коштів у короткостроковій перспективі. Тому керівництву підприємств, особливо в умовах невизначеності економічного середовища, при формуванні рекламного бюджету звертатися до методу Данахера-Руста та визначати оптимальну структуру і розмір витрат на рекламу шляхом побудови факторної моделі.

Застосування кореляційно-регресійного аналізу дозволить усунути недосконалість факторних моделей та виключати з неї взаємопов'язані показники, які негативно впливатимуть на її відповідність зібраним статистичним даним. Отримані в результаті аналізу рівняння регресії дозволять визначати оптимальну структуру рекламного бюджету, яка забезпечує максимально можливу віддачу від їх використання. Що призведе не лише до поліпшення становища окремих фірм, а й до зростання перспектив розвитку народногосподарського комплексу в цілому, адже скорочення зайвих рекламних витрат призведе до зниження витрат на рекламу, а вивільнені кошти підприємства зможуть спрямувати на власний розвиток.

Література

1. Drucker P. The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done (Harperbusiness Essentials). New York: HarperCollins, 2006. 210 p.
2. Kotler P. Ten Deadly Marketing Sins: Signs and Solutions. New York: Wiley, 2004. 160 p.
3. Social Accountability International (SAI). Міжнародний стандарт SA8000:2001. Соціальна відповідальність. URL: https://www.assistem.kiev.ua/doc/sa_8000-2001_rus.pdf (дата звернення: 07.12.2020).

4. Statista. Retail E-commerce Sales Worldwide from 2014 to 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата звернення: 07.12.2020).
5. Summer A., Duncan G. E-Commerce. – New York: NYH Publishing, 1999. 263 p.
6. The World Bank. World Bank International Comparison Program. GDP – Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=UA> (дата звернення: 07.12.2020).
7. The World Bank. World Bank International Comparison Program. GDP per capita, PPP. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD> (дата звернення: 07.12.2020).
8. The World Bank. World Bank International Comparison Program. GDP. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD> (дата звернення: 07.12.2020).
9. Арестенко В. В. Маркетингові дослідження: сутність, стан та перспективи розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 2. С. 290–296.
10. Баран Р. Я., Романчукевич М. Й. Оцінка ефективності рекламної діяльності в мережі Інтернет. *Ефективна економіка*. 2019. №7. С. 16–20.
11. Борисова Ю. О. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері електронної комерції : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Київ, 2012. 210 с.
12. Ваврик А. Б. Методи та інструменти Інтернет-маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 22. С. 44–47.

4.5. Розробка інноваційної продукції для забезпечення конкурентоспроможності консервних підприємств Херсонського регіону

*М. І. Валько,
О. В. Стоянова,
К. В. Зубкова,
С. В. Бобирь*

Херсонська область має унікальні природно-кліматичні умови для вирощування сільськогосподарських культур та виробництва високоякісної плодовоовочевої продукції на переробних консервних підприємствах. Переробка сільськогосподарської продукції є провідною стратегічною галуззю агропромислового комплексу області. Від рівня її розвитку, стабільності функціонування залежить стан економіки та продовольча безпека, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, а також рівень життя населення регіону. Зовнішня торгівля Херсонської області є експортоорієнтованою. Основну частину експорту області у 2018 році складав експорт до країн Європейського Союзу – 36,1%, до країн СНД – 18,0% [1]. Найбільшою інноваційною активністю в області відзначалися підприємства харчової промисловості (33,3% всіх інноваційних активних підприємств). Стратегією розвитку Херсонської області на період 2020 – 2027 років [2] передбачено розвиток інноваційних секторів економіки, а саме забезпечення впровадження систем якості та безпечності сільгосппродукції, інноваційних технологій її виробництва і переробки. Галузь «Переробка та консервування фруктів і овочів (КВЕД 10.3)» визначена перспективним напрямком розвитку, яка показує економічний та інноваційний потенціал. Проте актуальності набуває розробка інноваційної продукції, що відповідає потребам ринку та ефективному завантаженню виробничих потужностей переробних підприємств для насичення внутрішнього ринку та формування експортного потенціалу плодовоовчевої галузі.

У сучасних умовах інноваційна сфера регулюється законодавством України: Закони «Про інноваційну діяльність», «Про наукову та науково-

технічну діяльність», «Про наукову та науково-технічну експертизу», «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» та інших законодавчих актів, що регулюють суспільні відносини у цій сфері. Досвід європейських держав показує визначальну роль інновацій для економічного зростання. Вважаємо, що об'єктивною необхідністю є прогнозування створення інноваційної продукції та впровадження науково-технічних розробок для економічного механізму розвитку Херсонського регіону, а стратегія конкурентоспроможного підприємства стає можливою лише за умови його переходу на інноваційний шлях розвитку.

Одним з пріоритетних напрямків в області харчування населення як в Україні, так і за кордоном, є розробка харчових продуктів функціонального призначення. Важливим аспектом у вирішенні даної проблеми є науково обґрунтований пошук і підбір перспективних і безпечних джерел сировини, а також сучасних інноваційних технологій, що дозволяють істотно впливати не тільки на органолептичні і фізико-хімічні показники готової продукції, підвищуючи її харчову та біологічну цінність, а й надавати їй спрямовані функціональні властивості.

Проблеми та перспективи розвитку плодово-овочевої консервації в Україні та світі у своїх працях досліджували такі вчені, як: Кукін О.М., Писаренко В.В., Саблук П.Т. та інші [3]. Проблеми, що пов'язані із дослідженням інноваційної діяльності досліджували такі відомі зарубіжні і учені, як: Ф. Котлер, М. Портер, Б. Санто, Д. Рубинфельд, Р. Фатхутдінов, Й. Шумпетер, а також вітчизняні дослідники: Уніят Л.М., О.І. Гарафонова, І.А. Ігнатська, С.М. Ілляшенко, М.А. Коваленко, О.Є. Кузьмін, І.П. Миколайчук, О.Б. Наумов, Г.Г. Савіна, М.В. Шарко та інші [4-6]. Науковці розглядають сучасні підходи щодо сутності продуктової інновації, визначають результативності продуктової інноваційної політики підприємств харчової промисловості. Наукові роботи, які присвячені дослідженню якості фруктових соків і компотів показали можливість використання в рецептурах овочевої сировини. Спостерігається тенденція внесення екстракту ароматично-смакових

рослин у овочево-плодові соки для збагачення їх терпеновими сполуками (ліналоолом, гераніолом, α -терпінеолом), що мають квітчасто-цитрусові запахи і створюють тип ароматизованого напою [7].

Аналіз останніх досліджень показав перспективність використання овочево-ягідної сировини для виробництва купажованих компотів. Основними напрямками сучасних способів виробництва компотів є наступні: комбінування в рецептурі різних компонентів (плодів та овочів, овочів та ягід) з метою підвищення якісних показників продукції та розширення різноманітності компотів; отримання нового асортименту консервів за рахунок підвищення харчової й біологічної цінності; формування асортименту консервів функціонального спрямування; розробка оптимальної рецептури та технології з метою зменшення масових витрат цукру та сировини; модернізація технологічного обладнання та удосконалення технологічних режимів [8].

За результатами наукових досліджень та аналізу стратегії розвитку переробних підприємств авторами запропоновано розширення асортименту фруктових консервів за рахунок створення нової рецептури. В статті пропонується новий асортимент консервів «Виноградний компот функціонального призначення».

Метою роботи була оптимізація рецептури фруктових-овочевих компотів шляхом заміни в сиропі цукру (буякового) на цукрозамінник для профілактичного харчування.

З метою забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції України передбачено заходи з проведення реформи сільського господарства і реформи якості та безпеки харчової продукції. У цьому напрямі набувають значення натуральні замінники цукру з листків стевії сушених, що застосовують для виробництва низькокалорійних харчових продуктів відповідно до потреб організму людини. Враховуючи значне соціальне та економічне значення стевії як перспективної культури світового масштабу, важливо поглибити концептуальні засади щодо формування її продуктивності і виробництва конкурентоспроможної продукції.

Стевія як лікарська культура має значний попит у людей, які обмежують вживання вуглеводів, або хворих на різні форми цукрового діабету. Багатий компонентний склад надає можливість використовувати її у харчуванні людей, які мають захворювання серцево-судинної системи, шлунково-кишкового тракту, хвороб обміну речовин, онкологічні, ожиріння, тощо. Тому що лікувальні та смакові властивості стевії, здатні відновлювати порушені обмінні процеси в організмі, нормалізувати рівень глюкози в крові та артеріального тиску, зміцнювати кровоносні судини, гальмувати зростання новоутворень, підвищувати енергетичний рівень, затримувати процеси старіння, захищати організм від шкідливого впливу навколишнього середовища, гармонізувати всі системи організму [9].

Останнім часом препарати на основі стевії використовуються у виробництві багатьох харчових продуктів як підсолоджувачі, а також як джерело біологічно активних речовин. Поряд з використанням підсолоджуючих речовин природного походження, велика увага приділяється синтетичним підсолоджувачам. Це пов'язано з тим, що натуральні підсолоджуючі речовини мають практично таку ж енергетичну цінність, що й сахароза, а синтетичні, при високому сахарозному еквіваленті, мають дуже незначну енергетичну цінність. Проте синтетичні цукрозамінники мають ряд недоліків. Серед синтетичних підсолоджувачів найбільш відомими є сахарин, солодкість якого в 300—500 разів вища солодкості сахарози. Сахарин не приймає участі в метаболічних процесах організму, швидко всмоктується, не накопичується і майже повністю (близько 98%) виводиться з організму, не спричиняючи негативної дії. Але у 70-х роках минулого століття було встановлено, що сахарин у великих дозах згодований лабораторним тваринам проявляє канцерогенну дію. Пухлини розвивались у тварин другого покоління [10]. Для сахарину характерна наявність металевого присмаку. Щоб приховати цей недолік, він часто використовується у комбінації з іншими підсолоджуючими речовинами, наприклад, з фруктозою, цикламатом або цукром. В Україні використання сахарину дозволено у виробництві кондитерських виробів, безалкогольних напоїв. Застосування підсолоджувачів

дає змогу розширити асортимент харчових продуктів для хворих на цукровий діабет та людей з надмірною масою тіла. У той же час, недопустиме їхнє безконтрольне використання. У зв'язку із цим, головним завданням є зниження до мінімуму ступеня ризику для здоров'я людини цих харчових добавок, не зменшуючи користі від їхнього використання [11].

Враховуючи негативний вплив синтетичних підсолодувачів на організм людини, авторами вирішено використати натуральний цукрозамінник у рецептурі компоту. Найпоширенішим натуральним підсолоджувачем є стевіозид, який являє собою білий кристалічний гігроскопічний порошок з температурою плавлення 196–198 °С, легко розчинний у воді, стійкий до високої температури. Він у 300 разів солодший за сахарозу. Крім солодкості, стевіозиду властива гіркота і деякий присмак, які можливо усунути за допомогою ферментативної обробки стевіозиду. Дитерпенові глікозиди стевії задовольняють вимогам щодо замінників цукру: мають високий коефіцієнт солодкості, низьку енергетичну цінність, стійкі при нагріванні, легко розчиняються й дозуються, метаболізуються без участі інсуліну, не мають шкідливого впливу на організм людини. Інформація щодо токсикологічних досліджень стевіозиду неодноразово розглядалась Об'єднаним комітетом експертів ФАО/ВООЗ з харчових добавок (JECFA). Численні токсикологічні дослідження глікозидів стевії були проведені незалежними лабораторіями в різних країнах та підтвердили попередній прийом глікозидів стевії не пов'язаний з негативним впливом на репродуктивність [10].

Перед початком досліджень необхідно вирішити завдання збалансованості органолептичних показників близьких до еталонних для досягнення мети. Для створення нового виду компоту використовували наступну сировину: солодкий перець (фарширований виноградом), гвоздику, воду і стевіозид. Із-за великої кількості цукру в компотах, виготовлених за традиційною рецептурою, його не можуть вживати люди з підвищеним цукром в крові. Новий вид компоту буде мати менш виражений солодкий смак та за рахунок заміни цукру дозволений людям з підвищеним цукром у крові.

Авторами запропоновано рецептуру виготовлення нового виду консервів «Виноградний компот функціонального призначення», яка наведена в табл.1.

Таблиця 1

Рецептура консервів «Виноградний компот функціонального призначення»

Найменування сировини та матеріалів	Рецептура	
	Кг/т	Кг/тоб
Перець солодкий	350	126
Виноград	300	108
Гвоздика	17	6,12
Сироп стевіозиду 0,15 %	333	119,88
В тому числі стевія	0,5	0,18
Всього	1000	360

Джерело: розроблено авторами на основі проведених досліджень

При розробці нових видів харчових продуктів враховується оптимальне співвідношення компонентів для того, щоб дотримуватися чинних вимог. Тому новий продукт не повинен відрізнятися за органолептичними та фізико-хімічними показниками згідно з нормативними документами. Виходячи з цього необхідно враховувати хімічний склад компонентів. Для того, щоб провести більш детальний аналіз фізико-хімічних показників при заміні цукру стевіозидом у компоті було використано математичне моделювання. Сучасні комп'ютерні технології сприяють спрощенню математичного аспекту моделювання, тобто ув'язуються три об'єкти: продукт (реальний, проєктований), математична модель і програма, яка реалізує алгоритм розв'язання рівнянь моделі [12].

Прості лінійні функції встановлюють лінійну залежність між двома змінними. Найпростішим рівнянням, яке може характеризувати залежність між двома змінними, є рівняння прямої виду:

$$y_i = a \cdot x + b$$

де x і y – відповідно незалежна і залежна змінні;

a і b – постійні коефіцієнти.

Необхідно мати ряд фактичних значень змінної x і відповідних їй величин залежною змінною y . За формулою було розраховано коефіцієнти моделі фізико-хімічних показників, що представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Розрахунок коефіцієнтів моделі

Коефіцієнт	Масова частка стевіозиду, г/100см ³ (30-40)	Масова частка кислот, г/100 см ³ (0-0,8)
a	1,0000	0,0340
b	29,5000	0,0500
R ²	0,9921	0,9797

Джерело: розраховано на основі [12]

Після проведення моделювання ми отримали такі результати:

1. Модель вмісту масової частки стевіозиду :

$$y_1 = 1,0000 \times x + 29,5000$$

2. Модель вмісту масової частки кислот :

$$y_2 = 0,0340 \times x + 0,0500$$

Наступний етап роботи присвячений проведенню досліджень, які допоможуть скорегувати кількість внесення стевіозиду до рецептури компоту, що розробляється. Залежність масової частки цукру та масової частки кислот від кількості доданої стевіозиду наведена на рис. 1, 2.

Після проведених досліджень встановлено, що заміна цукру стевіозидом сприяє підвищенню корисних властивостей готового продукту.

Дослідження впливу інгредієнтів рецептури показали зростання харчової цінності готового продукту за рахунок збільшення вітамінів, мінеральних речовин. Вміст білків збільшується на 0,10 %, вміст неорганічних речовин – на 0,20 %. Показники за мінеральним складом збільшуються таким чином : натрій - на 2 %, калій - на 4 %, кальцій - на 1,94 %, магній - на 1 %, фосфор - 4 %, цинк - 0,37 %, мідь - 0,030 %, вітамін С - 8,66 %, вітамін Е - 23 %. При цьому показники вуглеводів значно зменшуються, що призводить до зменшення калорійності компоту та підвищує його корисність.

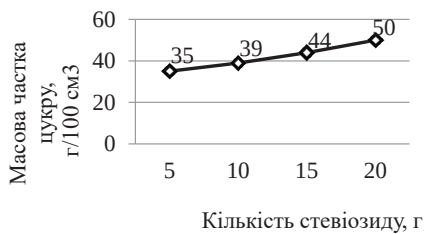


Рис. 1. Залежність масової частки стевіозиду у розробленій рецептурі від вмісту цукру, що додається за традиційною рецептурою

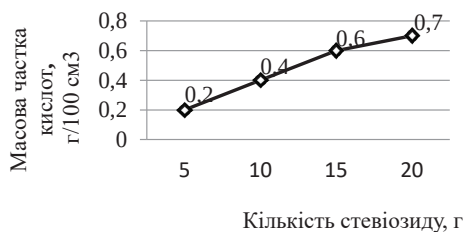


Рис. 2. Залежність кислотності в компоті від кількості стевіозиду, що додається
Джерело: розроблено авторами на основі проведених досліджень

Фізико-хімічні показники консервів «Виноградний компот функціонального призначення» (проведені за методиками згідно з ДСТУ 8402:2015, ДСТУ 4957:2018 та ін.) представлені у таблиці 3.

Таблиця 3

Фізико-хімічні показники якості консервів
«Виноградний компот функціонального призначення»

Найменування показника	В консервах	
	3 міс.	9 міс.
Маса нетто, г	1000	
Сухі речовини, %	18,0%	18,5%
pH	4,5	4,4
Титрована кислотність, %	0,23	0,21
Вміст вітаміну С, мг/100 г	36,3	35,1

Джерело: розроблено авторами на основі проведених досліджень

В роботі було досліджено вміст нітратів у свіжій сировині згідно з ДСТУ 4948:2008 та отримано наступні результати: перець солодкий – 80 мг/кг (допустимий вміст – 200 мг/кг); виноград – 25 мг/кг (допустимий вміст – 60 мг/кг). Удосконалення асортименту консервів (компотів) шляхом підбору сировинних компонентів (червоного солодкого перецю та винограду) за їх хімічним складом, забезпечує відповідне рН (не менше 4,2), що в свою чергу дозволяє консервування без внесення кислоти та забезпечує максимальне збереження біологічної цінності готового продукту та заміни цукру на стевіозид. За результатами дослідження нових видів консервів «Виноградний компот функціонального призначення» згідно з методикою визначення активної кислотності (потенціометричним методом), було отримано наступні значення рН: після 3-х місяців зберігання – 4,5; після 9 місяців зберігання – 4,4, що відповідає вимогам чинного ДСТУ. За допомогою математичного моделювання було розроблено рецептуру нового виду консервів «Виноградний компот функціонального призначення» з додаванням стевіозиду замість цукру. Встановлено, що додавання стевії до складу компоту позитивно впливає на хімічний склад продукту, а це означає, що в кінцевому результаті ми отримуємо якісний продукт функціонального призначення.

Проведений комплекс досліджень було покладено в основу розробки проекту нормативно-технологічної документації для впровадження на переробних підприємствах. Використання інноваційних розробок у промисловому виробництві дозволить забезпечити конкурентоспроможність консервної галузі Херсонської області на світовому ринку плодоягідної продукції.

Література

1. Головне управління статистики у Херсонській області: веб-сайт. URL: [//www.ks.ukrstat.gov.ua](http://www.ks.ukrstat.gov.ua). (дата звернення: 20.01.2021 р).
2. Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021-2027 роки. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/strategiya-rozvytku-hersonskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf> (дата звернення: 21.01.2021 р).
3. Каламан О.Б., Братковська О.О. Інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 1(21). С. 87–90.
4. Уніят Л.М. Організаційно-економічні засади інноваційного розвитку підприємств агропромислового бізнесу в конкурентному середовищі: монографія. Тернопіль:ТНЕУ. 2019. 586 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/38486/1/Uniat.pdf>
5. Гацан В. В. Продуктова інноваційна політика як складова стратегічного управління підприємством. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті економічної інтеграції*. 2017. №25(14). С. 103–109.
6. Охлопкова Т. Л. Особливості інноваційної форми інвестиційного проекту. *Вісник Хмельницьк. нац. ун-ту*. 2010, № 2. Т.2. С.146–151.
7. Матенчук Л. Ю., Войцехівський В. І. Розширення асортименту та дослідження харчової і біологічної цінності овочеплодових пюре. *Наукові доповіді Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2012. № 5 (34).
8. Токарь А.Е., Матенчук Л.Ю., Миронюк С.С. Фруктовые пюре. *Напитки. Технологии и инновации*. 2015. № 3. С. 30–32.
9. Кузнецов, І. В., Роїк М. В. Вивчення якості стевії-сировини (stevia rebaudiana bertoni) для її подальшого перероблення на біоконцентрати функціонального призначення. *Технологии органических и неорганических веществ и экология*. 2012. С. 117- 118.
10. Адамчук Т.В. Стевія та підсолодчувачі на її основі. Проблеми харчування. 2012. 1-2. с.57-60.
11. Непочатих Т. А., Гребенюкова Ю. О.. Новий спосіб виробництва лікеру з додаванням стевії. *Вісник НТУ «ХПІ»*. № 45 (1321).2018. С. 186-190.
12. Сафонова О. Н. Системные исследования технологий переработки продуктов питания. Харьков: ХДАТОХ, 2000. 200с.
13. Консерви «Компот із перчинкою»: пат. 126116 Україна : МПК А23L19/00. Заявл. 13.12.17; опубл. 11.06.18., бюл .№ 11.

4.6. Теоретико-методологічні засади забезпечення конкурентоспроможності товару на основі технологічної інновації

В. А. Луцькова

Виноградарство України є наукомісткою галуззю, котра одна із небагатьох галузей агропромислового комплексу є соціально-орієнтовною для великих регіонів України, таких як південь України та Закарпаття, значно впливаючи на поповнення бюджету цих регіонів. Враховуючи те, що розвиток науково-технічного прогресу нерозривно пов'язаний із використанням результатів наукових досліджень у виробничій діяльності, тому метою виноградарсько-виноробного сектору є забезпечення впровадження науково-експериментального процесу до потреб ринкової економіки на основі активізації інноваційної моделі розвитку.

Крім того, інноваційна діяльність виступає найважливішою передумовою використання науково-технічного потенціалу, росту конкурентоспроможності промислової продукції [1]. Однак, в умовах політичної та економічної нестабільності в Україні, а також низькі обсяги врожайності винограду протягом 2015-2019 рр. [2], що безпосередньо вплинуло на виробництво вин, гостро постає питання ефективного використання сировини при умовах вироблення прибуткового інноваційно-нового вина. Одним із перспективних напрямків об'єднання бізнесу та науки є виробництво крижаного вина, технологія якого являє технологічну інновацію для вітчизняного виноробного підприємства. Реалізація нового вина вплине на розширення асортименту, підвищення рівня конкурентоспроможності та розкриття потенціалу виноградарсько-виноробного комплексу країни.

Крижане вино – це тип десертного вина преміум категорії, що виготовляється із сусла винограду, який природним шляхом заморожують взимку за температури мінус $7 \div 12$ °C, виробництво якого поступово

географічно розширюється [3]. Окрім Канади, Сполучених Штатів Америки, Німеччини, Австрії, крижані вина виготовляють в Чехії, Словенії, Словаччині, Хорватії, Молдові, Угорщині, Люксембурзі, Чилі, Китаї [4], чимало позицій яких представлено в українських магазинах [5].

Не зважаючи на невеликі обсяги виробництва, попит на крижані вина залишається високим. Так, у 2019 році Канада експортувала крижаного вина загальною вартістю 18,47 млн. канадських доларів [6]. Слід зауважити, що винороби Канади здебільшого заморозжують лише три сорти винограду, зокрема Ріслінг, Відал Блан і Каберне фран, які відповідають ампелографічним характеристикам винограду для виробництва крижаних вин [7]. Відповідно до результатів наукової роботи [8], в агрокліматичних умовах Північного Причорномор'я можливо виготовляти крижане вино з винограду сортів Марселан, Молдова, Ркацителі і Тельти курук, які до того не використовувались у виробництві вина даного типу. Даний факт свідчить про перспективність впровадження наукових досліджень у виробничу діяльність. Крім того, відповідно до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні [9], половина технічних сортів винограду є пізньої стиглості, що є одним із критеріїв придатності винограду до виробництва крижаних вин. З огляду на це, обґрунтування вироблення крижаного вина як технологічної інновації на вітчизняних виробних підприємствах для забезпечення конкурентоспроможності представляє актуальність.

Як відомо, конкурентоспроможність товару залежить від системи показників (факторів), серед яких більшість дослідників акцентують увагу на виробничі, що включають технологічні і цінові (витрати виробництва) [10]. Не менш важливими факторами конкурентоспроможності товару є економічні, що враховують експлуатаційні витрати і ціну реалізації, а також маркетингові [11]. Тому доцільно виділити фактори формування конкурентоспроможності крижаного вина на вітчизняному виноробному ринку.

До внутрішніх факторів формування конкурентоспроможності крижаного вина, можливо, насамперед, віднести технологічні. Наявність

сировинної бази, а саме сортів винограду пізнього дозрівання забезпечить два одночасних взаємопов'язаних напрямлень роботи: науковий і безпосередньо виробничий. Необхідною умовою випуску крижаних вин є переробка морозостійких сортів винограду. Саме до таких сортів відносять Сапераві, Дністровський рожевий, Каберне Совіньйон, Одеський чорний, Загрей, що ростуть на теренах України, проте їх властивості не досліджені в технології крижаних вин. Обґрунтування практичного застосування того чи іншого сорту винограду в технології крижаного вина не можливе без здійснення апробацій. Крім того, середній з абсолютних мінімумів температури повітря, як основний показник Perezimivli, для виноробних територій за зиму становить мінус 14 - 17 °C, а 1-2 рази в 10 років він знижується до мінус 20-25 °C, що повністю відповідає умовам для заморожування винограду природним шляхом. Тому успішне функціонування вітчизняних виноробних підприємств безпосередньо залежить від активної інноваційної діяльності, яка максимально використовує умови, створені зовнішнім середовищем.

Іншим технологічним фактором є адаптованість технічного оснащення українських виноробень до виробництва крижаного вина, тобто технологія не потребує додаткового обладнання. Необхідно зауважити, що найбільша частка витрат на виробництво будь-якого вина складають витрати на устаткування [12].

Впровадження нової технології потребує підвищення кваліфікаційного рівня працівників, що також виступає технологічним фактором конкурентоспроможності. Щорічно великі західні компанії витрачають від 2 до 5 % свого бюджету на навчання персоналу [13]. Такі високі витрати на підвищення кваліфікації працівників обумовлені тим, що економічний ефект від інвестицій в розвиток персоналу значно вище, ніж від інвестицій у засоби виробництва. Дослідження, проведені у компаніях показали, що збільшення витрат на навчання персоналу на 10 % дає приріст продуктивності праці на 8,5 %, тоді як таке саме збільшення капіталовкладень дає приріст продуктивності лише на 3,8 % [13].

Зважаючи на те, що технологія крижаного вина в агрокліматичних умовах України має наукові перспективи, можливо запровадити відділ RandD (Research and Development) на виноробному підприємстві не тільки з метою розроблення або удосконалення нових технологій, але й як науково-учбовий відділ.

Впровадження технологічної інновації у вигляді крижаного вина забезпечить конкурентні переваги, показані на рис.1.



Рис.1. Конкурентні переваги на основі впровадження крижаного вина

Джерело: розроблено автором

Розширення існуючого асортименту крижаним вином, що є абсолютно новим видом продукту для українського споживача, який за зовнішніми характеристиками, у першу чергу, приверне їх увагу. За статистичними даними української Консалтингової компанії Pro-Consulting, українці при виборі вина

керуються двома критеріями, серед яких перший – це вибір зовнішнього вигляду пляшки, і другим – ціною [14].

Пляшка, призначена для крижаного вина має місткість 0,375 л і є не традиційною пляшкою для розливу вин, яка може бути оздоблена спеціальною коробкою. Так, пляшка 375 мл вина «Riesling Ice Wine» виробника Dr. Loosen (Німеччина) коштує 1184 грн, крижане вино «Muscat Ottonel & Traminer Icewine» від молдавської компанії «Purcari», Молдова – 670 грн, при цьому ціна крижаного вина згідно запропонованої технології в роботі [8], у середньому, не перевищує 350 грн за пляшку місткістю 375 мл. Також споживачі більш схильні обирати напівсолодкі білі вина, то існує тенденція до збільшення попиту на десертні білі вина, до яких і відносять крижане вино.

Наступною конкурентною перевагою є продовження сезону переробки винограду, що, у свою чергу, вплине на безперервний цикл роботи підприємства і зменшить витрати на допоміжні матеріали для технологічних цілей.

Дослідження показують, що інноваційна діяльність є потужним важелем, за допомогою якого можливе подолання наслідків світової кризи в економіці, забезпечення її структурної перебудови й стійкого економічного росту [15], тобто нове вино із певною часткою ринку можливо реорганізує внутрішню організацію виноробного комплексу країни. Разом з тим, не виключається потенційна можливість виведення підприємства на світовий ринок із новим типом вина.

Основними критеріями оцінювання результатів впровадження інновацій є актуальність, значущість та багатоаспектність [16]. Оскільки сьогодні в Україні відбуваються докорінні зміни у законодавстві виноградарсько-виноробного комплексу, що характеризуються орієнтацією на європейську модель розвитку галузі, то актуальність впровадження крижаного вина як технологічної інновації відповідає цілям як науково-технічного, так і соціально-економічного розвитку країни.

Підприємство має можливість розвиватися лише у тому випадку, якщо є ефективні інновації. Види ймовірного ефекту від реалізації крижаного вина наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Види ефекту від впровадження технологічної інновації

Види ефекту	Результати від впливу
Науково-технічний	1. Вивчення агрокліматичних умов виноробних зон України. 2. Інноваційна стратегія сприяє синергетичному взаємозв'язку «підприємство-наука-технологія». Співпрацювання з науковими центрами, вищими навчальними закладами. 3. Запровадження нових технологічних інструкцій на технологію, впровадження методів контролю якості і виробництва. 4. Вірогідність отримання авторського свідоцтва, ліцензій тощо. 5. Збільшення кількості науково-технічних публікацій.
Економічний	1. Розширення асортименту виноробного підприємства, ціна яких є нижчою порівняно з крижаними винами іноземних виробників. 2. Збільшення обсягів продажу. 3. Прибуток від впровадження винаходів.
Ресурсний	1. Використання нових сортів винограду в технології. 2. Можливість використання нових допоміжних матеріалів.
Соціальний	Для ринку: 1. Можливість застосування концепції брендингу. 2. Задоволення потреб споживачів. 3. Розвиток винного туризму. Для працівників підприємства: 1. Зміна умов робочого місця або робочого дня. 2. Підвищення кваліфікації.
Етнічно-культурний	1. Адаптація українських споживачів до змін, вподобань інших націй. 2. Можливість вивчення власного виноградно-виноробного потенціалу країни.
Екологічний	Технологія передбачає менші необоротні відходи.

Джерело: узагальнено і складено автором

Крижане вино – вино, властивості якого досліджено недостатньо, проте унікальне за хімічним складом і складністю технології, а отже, виноробне підприємство, окрім господарчої діяльності має можливість займатись і науковою, характеризуючи і розкриваючи нові аспекти того чи іншого процесу, пов'язаного із виробництвом.

Концепція брендингу полягає у наданні продукції, а саме вина відмінних особливостей (реклама, упаковка), що ставить за мету завоювання переваг перед конкурентами [17]. Розроблення брендингу у бік переваг і задоволення споживача може призвести до підвищення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, упізнання вина його серед інших крижаних або солодких вин.

На законодавчому рівні різні країни затверджують ряд нормативно-правових актів, які регулюють набуття прав та реєстрацію географічного зазначення вин. Такі вина характеризуються особливостями технології або застосуванням специфічних видів сировини, у тому числі, сортів винограду, які разом виступають засобами індивідуалізації і впливають на унікальні властивості вин. Згідно офіційної інформації статистики Європейської Комісії, у 2017 році об'єм продажів продовольчих товарів і напоїв із географічними зазначеннями склав 74,76 млрд євро, з яких 39,4 млрд євро припадає на вина [18]. З огляду на це, можлива реєстрація географічного захищеного найменування (ГЗН) для крижаного вина, що виготовлене з винограду сортів Марселан, Тельти курук, культивованих тільки у Північному Причорномор'ї. Також з урахуванням того, що сьогодні у рамках угоди про асоціацію з Європейським Союзом в Україні проходить перехідний період, що характеризується заміною найменування для більшості алкогольних напоїв, надання ГЗН крижаному вину є досить актуальним завданням.

Вищенаведені твердження обумовлюють підвищення культури споживання вина взагалі. Поруч з розвитком винного туризму, що виступає, як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного

потенціалу виноробного підприємства, зростає і культура споживання вина, як очевидний наслідок, оскільки одним із головних атрибутів винного туризму є дегустація [19].

Технологія крижаного вина є трудомісткою, тому у світі розроблено низку діючих програм та нормативно-правових актів, на основі яких здійснюється і захищається його виробництво. Так, у Канаді Альянс якості виноторговців (англ. Vintners Quality Alliance) регулює збір замороженого винограду та його переробку, в Європі винороби дотримуються правових норм Міжнародної організації винограду і вина при виробництві крижаних вин [20].

Враховуючи це, Україні варто узагальнити та враховувати досвід країн, які вже приєдналися до ЄС (особливо країн Східної Європи) для того, щоб етапи підготовки та входження виноградарства і виноробства в єдиний європейський простір не призвели до негативних наслідків для економічної та соціальної сфери. Сьогодні українське крижане вино представлено двома виробниками, які мають технологічні інструкції для його випуску: ТОВ «ПТК «Шабо» (Одеська область) і «Chateau Chizay» (Закарпатська область).

Кожне підприємство перед початком інноваційної діяльності повинно оцінити потенційні переваги, що виникають при здійсненні інноваційної діяльності. Тому у даній роботі сформульовані технологічні фактори конкурентоспроможності крижаного вина, як технологічної інновації для виноробного підприємства. Визначено види ефектів від впровадження інновації на виноробному підприємстві, серед яких чільне місце посідають науково-технічний і соціальний.

Наступні дослідження мають бути спрямовані на аналіз ризиків при виробництві та реалізації крижаного вина в Україні. Розроблення нових та вдосконалення існуючих форм, методів та інструментів підтримки інноваційної активності та побудови національної інноваційної системи є перспективним напрямком для подальших наукових досліджень не лише у виноробстві, а в інших галузях промисловості.

Література

1. Афонін А.С., Білоусова С.В., Мільські К. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму. *Бізнес-навігатор*. 2008. №3 (15). С.172–183.
2. Мартиновська С. Д. Стан та перспективи ринку виноградних вин в Україні. *Вісник студентського наукового товариства «Ватра» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2020. С. 124-132.
3. Остапенко В., Ткаченко О. Інтенсифікація інноваційної діяльності у формі впровадження технології крижаного вина. *Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК*: мат. V Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 17-18 листопада. 2016 р. Київ, 2016. С. 172-174.
4. Ostapenko V., Tkachenko O., Iukuridze E. Analysis of market current state and historical roots of icewine production. *Technology audit and production reserves*. 2016. Vol. 5, No 3. P.46-53.
5. Крупицька, Л. О., Луцькова, В. А. Аналіз асортименту крижаного вина в Інтернет-магазинах України. *Збірник наукових праць «Економіка та управління АПК»(«AIC Economics and Management»)*. 2020. №1. С.141-148.
6. Value of ice wine exported from Canada from 2010 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/556165/ice-wine-export-value-canada/> (дата звернення 20.01.2021).
7. Ostapenko V. Analysis on application of different grape varieties in the production of icewine. A review. *Ukrainian Food Journal*. 2016. Vol. 5, No 4. P. 678–694.
8. Луцькова В.А. Розробка технології крижаного вина в агрокліматичних умовах Північного Причорномор'я : дис. канд. техн. наук : 05.18.05 / Національний університет харчових технологій. Київ, 2019. 261 с.
9. Державний реєстр сортів рослин, придатних для поширення в Україні. URL: <https://sops.gov.ua/reestr-sortiv-roslin> (дата звернення: 25.01.2021).
10. Літвінова В. О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції. *Серія Економіка*. 2011. Спецвипуск 33. Частина 2. С. 165-171
11. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2007. 368 с.
12. Євтушевська О. О., Хамардюк, А. Б. Особливості обліку і аналізу витрат діяльності на підприємствах виноробної галузі. *Food Industry Economics*. 2018. № 10. С. 81-86.

13. Бурдейна Т.Б. Оцінка ефективності навчання персоналу // Формування ринкової економіки: 36. наук. праць. Спец. вип. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики Т.1., Ч.1. К:КНЕУ, 2007. С.103-109.
14. Консалтингова компанія Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/> (дата звернення 27.01.2021).
15. Тараненко І.В. Алгоритм дослідження та оцінки інноваційної конкурентоспроможності країн. *Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка*. 2011. Вип 33, Ч. 1 С. 196–201.
16. Бабчинська О. І., Левченко А. Р. Особливості оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. №4 (1). С. 87-92.
17. Ухачевич Я. П. Управління конкурентоспроможністю продукції: брендинг. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2007. С. 336–344.
18. Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_683 (дата звернення 27.01.2021).
19. Матвеев, В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2015. № 10(4). С. 29-31.
20. Tkachenko O., Bilko M., Ostryk A., Ostapenko V. Regulation of icewine production in the world. *Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution: collection of abstracts of 83 International scientific conference of young scientist and students*, Kyiv, 5-6 April 2017. Kyiv, 2017. P. 256.

4.7. Управління конкурентоспроможністю підприємств

М. Л. Потьомкін

Постійний розвиток економічних відносин, нові виклики сучасності вимагають впровадження нових, наукових принципів управління підприємствами та їх конкурентоспроможністю.

Істотний внесок у розвиток концепції трансформації ринків, розвитку нових факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств внесли Амосов О. Ю., Шандова Н. В., Наумов А. Б., Наумова Л. М., Крюкова І. О., Красноручський О. О., Маренич Т. Г., Головченко О. М., Саблук П. Т. та інші.

Поряд з тим недостатньо вивчені сучасні методи та інструменти аналізу і прогнозування засобів управління підприємством в Україні в сучасних умовах невизначеності економічного середовища, що потребує додаткових досліджень.

Процес якісного розвитку механізмів і систем управління конкурентоспроможністю підприємств є економічно обґрунтованим і включає обов'язкове коригування його окремих детермінант і їх численних систем і підсистем. Оскільки процес розвитку сучасних систем управління явище дуже багатогранне і дуже складне, неможливо створити єдиний макет, який задовольнятиме абсолютно усі підприємства народногосподарського комплексу України. Ці системи включають послідовні етапи, які базуються на методах індикативного фінансового планування, мотивації найманого персоналу, різноманітних контрольних методах та ін.

В умовах повномасштабної економічної кризи в Україні, стратегії підвищення конкурентоспроможності, які характеризуються високою мірою жорсткості, зазвичай перешкоджають підвищенню ефективності функціонування підприємств. Для забезпечення отримання додаткового прибутку їх необхідно періодично переглядати, з урахуванням зміни економічних, фінансових і інших чинників. Так само цей підхід повинен враховувати взаємовплив зовнішніх і внутрішніх чинників [1].

Нині керівництво підприємств вважає за краще впроваджувати системи управління конкурентоспроможністю з урахуванням обґрунтованості кожного окремого складового елементу. Причому експертами виступають найдосвідченіші керівники і фахівці підприємств, які зобов'язані грамотно обґрунтувати свою думку про розвиток сучасного виробництва.

Аналітичний процес включає:

- визначення кількісної і якісної оцінки кінцевих результатів діяльності підприємства;
- визначення видів продукції і сучасних технологій, за допомогою яких стануть відчутними переваги над аналогічними підприємствами;
- способи побудови внутрішніх відносин між виробничими підрозділами і найманим персоналом в повсякденній діяльності.

Впровадження вище перелічених положень є складним організаційним процесом, і вимагає розробки відповідної критеріальної системи. Цей процес включає вивчення розробниками декількох різноманітних варіантів підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств [2]. Фахівцям необхідно розглянути позитивні і негативні аспекти їх впровадження і можливості зниження рівня їх негативного впливу. Найдієвішим чинником даного процесу є індикативне планування стратегічного розвитку підприємств [3]. Воно повинне здійснюватися на основі економіко-статистичних показників за попередній період. В цьому випадку зникає необхідність застосування формалізованих підходів.

У сучасних умовах розвитку підприємств на основі логічного позиціонування доцільно розробити такі ключові концепції, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності галузі, а потім конкретних підприємств. Цьому підходу властива необхідність проведення комплексного аналізу і відповідних економіко-фінансових розрахунків, які значно ускладнюють процес якісної розробки динамічних стратегій. З метою скорочення негативного впливу цих чинників на процес управління конкурентоспроможністю підприємств нами розроблена спеціальна система класифікації чинників, що здійснюють вплив на конкурентоспроможність підприємств (рис. 1).

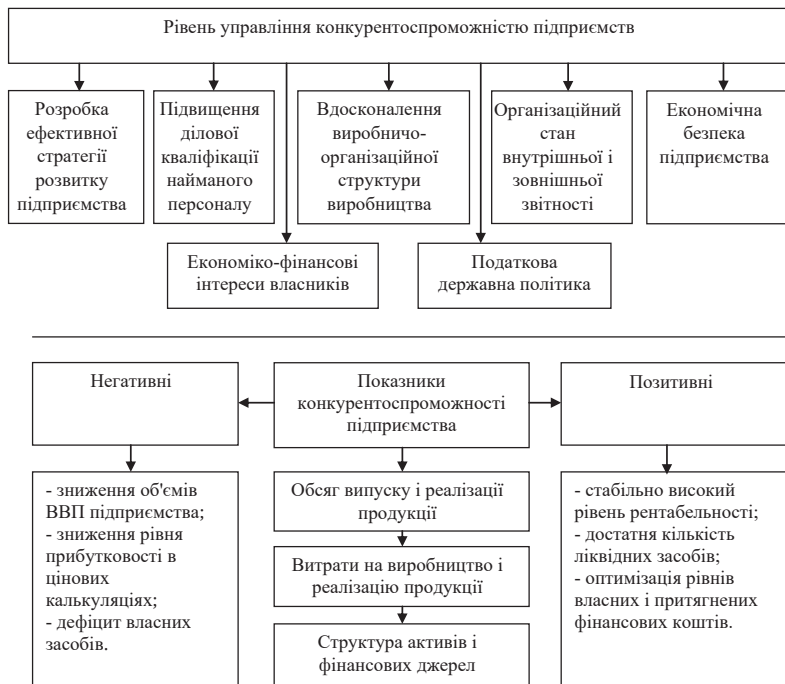


Рис. 1. Класифікація чинників, що здійснюють вплив на конкурентоспроможність підприємств

Джерело: розроблено автором

Доцільно підкреслити, що сучасні концепції розвитку підприємств особливу увагу приділяють процесу впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємств, багато в чому, визначається методами і способами здійснення виробничо-господарської діяльності. Економічна суть даного процесу полягає у застосуванні управлінських рішень відносно організаційних аспектів, тактичних і стратегічних цілей.

Важливою умовою побудови і впровадження моделі розвитку підприємства є її сучасність і відповідність головним напрямкам розвитку.

Проектування стратегічних заходів є складною організаційно-економічною справою. Тому, перш ніж впроваджувати численні форми і системи підвищення рівня функціонування підприємств необхідно правильно оцінити потенційні можливості промислового виробництва.

Об'єктивні економічні і фінансові умови функціонування підприємств постійно мотивують керівників підприємств коригувати плани відповідних напрямів економічного розвитку. Тільки такий підхід дозволяє їм забезпечити конкурентоспроможність і прибутковість. У зв'язку з тим, що керівництву необхідно постійно піклуватися про забезпечення виробництва, складати плани, шукати ефективні ринки збуту продукції і так далі, то їм паралельно доводиться вирішувати завдання по підвищенню ефективності виробництва, особливо за рахунок підвищення продуктивності праці найманого персоналу.

Аналізований процес повинен проходити у рамках "прибутковість (рентабельність) виробництва - виробничий (комерційний) ризик". Таке рамкове обмеження пов'язане з обмеженою кількістю наукових розробок в області розвитку аналітики і економіко-математичного моделювання управлінням конкурентоспроможністю підприємств.

В умовах підвищення рівня конкурентності ринків, запеклої боротьби за джерела сировини, ринки збуту і боротьби за прибуток управління конкурентоспроможністю підприємства стає нагальною необхідністю.

Визнання на науковому рівні проблеми підвищення рівня ефективності і конкурентоспроможності промислових підприємств є найпотужнішим важелем забезпечення розвитку підприємств і національної економіки.

Література

1. Доленко Л. Х. Теорія стратегії підприємства: монографія. Одеса : Астропрінт, 2018. 158 с.
2. Колот А. До проблеми вдосконалення практики застосування мінімальної заробітної плати: монографія. Економіст. 2019. - №7. 30 – 39 с.
3. Потьомкін Л.М. Ефективність функціонування харчових підприємств: мотивація персоналу: монографія. Одеса: «Пальмира», 2018. – 243 с.

4.8. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу

М. А. Коваленко

О. Е. Ломоносова

Економічне зростання України багато в чому залежить від якісної підготовки фахівців для вітчизняного господарського комплексу. Рівень їх знань і вмінь є визначальним чинником забезпечення виробництва якісної продукції, конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, сталого розвитку економіки країни в цілому. При цьому неодмінною умовою є відповідність вітчизняної системи вищої освіти сучасним вимогам українського суспільства. Ці вимоги об'єктивно формуються під впливом багатьох суспільних процесів розвитку. Серед найважливіших детермінант розвитку вітчизняної системи підготовки кваліфікованих кадрів є інформатизація усіх сфер функціонування суспільства; розвиток ринкових відносин і реформування господарського комплексу країни; становлення економіки знань і підвищення ролі людського фактора сучасного виробництва.

Зростають і вимоги споживачів освітніх послуг – населення і суб'єктів господарювання до якості освіти випускників вищої школи. В умовах, що змінюються, закладам вищої освіти (ЗВО) важливо визначитися з принципами діяльності та методами формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу, відповідних вимогам сучасної і майбутньої економіки.

Питання підготовки кадрів для сучасної економіки і відповідності їх знань і вмінь суспільним вимогам піднімаються у роботах зарубіжних вчених Н. Г. Багауждінової (шляхи подолання кризи у вищій школі), В. В. Вержбицького (освітні потреби населення найкрупніших країн СНД), А. Є. Волкова (модель освіти для інноваційної економіки Росії), Т. Л. Клячко (стратегії адаптації закладів вищої освіти до нових вимог освітнього ринку), М. М. Ковальова (зміст освіти для цифрової економіки), Ф. Ньюмена (політика

вищої освіти у конкурентному світі), В. І. Слободчікова (проблеми становлення і розвитку інноваційної освіти), Д. Тачскотта (як покоління цифрової епохи змінює світ), Н. Л. Тітової (успіхи і невдачі у стратегіях розвитку російських закладів вищої освіти), Ф. Якубова (щодо трансформації парадигми підготовки сучасного інженера як імперативу інноваційної економіки) та інших.

Значну увагу питанням відповідності компетентностей випускників закладів вищої освіти вимогам споживачів освітніх послуг та особливостям підготовки кадрів в нових умовах функціонування вищої школи приділяють у своїх публікаціях вітчизняні дослідники І. В. Аксьонова (методи моніторингу потреб ринку праці у випускниках вищої школи), С. А. Горобець (теоретичні засади проблеми формування професійних компетентностей майбутнього фахівця), О. Ф. Гук (зарубіжний досвід модернізації навчально-виховного процесу у закладах вищої освіти), О. В. Данніков (розвиток цифрових компетентностей в умовах інформаційного суспільства), О. Г. Дідківська (оцінювання конкурентоспроможності випускників навчального закладу), Л. В. Кривенко (стратегія розвитку національної освіти і науки у контексті європейського вибору), В. Н. Парсяк (шляхи удосконалення управління закладами вищої освіти у нових умовах діяльності), П. О. Скок (сучасні тенденції розвитку ринку освітніх послуг).

Поняття компетентностей фахівця розкривається у колективних працях науковців [1; 2; 3; 4; 5], у статтях М. С. Головань [6], І. В. Горшунової [7], І. А. Зимньої [8], Ю. Г. Татура [9] та інших. Однак у публікаціях цих та інших авторів ще недостатньо розкриті принципи і методи формування компетентностей випускників ЗВО та забезпечення їх відповідності сучасним суспільним вимогам.

Швидкі зміни, які відбуваються у суспільстві, технологіях, знаннях, вимагають від фахівця здатності до опанування нових професій, навичок, креативності. У структурах освітніх програм актуальним є набуття студентами універсальних компетентностей: вміння вчитися, опрацьовувати інформацію, швидко опанувати нові технології, здатність до критичного мислення та

креативного підходу до завдань. Таким чином, перед закладами вищої освіти постає завдання поєднання розвитку таких здатностей у студентів та одночасного надання їм спеціалізованих знань і навичок у рамках обраної професії.

З точки зору змісту освітніх програм світовим трендом майбутнього буде їх міждисциплінарність, що надає фахівцям можливість всебічно, цілісно та більш глибоко дослідити об'єкт, розвиває навички критичного мислення (рис. 1).

Нині формується нова модель освіти. Традиційна система освіти була розрахована на набуття аналітичних й інтелектуальних знань, вмінь і навичок їхнього використання. У сучасних умовах виникає потреба зміни стратегічних, глобальних цілей освіти, перестановки акценту зі знань фахівця на його людські, особистісні якості, що постають водночас і як ціль, і як засіб його підготовки до майбутньої професійної діяльності. Нова освітня парадигма за пріоритет професійної освіти розглядає орієнтацію на інтереси особи, на становлення її ерудиції, розвитку самостійності у здобутті знань, тобто на компетентнісний підхід до освіти.

У Законі України «Про вищу освіту» дано наступне тлумачення компетентності: «Компетентність – динамічна комбінація знань, вмінь і практичних навичок, засобів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особи успішно виконувати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти» [10]. Тобто, компетентність є узагальнюючим показником результатів вищої освіти, в якій поряд із показниками знань, вмінь і практичних навичок, поєднуються ціннісні характеристики особи, які мають практично-орієнтовану спрямованість.

І. В. Горшунова у компетентісну модель фахівця включає три взаємопов'язані узагальнюючі складові: універсальні (ключові), професійні та особистісні компетенції [7]. Універсальні (ключові) компетенції автор вважає ядром моделі професійної діяльності фахівців, оскільки вони виявляються не лише у розв'язанні професійних завдань, але й завдань поза межами своєї професії.

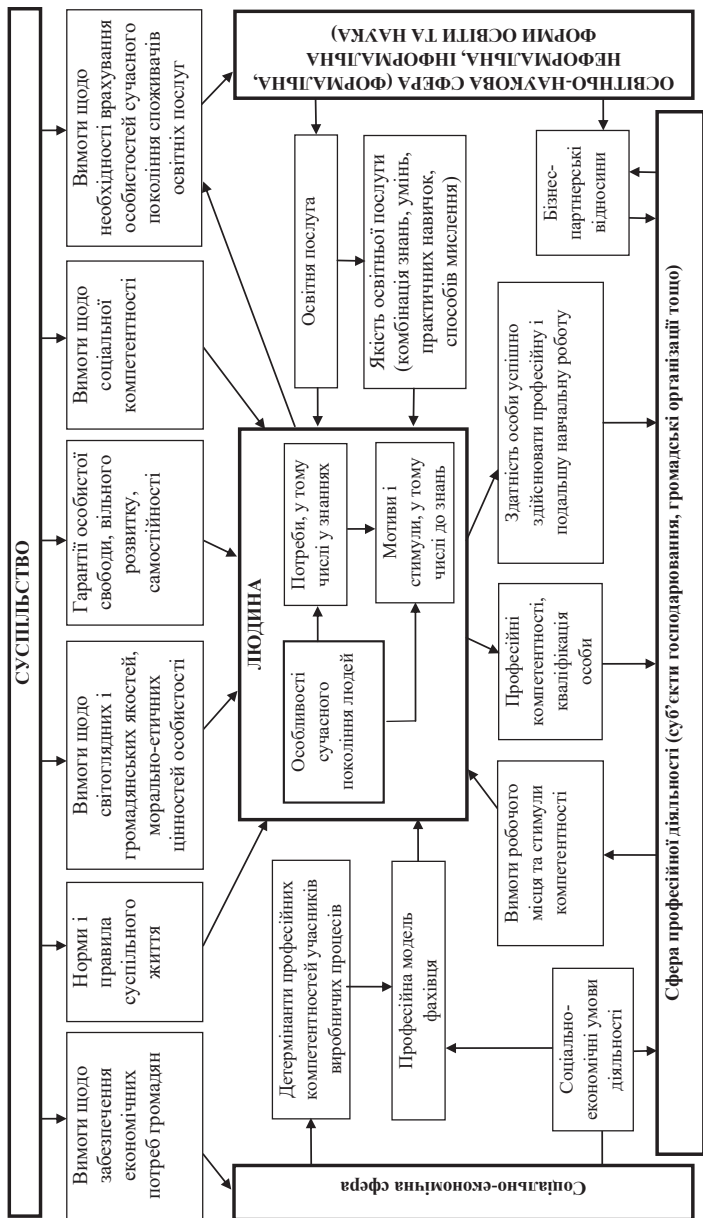


Рис. 1. Детермінанти процесу формування компетентностей фахівця
Джерело: розроблено авторами

І. В. Горшунова особистісні компетенції фахівця трактує як систему особистісних знань про себе та про соціальну дійсність, а також систему складних соціальних умінь і навичок взаємодії, сценаріїв поведінки в типових соціальних ситуаціях, які дозволяють швидко й адекватно застосовувати необхідні знання (вміння, навички) та приймати рішення за різних обставин.

Компетентність, крім технологічної підготовки, включає цілу низку інших компонентів, що мають, в основному, позапрофесійний або надпрофесійний характер, але у той же час необхідних сьогодні тією чи іншою мірою кожному фахівцеві. Це, у першу чергу, такі якості особистості, як самостійність, здатність приймати відповідальні рішення, творчий підхід до будь-якої справи, вміння доводити її до кінця, вміння постійно вчитися. Це гнучкість мислення, наявність абстрактного, системного й експериментального мислення. Це - вміння діалогу і комунікабельність, співробітництво і т. д. Над професійно-технологічною підготовкою виростає величезна позапрофесійна надбудова вимог до фахівця. Власне кажучи, компетентісний підхід має за мету оволодіння навичками, необхідними для ефективного виконання виробничих функцій на робочому місці і відрізняється від традиційного, за яким найбільш важливим вважаються розуміння теоретичних основ та великий обсяг знань [1, с.58].

Сучасні тенденції розвитку світової економіки, визначені у дослідженні «Форсайт Компетенції 2030» [11], водночас формують вимоги і до надпрофесійних навичок та умінь майбутніх фахівців: системне мислення; клієнтоорієнтованість; бережливе виробництво; міжгалузеві комунікації; мультимовність і мультикультурність; навички творчості; робота з людьми; робота в умовах невизначеності тощо.

Сучасні вимоги до кваліфікації фахівців передбачають формування у них не лише професійних знань та вмінь, а й розвиток ініціативи, здатності працювати в колективі, самостійно засвоювати знання, логічно мислити, добирати та використовувати необхідну інформацію, тобто якості розвинутої активної особистості. Обов'язковою вимогою сьогодення до підготовки

фахівців є відпрацювання навичок роботи в групі. Це пов'язано з тим, що сучасна підприємницька діяльність побудована на колективній роботі персоналу, що базується не тільки на спільній меті, але й на системі прийнятих моральних цінностей, певній філософії дій, спрямованій на досягнення глобальної місії як організації, так і держави [1, с. 64].

Узагальнення підходів до визначення поняття моделі компетентного фахівця дозволяє визначити її основні складові, представлені на рис. 2.

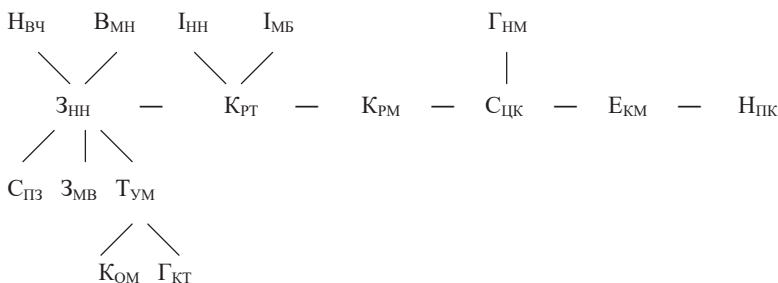


Рис. 2. Компетентнісна модель фахівця

Джерело: складено на основі [1, с. 61]

Умовні позначення: З_{нн} – знання; Н_{вч} – навчальні компетенції; С_{пз} – знання спеціалізовані; З_{мв} – знання мов; В_{мн} – вміння; Т_{ум} – технологічні вміння; К_{ом} – компютерні навички; Г_{кт} – комп'ютерна грамотність; К_{рт} – креативне мислення; І_{нн} – інноваційність; І_{мб} – інтелектуальна мобільність; К_{рм} – критичне мислення; С_{цк} – соціальна компетентність; Г_{нм} – гнучкість мислення; Е_{км} – екологічне мислення; Н_{пк} – надпрофесійні навички компетентності.

Узагальнення наведених у посібнику [1], статтях [6; 7; 8; 9] дефініцій дозволяє визначити поняття «компетентність фахівця» як інтегральну якість, властивість особистості, виявлення особистісної філософії її професійної діяльності і соціальної комунікації у певній галузі суспільних виробничих відносин, здатність до реалізації набутих за допомогою освіти взаємопов'язаних і взаємозалежних універсальних, професійно-інструментальних і над професійних та міжособистісних здібностей і отримання суспільно-значимого синергетичного результату діяльності.

Узагальнення змісту проаналізованих дефініцій дозволяє виділити такі основні елементи сучасної моделі фахівця.

Універсальні:

- комбінація професійних і надпрофесійних знань, вмінь і мислення, професійних світоглядів і громадянських якостей, морально-етичних цінностей;

- міждисциплінарність знань;

- здатність застосовувати знання для вирішення практичних професійних і спеціальних завдань;

- здатність до роботи в умовах невизначеності;

- комп'ютерна грамотність, здатність до регулярного оновлення комп'ютерних навичок, відповідна високим темпам оновлення комп'ютерної техніки та інформаційних технологій, програмного забезпечення, розвитку штучного інтелекту;

- комп'ютерні навички – навички роботи з комп'ютером, володіння інформаційно-комунікаційними технологіями, знання комп'ютерних програм кола професійних обов'язків, володіння технологіями цифрової економіки;

- потреба і здатність до постійної самоосвіти, розділення необхідності підвищення кваліфікації, навчання впродовж усього життя;

- логічне мислення;

- креативне мислення, здатність до генерування ідей відкритість до нового, уява та цікавість, пошук різних рішень для вирішення однієї і тієї ж самої проблеми;

- компетенція підприємливості;

- інноваційність, творчий підхід до будь-якої справи і вміння доводити її до кінця, навички творчості і володіння технологіями вирішення творчих завдань;

- інтелектуальна мобільність, наявність стійкого інтересу до інтелектуальної діяльності;

- сформованість якостей мислення та прояв креативності в інтелектуальній діяльності;

- володіння інструментальними концепціями, стратегіями;

- критичне мислення, володіння процесом нестандартного, нешаблонного міркування за відсутності готового взірця розв'язку проблеми, унікальний погляд на явища та процеси, доладна система аргументації для доведення власних думок;

- гнучкість мислення, наявність абстрактного, системного й експериментального мислення, гнучкість методів вирішення задач;

- екологічне мислення;

- знання перспектив і тенденцій галузевого розвитку науково-технічного процесу.

Професійні:

- знання у професійній сфері, їх сучасність, відповідність рівню галузевого науково-технічного процесу;

- знання спеціалізовані, за спеціалізацією фахівця;

- основи знань у суміжних сферах діяльності;

- уміння, пов'язані з використанням техніки;

- здібності до інформаційного управління;

- здатність виконувати операції кола посадових обов'язків;

- властивість швидко орієнтуватися у ситуаціях;

- здатність до швидкого прийняття рішення і вирішувати проблеми;

- упевненість у своїх діях;

- здатність розуміти і використовувати ідеї та міркування;

- методологічні здібності.

Надпрофесійні:

- здатність до системного мислення, застосування методології системного аналізу для дослідження складних проблем різної природи, методів формалізації та розв'язання системних задач, що мають суперечливі цілі, невизначеності та ризики;

- клієнтоорієнтованість, сервіс-сфокусоване спілкування у стані співчуття потребам зацікавлених сторін;

- філософія бережливого виробництва, розсудливе використання ресурсів;

- економічне мислення;

- критичне мислення, нестандартний, нешаблонний процес міркування за відсутності готового взірця розв'язку, унікальний погляд на явища та процеси, доладна система аргументації для доведення власних думок;

- гнучкість мислення, наявність абстрактного, системного й експериментального мислення, гнучкість методів аналізу і синтезу;

- креативне мислення, здатність до генерування ідей, відкритість до нового, уява та цікавість, пошук різних рішень для вирішення однієї і тієї самої проблеми;

- інноваційне мислення;

- економічне мислення;

- міжгалузеві комунікації;

- знання ситуації в галузі, у міжнародному масштабі;

- здатність до роботи в умовах невизначеності;

- інтелектуальна мобільність, наявність стійкого інтересу до інтелектуальної діяльності;

- сформованість якостей мислення та прояв креативності в інтелектуальній діяльності;

- володіння інструментальними концепціями, стратегіями;

- прихильність безпеці діяльності;

- володіння технологією, навичками науково-дослідних робіт;

- знання методів управління роботою виконавців, обґрунтування і ухвалення ефективних рішень.

Соціокультурні:

- соціальна і громадянська компетентність;

- міжособистісна компетентність;

- здатність працювати у колективі, співпрацювати з людьми;
- уміння працювати в групах;
- сприйняття корпоративної культури;
- сприйняття моральних принципів суспільства;
- комунікативні уміння;
- знання державної мови і однієї – двох іноземних мов;
- мультикультурність;
- здатність жити у полікультурному просторі;
- соціальні навички, пов'язані з процесами соціальної взаємодії і співпраці;
- усвідомлення рівних можливостей та гендерних проблем;
- уміння виражати почуття і формувати стосунки;
- здатність швидко адаптуватися до нових умов праці і соціального оточення;
- здатність до самокритики;
- розвиток самостійності;
- відповідальність за свої рішення;
- активність, ініціативність;
- активна життєва позиція (творча, професійна, суспільна);
- розкриття творчого потенціалу особистості, творче відношення до виконання професійних обов'язків;
- здатність сперечатися і аргументувати, мотивувати людей та рухатися до спільної мети;
- лояльність, відданість справі, схильність до цінностей фірми;
- спрямованість на досягнення мети, вирішення основних цілей і задач корпоративного, суспільного розвитку;
- здатність навчатися упродовж особистого професійного і соціального життя;
- здатність аналізувати і передбачити майбутні процеси, виклики у виробничій і соціальній сферах діяльності, розробляти стратегію і тактику

діяльності, формувати і оцінювати кінцеві результати функціонування організації;

- базові знання основ філософії, психології, педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури і спеціалізації особистостей, схильності до етичних цінностей, знання історії, економіки і права, розуміння причинно-наслідкових зв'язків розвитку суспільства й уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності.

Нова парадигма вищої освіти, новітня модель фахівця потребують кардинальних змін моделі його навчання, реорганізації навчального процесу, удосконалення методів навчання і формування компетентностей випускника ЗВО. Тобто, це потребує інноваційного підходу ЗВО до навчання майбутніх фахівців господарського комплексу країни, регіону.

Важливими в умовах становлення нової парадигми знань та інноваційного підходу до навчання є принципи організації навчального процесу:

1. Єдність процесу навчання знанням, участі у науково-дослідницькій роботі і виховної роботи зі студентами.
2. Розвиток мотивів людини до отримання до професійних знань.
3. Формування нової ролі викладача у трансфері знань.
4. Відповідність запитам споживачів освітніх послуг, вимогам сучасної і прийдешньої економіки до компетентностей фахівців.
5. Системність знань випускників освітнього закладу.

Стійкого, загальноприйнятого уявлення щодо інновацій в освіті до цього часу поки що не сталося. Головною причиною такого становища В. І. Слободчиков позиває розрив між системами наукового знання, орієнтованого на освіту і самого освітнього програмою [11, с. 11].

Автор бачить політичний розрив між освітнім знанням – підготовкою кваліфікованого фахівця і практичними педагогічними діями – формуванням знань про побудову і базові процеси самої освіти. Саме у зв'язку з цими неузгодженостями, на думку автора, повинні цілеспрямовано будуватися

педагогічні інновації, проектуватися інноваційна діяльність ЗВО. Казахські вчені [12] наголошують, що інноваційна модель навчання має передбачати його організацію як багатофункціональний процес проектування і формування професійних компетентностей учнів, адаптований до потреб і реалій підприємницького ЗВО, який прагне відповідати викликам часу. Для перебудови змісту і організації викладацької діяльності необхідні не тільки відповідні умови, але й внутрішня мотивація, потреба професорсько-викладацького складу, керівників кафедр та університету у зміні мислення, розвитку ініціативи і здатності вчитися. Необхідне розуміння, що у змінюваному контексті університети не тільки не можуть і не мають права працювати в ізоляції, але й повинні стати інтегруючою частиною національної інноваційної системи [12, с. 106].

Інноваційна модель навчання у вищій школі має передбачати організацію навчального процесу на основі особистісно-орієнтованого підходу до студента; перехід до розвивальних технологій професійної освіти, реалізацію діяльнісно-орієнтованих та позитивно-орієнтованих технологій навчання; запровадження дистанційного навчання в системі вищої освіти та освіти впродовж життя, дуальну форму освіти тощо. Завдання вітчизняних ЗВО полягає у тому, щоб у процесі власного реформування застосувати названі новітні підходи до організації навчального процесу.

Стратегією розвитку вищої освіти в Україні на 2021 роки [13, с. 47] передбачається широке впровадження інноваційних технологій і дистанційного навчання у вищій освіті. Поставлено завдання створення індустрії інноваційних технологій та засобів навчання, що відповідають світовому науково-технічному рівню, діджиталізації усіх процесів у системі вищої освіти, унормування дистанційного навчання як форми вищої освіти. Завдання з розвитку інноваційної екосистеми вищої освіти передбачають, зокрема, формування навчально-науково-виробничих кластерів з метою використання знань і фахових можливостей науково-педагогічних працівників для вирішення реальних виробничих завдань, реалізації наукових проєктів у провідних

галузях економіки виробництва; розробку нормативно-правового забезпечення участі здобувачів вищої освіти у формуванні та реалізації інноваційних проєктів в умовах цифрової економіки та комерціалізацію найбільш успішних стартапів за підтримки ЗВО; інтегрування наукових досліджень та інновацій у навчальні плани й освітні програми другого та третього рівнів підготовки; стимулювання на регіональному рівні розвитку інноваційно-інвестиційного бізнесу на базі провідних ЗВО та інше.

Одним з головних завдань є розширення доступу до здобуття якісної вищої освіти, підвищення рівня освіти населення. Для його вирішення ЗВО повинні проводити ретельне вивчення перспективних потреб підприємств, інформації щодо сучасного стану своєї галузі знань, визначати шляхи її використання для вирішення завдань.

Особливістю економіки знань є те, що велика кількість проблем, які виникають, потребує комплексного підходу та застосування нестандартних рішень. У зв'язку з цим при реформуванні освіти в розвинених країнах були переглянуті цілі професійної підготовки.

Для України це є певною проблемою, оскільки багато-яких вітчизняних вищих навчальних закладів до цього часу в більшій мірі орієнтовані на тиражування знань та практичних навичок, а не на широке залучення студентів до наукової діяльності, підготовки наукових праць, отримання інноваційного досвіду. Цей момент неодноразово відзначався в економічній літературі та у пресі. Наприклад, О. В. Кендюхов констатує, що «система вищої освіти, як і вся українська система освіти, масово готує кадри для репродуктивної та алгоритмічної праці, тоді як усі тенденції світового розвитку й посилення конкуренції потребують творчого підходу й ініціативи в усіх сферах економічної діяльності» [14]. Сучасному і майбутньому ринкам праці необхідні не носії інформації, а вирішувачі задач.

Детермінанти сучасного навчального процесу з підготовки, наприклад, фахівців економіки завтрашнього дня визначають і нові підходи до викладання дисциплін. Для формування нового, наприклад, економічного мислення

студента необхідно дати йому, перш за все, інструмент для того, щоб він у своїй майбутній практиці зміг самостійно розібратися у реальній дійсності. Іншими словами – потрібно дати йому не готові знання, рішення, а інструмент, за допомогою якого кожний фахівець, наприклад, економіст, може отримувати їх самостійно. Серед таких інструментів, зокрема, методи збору та аналізу статистики, отримання наукової інформації з Інтернету і науково-методичної літератури, опитування експертів, спостереження, анкетування, проведення експериментів, моніторингу поточної внутрішньої і зовнішньої економічної інформації, аналізу офіційних правових актів тощо. Володіючи ними, будь-який фахівець, що задумується над яким-небудь питанням, може сам перевірити своє бачення і отримати вірну відповідь. Тобто, необхідно ввести сьогоднішніх студентів у коло економічних питань і проблем країни, світу і навчити їх методам виходу з кола проблем, що виявляються.

Від сучасного фахівця потребується високий рівень виробничої і творчої активності. Думка про необхідність підвищення рівня творчої підготовки висловлюється давно і на найвищих рівнях. С. Б. Кримський вважає, що майбутня освіта зведеться «... до евристики, до методів творчості, до методів пошуку інновацій. Необхідна фундаментальна переорієнтація освіти не на просте заучування фактів, а на евристику» [15, с. 82]. Президент Національної академії педагогічних наук України академік В. Г. Кремень стверджує що «... сьгодні виключно вся освітня діяльність повинна здійснюватися на базі креативної парадигми, яка створює теоретико-методологічну основу творчої (креативної) особистості» [16, с. 8]. Всебічно аргументовано і конструктивно ставить питання про обов'язкове підвищення рівня спеціальної творчої підготовки майбутніх інженерів професор Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» Ю. М. Кузнєцов. На його думку, більшість викладачів ЗВО ніяк не можуть відмовитись від репродуктивної форми освіти, помилково вважаючи, що тільки класичні фундаментальні та спеціальні дисципліни сприяють творчості, але, як свідчить практика, не розвивають її. Такі викладачі не розуміють принципової різниці

між чітко визначеними класичними інженерними завданнями і творчими, які незрівнянно складніші (як правило, немає постановки завдання, не зазначений метод рішення, немає прикладів для навчання, результат невідомий навіть викладачеві)» [17, с. 12].

В умовах прискорення науково-технічного прогресу необхідне виховання високої методологічної культури мислення студентів, орієнтація навчального процесу на формування здібностей орієнтуватися у потоках професійної та іншої суспільно-політичної інформації, уміння правильно її обробляти, здатності до креативного мислення, інноваційності, інтелектуальної мобільності.

Нові вимоги до якості знань випускників вищої школи вимагають від сучасних викладачів і нових підходів до формування компетентностей майбутніх фахівців. Креативності, критичності, інноваційності, бережливому відношенню до ресурсів та іншим компетентностям, яких вимагає сучасна економіка, читанням лекцій однієї – двох спеціально введених до програм навчання дисциплін не сформуєш необхідного сучасного «портрета» випускника. На наше переконання, формування необхідних компетенцій майбутнього фахівця має бути метою викладання всього комплексу навчальних дисциплін освітньо-професійної програми його підготовки і передбачати комплексний підхід до їх формування у навчальному процесі, що базується на поєднанні загальних і професійних знань студента, його участі у науково-дослідній роботі і виховної роботи зі студентами. Кожний із цих напрямків навчального процесу може передбачати, в залежності від специфіки конкретних дисциплін, безліч специфічних педагогічних методів і прийомів навчання.

При формуванні компетентностей майбутнього фахівця особлива складність виникає, наприклад, при формуванні універсальних компетентностей. Бажаних результатів тут може бути досягнуто із застосуванням методів виховної роботи. Критичне, творче мислення фахівця може бути сформовано за умови застосування науково-дослідницької

компоненти його підготовки. Теорією і практикою навчання у сучасній вищій школі напрацьовані методи формування у студентів, наприклад, критичного [18, 19, 20], креативного [20, 21, 22] мислення, комунікативної складової [23]. При формуванні або за визначенням деяких авторів, універсальних, надпрофесійних, позапрофесійних компетенцій надважливим, на наш погляд, є формування не базових знань, а особистої філософії тієї чи іншої компетенції (наприклад, економічної безпеки, бережливого використання ресурсів, підприємливості, інноваційності) незалежного від фахового спрямування випускника.

Навчальний процес у сучасних умовах повинен здійснюватися з урахуванням його наступного системного бачення:

- основними зовнішніми факторами формування мотивів до знань певного покоління людей є особливості відповідного даному поколінню періоду і стану розвитку соціально-економічної сфери суспільства;

- особливості етапу розвитку соціально-економічної сфери визначають умови діяльності суб'єктів господарювання та детермінують вимоги до професійних компетентностей їх фахівців;

- освітньо-наукова сфера суспільства створює умови для отримання членами суспільства сучасних знань, формує організаційну систему надання освітніх послуг та через систему забезпечення рівнів і якості освіти створює суспільно значиму систему стимулів до знань;

- внутрішня мотивація людини до знань розвивається під впливом отриманої нею інформації щодо імперативів та детермінант розвитку суспільства, його соціально-економічної сфери, сучасних вимог виробництва, робочих місць, розуміння напрямків їх майбутнього розвитку та з урахуванням власних уподобань, схильності до певного виду діяльності;

- завдання формування мотивації людей до навчання для системи освіти означає, перш за все, усвідомлення того, як створити умови, у яких людина забажає вчитися, розвинути природні потреби людей у знаннях і перетворити їх у набуті потреби, яким вони прагнуть відповідати.

Формування компетентностей фахівців здійснюється на основі мотивації людини до знань. Така мотивація повинна здійснюватися з урахуванням особливостей сучасного покоління студентів, слухачів курсів неперервної освіти тощо.

Причинно-наслідкові зв'язки між проявами особливостей сучасного стану і тенденцій розвитку економіки, її вимог до компетентностей фахівців і діями, вчинками абітурієнта, студента у процесі навчання ми розглядаємо як його мотивацію до навчання. Важливо пам'ятати, що змінюються не тільки економіка, техніка та технології. Під впливом стрімкого прискорення науки і техніки, інформаційного стрибка, кардинальних змін у суспільстві швидко змінюється і сама людина. Аналіз літературних джерел свідчить, що сьогодні є достатньо публікацій щодо особливостей нинішнього покоління людей, у тому числі студентів закладів вищої освіти. Ці особливості мають враховуватися при оцінці потреб студентів у знаннях, визначенні способів їх задоволення, забезпечення якості освітніх послуг, а також при розробці заходів з підвищення вмотивованості студентів до знань.

Нове молоде покоління, яке виросло під час буму цифрових технологій, кардинально відрізняється від попередніх поколінь. Перед закладами вищої освіти виникає завдання пошуку нових підходів до організації навчально-виховного та наукового процесів, застосування таких методів викладання і такої моделі навчального процесу, які будуть найбільш ефективними і сприятимуть дієвій мотивації студентів.

Сучасний освітній процес має враховувати особливості, відмінні риси покоління людей, що навчаються. Це покоління студентів вже отримало назву «покоління Z». Його відмінні риси і специфічні навчальні потреби досліджені у праці М.М. Ковальова [24]. В ній показано, що у людей нового покоління сформоване так зване кліпове мислення. Їх достоїнство – багатозадачність і здатність одночасно займатися декількома справами, недоліки – нездатність концентруватися і аналізувати, прагнення отримувати коротку і наочну інформацію. Це люди талановиті і креативні, можуть працювати з великими

обсягами інформації, але швидко міняють роботу, якщо вона не подобається, а зразки виконання будь-яких завдань знаходять в Інтернеті і тому погано запам'ятовують інформацію. Вони не полюбують довгострокового планування, їх цікавить швидкий результат [24, с. 37].

Навчання, що проводиться зараз для цифрових людей, безумовно, застаріло: ці люди не хочуть переказувати зміст параграфа підручника. Вони хочуть самостійно виконувати цікаві завдання, які до того ж не вимагають великих часових витрат. Крім того, для них важлива мотивація навчального процесу. Цифрові учні люблять конкурси, тести, комп'ютерні ігри типу «квест». Складні теми для них необхідно подрібнювати і подавати у вигляді презентацій з мінімумом тексту. Цифрові люди не здатні слухати довготривалі лекції, вони починають відволікатися на свої гаджети [24, с. 38].

З урахуванням особливостей сучасного покоління студентів, з метою використання їх потягу до смартфонів та інших засобів інформації, а також активізації аудиторій, постійного привернення їх уваги до теми лекції можливо запропонувати викладання, наприклад, прийом з ключовими словами по темі лекції [1, с. 146]. Активною участю студентів у обговоренні ключових моментів лекції у студентів таким чином одночасно формується техніка інформаційного забезпечення вирішення виробничих проблем, здатність до командної роботи, толерантність до різних думок з одного і того ж приводу, критичне відношення до віднайденого в інформаційному полі тощо. Звичайно, що при застосуванні таких прийомів викладач повинен бути готовим до ролі модератора, консультанта, тлумача тощо, бути глибоко обізнаним своєї лекції [1, с. 146], застосовувати у практиці технології менторства, тьюторства, фасилітації [13, с. 51].

Д. Топскотт [25] виділяє наступні моменти, що очікуються цифровими студентами у процесі навчання:

- 1) свобода самовираження;
- 2) можливість налаштовувати і персоніфікувати цифрові технології під свої уподобання;

- 3) можливість знайти будь-яку інформацію і більш глибоко її вивчити;
- 4) отримання задоволення від роботи і навчання;
- 5) співробітництво і взаємодія з іншими людьми за допомогою мереж;
- 6) швидкість і оперативність у спілкуванні і пошуку відповідей;
- 7) орієнтація на інновації, пошук того, що є новим і кращим.

Покоління Z «виросло» на відеороликах з You Tube, завдяки яким можна навчитися ледь не всьому, у тому числі і обраній професії. Вони вважають, що можуть нею опанувати практично самостійно, розраховуючи тільки на деякі консультації викладача.

Наведений перелік особливостей сучасного покоління студентів є узагальненням, зведенням результатів досліджень багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців. Цей перелік не є вичерпним. Обґрунтування цих та інших особливостей покоління Z можна знайти у працях М. М. Ковальова [24], Д. Тапскотта [25], Д. Стілмана [26] та ін.

Особливості, особистісні риси сучасного покоління здобувачів освіти вимагають нових підходів до організації їх навчання, переходу від принципу адекватності знань випускників до принципу компетентності й відповідного реформування освітнього процесу у ЗВО, постійного самовдосконалення викладачів і опанування ними методами викладання, технологіями подачі інформації, адекватними особливостями сучасної студентської аудиторії. Модернізація системи вищої освіти потребує запровадження новітніх форм викладання дисциплін, використання сучасних інтерактивних технологій навчання, урізноманітнення форм та методів навчального процесу, якісної зміни методики навчання.

Провідними ЗВО України вже накопичений деякий досвід удосконалення навчального процесу відповідно сучасним вимогам. Так, у Сумському державному університеті (СумДУ) визнано, що компетентністний підхід потребує копіткої тривалої роботи, руху до передових технологій організації освітнього процесу відповідно до європейських стандартів забезпечення якості освітніх послуг, переосмислення структури освітнього процесу із забезпечення

його гнучкості, постійного оновлення модернізації як змісту освітніх програм, так і змісту програм навчальних дисциплін [27].

Формування сучасної моделі випускника СумДУ стало однією із найважливіших складових ідеології діяльності університету. При формуванні нової ідеології освітньої діяльності університетом враховувалися:

- швидкість оновлення професійних знань;
- темпи збільшення обсягів інформації;
- переорієнтація виробництва, труднощі працевлаштування за «вузькою» спеціальністю;

- бачення моделі фахівця замовниками кадрів, тощо [27],

Університет поставив перед собою задачу надати випускникові передусім уміння самонавчатися, такий фундамент, на якому можна напрацьовувати необхідні фахові знання, мати здатність швидко адаптуватися до змін.

Університетом визнано, що у сучасних соціально-економічних умовах критерій ефективності навчання у вищій школі – це не тільки знання і навички, а й певні індивідуальні та психологічні особистісні якості, що сприяють його успішній соціалізації і подальшому професійному зростанню. Таке бачення критерію ефективності навчання реалізується на принципах [27]:

- академічна свобода в викладанні, навчанні, дослідженнях;
- пріоритетне забезпечення високих стандартів якості навчання;
- професіоналізм та компетентність;
- системна мотивація інноваційного випереджального саморозвитку, заохочення креативності;

- органічна єдність освітньо-наукового процесу зі спиранням на найкращі сучасні технології і технології майбутнього;

- «клієнтоорієнтованість» діяльності стосовно вимог та запитів споживачів університетських послуг, пріоритет принципу студентоцентризму з формуванням водночас відповідної культури відносин «викладач-студент»;

- постійна модернізація та інтернаціоналізація освітньої діяльності.

Примітно, що в обґрунтуванні завдання з формування нової моделі випускника СумДУ як однієї з найважливіших ідеологій подальшої діяльності університету наголошується, що змістовна складова реалізації цієї моделі повинна враховувати еволюцію та швидкозмінність вимог ринку праці й суспільного розвитку в цілому.

В стратегії розвитку Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» [28] наголошується, що останніми роками як глобальний світ, так і українське суспільство проходять через зламopodobний етап розвитку. Четверта індустріальна революція змінює характер і структуру праці, виникають нові потреби і запити молоді до побудови кар'єри через освіту і професійне виховання. З урахуванням цих детермінант розвитку ринку освітніх послуг в стратегії університету сформульовано необхідність забезпечити розвиток університету у таких взаємопов'язаних напрямках:

- фундаментальність підготовки фахівців;
- забезпечення міждисциплінарності, системності, комплексної підготовки;
- швидке реагування на зміни характеру і структури ринку праці в умовах четвертої індустріальної революції;
- науково-інноваційна робота тощо [28].

У Міністерстві освіти і науки України планується розробка і затвердження Положення про дуальну форму здобуття вищої та фахової перед вищою освітою та Типового договору на здобуття вищої та фахової перед вищою освітою за дуальною формою, а також розробка «Стратегії розвитку дуальної освіти» [13, с. 42].

Перебудовуючи відповідно сучасним вимогам свій внутрішній освітній процес, наприклад, Херсонська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (НУК) вже сьогодні застосовує елементи цієї інноваційної форми навчання і пропонує рівноправне партнерство закладу вищої освіти, роботодавців та здобувачів освіти з метою

набуття останніми досвіду практичного застосування компетентностей та прискорення їх адаптації в умовах реальної професійної діяльності у формі цільової підготовки фахівців та дуальної форми здобуття освіти. Застосовувана дуальна форма здобуття вищої освіти передбачає одночасне теоретичне навчання студентів у філії та їх практичну діяльність на робочому місці і на підприємстві.

Основне завдання упровадження елементів дуальної форми навчання у філії університету - усунути основні недоліки традиційних форм і методів навчання майбутніх фахівців, подолати розрив між теорією і практикою, освітою і виробництвом та підвищити якість підготовки кваліфікованих кадрів із рахуванням вимог роботодавців у рамках нової організаційної форми навчання.

Таким чином, поняття компетентності фахівця як інтегральної якості, властивості особистості, виявлення особистісної філософії її професійної діяльності і соціальної комунікації у певній галузі суспільних відносин, здатності до реалізації набутих за допомогою взаємопов'язаних і взаємозалежних універсальних, професійно-інструментальних, надпрофесійних та міжособистісних здібностей і отримання суспільно значимого синергетичного результату діяльності вказує на елементи моделі навчання, напрямки удосконалення навчального процесу у закладах вищої освіти у відповідності з вимогами споживачів освітніх послуг, сучасної і майбутньої економіки сталого розвитку.

Реалізація визначальних характеристик компетентного фахівця-випускника має стати критерієм якості освітніх послуг і внеску ЗВО у забезпечення сталого розвитку економіки країни.

Література

1. Коваленко М.А., Ломоносова О.Е., Швороб Г.М. Методи викладання економіки у сучасній вищій школі: науково-методичний посібник. Херсон: Олді-плюс. 2019. 220 с.
2. Ключові компетентності для навчання впродовж життя. 2018 – Цифрова компетентність. URL:<http://www.dystoevita.blogspot.com/kluehovi>. (дата звернення: 20.01.2021).

3. Основания для выбора модели компетенций. URL:http://www.profrasvitie.ru/cgi-bin/new.cgi?go=model_komp. (дата звернення: 28.12.2020).
4. Професійні компетенції: основи. URL:https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hi=ru&rurl=translate.google.com.ua&sl=en&sp=hmt18tl=uk&u=http://www.enga.eu/indirme/prof...
5. Компетентнісний підхід у сучасній основі: світовий досвід та українські перспективи. Київ. «К.І.С.». 2004. 112 с.
6. Головань С.М. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду. *Вища освіта країни*. 2008. № 3. С. 23-30.
7. Горшунова І.В. Професійні вимоги до фахівців з фінансів в Україні. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2013. № 1 (64). С. 221-231.
8. Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании: Авторская версия. Москва. Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов. 2004. 42 с.
9. Татур Ю.Г. Компетентність в структурі моделі якості підготовки спеціаліста. *Вища освіта сьогодні*. 2004. № 3. С. 20-26.
10. Закон України «Про вищу освіту». *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2014. № 37-38. Ст. 2004. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 29.01.2020).
11. Слободчиков В.И. Проблемы становления и развития инновационного образования. *Инновации в образовании*. 2003. № 2. С. 4-28.
12. Гельманова З. Н., Петровская А. С., Алдабаева А. Е. Совершенствование системы управления современным учебным заведением. *Подільський науковий вісник: науково-практичний журнал*. № 3/2018. С. 101-107.
13. Стратегія розвитку вищої освіти України на 2021-2031 роки: Міністерство освіти і науки України. Київ. 2020. 71 с. URL: <http://www.mon.gov.ua/2020/09/25/Strategyia-rozvitku-vishch>.
14. Кендюхов О.В. Гносеологія інтелектуального капіталу. *Економіка України*. 2003. № 4. С. 28-33.
15. Крымский С. Б. Нам нужна не зубрежка, но эвристика. *Педагогический вестник*. 2006. № 8. С. 82-91.
16. Кремень В. Г. Освіта в структурі цивілізаційних змін. *Вища освіта України*. № 1. 2011. С. 8-11.
17. Кузнецов Ю. М. Креативний підхід – головний інструмент в інноваційному прориві. *Інструментальна власність*. 2011. № 4. С. 12-16.

18. Буряк В. Формування у студентів критичного мислення. *Вища школа*. 2007. № 9. С. 21-30.
19. Киселева Ю.В. К проблеме формирования критического мышления студента вуза. *Теоретический журнал CredoNew*. 2012. URL: <http://credonew.ru/content/view/1091/67/>.
20. Тячко А.В., Водный Т.С. Критическое мышление: проблема мирового образования XXI века. Харьков: Харьковский политехнический университет, 1997. 220 с.
21. Креативність та освіта. Британська рада в Україні. URL: <http://gohiher.org>.
22. 7 порад як розвинути креативність. URL: <http://www.tren.edu.ua>.
23. Черевко В.П. Формування комунікативної компетентності менеджера у процесі професійної підготовки: автореферат канд. психологічних наук. – Київ, 2001. – 27 с.
24. Ковалев М. М. Образование для цифровой экономики. URL: <https://dt.giac.by.incl/download/obrazovanaie-dlya-tsifrovoi-ekonomiki.pdf>.
25. Тапскотт Д. Поколение цифровой эпохи: как сетевое поколение изменяет мир. Москва. Grow-Hill, 2009. 392 с.
26. Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 272 с.
27. Стратегічний план розвитку Сумського державного університету на 2020-2026 роки. Суми: СумДу. 2019. URL: <https://sumdu.edu.ua/uk/about-sumdu/gen-info/misiia-viyiia-stratehiia.html> (дата звернення 10.01.2021 р.).
28. Стратегія розвитку Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» на 2020-2025 роки. Київ, 2020. 46 с. URL: https://data.kri.ua/sites/default/files/files/2020-2025-strategy_o.pdf (дата звернення 26.10.2020).

ПІСЛЯМОВА

Дана монографія призначена для широкого кола читачів, що цікавляться застосуванням сучасних методів і інструментів аналізу й прогнозування ринкової ситуації в забезпеченні стійкості суб'єктів господарювання.

Можливості сучасного аналітичного інструментарію в окремих напрямках свого розвитку продемонстровані на основі узагальнення досвіду авторів по створенню й апробації методів вирішення конкретних економічних завдань, пов'язаних з економічним аналізом, підтримкою прийняття рішень і прогнозуванням наслідків управлінських рішень.

Перший розділ присвячений дослідженням трансформації ринків і нових факторів конкурентоспроможності. Мінливий характер економічної кон'юнктури усе більше трансформується під впливом сучасних технологій, що висуває на перший план необхідність аналізу факторів конкурентоспроможності й виявлення механізмів керування конкурентоспроможністю в сучасній економіці як на рівні держави, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання. Саме із цього погляду продемонстровані можливості застосування аналітичних інструментів у макродослідженнях, обговорені конкретні методики їх використання й інтерпретації отриманих результатів.

У другому розділі досліджені проблеми застосування сучасних методів і інструментів для аналізу актуальних макро- і мікроекономічних завдань економічної безпеки багаторівневої економіки в умовах цифровізації. З їхньою допомогою проаналізований вплив факторів зовнішнього середовища на рішення економічних агентів в умовах невизначеності. У роботі знайшли відбиття як традиційні методи формування моделей адаптації підприємств до змін середовища функціонування, так і нетрадиційні підходи. Останні особливо важливі при формуванні й реалізації адаптивних стратегій у сучасних умовах, що відрізняються високим ступенем невизначеності економічного середовища.

У розділі, присвяченому інструментальним засобам економічного аналізу й прогнозування, виділені основні характеристики циклів економічного розвитку макросистем, визначені умови використання методів бізнес-аналізу для забезпечення стійкості соціально-економічного розвитку підприємств. Описані аналітичні модулі, що дозволяють вибудувати ідеологію організації в економіці збору й інтеграції даних, а також реалізації методів їх аналітичної обробки.

У четвертому розділі містяться теоретико-методичні аспекти забезпечення стійкого розвитку суб'єктів підприємництва. Виявлені фактори ефективного розвитку підприємств, визначені способи вдосконалювання їх діяльності. Досліджено інноваційні методи формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу.

Ми сподіваємося, що наша монографія виявиться корисною читачеві, тому що вона розглядає досить широкий спектр існуючих методів і інструментів аналізу й прогнозування ринкової ситуації в забезпеченні стійкості суб'єктів господарювання. Звичайно, далеко не всі методи й апаратні засоби одержали відбиття в даній роботі, розглянутою авторами скоріше, як відправний пункт для наступних публікацій. Надалі передбачається продовжити публікації результатів розробки теоретичних підходів, досвіду адаптації інструментальних засобів і аналітичного апарату стосовно до вирішення конкретних економічних проблем.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ КОЛЕКТИВНОЇ МОНОГРАФІЇ

РОЗДІЛ 1. ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКІВ І НОВІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

1.1. Макроекономічна аналітика розвитку вітчизняної сфери послуг у ретроспективному і перспективному аспектах	Посадисва Оксана Михайлівна кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
1.2. Підвищення конкурентоспроможності територіальних громад: симбіоз стратегування та державної регуляторної політики	Дурман Микола Олександрович доктор наук з державного управління, професор кафедри державного управління і місцевого самоврядування, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
1.3. Передумови формування ринку туризму в сфері оздоровлення	Шандова Наталія Вікторівна доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Билим Олена Сергіївна аспірант кафедри менеджменту, маркетингу і туризму, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БАГАТОРІВНЕВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

2.1. Сучасні інструменти цифрової економіки	Карлюка Дмитро Олександрович кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
---	--

2.2. Адаптивне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища	Латкіна Світлана Антонівна старший викладач кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
2.3. Формування та реалізація адаптивної стратегії просування товарів харчових підприємств на ринки збуту	Наумова Ольга Володимирівна аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
2.4. Ефективність справляння податків як елемент забезпечення сталого розвитку	Сисосенко Ірина Анатоліївна кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ

3.1. Аналіз циклічного економічного розвитку України як основа прогнозування макроекономічної динаміки	Юрчик Галина Миколаївна кандидат економічних наук, доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва, <i>Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне</i>
3.2. Економіко-математичне моделювання як дієвий інструмент дослідження стану та прогнозування розвитку харчової промисловості	Бурик Юлія Іванівна аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>

3.3. Особливості використання методів бізнес-аналізу щодо забезпечення економічної стійкості та сталого розвитку підприємства	Олійник Наталія Миколаївна кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i> Макаренко Сергій Миколайович кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування, <i>Херсонський державний університет, м. Херсон</i>
3.4. Аналітика в товарній політиці підприємства	Мешкова-Кравченко Наталія Віталіївна старший викладач кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
3.5. A mathematical model for determining the rational version of a passenger route network	Луб'яний Павло Вікторович кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри транспортних систем і технічного сервісу, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i> Войтович Ольга Андріанівна кандидат технічних наук, доцент кафедри транспортних систем і технічного сервісу, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i> Луб'яна Наталія Павлівна аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>

РОЗДІЛ 4. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

4.1. Теоретичні аспекти забезпечення процесу розвитку підприємств	Шандова Наталія Вікторівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Дошенко Олена Володимирівна аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Ожго Марина Вікторівна аспірант кафедри менеджменту, маркетингу і туризму, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
4.2. Сучасні підходи до розвитку промислового підприємства: конкурентоспроможність, мотивація	Потьомкін Леонід Миколайович доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і міжнародних економічних відносин, <i>Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса,</i> Потьомкін Микола Леонідович аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
4.3. Удосконалення рекламного бюджетування підприємств в сучасних умовах	Тарасюк Алла Василівна кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки,

	Волкова Олена Володимирівна кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Манойленко Антон Миколайович магістр кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
4.4. Удосконалення маркетингової діяльності підприємств молочної галузі	Тарасюк Алла Василівна кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
4.5. Розробка інноваційної продукції для забезпечення конкурентоспроможності консервних підприємств Херсонського регіону	Валько Микола Іванович доктор технічних наук, професор кафедри харчових технологій, Стоянова Ольга Вікторівна кандидат технічних наук, доцент кафедри харчових технологій, Зубкова Катерина Віталіївна кандидат технічних наук, доцент кафедри харчових технологій, Бобирь Сніжана Віталіївна кандидат технічних наук, доцент кафедри харчових технологій, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>

4.6. Теоретико-методологічні засади забезпечення конкурентоспроможності товару на основі технологічної інновації	Луцькова Вікторія Анатоліївна кандидат технічних наук, асистент кафедри товарознавства та митної справи, <i>Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса</i>
4.7. Управління конкурентоспроможністю підприємств	Потьомкін Микола Леонідович аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, <i>Херсонський національний технічний університет, м. Херсон</i>
4.8. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх фахівців господарського комплексу	Коваленко Микола Андрійович доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства, Ломоносова Оксана Едуардівна кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства, <i>Херсонська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Херсон</i>

Наукове видання

**МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ
І ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ
В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Монографія

Підписано до друку 12.03.2021 р. Формат 60х84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 16,28. Тираж 300. Замовлення № 1003-314.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво та друк: ОЛДІ-ПЛЮС
вул. Паровозна, 46-А, м. Херсон, 73034
Свідоцтво ДК № 6532 від 13.12.2018 р.

Тел.: +38 (0552) 399-580, +38 (098) 559-45-45,
+38 (095) 559-45-45, +38 (093) 559-45-45
Для листування: а/с 20, м. Херсон, Україна, 73021
E-mail: office@oldiplus.ua