

Науковий погляд: економіка та управління

(правонаступник наукового журналу
“Вісник Академії митної служби України.
Серія: “Економіка”)

№ 3 (61), 2018

Дніпро
Університет митної справи та фінансів
2018

УДК 33

Науковий погляд: економіка та управління
(правонаступник наукового журналу
“Вісник Академії митної служби України. Серія: “Економіка”)
Видається чотири рази на рік
Заснований Університетом митної справи та фінансів у травні 1999 р.

Науковий журнал включено до переліку наукових фахових видань України з економіки на підставі Наказу МОН України від 16 травня 2015 року № 515

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет вченою радою Університету митної справи та фінансів (протокол № 6 від 26 листопада 2018 р.)

Редакційна колегія:

Заруцька О. П. – доктор економічних наук, професор (*головний редактор*);

Лисяк Л. В. – доктор економічних наук, професор (*заступник головного редактора*);

Баранник Л. Б. – доктор економічних наук, професор;

Вакульчик О. М. – доктор економічних наук, професор;

Івашина О. Ф. – доктор економічних наук, професор;

Жадько К. С. – доктор економічних наук, професор;

Петруня Ю. Є. – доктор економічних наук, професор;

Фролов С. М. – доктор економічних наук, професор

Дерев'янюк Т. П. (*відповідальний секретар*)

Статті друкуються в авторській редакції
Комп'ютерна верстка: В. О. Удовиченко

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 21856-11756 ПР,
видане Державною реєстраційною службою України 21 грудня 2015 року.

Адреса редакції: вул. Володимира Вернадського, 2/4, м. Дніпро, 49000

Телефон редакції: +38 (073) 096 46 70

Електронна адреса: editor@scientificview.umsf.in.ua

Сайт видання: www.scientificview.umsf.in.ua

Підписано до друку 21.12.2018. Формат 185x260 мм. Папір офсетний.

Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 13,72. Обл.-вид. арк. 9,62.

Наклад 100 прим. Замовлення № 0119/17.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Гончарук І.В.

Значущість вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках7

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Зварич І.Я.

Еволюція концептуальних систем: циркулярна економіка & інклюзивна економіка.....15

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Борблік К.Е.

Генезис понятійно-категоріального апарату дослідження
сталого розвитку ринку туристичних послуг України..... 23

Вороніна Ю.Є.

Комунікативна політика в системі публічного управління.....29

Лукашова Л.В.

Бізнес-фасилітація малого підприємництва:
види, тенденції, сучасна міжнародна практика..... 34

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Блажей І.О.

Значення кольору у формуванні візуальної концепції екологічного бренда..... 43

Заяц О.В.

Контролінг організаційно-економічних методів
у ціноутворенні підприємств автотранспорту..... 49

Мурашко І.С.

Оцінювання екологічного складника
стійкого розвитку підприємств машинобудування..... 55

Олексенко Я.А.

Наукові концепти становлення корпоративної культури
в історії економічної думки..... 63

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Андрусяк Н.О.

Еколого-економічна політика регіону в контексті конкурентоспроможності..... 71

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Кудласько С.В.

Детермінанти розвитку соціальної сфери у трансформаційній економіці..... 77

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Кешенкова Н.В.

Виртуальные операторы сотовой связи
как часть процесса эволюции банковской системы.....85

Коваленко В.В., Ткаченко Д.Ю., Шевченко О.В.

Кредитний ринок України: сучасні проблеми та перспективи розвитку.....90

Огородник В.В.

Методи оцінки соціально-економічної ефективності банку з державною участю.....97

Сидорчук А.А.

Поняття ефективності використання коштів місцевих бюджетів.....104

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Височан О.С., Височан О.О.

Регулювання інвентаризаційних різниць у бухгалтерському обліку.....110

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Honcharuk Inna

The importance of vertical restraints on multi-sided markets.....7

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Zvarych Iryna

Evolution of conceptual systems: circular economy & inclusive economy.....15

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Borblik Karyna

Genezis concept of categorial apparatus study on sustainable development
of the market of tourist services of Ukraine.....23

Voronina Iulua

Communicative politics in the system of publik management.....29

Lukashova Liudmyla

Business fasilitation of small business: types, trends, modern international practice.....34

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Blazhey Iryna

Meaning of color in the formation of the environmental brand visual concept..... 43

Zaiats Olga

Control of organizational-economic methods in pricing of autotransport enterprises.....49

Murashko Iyna

Evaluation of environmental complex structural development
of machine-building enterprises..... 55

Oleksenko Yana

Scientific concepts of corporate culture formation in history of economic thought..... 63

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Andrusiak Nataliia

Ecological-economic policy of the region in the context of competitiveness.....71

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Kudlaienko Sergiy

Determinants of social sphere development in transformation economy.....77

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Keshenkova Natalya

Virtual cellular operators as a part of the process of evolution of the banking system.....85

Kovalenko Victoria, Tkachenko Dmitry, Shevchenko Oleg	
Credit market of Ukraine: current problems and development prospects.....	90
Ohorodnyk Vira	
Methods applied for the state-owned bank socio-economic efficiency assessment.....	97
Sydorchuk Anatoliy	
Ideas of efficiency for using local budgets' funds.....	104
ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Vysochan Oleh, Vysochan Olha	
Regulation of inventory differences in accounting.....	110

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-1>
УДК 330.101.2

Гончарук І.В.

аспірант кафедри економічної теорії,
макро- та мікроекономіки,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

ЗНАЧУЩІСТЬ ВЕРТИКАЛЬНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА БАГАТОСТОРОННІХ РИНКАХ

Стаття присвячена дослідженням впливу вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках. Необхідність аналізу вертикальних обмежень на цих ринках зумовлена трьома основними причинами: в умовах цифрової економіки значущість платформ зростає, вони впроваджуються у всіх стратегічних галузях економіки; виникнення мережевих ефектів у результаті діяльності платформ зумовлюють необхідність оновлення інструментарію для аналізу економічних відносин, зокрема і вертикальних обмежень; на практиці кількість антимонопольних розслідувань щодо антиконкурентного використання вертикальних обмежень платформами постійно зростає. У статті визначені сутність, значення та особливості застосування вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках. Автор аналізує інструментарій та методологію оцінки наслідків використання вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках. Також досліджено антиконкурентні та проконкурентні ефекти від застосування вертикальних обмежень з боку платформ. Визначено значення ексклюзивних контрактів на багатосторонніх ринках.

Ключові слова: вертикальні обмеження, багатосторонній ринок, платформи, ексклюзивні контракти, конкуренція.

Статья посвящена исследованию влияния вертикальных ограничений на многосторонних рынках. Необходимость анализа вертикальных ограничений на этих рынках обусловлена тремя основными причинами: в условиях цифровой экономики значимость платформ растет, они внедряются во всех стратегических отраслях экономики; возникновение сетевых эффектов в результате деятельности платформ обуславливает необходимость обновления инструментария для анализа экономических отношений, в том числе и вертикальных ограничений; на практике количество антимонопольных расследований щодо антиконкурентного использования вертикальных ограничений платформами постоянно растет. В статье определены сущность, значение и особенности применения вертикальных ограничений на многосторонних рынках. Автор анализирует инструментарий и методологию оценки последствий использования вертикальных ограничений на многосторонних рынках. Также исследованы антиконкурентные и проконкурентные эффекты от применения вертикальных ограничений со стороны платформ. Определены значения эксклюзивных контрактов на многосторонних рынках.

Ключевые слова: вертикальные ограничения, многосторонний рынок, платформы, эксклюзивные контракты, конкуренция.

Honcharuk Inna. THE IMPORTANCE OF VERTICAL RESTRAINTS ON MULTI-SIDED MARKETS

This article is devoted to research on the effects of vertical constraints on multi-sided markets. The need to analyze vertical constraints in these markets is due to three main reasons: in a digital economy, the importance of platforms is growing, they are implemented in all strategic sectors of the economy; the emergence of network effects as a result of the platforms lead to the need to update tools for analyzing economic relations, including vertical constraints; in practice, the number of antitrust investigations of the anticompetitive use of vertical con-

straints by platforms is constantly increasing. The article summarizes the essence of the concepts of «multi-sided market», «vertical constraints», also analyzes a large number of scientific literature, which investigates the vertical constraints used by platforms in multi-sided markets in a globalizing environment. The information base of the article is the materials published by domestic and foreign researchers in periodicals, monographs; Also, their own theoretical and practical studies of the author. The author defines how vertical constraints can help the platforms to improve their performance and ensure the growth of consumer well-being. The article considers possible anti-competitive effects of vertical constraints in the light of traditional economic literature on vertical constraints and the latest literature on the use of vertical constraints on multi-sided markets. The author analyzes the toolkit and methodology for assessing the effects of using vertical restraints on multi-sided markets. The value of exclusive contracts in multi-sided markets is determined. Research findings of practical value are presented in the form of recommendations for improving the institutional provision of regulation of multi-sided markets in view of the research carried out and the findings.

Key words: *vertical constraints, multi-sided market, platforms, exclusive contracts, competition.*

Постановка проблеми. Останні два десятиліття характеризуються стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій. Інформація стала головним ресурсом на ринку. Соціально-економічні відносини все більше переносяться в мережевий простір. Класичний ринок поступово перетворюється у багатосторонній ринок.

Багатосторонні ринки характеризуються створенням нових каналів збуту, пришвидшенням процесу обміну між суб'єктами, розширенням товарних та географічних меж ринків, створенням нових видів економічної діяльності та способів задоволення потреб кінцевого споживача, зниженням витрат, покращенням якості товарів та послуг тощо.

В умовах розвитку цифрових технологій проблема аналізу договірних обмежень між вертикально пов'язаними фірмами перемістилася у багатосторонній простір. Низка науковців у своїх публікаціях, базуючись на дослідженнях Чиказької школи економіки, стверджують, що використання вертикальних обмежень платформами сприятиме зростанню добробуту учасників ринкових відносин та здатне послабити концентрацію на багатосторонніх ринках за рахунок мережевих ефектів та зростаючої віддачі від масштабу.

Однак нині використання вертикальних обмежень розцінюється антимонопольними органами як антиконкурентне та заборонене у більшості країн світу. Зважаючи на це, платформи змушені шукати інші способи підвищення ефективності своєї діяльності,

які можуть виявитися більш витратними та не забезпечувати зростання добробуту, як вертикальні обмеження. Саме тому виникає необхідність дослідження вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках з метою обґрунтування їх проконкурентного та антиконкурентного впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальний аналіз властивостей та особливостей багатосторонніх ринків здійснений у роботах М. Армстронга (2006), Ж. Рочета та Ж. Тіроля (2003), Р. Розона (2005), Д. Еванса (2009), Н. Розанової (2015), А. Ігнатюк (2016), К. Пайка (2018), М. Каца та Дж. Селлет (2017).

Аналізу конкурентних відносин та антимонопольної політики на багатосторонніх ринках присвячені роботи таких науковців, як О. Коваленко (2016), А. Ігнатюк (2017), М. Кац та Дж. Селлет (2017), Н. Джаст (2018), Дж. Паркер (2016), М. Агравал (2016), М. Балдіна та І. Баскакова (2016) та інші.

Незважаючи на те, що аналіз вертикальних обмежень є одним із найбільш новітніх напрямів дослідження багатосторонніх ринків, у науковій літературі уже значна кількість публікацій присвячена цій проблематиці.

К. Пайк (2018) визначає сутність вертикальних обмежень та їхні особливості під час використання платформами.

Ф. Лафонтен та М. Слейд (2008) доводять проконкурентний характер вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках шляхом оцінки наслідків за допомогою емпіричних методів дослідження.

Д. Еванс (2013) пояснює, як вертикальні обмеження можуть допомогти платформам досягти ефективності та забезпечити зростання добробуту споживачів. Науковець також розглядає можливі антиконкурентні вертикальні обмеження з урахуванням традиційної та новітньої економічної літератури про використання вертикальних обмежень на ринках.

К. Каффарра та К. Кюхн (2018) досліджують конкурентні відносини на багатосторонніх ринках через призму економічного аналізу вертикальних обмежень.

Мета дослідження. Визначити сутність, значення та особливості застосування вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках, проаналізувати інструменти та методи оцінки вертикальних обмежень, а також дослідити антиконкурентні та проконкурентні ефекти від їх використання.

Виклад основного матеріалу. Багато науковців погоджуються, що Інтернет є найпотужнішою силою сучасної світової економіки, яка докорінно трансформує економічні відносини та підвищує ефективність діяльності усіх ринкових суб'єктів.

Розвиток інформаційних технологій та Інтернет забезпечили створення нових посередників – платформ, що трансформують класичний ринок у багатосторонній.

В економічній літературі є досить велика кількість підходів до визначення сутності багатосторонніх ринків.

Р. Розон стверджує, що багатосторонній ринок – це ринок, де сторони взаємодіють на платформі, яка впливає на особливі непрямі зовнішні мережеві ефекти, а розподіл цін, з якими стикаються сторони, впливає на участь на ринку та загальний обсяг попиту [14].

За визначенням Б. Джуліана, це – ринок, де дві або більше груп агентів взаємодіють через посередників або платформи, а між ними виникають мережеві ефекти; переваги за участь однієї групи, залежать від того, наскільки платформа ефективно залучає членів іншої групи [7].

Отже, головна ідея полягає в тому, що це ринок, на якому платформи (фірми) викону-

ють роль посередника в процесі обміну між продавцями та покупцями, між якими виникають мережеві ефекти.

Під вертикальними обмеженнями розуміють обмеження, які фірма, що діє на одній стадії угод між компаніями, накладає на поведінку іншої, яка діє на іншій стадії [16].

Вертикальні обмеження та їх вплив на конкуренцію на ринку активно почали вивчатися науковцями з 80-х років ХХ ст. У результаті цих досліджень було виокремлено 2 головні підходи: вертикальні обмеження обмежують конкуренцію та створюють сприятливі умови для посилення концентрації на ринку, вертикальні обмеження забезпечують зростання ефективності діяльності фірм та підвищення суспільного добробуту. Останній підхід належить представникам Чиказької школи економіки та був визнаний науковою спільнотою як ситуативний, тобто спрацьовує за дотримання певних умов. Відповідно до цього у більшості країн світу вертикальні обмеження є забороненими на законодавчому рівні та розцінюються антимонопольними органами як такі, що посилюють концентрацію та обмежують розвиток конкуренції.

З виникненням теорії багатосторонніх ринків науковці, серед яких Ф. Лафонтен, М. Слейд, К. Каффарра, К. Кюхн, почали досліджувати вертикальні обмеження на цих ринках та дійшли висновку, що їх використання може забезпечувати зростання суспільного добробуту. Дослідники стверджують, що аналіз вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках є складнішим, ніж на класичних ринках. З одного боку, вертикальні обмеження забезпечують зростання добробуту та вхід на ринок нових учасників, а з іншого – створюють бар'єри входження та посилюють концентрацію на ринку [1; 10; 11].

Досліджуючи вертикальні обмеження, необхідно насамперед визначити інструментарій та методологію для оцінки їх впливу на конкуренцію між суб'єктами ринку. Чи працюють стандартні інструменти для аналізу вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках? Більшість науковців погоджуються з тим, що стандартні методи оцінки впливу

вертикальних обмежень на конкуренцію є ефективними і для багатосторонніх ринків. Однак необхідно враховувати характерні особливості цих ринків, оскільки зростає ризик хибних висновків. Зокрема, наявність перехресних мережевих ефектів між суб'єктами, зростаюча віддача від масштабу, цінова дискримінація та динамічність, що характерні для цього виду ринків.

К. Пайк у роботах, присвячених дослідженню багатосторонніх ринків, зазначає, що, як і на класичних ринках, вплив вертикальних обмежень необхідно оцінювати ситуативно. У деяких ситуаціях угоди на багатосторонніх ринках можуть потребувати більш пильної уваги з боку антимонопольних агентств. Це стосується платформ, які мають велику кількість взаємопов'язаних груп учасників та значну ринкову владу.

Відомий дослідник багатосторонніх ринків Д. Еванс стверджує, що вертикальні обмеження на цих ринках мають як і проконкурентні, так і антиконкурентні ефекти. Вертикальні обмеження будуть мати позитивний вплив на конкуренцію у разі, коли сприятимуть створенню природної монополії, забезпечуватимуть зростання сукупного добробуту всіх учасників ринку та дозволять вийти на ринок «новачкам» [4].

У результаті непрямих мережевих ефектів учасники платформи на стороні А створюють цінність, коли на стороні В кількість учасників зростає, і навпаки. Чим сильніші мережеві ефекти, тим швидше зростає сукупний добробут усіх суб'єктів.

Низка науковців стверджують, що Парето-ефективність на багатосторонніх ринках досягається тільки коли на ринку діє одна фірма, тобто ринок є природною монополією. Однак не для всіх багатосторонніх ринків спрацьовує це правило.

Вертикальні обмеження можуть застосовуватися платформою для залучення суб'єктів, що забезпечить зниження ціни на товари та послуги, а отже, приведе до зростання добробуту. Цей аргумент є дієвим, навіть якщо немає природної монополії. Вертикальні обмеження можуть використовуватися

для консолідації попиту на кількох диференційованих платформах.

Вертикальні обмеження на багатосторонніх ринках дають змогу платформам подолати проблему «курки та яйця», тобто забезпечують приєднання великої кількості учасників, тим самим посилюючи мережеві ефекти.

Вертикальні обмеження на багатосторонніх ринках застосовуються або платформами для споживачів, або ж споживачами для платформ.

До основних видів вертикальних обмежень на цих ринках відносять: мінімальні ціни на розміщення реклами в інтернеті; «зв'язування»; ексклюзивні контракти; угоди про паритет на платформі; ексклюзивні системи розподілу, умовні знижки та інші.

Особливого значення на багатосторонніх ринках набувають ексклюзивні контракти, які укладаються між платформою та групою (групами) учасників, тобто сторонами платформи. Ці контракти підвищують упевненість приєднання групи учасників, попит якої є найбільш чутливий за ціною. Так, наприклад, платформа, що забезпечує взаємодію водіїв таксі та пасажирів, буде укладати ексклюзивні контракти з водіями, щоб кінцеві споживачі підключилися тільки до цієї платформи, оскільки водії будуть співпрацювати тільки з нею. Це забезпечить посилення мережевих ефектів та зростаючий ефект від масштабу, що дасть змогу створити вигоди для всіх учасників ринкових відносин.

Теоретично конкуренція між платформами може привести до консолідації попиту на найбільш ефективній платформі. Однак на практиці може виникнути проблема координації між суб'єктами ринку. Максимальна ефективність досягається у разі, коли всі учасники приєднуються до однієї платформи. Але вони можуть підключатися до різних платформ, тим самим не консолідуючи індивідуальні попити, через витрати на перемикання або асиметричність інформації. Платформа, особливо найбільш ефективна, може допомогти вирішити цю проблему шляхом укладання ексклюзивних контрактів.

Ці контракти можуть бути корисними для підвищення ефективності залучення учасників, яким притаманна одиночна адресація (підключаються тільки до однієї платформи). Інші групи клієнтів платформи несуть матеріальні та нематеріальні витрати, звертаючись до цих клієнтів (з одиночною адресацією), на декількох платформах, і, можливо, не усвідомлюють переваг приєднання до однієї платформи. Об'єднавши цих клієнтів за допомогою ексклюзивних угод, платформа може створити додаткову цінність, знизити рівень транзакційних витрат, що забезпечить зростання добробуту всіх учасників.

Ще одним із важливих видів вертикальних обмежень на багатосторонніх ринках є «зв'язування». В економічній літературі розроблена велика кількість моделей, що пояснюють, як «зв'язування» підвищує добробут споживачів. Досить часто на багатосторонніх ринках виникають ситуації, коли клієнти на стороні А виграють від того, що клієнти на стороні В використовують додаткову продукцію або послугу, що надається платформою.

Дж. Чой розробив модель, у якій припускає, що на ринку працюють дві платформи, А і В, які зв'язують контент-провайдерів зі споживачами. Платформа А також випускає продукт М, який необхідно придбати для того, щоб «увійти» на платформу А або В. Автор припускає, що контент-провайдери підтримують множинну адресацію, тобто роблять їх контент доступним як для А, так і для В. Якщо споживачі обирають тільки одну платформу для підключення (підтримують одинарну адресацію), то «зв'язування» А з М автоматично витіснить з ринку В, але при цьому збільшить добробут. Однак якщо споживачі також підтримують множинну адресацію, то «зв'язування» А та М не виключає В (немає ефекту від масштабу) й одночасно приводить до зростання добробуту. Ця модель доводить важливість аналізу видів адресації під час дослідження впливу вертикальних обмежень на конкуренцію на багатосторонніх ринках [1].

Однак варто зауважити, що використання вертикальних обмежень на багатосторон-

ніх ринках може мати й антиконкурентний вплив. Економісти, що досліджують багатосторонні ринки, стверджують, що необхідно виокремлювати два етапи розвитку платформ: становлення та розвиток. На етапі становлення платформа повинна «набрати» критичну масу користувачів для того, щоб увійти на ринок, і вертикальні обмеження допомагають у цьому. Критична маса – це обсяг попиту з усіх сторін платформи, який достатній для створення позитивних мережевих ефектів. Як тільки критична маса буде досягнута, кожний додатковий повністю інформований користувач на одній стороні отримує цінність від платформи, підвищує цінність самої платформи і робить її привабливою для додаткових повністю інформованих користувачів з інших сторін. Процес позитивного зворотного зв'язку триває до тих пір, поки платформа не досягне свого довгострокового рівноважного розміру.

Негативні наслідки будуть виникати на етапі зростання, тобто після подолання проблеми «курки та яйця». На цьому етапі платформи будуть намагатися зайняти лідируючі позиції на ринку. Вони можуть створювати додаткові бар'єри входження для новачка шляхом використання вертикальних обмежень. Наприклад, укладання ексклюзивних контрактів може перешкодити новим платформам приєднати достатню кількість учасників для досягнення критичної маси. Платформи також можуть використовувати й інші види обмежень, які не дозволяють клієнтам використовувати конкуруючі платформи. Умовні знижки та «meeting competition clauses» також можуть завадити входженню на ринок «новачків», однак менш прямим способом. Умовні знижки надають фінансові стимули для зменшення обсягу попиту на конкуруючих платформах або створюють умови, відповідно до яких переміщення є економічно неефективним.

Той факт, що діюча платформа використовує вертикальні обмеження і що вони ускладняють досягнення новачку критичної маси, не обов'язково означає, що ці обмеження є антиконкурентними. Діюча платформа може

використовувати такі обмеження для досягнення ефективності, що приносить додаткову корисність споживачам. Ці переваги можуть переважити шкоду, яку несе споживач, від стримування входу нових платформ, особливо це стосується ринків природної монополії.

Вертикальні обмеження, включаючи ексклюзивні контракти, можуть використовуватися платформою для забезпечення збереження критичної маси в умовах сильної конкуренції на ринку. Так, наприклад, якщо платформа укладає ексклюзивні контракти на етапі свого становлення та продовжує їх використання після досягнення критичної маси, то вона значно швидше досягне довгострокової рівноваги. Однак навіть після цього платформа може продовжувати ці контракти, оскільки їх анулювання підвищує ризик відтоку клієнтів до інших платформ, що пропонують ексклюзивні контракти.

На рис. 1 графічно відображена ситуація, коли вертикальні обмеження перешкоджають «новачкові» ввійти на ринок.

Від укладання ексклюзивних контрактів з деякими виробниками можуть отримувати

переваги і кінцеві споживачі. Вони завдяки ексклюзивним контрактам мають гарантію того, що потрібні виробники, з якими вони хотіли б взаємодіяти, будуть доступні на цій платформі, що дозволяє їм знизити витрати на пошук контрагентів на інших платформах, тобто знижуються транзакційні витрати. Виробники, які не укладали з платформою ексклюзивні контракти, також можуть отримати вигоди, оскільки отримують впевненість у тому, що кінцеві споживачі підключаться саме до цієї платформи і також укладатимуть з ними угоди.

Д. Еванс у своїх роботах, присвячених вертикальним обмеженням на багатосторонніх ринках, акцентує увагу на тому, що вертикальні обмеження можуть бути природними елементами стратегій, які платформи використовують для управління позитивними та негативними зовнішніми факторами, які в кінцевому підсумку визначають цінність платформи для клієнтів з декількох сторін [4].

Платформи стикаються з тими ж ризиками, що і традиційні фірми під час входу на ринок, особливо якщо це новий ринок, який виник у результаті розвитку цифрових

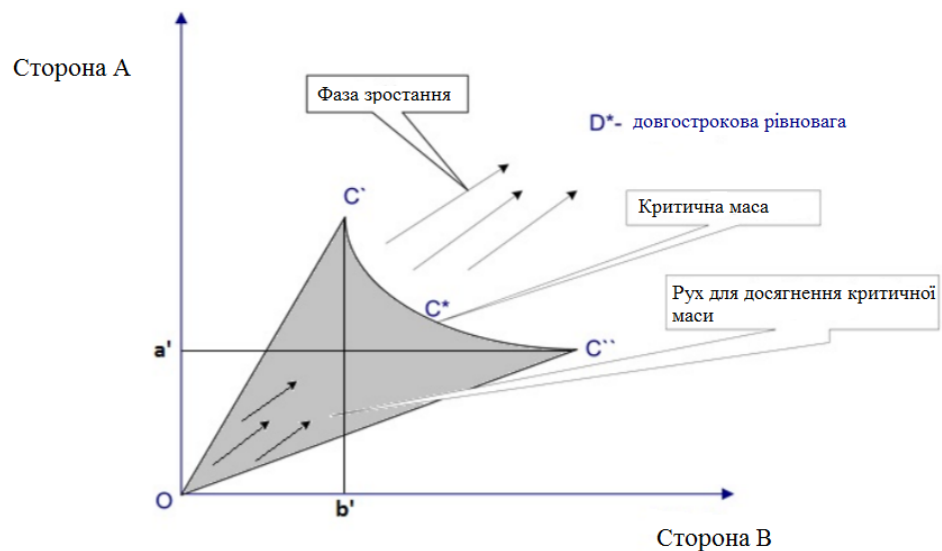


Рис. 1. Вплив вертикальних обмежень на досягнення платформою критичної маси та довгострокової рівноваги

Джерело: [4]

технологій. Якщо платформа є фірмою-початківцем на цьому ринку, то вона стикається з невизначеністю щодо того, чи є достатній попит на створення життєздатного бізнесу і чи з'являться більш ефективні конкуренти, які зруйнують її інвестиційну цінність. Але, окрім того, платформи стикаються зі значними ризиками щодо досягнення критичної маси. Саме у цих випадках вертикальні обмеження матимуть позитивний вплив на розвиток ринку.

Розглядаючи наукові дослідження щодо використання вертикальних обмежень платформами, варто зауважити, що з теоретичного погляду їх використання підвищує суспільний добробут на етапі становлення до моменту набору критичної маси користувачів. На етапі зростання платформи будуть використовувати вертикальні обмеження для посилення ринкової влади та обмеження конкуренції. Такі висновки підтверджені емпіричними дослідженнями, які проводили на ринку відеоігор.

Однак на практиці визначення того, на якому етапі розвитку знаходяться платформи на ринку, є досить складним завданням, що пов'язано з новизною наукового напрямку та відсутністю єдиного підходу щодо оцінки наслідків. Саме тому виникає необхідність у подальших дослідженнях провести практичний аналіз впливу вертикальних обмежень на рівень конкуренції на певному ринку.

Висновки. Проаналізувавши наукові публікації, присвячені дослідженню вертикальних обмежень, нами було визначено, що класичні інструменти оцінки їх впливу на конкуренцію є дієвими і для багатосторонніх ринків. Однак необхідно вдосконалити методологію аналізу, зокрема, підходи до визначення багатостороннього ринку з урахуванням його особливостей.

Вертикальні обмеження на багатосторонніх ринках можуть одночасно мати проконкурентний та антиконкурентний вплив. Це насамперед залежить як від етапу розвитку окремої платформи, так і від етапу розвитку самого ринку. Якщо ринок тільки починає формуватися, конкуренції на

ринку немає, то для першого посередника – платформи, що намагається ввійти на цей ринок, використання вертикальних обмежень дасть змогу швидко набрати критичну масу, розширити попит, знизити транзакційні витрати для продавців та покупців, підвищити ефективність діяльності, тобто забезпечить підвищення сукупного добробуту усіх учасників. На ринках, де діє декілька платформ, необхідно визначати, на якій фазі розвитку знаходиться платформа, що використовує вертикальні обмеження. Якщо посередник ще не подолав проблему «курки та яйця», то вертикальні обмеження дозволять ввійти на ринок та забезпечити посилення конкуренції. Якщо платформа набрала критичну масу клієнтів, то вона може використовувати вертикальні обмеження для зростання ринкової частки та посилення концентрації на ринку шляхом недопущення конкурентів на ринок.

На ринках природної монополії з боку платформ вертикальні обмеження забезпечують досягнення Парето-ефективності, тобто їх використання забезпечує максимізацію корисності всіх учасників ринкових відносин. Найбільш дієвим видом вертикальних обмежень, який здатний забезпечити розвиток конкуренції та підвищення суспільного добробуту, є ексклюзивні контракти. На багатосторонніх ринках платформи укладають ексклюзивні контракти з метою уникнення множинної адресації.

Отже, на нашу думку, вертикальні обмеження на багатосторонніх ринках, зокрема ексклюзивні контракти, можуть бути дозволені антимонопольними органами для використання на ринках, де Парето-ефективність досягається тільки тоді, коли на ринку діє одна платформа. Для ринків, де спостерігається сильна конкуренція між платформами, використання вертикальних обмежень може мати місце тільки для тих платформ, які знаходяться на етапі становлення, з метою їх розвитку. Це дасть змогу задовольнити нові потреби кінцевого споживача на мікрорівні та підвищити конкурентоспроможність національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Caffarra C., Kühn K. The competition analysis of vertical restraints in multi-sided markets. OECD, 2018. P. 213–227. URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf> (дата звернення: 15.09.2018).
2. Evans D., Schmalensee R. The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses. NBER WORKING PAPER SERIES, 2013. 73 p. URL: <https://www.nber.org/papers/w18783.pdf> (дата звернення: 03.10.2018).
3. Evans P., Gawer A. The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey. Report. Faculty of Arts and Social Sciences, 2016. 30 p. URL: <http://eprints.surrey.ac.uk/id/eprint/811201> (дата звернення: 03.10.2018).
4. Evans D. Economics of Vertical Restraints for Multi-Sided Platforms. SSRN Electronic Journal, 2013. 26 p. URL: https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.com.ua/&httpsredir=1&article=1187&context=law_and_economics (дата звернення: 08.10.2018).
5. Hagiu A., Wright J. Multi-sided. International Journal of Industrial Organization, 2015. Vol. 43 (November). P. 162–174.
6. Jakhu G., Malik P. Dilemma in antitrust enforcement: how use of economics can guide enforcement rules in multi-sided markets. Journal of Antitrust Enforcement, 2017. Vol. 5(2). P. 260–275.
7. Jullien B. Competition in multi-sided markets: Divide and conquer. American Economic Journal: Microeconomics, 2011. Vol. 3(4). P. 186–219.
8. Katz M. Exclusionary conduct in multi-sided markets. OECD, 2018. p. 102-129 URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf> (дата звернення: 12.10.2018).
9. Lafontaine F., Slade M. Exclusive Contracts and Vertical Restraints: Empirical Evidence and Public Policy. Handbook of Antitrust Economics, 2008. P. 391–414.
10. Lee Vertical Integration and Exclusivity in Platform and Two-Sided Markets. American Economic Review, 2013. Vol. 103(7). P. 2960–3000.
11. Newman J. Antitrust in zero-price markets: Foundations. University of Pennsylvania Law Review, 2015. Vol. 164. p. 149–206.
12. Rochet J., Tirole J. Platform competition in two-sided markets. Journal of European Economic Association, 2003. Vol. 1. P. 990–1029.
13. Rochet J., Tirole J. Two-sided markets: An overview. RAND Journal of Economics, 2006. Vol. 35(3). P. 645–667.
14. Roson R. Two-sided markets: A tentative survey. Review of Network Economics, 2005. Vol. 4(2). P. 142–160.
15. Rysman M. The economics of two-sided markets. The Journal of Economic Perspectives, 2009. Vol. 23. P. 125–143.
16. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2015. 448 с.
17. Ігнатюк А.І. Конкурентні відносини на ринках в умовах 4-ої промислової революції. Сучасні механізми реалізації конкурентної політики України в умовах глобалізації: Міжнар. наук.-практ. конф.: тези доп. / КНУ. Київ, 2016. С. 52–54.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-2>
УДК 336.242, 339.972

Зварич І.Я.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри міжнародної економіки,
Тернопільський національний економічний
університет

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ СИСТЕМ: ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА & ІНКЛЮЗИВНА ЕКОНОМІКА

Глобальна інклюзивна циркулярна економіка є низьковуглецевою, ефективною і чистою у виробництві, а також включає споживання та результати, базовані на обміні, циркулярності, співпраці, солідарності, стійкості, можливостях та взаємозалежності, диверсифікуючи вибір для національних економік, використовуючи цільову та відповідну фіскальну і соціальну політику, підтримуючи сильні інституції, спеціально спрямовані на захист соціальних та екологічних основ, що розширює шляхи сталого екологічного розвитку в умовах концепції циркулярності та інклюзивності. У кінцевому результаті всеохоплююча інклюзивна циркулярна економіка забезпечує не тільки робочі місця та доходи, але й здоров'я, оточення та сталі майбутні загалом.

Ключові слова: Глобальна інклюзивна циркулярна економіка, Індустрія 4.0., про-бідне населення, нерівність, сталий розвиток, соціальний добробут.

Глобальная инклюзивная циркулярная экономика является низкоуглеродистой, эффективной и чистой в производстве, а также включает потребление и результаты, основанные на обмене, циркулярности, сотрудничестве, солидарности, устойчивости, возможностях и взаимозависимости, диверсифицируя выбор для национальных экономик, используя целевую и соответствующую фискальную и социальную политику, поддерживая сильные институты, специально направленные на защиту социальных и экологических основ, что расширяет пути устойчивого экологического развития в условиях концепции циркулярности и инклюзивности. В конечном итоге комплексная инклюзивная циркулярная экономика обеспечивает не только рабочие места и доходы, но и здоровье, окружение и устойчивое будущее в целом.

Ключевые слова: Глобальная инклюзивная циркулярная экономика, Индустрия 4.0., про-бедное население, неравенство, устойчивое развитие, социальное благополучие.

Zvarych Iryna. EVOLUTION OF CONCEPTUAL SYSTEMS: CIRCULAR ECONOMY & INCLUSIVE ECONOMY

This article is devoted to the study of a paradigm of the circular economy as a production model aimed at supporting sustainable economic development without harming the environment. That is, increasing overall efficiency rather than reducing inefficiencies. Circular economies are described as a regenerative, regenerative and holistic. A holistic, circular economy in the realization of the goals of sustainable development becomes inclusive and provides everyone with access to the benefits of such development. Constancy, environmental and social opportunities are an incentive for implementing Industry 4.0's positive. The global inclusive circular economy is a low carbon, efficient and clean in production, and includes consumption and results based on exchanges, circularity, cooperation, solidarity, sustainability, opportunities and interdependence, diversifying the choice for national economies, using the target and appropriate fiscal and social policies, supporting strong

institutions specifically aimed at protecting social and environmental foundations, which in fact expands the paths of sustainable environmental development under the terms of the concept of circularity and inclusiveness. Ultimately, the inclusive, inclusive, circular economy provides not only jobs and revenues, but also health, the environment and a sustainable future in general. It was investigated that the Rockefeller Foundation proposed five core characteristics of the inclusive economy – participation, equity, growth, stability, sustainable development. The emphasis is placed on the role of the concept of «inequality» in the development of the idea of an inclusive and circular economy, while it is pointed out that inequality is a natural by-product of growth and in parallel is a necessary factor stimulating growth. The discussion of the Kuznets theory is analyzed, in which the notion is drawn: the involvement of the poor as a partner in ensuring growth and achieving well-being («lifting» from poverty) and inclusive growth. It is noted that the Rockefeller Foundation defines an inclusive economy as «expanding opportunities for joint prosperity, especially for those who face major obstacles to their well-being». It is noted that the inclusive economy is based on the idea of growth for the benefit of the poor, but it also extends to other areas, such as feminist economics, ecological economics, political economy and social welfare theory, which emphasize aspects of economics that are poorly recorded in traditional economic indicators. progress.

Key words: *Global Inclusive Circular Economics, Industry 4.0, Pro-poor, Inequality, Sustainable Development, Social Welfare.*

Постановка проблеми. Країни, що розвиваються, мають надзвичайно великий потенціал у впровадженні економічної моделі, кращої для суспільства, так і для навколишнього середовища. Парадигма циркулярної економіки – це виробнича модель, спрямована на підтримку сталого економічного розвитку без шкоди для навколишнього середовища. Але чи здатна вона сприяти підтримці природних екосистем, одночасно пропонуючи користь найбіднішим верствам суспільства [1; 2; 3]?

Тобто йдеться про підвищення загальної ефективності, а не про те, як зменшити неефективність та втрати у всій виробничій системі. Циркулярні економіки описуються як відновлювальні, регенеративні та цілісні. Якщо дійсно впроваджувати цілісну циркулярну економіку в умовах цілей сталого розвитку, то варто бути повністю інклюзивними і забезпечувати доступ кожного до переваг такого розвитку. Справжня циркулярна економіка включає кожного підприємця як окрему ланку в ланцюгу, що утворює коло, в якому немає зайвих.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Академічні дослідження стосуються того, як принципи, практики та технології, що дозволяють Industry 4.0 розблокувати потенціал циркулярної економіки, сталого виробництва (Jabbour et al., 2018; Stock et al., 2018). Digitalisation (Цифровізація) (Ellen Macarthur Foundation, 2016; Antikainen et al.,

2018) та використання Big Data (Hazen et al., 2016; Nobre & Tavares, 2017; Jabbour et al., 2017), розглядаються як основні драйвери для підвищення стійкості та впровадження циркулярної економіки. Очевидним є той факт, що поєднання циркулярної економіки та промисловості 4.0 приводить до новітньої філософії «зеленої» економіки.

Варто зазначити, що більшість літератури, яка поєднує дослідження сталого розвитку та промисловості 4.0, є оптимістичною. У центрі уваги є ті можливості для підвищення стійкості, які виникають під час використання нових технологічних можливостей у поєднанні з новими бізнес-моделями. Покращене відстеження інтелектуальних продуктів через весь ланцюжок поставок під час фази використання продуктів дає змогу виробникам постійно оптимізувати продуктивність як продукції, так і виробництва, що забезпечує ефективніше використання ресурсів. Для промислових виробників сталість, екологічність та соціальні можливості також є стимулом для впровадження позитивних результатів Industry 4.0 (Müller et al., 2018).

Тобто виникає своєрідна подвійна концептуалізація ідеї: стійка Індустрія 4.0 чи Індустрія 4.0 для сталого розвитку? Отже, **метою статті** є дослідження еволюції концепцій циркулярної та інклюзивної економік у напрямі формування глобальної інклюзивної циркулярної економіки.

Виклад основного матеріалу. Так, виробництво додаткової продукції методом 3D-друкування своєрідно порушує ланцюжки поставчаль і зменшує потребу в великих запасах, наприклад, в авіапідприємствах (Khajarvi et al., 2014), збільшуючи ефективність та зменшуючи відходи при цьому. З іншого боку, за винятком конкретних ланцюгів постачання, коли кожна деталь та виріб можуть бути виготовлені де-небудь і в будь-який час, важко собі уявити помітне скорочення життєвих циклів продукту та загальне збільшення споживання при цьому. Та чи є це гарантією сталішого виробництва та споживання? (Kellens et al., 2017 & Holmström & Gutowski, 2017). Низка авторів (Kellens et al., 2017) припускають, що виробництво окремих необхідних елементів на замовлення приводить до сильнішого впливу на навколишнє середовище, ніж лінійні виробничі процеси. Окремі автори (Kohtala, 2015 р.) дійшли висновку, що виробництво окремих елементів на замовлення пропагує екологічнішу стійкість, але чи означає це нову парадигму виробництва?

Базовою ідеєю інклюзивної циркулярної економіки є шанобливе використання як матеріальних, так і людських ресурсів. В умовах всеохоплюючої циркулярної економіки зростання повинно здійснюватися на основі людського капіталу замість видобутку природних ресурсів [4].

У найпростішому визначенні така економіка є низьковуглецевою, ефективною і чистою у виробництві, а також включає споживання та результати, базовані на обміні, циркулярності, співпраці, солідарності, стійкості, можливостях та взаємозалежності. Вона зосереджена на розширенні варіантів вибору для національних економік, використовуючи цільову та відповідну фіскальну та соціальну політику, підтримуючи сильні інституції, спеціально спрямовані на захист соціальних та екологічних основ, що і диверсифікує шляхи сталого екологічного розвитку в умовах концепції інклюзивної циркулярної економіки.

Такий інтегрований підхід може допомогти державам зрозуміти, як максимізувати потенційні вигоди, визначити пріоритети та запропонувати різні моделі добробуту людей, які можуть бути отримані в здоровому середовищі. У кінцевому результаті всеохоплююча інклюзивна циркулярна економіка повинна забезпечувати не тільки робочі місця та доходи, але й здоров'я, оточення та сталі майбутні загалом [5].

За даними Світового Економічного форуму 2018 року, найінклюзивнішими країнами є Норвегія, Ісландія, Люксембург, Швейцарія, Данія, Швеція, Нідерланди, Ірландія, Австралія, Австрія.

У контексті такого розвитку Люксембург запропонував Програму «Fit 4 Circularity», призначену для полегшення та прискорення переходу компаній до принципів циркулярної економіки. Інноваційні ідеї, як правило, є ключем до довгострокової рентабельності, оскільки менеджеру бізнесу, який постійно користується попитом, не завжди вдається витратити досить сил на вирішення цього питання [6].

Якщо концептуальні ідеї, принципи та драйвери циркулярної економіки визначає Фонд Еллен МакАртур, то інклюзивну економіку «лобіює» Рокфеллер Фонд. Відповідно Rockefeller Foundation's¹ запропонував п'ять базових характеристик інклюзивної економіки:

– *участь*. Люди повинні брати повну участь у економічному житті і мати більше шансів на своє краще майбутнє. Люди мають доступ до ринків як працівники, споживачі та власники бізнесу. Прозорість та загальне знання правил і норм дозволяють починати бізнес, знайти роботу або займатися ринками. Поширення технологій сприяє підвищенню добробуту особистості та громади загалом.

– *власний капітал*. *Більше* можливостей *збільшують* мобільність *більшої* кількості людей. Усі верстви суспільства, особливо бідні або соціально незахищені групи,

¹ Місія Фонду Рокфеллера – незмінна з 1913 р. – полягає у сприянні добробуту людства у всьому світі. Спільно з партнерами та грантоотримувачами Фонд Рокфеллера прагне каталізувати та масштабувати трансформаційні інновації, створювати партнерські відносини, які охоплюють сектори, і управляти ризиками.

можуть скористатися цими можливостями. Нерівність зменшується, а не збільшується. Люди мають рівний доступ до відповідних суспільних благ, послуг та інфраструктури, таких як громадський транспорт, освіта, чисте повітря та вода.

– зростання. Економіка виробляє все більше товарів та послуг, щоб забезпечити зростаюче споживання та можливості людей. Циркулярна економічна система передбачає поліпшення всіх громад, у тому числі й особливо бідних. Економічне зростання та трансформація зафіксовані не лише сукупними показниками, такими як ВВП, але мають включати та вимірюватися іншими результатами, що відображають загальне благополуччя.

– стабільність. Особи, спільноти, підприємства та уряди мають достатній ступінь впевненості у своєму майбутньому та підвищенні спроможності прогнозувати результати своїх економічних рішень. Усі вони є досить захищеними, щоб вкладати гроші в своє майбутнє. Економічні системи все стійкіші до потрясінь та напруг, особливо до перебоїв з непропорційним впливом на бідні чи вразливі громади.

– сталий розвиток. Економічне та соціальне багатство поступово зберігається, таким чином підтримуючи добробут між поколіннями. Економічне та соціальне багатство – це соціальна цінність усього комплексу активів, які сприяють добробуту людей, включаючи виробничі, фінансові, людські, соціальні ефекти та природний капітал. У разі природного капіталу людина зобов'язана зберегти або відновити таку екосистему, що сприяє загальному добробуту. Таким чином, прийняття рішень має включати довгострокові витрати та вигоди, а не лише короткострокові прибутки від використання повною мірою всіх доступних активів [7].

В описі концепції інклюзивної та циркулярної економіки неодмінно варто виокремити поняття нерівності. Адже збільшення нерівності є серйозною загрозою для сталого економічного зростання. Проте актуальність поняття «справедливість» для економіки є

доволі суперечливою. Протягом останнього десятиліття дослідження вчених, аналітичних центрів, Міжнародного валютного фонду та інших фінансових інститутів, таких як Standard and Poor's, показують, що нерівність фактично гальмує зростання (AG Berg & Ostry, 2011; Eberts, Erickcek & Kleinhenz, 2006; Irwin, 2014). Отже, як змінилося це уявлення і яким був шлях до цього? У 1955 році економіст Саймон Кузнец розвивав ідею про те, що певний рівень нерівності, принаймні спочатку, необхідний для економічного зростання. Використовуючи те, що ми зараз називаємо «кривою Кузнеця», яка вказує на нерівність, пов'язану з етапами економічного розвитку, він теоретизував, що на ранніх стадіях розвитку як дохід на душу населення, так і нерівність доходів зростають, оскільки певні сектори економіки та населення виграють від нових форм економічного зростання. Проте в певний момент нерівність зменшується, оскільки переваги цього економічного злету поширюються. З цього Кузнец та багато інших дійшли висновку, що початкова нерівність є як природним побічним продуктом росту, так і необхідним фактором, що стимулює зростання.

Протягом десятиліть ця компромісна теорія вважалася звичайною. Починаючи з останніх декількох десятиліть дослідники кинули виклик ідеї кривої Кузнеця як теоретично, так і емпірично, причому деякі відзначають майже повну відсутність доказів для підтримки ідеї кривої Кузнеця (Пікетті, 2014). Як пояснює Канбур (2000) у своєму огляді післявоєнної літератури про розподіл та розвиток доходу, велика кількість емпіричних оцінок, що перевіряють зв'язок між розподілом доходу та рівнем доходу, не підтверджує гіпотезу Кузнеця. Фактично в післявоєнну епоху дослідники встановили, що в багатьох країнах, що розвиваються, зростаюча нерівність та бідність справді супроводжували зростання, але передбачуваний «перелом» ніколи не приходив. Окрім того, в огляді літератури Рафаеля Раньєрі та Ракеля Альмейда Рамоса висвітлюються факти, що свідчать про розвиток ситуації в Гонконгу, Сінга-

пурі, Південній Кореї та Тайвані в 1970-х, 80-х та 90-х роках, викриваючи ідею про те, що суспільство має пожертвувати справедливістю для зростання, а також ідею про те, що багатство природним чином «перетікає» від багатих до бідних під час посилення економічного розвитку (Ranieri & Almeida Ramos, 2013). З критики компромісів і теорії виокремлюються два пов'язаних між собою підходи:

- залучення бідного населення як партнера із забезпечення росту та досягнення добробуту («підняття» з бідності);

- інклюзивний ріст.

Зростання перспектив для бідних людей свідчить про те, що зростання одноосібно не принесе користі бідним, тому стратегії зростання росту мають бути свідомо зосереджені на скороченні бідності.

Така перспектива виникла як реакція на досвід макроекономічної структурної перебудови 1980-х і 1990-х років у країнах, що розвиваються. Для відновлення фіскального балансу та економічної ефективності (а також забезпечення погашення боргів перед міжнародними фінансистами) збиток від розподілу був просто надмірним, щоб ігнорувати його, та привів до розгляду нової політики соціального забезпечення та більш справедливих стратегій зростання (Williamson, 1990, 2003).

Друге визначення, яке очолюють такі дослідники, як Kakwani та Pernia, стверджує, що зростання є поганим, якщо доходи бідних зростають швидше, ніж багатих, – це означає, що відносна нерівність доходів знижується (Kakwani & Pernia, 2000). Для того щоб це довести, Kakwani та Pernia розробили індекс про-бідних верств населення, який описує розподіл переваг росту серед багатих, бідних та «невидимих» (за межею бідності), хоча це не впливає на рівень фактичного зростання [8; 9].

Окрім оцінки зростання бідності серед бідних верств населення, з'явився другий напрям дослідження, який зосереджений на інклюзивному зростанні. Є багато подібностей між бідним та інклюзивним зростанням (Ali & Son, 2007), і вперше використання терміна «включно» (інклюзивно) стосовно

зростання відбувається в описі розробок серед бідних та серед неповнолітніх у дослідженнях Kakwani та Pernia (2000). Інклюзивне зростання виходить за межі зростання серед бідних верств у кількох напрямках.

По-перше, воно виходить за межі простого виміру зростання, щоб стверджувати, що нерівність є поганою для таких речей, як політична стабільність та соціальна єдність; це свідчить про те, що увага повинна зосереджуватися не лише на умовах бідних, а й на відносних умовах як бідних, так і кращих секторів суспільства (Aoyagi & Ganelli, 2015).

По-друге, всі члени суспільства повинні мати можливість сприяти економічному зростанню та користуватися перевагами (Lanchovichina & Lundstrom, 2009). Це відхід від зростання бідного населення, який зосереджується саме на вигодах для бідних, аналізує прогрес у подоланні інших факторів, що перебувають у невідгданому становищі, таких як раса, стать та регіон (Klasen, 2010).

По-третє, принаймні деякі варіанти інклюзивного зростання розглядаються і як процес, і як результат (де Мелло та Дюц, 2012). З одного боку, це відкриває сферу розгляду згаданих вище політичних та соціальних аспектів. З іншого боку, це робить вимірювання більш складним: серед бідних людей можна просто підраховувати прибутки, але в перспективі інклюзивного зростання ці прибутки досягаються за допомогою чи авторитарного диктату, чи демократичного розподілу.

Для тих авторів, які вивчають інклюзивний ріст за результатом, основний акцент робиться на тій концепції, згідно з якою зростання має бути корисним для всіх членів суспільства. Це, як правило, відображається зниженням нерівності в доходах, але може також охоплювати неприбуткові заходи щодо добробуту для груп з обмеженими можливостями, такі як рівень освіти та доступ до медичних послуг (Thorat & Dubey, 2013).

Особливо цікава методика для вимірювання інклюзивного зростання за такими типами структур полягала в розробленні ідеї функціонування соціальних можливостей,

яка вимірює розподіл можливостей населення, приділяючи особливу увагу освітнім та медичним можливостям (Ali & Son, 2007) Загалом визначення інклюзивного зростання, що виходить із структур, орієнтованих на процес, є більше всеохоплюючим, ніж ті, які зосереджені на кінцевих результатах. На думку дослідників, акцент на участі та внеску всіх груп набуває різних форм. Наприклад, Lanchovichina та Lundstrom (2009) також включають можливості для інвестування, а Klasen (2010) більше зосереджується на освіті, здоров'ї, харчуванні та соціальній інтеграції.

Фонд Рокфеллера визначає інклюзивну економіку як таку, що «розширює можливості для спільного процвітання, особливо для тих, хто стоїть перед великими перешкодами на шляху до їх благополуччя». Система інклюзивної економіки, безумовно, спирається на ідеї росту в інтересах бідного населення, але вона також поширюється на інші сфери, такі як феміністична економіка, екологічна економіка, політична економія та теорія соціального добробуту й економічного розвитку, в яких підкреслюються аспекти економік, які погано зафіксовані у традиційних показниках економічного прогресу. Варто також зазначити, що є критика валового внутрішнього продукту (ВВП) як показника прогресу (Варинг, 1990), оскільки в ньому відсутня оцінка незабезпеченої праці жінок та навколишнього середовища, а отже, це приводить до непередбачених та страшних наслідків з погляду погіршення екологічної ситуації. Ці перспективи були реалізовані у вигляді Індикатора справжнього прогресу, який був розроблений на початку 90-х років Кліффордом Коббом, Тедом Хальсідом та Джонатаном Роу щодо переосмислення прогресу в Сан-Франциско (Cobb, Halstead & Rowe, 1995). Вони розробили емпіричний метод для коригування валового внутрішнього продукту для обліку вартості (і втрати вартості) неоплаченої праці та віднімання витрат на знищення навколишнього середовища та споживання невідновлюваних ресурсів.

Впливовим внеском у базу знань про соціальне благополуччя та економічний розвиток

є підхід Amartya Sen's Capability. Спочатку в 1980-х роках підґрунтям теорії здібностей було покладено шлях ціліснішому погляду на економічний розвиток. Основний посыл зосереджувався на моральному значенні здатності людини жити в добробуті шляхом досягнення комбінації бажаних функцій, що може також мати важливе значення для формування участі в суспільстві та в безпеці (Сен, 1992). Сен стверджував про принципове значення «свободи вибору» серед доступних вчинків і, отже, «свободи просування цілей» (Сен, 1988, Хі, 1992 р.). Є два відомі показники добробуту: індекс людського розвитку та багатовимірний індекс бідності. Обидва індекси намагаються відійти від традиційних грошових показників благополуччя шляхом інтеграції важливих міркувань соціального та людського розвитку. Вони відображають загальну картину економічного розвитку, використовуючи відомі показники щодо здоров'я, освіти та якості життя людини.

Намагаючись зрозуміти еволюцію теорії розвитку, особливо стосовно подолання нерівності, можна дійти висновку, що концепція росту бідного населення привела до інклюзивного зростання, що, в свою чергу, привело до інклюзивної економіки. Але концептуальна еволюція не настільки лінійна. Більше того, коли йдеться про інклюзивну економіку, виявлено мало досліджень, які фактично використовують цей термін, а ті, що використовують, не настільки всеосяжні, як концепція, розроблена Фондом Рокфеллера. Завдяки чіткому та всебічному визначенню інклюзивної економіки Фонд Рокфеллера допомагає просувати концептуальні межі для розуміння інклюзії та економіки [8].

Можливо, одним із найяскравіших прикладів ініціативи з явною теорією змін, побудованою в межах індикаторної інфраструктури економіки, є робота Азійського банку розвитку. У своїй ініціативі «Структура інклюзивних показників зростання 2014 року: основні показники для Азії та Тихого океану» вона зосереджується лише на двох простих вимірах: скорочення бідності та нерівності, обидва з яких оцінюються за допомогою

грошових та немонетарних показників. Для досягнення цих результатів вони зосереджуються на показниках, що складаються з трьох основних напрямів: економічного зростання, соціальної інтеграції та мереж соціальної безпеки, що підкріплені показниками, які визначають основи ефективного управління та ефективних інституцій.

Висновки. Парадигма циркулярної економіки – це виробнича модель, спрямована на підтримку сталого економічного розвитку без шкоди для навколишнього середовища. Тобто це підвищення загальної ефективності, а не зменшення неефективності. Циркулярні економіки описуються як відновлювальні, регенеративні та цілісні. Цілісна циркулярна економіка в умовах реалізації цілей сталого розвитку стає інклюзивною і забезпечує доступ кожного до переваг такого розвитку. Сталість, екологічні та соціальні можливості є стимулом для впровадження позитивних результатів Industry 4.0.

Базовою ідеєю інклюзивної циркулярної економіки є шанобливе використання як матеріальних, так і людських ресурсів. В умовах всеохоплюючої циркулярної економіки зростання повинно здійснюватися на основі людського капіталу замість видобутку природних ресурсів.

Глобальна інклюзивна циркулярна економіка є низьковуглецевою, ефективною і чистою у виробництві, а також включає споживання та результати, базовані на обміні, циркулярності, співпраці, солідарності, стійкості, можливостях та взаємозалежності, диверсифікуючи вибір для національних еко-

номік, використовуючи цільову та відповідну фіскальну і соціальну політику, підтримуючи сильні інституції, спеціально спрямовані на захист соціальних та екологічних основ, що і розширює шляхи сталого екологічного розвитку в умовах концепції циркулярності та інклюзивності.

Досліджено, що Рокфеллер Фонд запропонував п'ять базових характеристик інклюзивної економіки – це участь, власний капітал, зростання, стабільність, сталий розвиток. Акцентовано увагу на ролі поняття «нерівність» у розвитку ідеї інклюзивної та циркулярної економіки і при цьому вказано, що нерівність є природним побічним продуктом росту і паралельно необхідним фактором, що стимулює зростання.

Проаналізовано дискусію теорії Кузнеця, у процесі якої виокремлено поняття залучення бідного населення як партнера із забезпечення росту та досягнення добробуту («підняття» з бідності) й інклюзивного росту.

Наголошено, що Фонд Рокфеллера визначає інклюзивну економіку як таку, що «розширює можливості для спільного процвітання, особливо для тих, хто стоїть перед великими перешкодами на шляху до благополуччя».

Зазначено, що інклюзивна економіка базується на ідеї росту в інтересах бідного населення, але вона також поширюється на інші сфери, такі як феміністична економіка, екологічна економіка, політична економія та теорії соціального добробуту, в яких підкреслюються аспекти економік, що погано зафіксовані у традиційних показниках економічного прогресу.

Список використаних джерел:

1. Alexandre Gobbo Fernandes. A Social Inclusive Circular Economy, is it possible? 2018. URL: <https://www.cep-americas.com/single-post/2018/08/26/A-Social-Inclusive-Circular-Economy-is-it-possible>.
2. Xin Tong, Tao Wang, Yanguang Chen, Yutao Wang. Towards an inclusive circular economy: Quantifying the spatial flows of e-waste through the informal sector in China, 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/321189270_Towards_an_inclusive_circular_economy_Quantifying_the_spatial_flows_of_e-waste_through_the_informal_sector_in_China.
3. Mark Matthews. A true circular economy needs to be inclusive, 2018. URL: <http://businessfordevelopment.org/circular-economy-needs-to-be-inclusive/>.
4. What is an “Inclusive Green Economy”? URL: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy/why-does-green-economy-matter/what-inclusive-green-economy>.

5. Fit 4 Circularity, URL: <https://www.luxinnovation.lu/innovate-in-luxembourg/performance-programmes/fit-4-circularity/>.
6. Emily Garr Pacetti. The Five Characteristics of an Inclusive Economy: Getting Beyond the Equity-Growth Dichotomy, 2016. URL: <https://www.rockefellerfoundation.org/blog/five-characteristics-inclusive-economy-getting-beyond-equity-growth-dichotomy/>.
7. Chris Benner, Manuel Pastor. Inclusive Economies Indicators Full Report, 2016. URL: <https://www.rockefellerfoundation.org/report/inclusive-economies-indicators-full-report/>.
8. Цапко-Піддубна О. І. Принцип інклюзивності у сучасних концепціях економічного зростання, 2018. URL: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2018-3_0-pages-29_36.pdf.
9. Nanak Kakwani, Hyun H. Son. Pro-poor Growth: Concepts and Measurement with Country Case Studies. The Pakistan Development Review. 42:4, Part I 2003. URL: <http://www.pide.org.pk/pdf/PDR/203/Volume4/417-444.pdf>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-3>
УДК 338.48

Борблік К.Е.

аспірант кафедри міжнародної
економіки та туризму,
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ГЕНЕЗИС ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Удосконалення понятійно-категоріального апарату сталого розвитку ринку туристичних послуг України є важливою умовою усунення нерозуміння законів економічної теорії та практики в цій галузі. На основі теоретичного вивчення вітчизняними вченими, практиками їх змісту запропоновано розуміння низки соціально-економічних категорій як елементів понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Сталий розвиток ринку туристичних послуг дасть змогу трактувати його як процес переходу системи на якісно новий рівень її розвитку зі збереженням системних характеристик під дією зовнішніх впливів.

Ключові слова: розвиток, стійкість, сталий розвиток, сталий розвиток ринку туристичних послуг, туристична послуга.

Совершенствование понятийно-категориального аппарата устойчивого развития рынка туристических услуг Украины является важным условием устранения недопонимания законов экономической теории и практики в этой области. На основе теоретического изучения отечественными учеными, практиками их содержания предложено понимание ряда социально-экономических категорий как элементов понятийно-категориального аппарата исследования устойчивого развития рынка туристических услуг Украины. Устойчивое развитие рынка туристических услуг позволит трактовать его как процесс перехода системы на качественно новый уровень ее развития с сохранением системных характеристик под действием внешних воздействий.

Ключевые слова: развитие, устойчивость, устойчивое развитие, устойчивое развитие рынка туристических услуг, туристическая услуга.

Borblik Karyna. GENEZIS CONCEPT OF CATEGORIAL APPARATUS STUDY ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TOURIST SERVICES OF UKRAINE

Improving the conceptually categorial apparatus for the sustainable development of the tourist services market in Ukraine is an important condition for eliminating misunderstanding of the laws of economic theory and practice in this area. Until recently, the priority of the development of the tourist services market in Ukraine was traditionally considered a secondary trend compared with the metallurgical industry, agriculture and other manufacturing sectors. At the same time, this position does not correspond to global trends. It is necessary for identifying strategic priorities for the development of the tourism services market in Ukraine, which will be the first step towards increasing their competitiveness in world markets. Based on a theoretical study of domestic scientists, they propose the practice of their content, understanding of a number of socio-economic categories as elements of the conceptually categorial apparatus for studying the sustainable development of the tourist services market in Ukraine. The indirect contribution of tourism to the economy is almost equal to the direct. Revenues from tourism services stimulate the development of such sectors of the economy as construction,

transport, trade, agriculture, production of consumer goods, communications, etc. Until now, the system of scientific research on the problems of the development strategy of the tourism services market has economic and socio-cultural aspects – not paid due attention. Tourism activities are associated with all areas of society, and most importantly – with the material and spiritual, which are the real areas of tourism and its infrastructure and are closely related to its very nature and nature. Sustainable development of the tourism market will allow us to see ourselves as the process of transition of the system to a qualitatively new level of its development, while maintaining the characteristics of the system under the influence of external influences.

Key words: *development, stability, sustainable development, sustainable development of the market of tourist services, tourist service.*

Постановка проблеми. Багатоваріантність економічних знань породжує розмаїття відповідних теорій, кожна з яких має внутрішню систему понять, змістовно пов'язаних між собою. Теорія сталого розвитку ринку туристичних послуг України не стала винятком. Формування методологічних підходів до його вивчення повинно базуватися на використанні генезису понятійно-категоріального апарату, що забезпечує неспотворений зміст знання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Понятійно-категоріальний апарат дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України знайшов своє відображення в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Так, Н.І. Ведмідь приділив досить уваги змістовному боку понять «стійкість» [1, с. 535]; Т.В. Гринько та О.П. Крупський – змісту «сталого розвитку» [2, с. 145–154]. Провідний внесок у дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг внесли вітчизняні вчені, такі як С.В. Захарін [3, с. 297–303], Ф. Каплан [4, с. 33–42], М.В. Субота, Т.І. Ткаченко, Ч. Гольднер, Г. Долженко, А. Дурович, В. Карп. Проте здебільшого під час вивчення питань планування та організації сталого розвитку ринку туристичних послуг увага дослідників зосереджується на розгляді тільки окремих аспектів цього складного явища та не охоплює повною мірою всього цілісного комплексу проблем формування дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Метою статті є необхідність поглиблення наукового обґрунтування теоретико-методологічних засад оцінювання перспектив розвитку ринку туристичних послуг України в

аспекті активізації економічного розвитку як складника національного господарства та актуальності і значущості проблеми ефективності використання туристичних можливостей України.

Все вищезгадане зумовлює актуальність формування генезису понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що є метою цієї роботи.

Виклад основного матеріалу. Напівфункціональність туризму і його тісний взаємозв'язок з іншими секторами економіки приводить до того, що дослідження генезису понятійно-категоріального апарату сталого розвитку ринку туристичних послуг відбувається з використанням різних підходів та методик. Це, з одного боку, дає змогу краще вивчити умови, причини, рушійні сили, механізми і закономірності функціонування туризму, а з іншого – ускладнює відображення загальних тенденцій та змісту туристичного ринку на ґрунтовній теоретичній основі. Туристичний ринок – це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких прямо чи опосередковано задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів. Перспективним у подальшому дослідженні цієї тематики є поглиблене вивчення понятійно-категоріального апарату, що утворюється на межі суміжних галузей.

В Україні є ресурси для розвитку туризму, проте кожен регіон має свою туристичну специфіку, а також відводить цьому неоднакову роль у державних програмах свого розвитку. Сьогодні в Україні можна спостерігати проблеми в діяльності ринку туристичних

послуг. Це результат недосконалого макросередовища, що зумовлює необхідність пошуку ефективних важелів регулювання туристичної діяльності. Основу формування понятійно-категоріального апарату, що лежить в основі проведення досліджень у галузі сталого розвитку ринку туристичних послуг, становить сукупність основних категорій – «стійкість». Сстійкість – здатність економічної системи, яка потрапила під несприятливі відхилення за межі її допустимих значень, повернутися в стан рівноваги за рахунок власних ресурсів, позикових, перепрофілювання виробництва та ін. [1, с. 535]. Поняття «туристичні ресурси» значно ширше та розповсюджується на економічні, фінансові, трудові, соціальні, інфраструктурні ресурси загалом, які можна використовувати для організації туристичного господарства. Ці два поняття слід розглядати як взаємодоповнюючі або взаємозамінні. Отож, чимало науковців, не бажаючи займатися розподілом категорій «туристичні ресурси» та «рекреаційні ресурси», широко використовують поняття «туристично-рекреаційні ресурси» як сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, необхідних для формування туристичного продукту. Базовим посиленням під час вивчення категорії «туристичні ресурси» можна вважати твердження, згідно з яким це «природні, історичні та соціально-культурні фактори, що охоплюють об'єкти демонстрації та вивчення, а також інші об'єкти, що здатні задовольняти духовні потреби людей, сприяти відновленню та примноженню їхніх фізичних та духовних потреб». Туристичні ресурси розглядаються як частина природного та антропогенного середовища. Це окремі об'єкти та явища, що задіяні людиною у сферу туризму, формуючи мотив, стимул для мандрівництва та відпочинку.

«Сталий розвиток» – це керований процес коволюційного розвитку природи і суспільства, мета якого – забезпечити здорове, продуктивне життя в гармонії з природою нинішнім і майбутнім поколінням на основі збалансованого розвитку економічних сис-

тем, з урахуванням охорони культурної і природної спадщини і похідних від основних. Сталий розвиток – це розвиток в умовах забезпечення економічного зростання, безпеки і якості життя, довгострокового відтворення економіки, соціального розвитку, впровадження інновацій та досягнення екологічного балансу [2, с. 145–154]. «Туристична послуга» – це комплекс дій суб'єктів туристичної галузі, які мають на меті задовольнити потреби споживача (туриста) [3, с. 297–303]. Проте, на мою думку, варто врахувати специфічність туристичної послуги, а саме: нематеріальність, одночасність, проблеми стандартизації і вимірювання якості, перехідність та вичерпність. Туристичні послуги, як і будь-які інші послуги, нематеріальні, невідчутні. Цим вони відрізняються від товарів та інших матеріальних благ. Невідчутність туристичних послуг – дуже важлива властивість. Корисний ефект туристичного сервісу може бути охарактеризований суб'єктивним сприйняттям його споживачами. Невідчутність цього ефекту і його невіддільність від процесу виробництва ускладнюють не тільки його споживання, що відбувається безпосередньо на місці перебування туристично-рекреаційних ресурсів. Невідчутність створює такі умови, коли невизначеність корисного ефекту туристичних послуг поєднана з особливим ризиком споживчого вибору. Потенційний турист має можливість лише непрямой оцінки споживчих властивостей послуг, що здобуваються, використовуючи для цього суспільну думку, рекламу, фірмовий знак тощо.

Нерозривність виробництва і споживання послуги – головна особливість, що робить послуги дійсно послугами і відрізняє їх від товарів. Надати послугу можна тільки тоді, коли поступає замовлення або з'являється клієнт. З цього погляду виробництво і споживання послуг невід'ємні. Невідчутність, нематеріальність туристичних послуг накладає своєрідний відбиток не тільки на споживання, а й на виробництво. Послуга в найбільш загальному розумінні – це діяльність (чи процес) невлвовимого характеру, зміст якої полягає в тому, що одна сторона (поста-

чальник) може запропонувати іншій стороні (споживачеві) або надає за його замовленням з метою одержання визначеної вигоди. При цьому туристична діяльність не розділяє виробництво, реалізацію, споживання послуг ні в часі, ні в просторі.

Отже, виробництво, реалізація, споживання туристичних послуг відбувається одночасно, не виділяючись у самостійні стадії. За нерозривності виробництва і споживання послуг ступінь контакту між продавцем і клієнтом може бути різним. Але багато видів послуг вимагають тісного прямого контакту продавця з покупцем. Невіддільність виробництва від споживання послуг зумовлює зміну ролі покупця і продавця у процесі відтворення. Клієнт не просто споживає послугу, але підключається до її виробництва і доставки. Участь покупця на всіх фазах відтворювального процесу у сфері обслуговування означає, що постачальник повинен піклуватися про те, що і як проводити. Поведінка продавця у присутності покупця визначає вірогідність повторення послуги. Нерозривність процесу виробництва та споживання являє собою саме той фактор, який дійсно відрізняє послуги від товару в матеріальній формі. «Сталий розвиток ринку туристичних послуг – це такий розвиток, що дає змогу задовольнити потреби туристів у теперішньому часі, враховуючи інтереси туристської дестинації щодо забезпечення цієї можливості у майбутньому», а також «директива й управління діяльністю, під яку підпадають усі форми туризму за всіма видами дестинацій, включаючи масовий туризм і різні ніші туристичного сегменту» [4, с. 33–42]. Основним завданням сталого розвитку туристичної галузі можна вважати задоволення найважливіших потреб і прагнень у житті людини. При цьому в цій ситуації передбачається управління всіма видами ресурсів таким чином, щоб соціальні, естетичні та економічні потреби задовольнялися в комплексі з підтримкою культурних та екологічних цінностей, без шкідливого впливу на місцеве біологічне розмаїття та системи його життєзабезпечення.

У проекті «Стратегії стійкого розвитку туризму й курортів України» сказано, що «подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для стійкого розвитку туризму повинне стати одним із пріоритетних напрямів забезпечення стійкого розвитку країни» [5]. Усе це обґрунтовує необхідність розроблення концепції сталого розвитку туризму в регіонах України, головною метою якої має стати забезпечення постійного розвитку туристичної галузі з метою повного задоволення потреб туристів та підвищення ефективності соціально-економічного розвитку регіону на основі ефективного управління всіма елементами туристичної галузі та її інфраструктури.

Сталий розвиток ринку туристичних послуг здатен не лише задовольнити потреби туристів та економічні інтереси туристичного регіону, але й забезпечити збереження та відновлення екологічного стану навколишнього середовища, збереження культурної та національної самобутності населення регіону.

Необхідно врахувати, що всі послуги туристам у межах конкретної дестинації надають конкретні приватні особи або підприємства. Ці послуги можуть надаватися туристу як самостійно, тобто бути незалежними від провідних туристичних компаній (операторів) і великих готелів (готельних комплексів), або на умовах договору обслуговувати клієнтів подібних підприємств.

– туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких винятковою діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

– туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють

посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

У законодавстві деяких інших країн СНД (Азербайджан (Закон Азербайджанской Республики «О туризме»), Російська Федерація (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»), Республіка Молдова (Закон Республики Молдова «О туризме») відсутнє трактування поняття туристичного підприємства. Так, у законодавстві Російської Федерації зазначається термін «туристична діяльність», під якою розуміється туроператорська і турагентська діяльність, а також інша діяльність щодо організації подорожей [6, с. 556; 7, с. 8–12].

На основі вивчених досліджень на рисунку 1 пропонується узагальнене бачення взаємозв'язку категорій цього дослідження.

На основі узагальнення теоретичних положень ми можемо бачити, що не окремі теорії, а лише їх поєднання найповніше відображає процес формування понятійно-категоріального апарату ринку туристичних послуг України, обсягів міжнародних туристичних потоків, центрів та продуктів, циклічність їх розвитку, чинники та фактори конкурентоспроможності туристичної діяльності. При цьому для роботи в туристичній сфері економіки країни особливої важливості набуває забезпечення конкурентоспроможності в прикордонних регіонах у формі сталого розвитку туристичного ринку як виду туризму, відмінного за мотивацією, тривалістю та локалізацією здійснення. Компаративний аналіз теорій конкурентних переваг туристичного орієнтуру доводить вищий рівень конкурентоспроможності туристичного ринку, оскільки бар'єри здійснення подорожей у межах прикордонних регіонів сусідніх країн є меншими, ніж на подорожі до інших країн, через меншу економічну (витрати часу та коштів) та культурну (історична та культурна подібність) дистанцію, відносно зручне транспортне

сполучення, а також недостатньо виражений фактор сезонності. Поняття стійкого розвитку туристичного ринку розуміється як сукупність суб'єктів туристичної діяльності, суміжних галузей, споживачів, об'єктів інфраструктури, органів управління та відносин між ними в межах, що використовуються громадянами сусідніх та інших країн для задоволення потреб у відпочинку, подорожах, рекреації.

Виявлені домінуючі системно-структурні характеристики сталого розвитку включають не лише конкурентні переваги ринку туристичних послуг, але й перешкоди їх зміцнення в процесі туристичного співробітництва. До них належать нескоординованість генеральних цілей розвитку туризму в регіональних підсистемах національних економік сусідніх країн, відмінності в інституціональному, особливо організаційно-правовому, інформаційному, фінансовому, кадровому та інфраструктурному забезпеченні туристичної діяльності. Загалом ці характеристики, доповнені індикаторами політичної та фінансової нестабільності, стану довілля та рівня безпеки туристів, становлять сукупність системних ризиків туристичного співробітництва транскордонного регіону, більша частина з яких є нечітко вимірюваними [8, с. 463].

Узагальнення теоретико-методологічних підходів до оцінки понятійно-категоріального апарату на різних рівнях ієрархії управління доводить, що обґрунтування пріоритетів туристичної роботи країни загалом потребує комплексної системи оцінки на основі дотримання ієрархічного, просторово-секторального і функціонального принципів та застосування взаємопов'язаних методичних підходів у послідовності – підготовчого, аналітичного та прогнозно-результуючого етапів [9].

Висновки. З огляду на все вищевикладене, сталий розвиток ринку туристичних послуг може розумітися як процес переходу на новий рівень розвитку зі збереженням системних характеристик існування і функціонування під впливом зовнішніх факторів.

Таким чином, провівши попередній теоретичний аналіз поглядів науковців у сфері

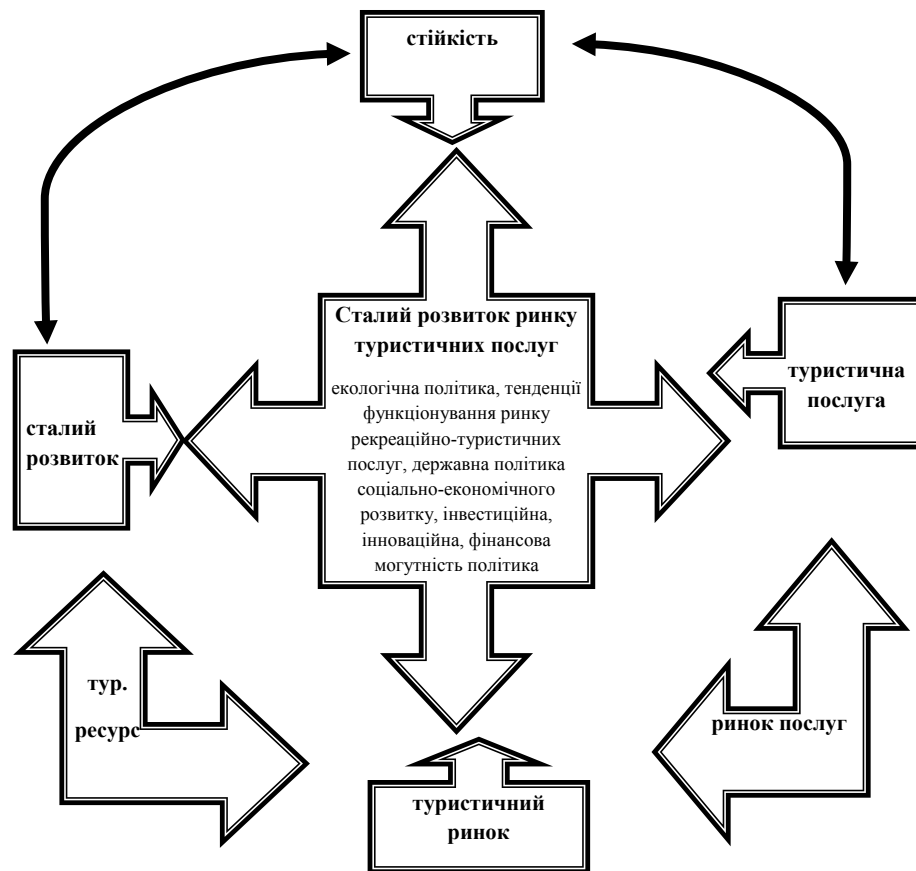


Рис. 1. Взаємозв'язок категорій дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг

туризму та нормативно-правової бази, що регулює туристичну діяльність, можна констатувати недосконалість законодавчої бази, що регулює туристичну галузь; відсутність солідарності науковців щодо складових елементів дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг. Це пояснюється ефектом складності та поліфункціональності явища туризму та створює основу для подальших спроб уніфікувати категорію «стійкість». Основу цих важелів становлять законодавчі акти, що вносять ясність у діяльність підприємств туристичної галузі. Нині можна констатувати відсутність чіткого та лаконічного понятійно-категорійного апарату туризму в Україні.

Формування понятійно-категоріального апарату сталого розвитку ринку туристичних послуг України є важливою умовою проведення досліджень у цій сфері, усунення нерозуміння законів економічної теорії і практики. В українському законодавстві, що регулює туристичну сферу, варто провести зміни насамперед у понятійно-категорійному апараті шляхом введення лаконічних термінів.

Результати теоретичних досліджень дають змогу відмітити деяку недосконалість наведеного в літературі понятійно-категоріального апарату, що зумовлює необхідність його подальшого вивчення та вдосконалення.

Список використаних джерел:

1. Ведмідь Н.І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління: монографія / Н.І. Ведмідь; Київський національний торговельно-економічний університет. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2013. 535 с.
2. Гринько Т.В., Крупський О.П. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств / Т.В. Гринько, О.П. Крупський // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 1. С. 145–154.
3. Захарін С.В. Сталій розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України / С.В. Захарін, В.П. Соболев, Ю.В. Мельник // Економічний вісник університету. 2013. № 20/3. С. 297–303.
4. Каплан Ф. Аналіз залежностей між прибутками від туризму та економічним зростанням на прикладі окремих середземноморських країн / Ф.Каплан, А.Акташ // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 3. С. 33–42.
5. Розвиток туризму в Україні. URL: https://pidruchniki.com/1806020343752/turizm/rozvitok_turizmu_ukrayini.
6. Статистичний щорічник України за 2013 рік [статистичне видання]. К.: Держстат, 2014. 556 с.
7. Субота М.В. Державна підтримка інновацій у курортній справі / М.В.Субота // Проблеми науки. 2013. № 2. С. 8–12.
8. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу [монографія] К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с.
9. Туризм в Україні: проблеми, перспективи розвитку. URL: <https://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/36-turizmmukrproblemi.html>.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-4>
УДК 351

Вороніна Ю.Є.

кандидат наук з державного управління,
Таврійський державний агротехнологічний
університет

КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті проаналізовано апарат публічного управління. Визначено шляхи його розвитку та вдосконалення для підвищення якості надання публічних послуг, а також ефективного регулювання питань суспільного значення. Сучасний стан державного управління потребує вдосконалення та розвитку у напрямі вирішення суспільних проблем та налагодження комунікативних зв'язків із громадськістю для створення зворотного спілкування. Під час розроблення державної політики необхідно враховувати потреби суспільства та створити систему першочергових завдань для нагального вирішення. Підвищення ефективності залучення громадян до процесів державного управління потребує насамперед розвитку організаційної та політичної культури в регіонах держави. У процесі дослідження було виявлено комплекс проблем, пов'язаних із розвитком і вдосконаленням апарату державного управління, а також знайдене підґрунтя для подальших досліджень у створенні комплексної ефективної системи державного управління із застосуванням методики громадської комунікації, соціального проектування, механізмів модернізації апарату державної служби в межах напрямку європейської інтеграції. Визначено критерії ефективності державного управління та соціальну спрямованість його подальшого розвитку й удосконалення.

Ключові слова: державне управління, управлінський апарат, удосконалення, розвиток.

В статье проанализирован аппарат публичного управления. Определены пути его развития и совершенствования для повышения качества предоставления публичных услуг, а также эффективного регулирования вопросов общественного значения. Современное состояние государственного управления нуждается в совершенствовании и развитии в направлении решения общественных проблем и налаживания коммуникативных связей с общественностью для создания обратного общения. При разработке государственной политики необходимо учитывать потребности общества и создать систему первоочередных заданий для неотложного решения. Повышение эффективности привлечения граждан до процессов государственного управления нуждается прежде всего развития организационной и политической культуры в регионах государства. В процессе исследования был выявлен комплекс связанных проблем с развитием и усовершенствованием аппарата государственного управления, а также найденная почва для дальнейших исследований в создании комплексной эффективной системы державного управления с применением методики общественного развития и совершенствования для повышения качества предоставления публичных услуг, а также эффективного регулирования вопросов общественного значения. Современное состояние государственного управления нуждается совершенствования и развития в направлении решения общественных проблем и налаживания коммуникативных

Ключевые слова: государственное управление, аппарат управления, усовершенствование, развитие.

Voronina Iulua. COMMUNICATIVE POLITICS IN THE SYSTEM OF PUBLIC MANAGEMENT

The vehicle of public management is analysed in the article. The ways of his development and perfection are certain for upgrading of grant of public services, and also effective adjusting of questions of community sense. The modern state of state administration needs perfection and development direction of decision of public problems and adjusting of communicative public relations for creation of reverse communication. At development of public policy it is necessary to take into account the necessities of society and create the system of near-term tasks for an urgent decision. The increase of efficiency of bringing in of citizens to the processes of state administration needs foremost development of organizational and political culture regions of the state. In the process of research the complex of the constrained problems was educed with development and improvement of vehicle of state administration, and also the found soil for further researches in creation of the complex effective system of management with application of methodology of public communication, social planning, mechanisms of modernisation of vehicle of government service within the framework of direction of integration. The criteria of efficiency of state administration and social orientation are certain him further development and improvement. Public politics is the basic constituent of democratic society, able to take into account interests of different community groups in the process of preparation and making decision government bodies. Communicative processes are an instrument in the hands of public politicians. Today public government bodies and political elite play the the communicative field for own the worked out rules, not having state strategy of political communications. Thus, at the terms of permanent democratization of society in a complex with modernisation of the system of government service developed the result of introduction of methodology of the sociocultural planning and the improved vehicle of state administration, that is fully sent to overcoming of near-term problems of society taking into account interests of all layers of population.

Key words: governance, management apparatus, improvement, development.

Вступ. Сучасний стан державного управління потребує вдосконалення та розвитку у напрямку вирішення суспільних проблем та налагодження комунікативних зв'язків з громадянськістю для створення зворотного спілкування. При розробці державної політики необхідно враховувати потреби суспільства та створити систему першочергових завдань для нагального вирішення. Підвищення ефективності залучення громадян до процесів державного управління потребує перш

за все розвитку організаційної та політичної культури в регіонах держави.

Постановка проблеми. Громадяни держави повинні бути залученими до процесів державного управління. Управлінський апарат потребує створення надійного зворотного зв'язку з громадянами. Для підняття ефективності застосування громадської думки в державному управлінні необхідно забезпечити підняття рівня політичної свідомості та культури громадян в регіонах. Отже,

на даний момент є актуальною проблема створення системи спілкування населення з керівництвом держави та розробка чіткої стратегії розвитку державного управління з його подальшим вдосконаленням у напрямку вирішення нагальних суспільних проблем з урахуванням інтересів усіх соціальних груп.

Питання розвитку та вдосконалення державного управління вивчали багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Леонова А., Воронкова В., Кохан А., Пахомова Т., Артеменко А. та багато інших. У роботах авторів розглядається історія державного управління, розвиток ефективного управлінського апарату, механізми державної комунікативної політики, моделі проектної зрілості в органах державної влади, а також соціальне проектування як спосіб взаємодії держави з громадськістю та методи підвищення якості надання публічних послуг, проте питання залучення громадян до процесів державного управління висвітлюються недостатньо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У процесі дослідження було виявлено комплекс пов'язаних проблем із розвитком і удосконаленням апарату державного управління, а також знайдене підґрунтя для подальших досліджень у створенні комплексної ефективної системи державного управління із застосуванням методики громадської комунікації, соціального проектування, механізмів модернізації апарату державної служби в рамках напрямку європейської інтеграції. Визначено критерії ефективності державного управління та соціальну спрямованість його подальшого розвитку й удосконалення.

Мета статті. Головною метою статті є характеристика комунікативної політики як складної системи взаємодій і, на цій основі, обґрунтування сутності та структури механізмів управління комунікаціями в інституціях публічної служби.

Виклад основного матеріалу. В умовах демократизації державного управління та зростання активності самоуправління керіваних об'єктів державно-управлінської системи її ефективність визначається переважно оптимальністю меж втручання держави у функціонування сфер суспільної життєдіяльності [1].

Публічна політика є основним складником демократичного суспільства, здатним враховувати інтереси різних суспільних груп у процесі підготовки та прийняття рішень органами влади. Комунікативні процеси – інструмент у руках публічних політиків. Сьогодні органи публічної влади та політична еліта грають на комунікативному полі за власне розробленими правилами, не маючи державної стратегії політичних комунікацій. Державна комунікативна політика повинна стати підґрунтям нової управлінської філософії, в основу якої буде покладено партнерську взаємодію органів влади й громадськості, зворотний зв'язок між суспільством і владою.

Встановлення зворотного зв'язку з громадськістю, публічного діалогу, партнерських стосунків органів влади та інститутів громадянського суспільства, підвищення ефективності механізму залучення громадськості до розроблення та реалізації державної політики, налагодження системності у здійсненні політичних комунікацій, розробка Закону про державну комунікативну політику – питання першочергової ваги, від яких залежатимуть усі подальші дії влади [3].

Побудова взаємодії суб'єктів державного управління з громадськістю через соціальне проектування ґрунтується на процесі відображення потреб, інтересів, установок суспільства та інноваційних формах організації управлінської діяльності для досягнення цілей держави щодо розвитку культури в регіоні. Доцільність такого підходу аргументуються тим, що процес проектування широко використовується і виступає особливим видом людської діяльності. Він характеризується моделюванням, введенням інновацій, виробленням багатьох методів, засобів і процедур для його реалізації.

Соціокультурне проектування як форма побудови взаємовідносин суб'єктів державного управління з громадськістю дає можливість: орієнтуватися на досягнення соціально вагомих результатів, що тісно корелюють з потребами суспільства; залучати громадян до вирішення їх власних проблем, що забез-

печує формування реально функціонуючого громадянського суспільства; вирішувати гострі соціальні проблеми суспільства; впроваджувати інноваційні форми управління, спрямовані на розв'язання конкретної соціальної проблеми місцевої громади; отримувати оптимальний кінцевий результат, від якого очікується максимальний ефект [2].

Досвід економічного, політичного та соціального розвитку України після проголошення незалежності, методика і результати державно-управлінських реформ показали, що для переходу до стійкого розвитку країни, виходу з кризових ситуацій необхідна модернізація системи державного управління на інноваційній основі оскільки у суспільстві, орієнтованому на інновації, державна служба, щоб відповідати вимогам такого суспільства, має бути по суті інноваційною. Система державної служби має бути: світоглядно орієнтованою, тобто мати під собою вагому теоретичну базу; володіти методами рефлексії, тобто бути здатною аналізувати власні дії, співвідносити їх з минулим і прогнозувати майбутнє, а також корегувати управлінські дії у зв'язку з ситуаціями, що складаються; синергетичною, прогностичною, такою, що враховує те, як вписуються управлінські дії в соціальну реальність у потрібний момент.

Розробці проектів модернізації повинне передувати проведення аналізу наявної та перспективної ситуацій у зовнішньому і внутрішньому середовищі підсистем системи державної служби. Комбінація сучасних методів аналізу, що використовуються в програмах модернізації організаційних структур, включає такі блоки: організаційний аналіз, управлінський аналіз, аналіз і застосування референтних моделей, стратегічний аналіз. Програма модернізації, як правило, спирається на аналіз існуючої структури та функцій. Наприклад, погано, коли функція не закріплена ні за однією організаційною ланкою чи коли ланки мають незбалансоване навантаження за функціями тощо. Істотною вимогою до цього типу аналізу (він називається організаційним) є те, що його ефективність пов'язана з основ-

ними критеріями (індикаторами), які описують організаційні структури, – результатами (продуктами) та послугами, функціями, виконавчими ланками, матрицями відповідності між ними [6].

Проблема ефективності стосується всіх сфер, видів, форм, методів організації життєзабезпечення людини. Найбільшою мірою це властиве управлінню як діяльності, що проводиться людьми, стосовно людей та виключно в інтересах людей. Від рівня ефективності діяльності безпосередньо залежить добробут людини. Врешті-решт, ідеться про ефективність суспільної системи. Суспільству, самій державі необхідні повні й достовірні знання про те, яку користь дають витрати на управління, у чому полягають об'єктивізація управління, глибина і дієвість його впливу на керовані процеси. При аналізі поняття ефективності доцільно використовувати розробки економічної науки, в якій його розглянуто найбільш повно та всебічно. Економічна ефективність – це отримання максимуму можливих благ від наявних ресурсів. Для цього постійно мають зіставлятися блага і витрати, тобто обов'язкова умова ефективності – раціональна поведінка, яка полягає в прагненні до максимального прибутку (результату) за мінімальних витрат [4].

Критерії загальної соціальної ефективності покликані спрямовувати державне управління на потреби і проблеми суспільства та характеризувати управлінський рівень їх вирішення. Вони логічно мають включати не тільки результати суспільного виробництва, а й соціальні наслідки їх споживання, не тільки економічні, а й соціальні, духовно-ідеологічні, психологічні, політичні, історичні, екологічні, демографічні явища, тобто весь спектр явищ, відносин і процесів, необхідних для нормальної життєдіяльності людини.

До критеріїв загальної соціальної ефективності державного управління можна віднести:

– рівень продуктивності праці, співвіднесений зі світовими параметрами за її відповідними видами;

- темпи і масштаби приросту національного багатства;
- рівень життя населення порівняно зі стандартами розвинутих країн;
- впорядкованість, безпеку, сталість та надійність суспільних відносин, їх відтворення з наростаючим позитивним результатом [1].

На сьогоднішній день усе частіше органи державної влади відступають від командно-директивного стилю управління, перетворюючись в надавача послуг. Існує низка причин для такої трансформації і насамперед це – демократизація суспільства в цілому, розвиток місцевого самоврядування, курс на європейську інтеграцію, загальносвітова тенденція до глобалізації, становлення громадянського суспільства, зростання інформаційних потоків та, як наслідок, підвищення рівня правосвідомості та самосвідомості громадян. Усе це обумовлює існування певного тиску на владні інституції, що примушує їх змінювати своє функціонування, оскільки дуже швидко змінюється середовище, в якому діє влада.

Останнім часом усе більше державних організацій України намагаються застосовувати проектний підхід до своєї діяльності і зіштовхуються зі складністю адаптації інструментів проектного менеджменту до українського державного управління сучасного стану та нестачею методологічних розробок проектно-орієнтованого розвитку регіонів. Крім того, існують деякі розбіжності в понятійному апараті. Так, у державному управлінні проект програми – це попередній текст якого-небудь документа; задум або розроблений план спорудження, якого-небудь механізму чи устрою. В управлінні проектами, проект – це одноразовий, унікальний комплекс заздалегідь спланованих взаємозалежних дій, спрямованих на досягнення конкретних результатів при встановленому обмеженні на час та ресурсне забезпечення на основі специфічної організаційної структури. Відмінність проекту від традиційної функціональної діяльності, що багаторазово пов-

торюється протягом досить тривалого часу діяльності організацій на основі серійного виробництва продукції чи послуг, полягає в тому, що проект є одноразовою, унікальною діяльністю, яка завершується після досягнення цілей [5].

Визначення та вивчення механізмів модернізації системи державної служби, виявлення результатів їх дії дозволяє розглядати об'єктивні тенденції в розвитку цієї системи та системи державного управління, знаходити оптимальні співвідношення між компонентами та елементами, між внутрішнім і зовнішнім середовищем, між лінійними і функціональними структурами та враховувати дію законів функціонування і розвитку систем при її реформуванні. Механізми модернізації системи державної служби являють собою сукупність законів, принципів, правил і процедур, які регламентують комунікативні, інноваційні, мотиваційні процеси, процеси управління якістю, організаційних перетворень та управління персоналом, а відтак забезпечують прийняття і реалізацію управлінських рішень щодо функціонування такої системи в період динамічних викликів зовнішнього середовища та подолання кризових явищ.

Висновки. Отже, за умов постійної демократизації суспільства результатом впровадження методики соціокультурного проектування у комплексі з модернізацією системи державної служби є розвинений та удосконалений апарат державного управління, який повністю спрямований на подолання першочергових проблем суспільства з урахуванням інтересів усіх верств населення. При цьому необхідно застосовувати критерії оцінки ефективності роботи державного управління, які повинні включати весь спектр явищ, відносин і процесів, необхідних для нормальної життєдіяльності людини. Важливим чинником успішного розвитку державного управління в Україні є постійне впровадження інновацій і підняття рівня політичної культури громадян через сталі комунікативні процеси.

Список використаних джерел:

1. Воронкова В.Г. Теорія та історія державного управління: навч.-метод. посіб. Запоріжжя: ЗДІА, 2009. 232 с.
2. Драгомирецька Н., Артеменко А. Соціальне проектування як особлива форма побудови взаємодії суб'єктів державного управління з громадськістю: Збірн. наук. пр. НАДУ. К.: НАДУ, 2008. Вип. 2. С. 177–186.
3. Кохан А.І. Державна комунікативна політика – механізм ефективної діяльності інституту публічної влади в Україні: Вісник НАДУ «Держвне управління: теорія та практика». 2011. № 1. С. 2–8.
4. Леонова А. Ефективність державного управління в контексті євроінтеграції України: навч.-метод. посіб. К.: Кондор, 2007. 390 с.
5. Молоканова В. Запровадження моделі проектної зрілості в органах державної влади Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2010. Вип. 1(4). С. 43–50.
6. Пахомова Т.І. Інноваційний розвиток державної служби в контексті підвищення якості надання публічних послуг / Акт. проблеми держ. упр.: зб. наук. пр. О.: ОРІДУ НАДУ, 2010. Вип. 3. С. 247–262.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-5>

УДК 005.511:334.012.61–022.51

Лукашова Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний
університет

**БІЗНЕС-ФАСИЛІТАЦІЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА:
ВИДИ, ТЕНДЕНЦІЇ, СУЧАСНА МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА**

Негативні тенденції розвитку національного малого підприємництва зумовлюють необхідність його фасилітації. У межах дослідження обґрунтовано види фасилітації за сферою застосування. Проведено класифікацію бізнес-фасилітації за участю держави у процесі фасилітації, джерелом походження, ефективністю, метою здійснення, критерієм платності та видами економічної діяльності. З'ясовано, що державна фасилітація національного малого підприємництва реалізується в розрізі окремих видів економічної діяльності з урахуванням стратегічних пріоритетів держави. Дослідження доводить доцільність вивчення та використання прогресивного закордонного досвіду фасилітації малого підприємництва за умови його адаптації до українських реалій.

Ключові слова: фасилітація, бізнес-фасилітація, мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, суб'єкти мікропідприємництва.

Негативные тенденции развития национального малого предпринимательства обуславливают необходимость его фасилитации. В рамках исследования обоснованы виды фасилитации по сфере применения. Проведена классификация бизнес-фасилитации по участию государства в процессе фасилитации, источнику происхождения, эффективности, цели осуществления, критерию платности и видам экономической деятельности. Выяснено, что государственная фасилитация национального малого предпринимательства реализуется в разрезе отдельных видов экономической деятельности с учетом стратегических приоритетов государства. Исследование доказывает целесообразность изучения и ис-

пользования прогрессивного зарубежного опыта фасилитации малого предпринимательства при условии его адаптации к украинским реалиям.

Ключевые слова: фасилитация, бизнес-фасилитация, малое предпринимательство, субъекты малого предпринимательства, субъекты микропредпринимательства.

Lukashova Liudmyla. BUSINESS FACILITATION OF SMALL BUSINESS: TYPES, TRENDS, MODERN INTERNATIONAL PRACTICE.

Negative tendencies of development of national small business cause necessity of its facilitation. The research substantiates types of facilitation by the field of application: economic (business-facilitation), social, managerial, psychological, eco-facilitation, medical, legal, sports, pedagogical, and graphic. Under the business-facilitation of small business, it is proposed to understand the promotion of entrepreneurial activity by providing financial, informational and consulting support to small business entities, stimulating innovation and minimizing economic risks. During the study the classification of business-facilitation with the participation of the state in the process of facilitation, source of origin, efficiency, purpose of implementation, criterion of payment and types of economic activity was conducted. Particular attention is paid to such types of economic facilitation as trade facilitation and facilitation of e-business and data collection. It was clarified that the state facilitation of the national small business is implemented in the context of certain types of economic activity taking into account the strategic priorities of the state. The state facilitation of small business and infrastructure of small business support in Ukraine includes financial, informational and consulting support, including support in the field of innovation, science and industrial production, support for small businesses engaged in export activities, support in the field training, retraining and advanced training of managerial personnel and personnel for doing business. According to the results of the conducted research, the vast majority of state facilitation programs, in particular financial support of small businesses, cover the following types of economic activity: agriculture, forestry and fisheries; health care and social assistance; industry; professional, scientific and technical activities; transport. The research proves the expediency of studying and using the progressive foreign experience of facilitation of small business, provided that it is adapted to Ukrainian realities.

Key words: facilitation, business-facilitation, small business, small business entities, micro-entities.

Постановка проблеми. Суб'єкти малого підприємництва сьогодні становлять більшість національних суб'єктів господарювання, а саме 99,13%, що відповідає 1 789 406 одиниць [1]. З огляду на значущість цього прошарку суб'єктів підприємницької діяльності в структурі національної економіки та негативні тенденції, що характеризують становище та розвиток малого підприємництва в Україні, вбачається доцільним використання зарубіжного досвіду фасилітації¹, його адаптація з урахуванням національної специфіки, визначення основних тенденцій та пріоритетних видів фасилітації вітчизняного малого підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему фасилітації у своїх працях розглядали такі науковці, як І. Бенц [2], С. Канер [3], Р. Зайонц [4], С. Шуман [5], Т. Бентлі [6], Р. Шварц [7] тощо. Зокрема, проблему бізнес-фасилітації досліджували

Л. Лашевські, Дж. Філіпсон, М. Гортон [8], Я. Такезава, К. Мацура, М. Хорі [9], К. Манікевич, С. Вільямс, В. Кеог [10] та ін. Їхні роботи і стали теоретичним базисом цього дослідження. Питаннями розвитку малого підприємництва опікувалися такі українські вчені-економісти, як З.С. Варналій [11], Р.Р. Білик, І.Д. Падерін [12], Л.А. Сарана [13], І.М. Вахович, Ю.О. Шейко [14] та ін. Проте слід зауважити, що в роботах цих науковців не визначено сутність бізнес-фасилітації малого підприємництва, її види та основні тенденції, що зумовило необхідність проведення дослідження в цьому напрямі.

Мета статті полягає в обґрунтуванні сутності економічної фасилітації, зокрема бізнес-фасилітації малого підприємництва, її класифікації, визначенні основних тенденцій та вивченні міжнародного досвіду задля подальшого його застосування в сучасних українських реаліях.

¹ Під фасилітацією розуміють сприяння розвитку підприємницької діяльності шляхом надання суб'єктам господарювання фінансової, інформаційно-консультаційної підтримки, стимулювання інновацій та мінімізації господарських ризиків.

Виклад основного матеріалу. Термін *фасилітація* (від англ. *Facilitation* – сприяння, підтримка, допомога, полегшення) широко застосовується в закордонній економічній практиці щодо суб'єктів підприємництва, зокрема до суб'єктів малого підприємництва. Фасилітація малого підприємництва здійснюється з метою нарощування потенціалу суб'єктів малого підприємництва, підвищення їхньої інноваційної активності, соціальної відповідальності перед суспільством,

ефективності та результативності їхньої господарської діяльності, що є запорукою поліпшення макроекономічної ситуації в країні та однією із життєздатних можливостей економічного розвитку суспільства. Поряд із цим є альтернативні трактування цього поняття, згідно з якими термін «фасилітація» може використовуватися в інших сферах життєдіяльності людини: соціології, психології, менеджменті, медицині, юриспруденції, судочинстві, педагогіці, спорті тощо (рис. 1).

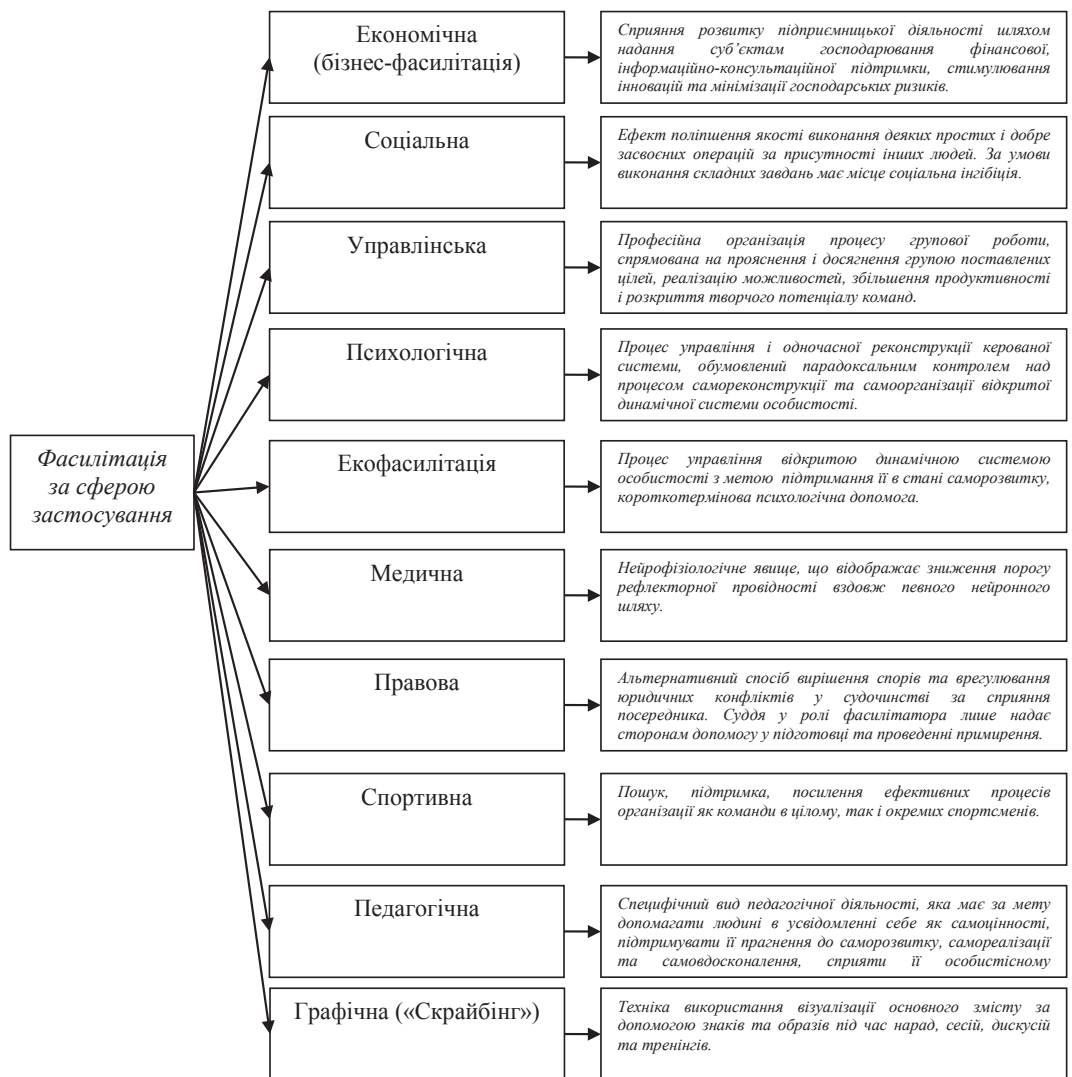


Рис. 1. Класифікація фасилітації за сферою застосування

Джерело: розроблено автором

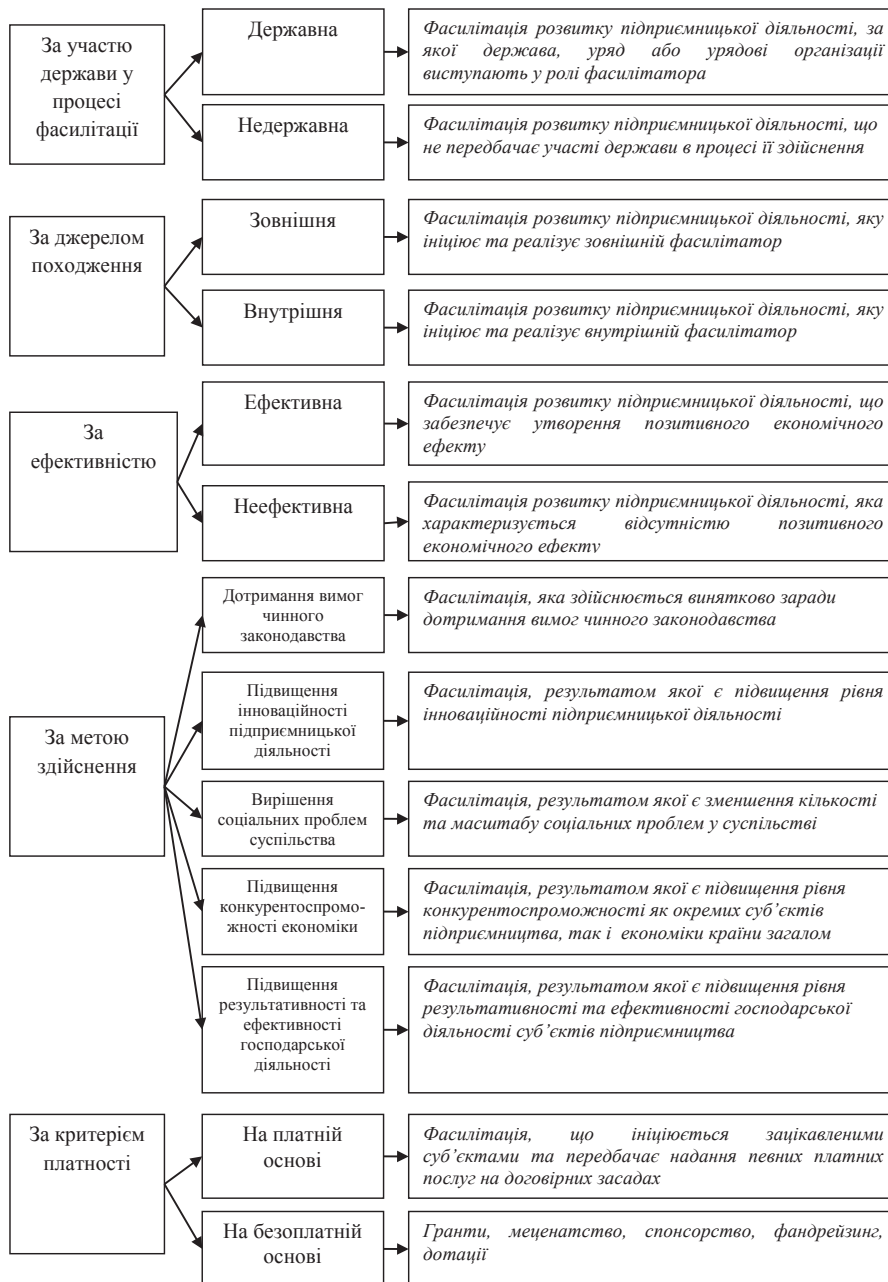


Рис. 2. Класифікація бізнес-фасилітації за участю держави, за джерелом походження, за ефективністю, метою та критерієм платності

Джерело: розроблено автором

З урахуванням вектора дослідження особливу увагу було приділено обґрунтуванню сутності та видів економічної, або бізнес-фасилітації (рис. 2).

Економічну (бізнес-) фасилітацію також можна класифікувати за видами економічної діяльності (рис. 3).

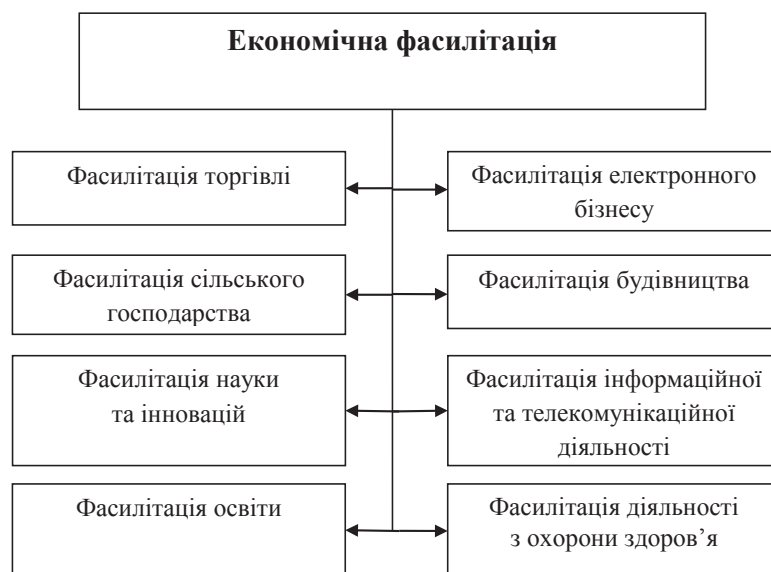


Рис. 3. Класифікація економічної фасилітації за видами економічної діяльності²

Джерело: розроблено автором

Одним із розповсюджених видів економічної фасилітації є фасилітація торгівлі. Є. Мойзе, Т. Орліак та П. Мінор під фасилітацією торгівлі розуміють політику та заходи, спрямовані на зменшення торговельних витрат шляхом підвищення ефективності на кожному етапі міжнародного торговельного ланцюга [15]. Відповідно до визначення, наданого СОТ³, фасилітація торгівлі – це спрощення торговельних процедур, а саме: діяльність, практичні та формальні заходи, що включають збір, презентацію, передачу та обробку даних, необхідні для переміщення товарів у процесі міжнародної торгівлі [16]. Це визначення також відповідає трактуванню фасилітації торгівлі, наведеному OECD (франц.: *Organisation de coopération et de développement économiques*), тоді як ширші визначення в інтерпретації інших міжнародних організацій можуть включати питання, пов'язані з митницею, транспортуванням, транзитом, банківською та страховою діяльністю, бізнес-практикою та телекомунікаці-

ями. Незалежно від визначення та масштабу, економічний аналіз фасилітації торгівлі, як правило, базується на понятті торговельних витрат та намагається оцінити переваги фасилітаційних заходів з погляду їх ефективності.

Міжнародне товариство малого та середнього бізнесу (International Society for Small and Medium Enterprises (ISSME) в межах фасилітації торгівлі здійснює такі основні види діяльності [17]:

- заохочення малих та середніх суб'єктів господарювання до стимулювання експорту; фасилітація участі у закордонних виставках та ярмарках;
- організація семінарів, конференцій із питань торгівлі;
- організація зустрічей за принципом «покупець-продавець» та інших ексклюзивних шоу з метою встановлення більш тісних взаємозв'язків між покупцями та продавцями;
- проведення власних необхідних досліджень у сфері торгівлі та стимулювання експорту;

² Ця класифікація включає лише найчастіше вживані види економічної фасилітації.

³ Світова організація торгівлі.

– забезпечення швидкого та ефективного обслуговування іноземних покупців щодо ідентифікації постачальників, складання маршрутів, проведення зустрічей, супровід тощо;

– встановлення тісних контактів між постачальниками та покупцями;

– сприяння суб'єктам господарювання в розробленні та адаптації продукції з метою якомога повнішого задоволення споживачьких потреб;

– проведення продуктових показів для закордонних покупців;

– залучення національних урядів до фасилітації зовнішньої торгівлі;

– розповсюдження інформації про торговельні послуги на відповідних порталах.

Нині в міжнародній практиці виділяється такий окремий напрям фасилітації малого підприємництва, як фасилітація електронного бізнесу та збору даних. Започаткування підприємницької діяльності часто є складним завданням для підприємців-початківців, що передбачає численні адміністративні процедури, тривалі затримки та значні фінансові витрати. Найважчим цей процес вбачається молоді, коли підприємець-початківець може зневіритися та не завершити розпочату процедуру. Фасилітатори пропонують альтернативні ресурси для подолання вищезазначених перешкод. Прикладом здійснення фасилітації електронного бізнесу є компанія UNCTAD, що пропонує програму, яка допомагає країнам, що розвиваються, забезпечувати сприятливі умови для створення підприємств [18]. Завдяки системі електронного регулювання та електронної реєстрації скорочується до 50% кроків у адміністративних процедурах, відбувається їх спрощення та скорочується час, необхідний для реєстрації підприємства, підвищується ефективність і прозорість шляхом створення правил і поетапних процедур, які розміщуються в

Інтернеті. Електронна система регулювання та електронної реєстрації UNCTAD була впроваджена більш ніж у 25 країнах світу, а понад 60 країн отримали підтримку протягом останніх 10 років⁴. Молоді підприємці отримують очевидну вигоду від використання цієї програми внаслідок полегшення створення бізнесу з меншою кількістю ресурсів, часу та витрат. Підприємці можуть отримати доступ до Всесвітнього порталу реєстрації підприємств, на якому міститься більше інформації та посилань на веб-сайти офіційної реєстрації. Фасилітація започаткування підприємницької діяльності та офіційної її реєстрації здійснюється з метою усунення перешкод на шляху молодіжного малого підприємництва. В основу фасилітації адміністративних процедур електронного бізнесу та збору даних покладено 10 основних принципів: публічність процедур, законність контролю, релевантність вимог, презумпція доброчесності (базові); не надмірність, довільність форм, використання оригінальних, простих, засвідчених копій (стосуються форм та документів); онлайн-запити, онлайн-сертифікати (стосуються дистанційних сервісів); перегрупування етапів однієї природи (стосуються взаємодії).

Адміністрація малого бізнесу США (Small Business Administration (SBA) займається вивченням ролі держави у фасилітації інновацій у малому підприємстві [19]. Зокрема, проведені дослідження встановили наявність взаємозв'язку між кількістю зареєстрованих патентів у розрахунку на 1 працівника та розмірами компанії, а саме: чим більші масштаби господарської діяльності та кількість найманих працівників, тим менше зареєстровано патентів у розрахунку на 1 працівника, тобто частка проривних інновацій є вищою у суб'єктів малого підприємства. Зазначається, що підприємство, на якому працює 25 працівників, генерує більше

⁴ Наприклад, у Сальвадорі процес реєстрації підприємства був зменшений з 16 до 3 кроків. 10 форм з різних адміністративних установ були об'єднані в одну єдину форму, а тривалість всього процесу скоротилася з восьми днів до максимум трьох днів. У Об'єднаній Республіці Танзанія тепер можна створити підприємство за допомогою однієї форми та двох кроків в Інтернеті протягом 10 робочих днів. До впровадження системи підприємства мали пройти 20 кроків і заповнити 9 форм протягом 30-денного періоду.

патентів на 1 співробітника, ніж підприємство з 50 працівниками, яке у свою чергу продукує більше патентів, ніж суб'єкт господарювання, де налічується 100 працюючих. Ця тенденція зберігається і для великих підприємств, і корпорації з 10 000 співробітників подають більше патентів на одного співробітника, ніж компанії з 50 000 осіб. Винахід та впровадження інновацій суб'єктами малого підприємництва відбувається швидше внаслідок простоти управлінської структури, меншої кількості рівнів управління, прискореного проходження інформації, нижчого рівня бюрократизації. Це приводить до того, що на суб'єктів малого підприємництва у США сьогодні припадає непропорційно велика кількість патентів на новітні технології. Адміністрація малого бізнесу США засвідчує, що, хоча на малі підприємства припадає всього лише 8% усіх патентів, вони утримують 24% патентів, які увійшли до 100 найкращих нових технологій, орієнтовані на доволі специфічні нововведення та максимальну прибутковість. Технологіями, з якими найчастіше пов'язують видачу патентів на винаходи суб'єктам малого підприємництва, є: теле- та Інтернет-комунікації; діагностика, хірургія, медичні інструменти; біотехнології; фармацевтика; енергосистеми.

Згідно з результатами досліджень, в Україні нині переважає державна фасилітація малого підприємництва, що здійснюється на безоплатній основі і не завжди є ефективною. Державна фасилітація малого підприємництва та об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні включає фінансову, інформаційну, консультативну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів для ведення бізнесу [20]. Фінансова державна фасилітація суб'єктів малого підприємництва здійснюється за рахунок державного та місцевого бюджетів. Фасилітація національного малого

підприємництва здебільшого реалізується в розрізі окремих видів економічної діяльності з урахуванням стратегічних пріоритетів держави. Слід зауважити, що за результатами проведених досліджень більшість програм державної фасилітації, зокрема фінансової підтримки суб'єктів малого підприємництва, охоплюють такі види економічної діяльності, як: сільське, лісове та рибне господарство; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; промисловість; професійна, наукова та технічна діяльність; транспорт, складське господарство та кур'єрська діяльність. Вищезазначений перелік жодним чином не характеризує структуру суб'єктів малого підприємництва за видами економічної діяльності, а є лише віддзеркаленням стратегічної пріоритетності розвитку окремих галузей. У структурі суб'єктів малого підприємництва 47% належить оптовій та роздрібній торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів; 8% – інформації та телекомунікаціям; по 7% – промисловості та професійній, науковій і технічній діяльності; 6% – наданню інших видів послуг (рис. 4). Решта видів економічної діяльності не перевищують 5% у загальній структурі суб'єктів малого підприємництва.

Наведена вище структура повною мірою характеризує популярність окремих видів економічної діяльності серед суб'єктів малого підприємництва, проте не є підставою для визначення пріоритетних напрямів державної фасилітації.

Висновки. Враховуючи вищевикладене, можна дійти висновку, що фасилітація відповідно до сфери її застосування може поділятися на економічну (бізнес-фасилітацію), соціальну, управлінську, психологічну, еко-фасилітацію, медичну, правову, спортивну, педагогічну, графічну. Бізнес-фасилітацію можна класифікувати за участю держави у процесі фасилітації, за джерелом походження, за ефективністю, за метою здійснення, за критерієм платності та за видами економічної діяльності. Під бізнес-фасилітацією варто розуміти сприяння розвитку підприємницької діяльності шляхом надання

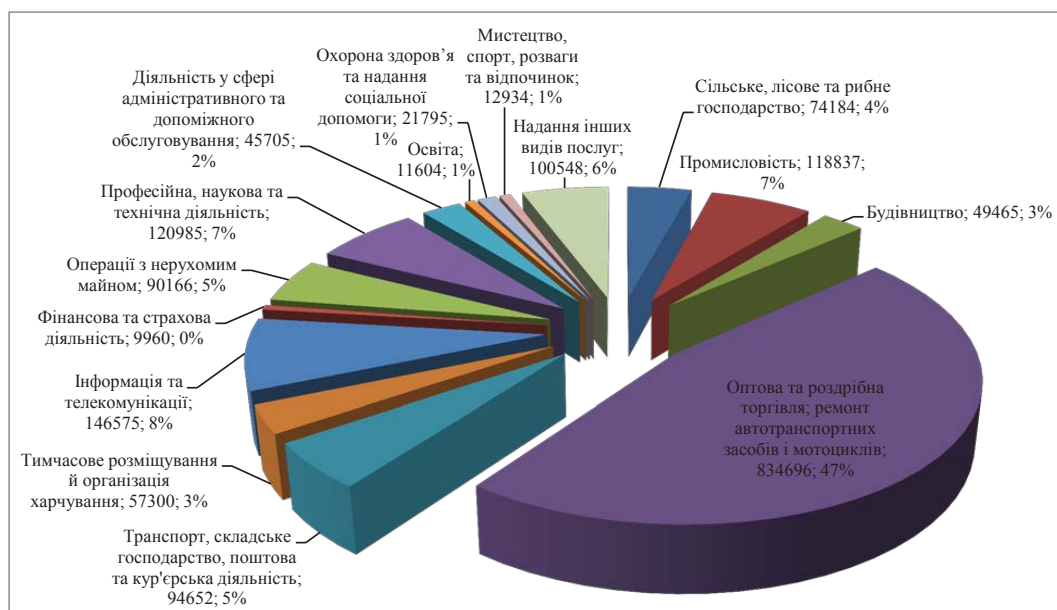


Рис. 4. Структура суб'єктів малого підприємництва в Україні за видами економічної діяльності у 2017 р., одиниць, %

Джерело: розроблено автором на основі [1]

суб'єктам господарювання фінансової, інформаційно-консультаційної підтримки, стимулювання інновацій та мінімізації господарських ризиків.

У процесі дослідження з'ясовано, що в Україні переважає державна фасилітація малого підприємництва, що здійснюється на безоплатній основі та не завжди є ефектив-

ною. Відповідно, враховуючи стан та негативні тенденції, що спостерігаються в розвитку національного малого підприємництва, вбачається доцільним ретельне вивчення та використання прогресивного закордонного досвіду фасилітації підприємницької діяльності за умови його адаптації до українських реалій.

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Bens I. (2017). *Facilitating with Ease! Core Skills for Facilitators, Team Leaders and Members, Managers, Consultants, and Trainers*, 4th Edition. Wiley. 320 p.
3. Kaner S. (2014). *Facilitator's Guide to Participatory Decision-Making*, 3rd Edition. Jossey-Bass. 432 p.
4. Zajonc R. (1965). Social facilitation. *Science*, 149, 269–274. URL: <http://zajonc.socialpsychology.org/>.
5. Schuman S. (2005). *The IAF Handbook of Group Facilitation: Best Practices from the Leading Organization in Facilitation*. Wiley: Jossey-Bass. 700 p.
6. Bentley T. (1995). *Facilitation*. McGraw-Hill.
7. Schwarz R.M. (2017). *The Skilled Facilitator: A Comprehensive Resource for Consultants, Facilitators, Coaches, and Trainers* 3rd Edition. Canada: Wiley. 384 p.
8. Laschewski L., Phillipson J., Gorton M. (2002). The facilitation and formalisation of small business networks: evidence from the North East of England. *Environment and Planning C: Government and Policy* 2002, vol. 20, p. 375–391. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.453.5297&rep=rep1&type=pdf>.

9. Takezawa Y., Matsuura K., Hori M. (2005). «Facilitation of Fund Supply and Small Business Failures (in Japanese),» *Economic Analysis*, Economic and Social Research Institute (ESRI), vol. 176, p. 4–17, June.
10. Maniukiewicz C., Williams S., Keogh W. (1999). «Partnerships and networks: lessons from facilitating entrepreneurship», *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 6. Issue: 1, pp. 68–79. URL: <https://doi.org/10.1108/EUM000000006667/>.
11. Варналій З.С., Білик Р.Р. Конкурентоспроможність малого і середнього підприємництва в Україні на регіональному рівні // *Малий і середній бізнес*. 2015. № 1–2(60–61). С. 97–106. URL: <http://aup.org.ua/%D0%BC%D1%81%D0%B1-2015-%E2%84%96-1-2>.
12. Падерін І.Д. Стратегічне управління підприємствами малого та середнього бізнесу промислового регіону: монографія / за наук. ред. д.е.н., проф., ак. АЕНУ І.Д. Падеріна. – Дніпро: ТОВ Акцент ПП, 2016. – 184 с.
13. Сарана Л.А. Ефективність регіональних програм підтримки малого та середнього бізнесу / Л.А. Сарана // *Konzeptuelle grundsätze des wirtschafts wachstums bei der globalisierung: kollektive: [Monographie]; herausgegeben vom Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor W.Jatsenko*. – Verlag SWG imex GmbH Nürnberg, Deutschland, 2016. – 487 p.
14. Вахович І.М., Шейко Ю.О. Регіональний вимір стимулювання розвитку малого підприємництва: монографія /І.М.Вахович, Ю.О.Шейко м. Луцьк: видавництво «Вежа Друк». 2016. 272 с.
15. Moisé E., Orliac T., Minor P. (2011). “Trade Facilitation Indicators: The Impact on Trade Costs”, *OECD Trade Policy Working Papers*, No. 118, OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5kg6nk654hmr-en>.
16. Сайт світової організації торгівлі World Trade Organization URL: <https://www.wto.org/>.
17. Сайт міжнародного товариства малого та середнього бізнесу. International Society for Small and Medium Enterprises (ISSME). URL: <https://issme.org/sme-services/trade-facilitation/>.
18. Сайт Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). URL: <https://businessfacilitation.org/>.
19. Сайт Адміністрації малого бізнесу США. U.S. Small Business Administration. URL: <https://www.sba.gov/advocacy>.
20. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні», чинний документ № 4618-17 від 22.03.12 р. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-6>
УДК 330.15;330.16;659.13

Блажей І.О.
аспірант,
Тернопільський національний економічний
університет

ЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРУ У ФОРМУВАННІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО БРЕНДА

У статті проаналізовано основні принципи розроблення кольорової гами для створення ефективної візуальної концепції екологічного бренда. Визначено значення правильного підходу до вибору кольору екологічного бренда з огляду на специфіку товару або послуги. Розглянуто процес виникнення асоціативного ряду у споживачів у результаті психологічної та емоційної реакції на візуальні складники бренда. Обґрунтовано причини для вибору кольорової гами залежно від типу екологічного бренда. Інтерпретується символічне значення кольору екологічного бренда на основі оціночних суджень покупців та можливі наслідки його використання. Описано вплив кольору на формування етичних суджень споживачів під час вибору торгової марки.

Ключові слова: екологічний бренд, екологічний маркетинг, споживча поведінка, колір, асоціації, ідентифікація бренду.

В статье проанализированы основные принципы разработки цветовой гаммы для создания эффективной визуальной концепции экологического бренда. Определено значение правильного подхода к выбору цвета экологического бренда с учетом специфики товара или услуги. Рассмотрен процесс возникновения ассоциативного ряда у потребителей в результате психологической и эмоциональной реакции на визуальные составляющие бренда. Обоснованы причины для выбора цветовой гаммы в зависимости от типа экологического бренда. Интерпретируется символическое значение цвета экологического бренда на основе оценочных суждений покупателей и возможные последствия его использования. Описано влияние цвета на формирование этических суждений потребителей при выборе торговой марки.

Ключевые слова: экологический бренд, экологический маркетинг, потребительское поведение, цвет, ассоциации, идентификация бренда.

Blazhey Iryna. MEANING OF COLOR IN THE FORMATION OF THE ENVIRONMENTAL BRAND VISUAL CONCEPT

The article analyzes the basic principles of developing a color scheme for creating an effective visual concept for an environmental brand. The popularity of environmental goods continues to grow, which also means increasing the need for studying approaches to the formation of an environmental brand. For this purpose the importance of the correct approach for choosing color of an environmental brand is determined. Studying the associations that arise in the consumer because of the brand color concept, allowing us to better understand consumer preferences, values, reasons for choosing a product among analogues. So the process of the emergence of associative series among consumers as a result of psychological and emotional reaction to the visual components of the brand is considered. Environmental goods and services are present today in almost every industry and can significantly vary by destination and positioning. The color of the brand also serves as a reflection of the company's values and benefits, which should meet the needs of the target audience. The reasons for choosing a color scheme depending on the type of environmental brand are substantiated. The symbolic value of the color of the environmental brand is interpreted based on the judgment of the buyers and the possible consequences of its use. Creating the ethical impressions based on visual components will be critical to compa-

nies that offer environmental goods and services. The brand can be a prime factor for customers who want to buy products that are safe for the environment and become part of the overall goal of achieving the concept of sustainable development and sustainable consumption in particular. The influence of color on the formation of ethical judgments of consumers when choosing a trade mark is described.

Key words: *environmental brand, environmental marketing, consumer behavior, color, associations, brand identification.*

Постановка проблеми. Важливість вивчення асоціацій, які виникають у споживача під час взаємодії з брендом, є беззаперечною. Це дає змогу краще зрозуміти споживчі вподобання, цінності, причину вибору товару серед аналогів. Оскільки 90% інформації людина сприймає візуально, колір зображення може відігравати вирішальну роль у наданні переваги тій чи іншій торговій марці.

Тренд сталого споживання значно впливає на споживчу мотивацію, популярність екологічно безпечних продуктів продовжує зростати. Формування екологічного бренду передбачає вибір кольорової гами, яку споживач асоціюватиме з довкільними перевагами під час купівлі або споживання цього продукту. Екологічний бренд повинен створювати відчуття приналежності до спільної мети збереження навколишнього середовища та ефективно транслювати це повідомлення через зображення бренду, в тому числі і через його колір. Ефективне позиціонування довкільного бренду дасть змогу компанії розширити частку ринку, збільшити конкурентоспроможність, створити додаткову цінність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив кольору на споживчу поведінку в своїх наукових працях розглядали такі автори, як К. Мозер., Г. Клар, Е. Юнгер, Дж. Елліот, Дж. Дойл, В. Шуванов, О. Нестеренко. Серед дослідників сутності екологічного бренду необхідно виділити Б. Херауда, Н. Саркара, М. Руссо, А. Аакера, О. Зозульова. Проте особливості вибору кольорової гами екологічного бренду залишаються недостатньо дослідженими та потребують додаткових напрацювань у цьому напрямі в зв'язку з поширенням концепції сталого розвитку та розширенням ринку безпечних товарів.

Мета статті полягає у створенні практичних рекомендацій із вибору кольору під час створення візуальної концепції екологічного

бренду задля ефективного функціонування підприємства на ринку екологічних товарів.

Виклад основного матеріалу. Колір – це потужний маркетинговий інструмент, який впливає на вибір споживача в багатьох аспектах. Успішний маркетинг продукції передбачає обов'язкове вивчення значення кольорів та їх гармонійне поєднання, адже в подальшому це матиме значення пі продажі товару чи послуги. Проте кольорове сприйняття людини є не настільки очевидним, як, наприклад, смак їжі, та може відрізнитися залежно від статі, віку, стилю життя тощо.

Психологія кольору широко використовується в маркетингу та брендингу, адже правильне трактування кольору можна використати для створення у споживача певних почуттів та емоцій щодо товару. Зокрема, бренд успішніше функціонуватиме на ринку, якщо його кольорове рішення збагатиться з сутністю пропонованого продукту.

Значна кількість досліджень, що підтверджують вплив кольору на виникнення різноманітних емоційних реакцій у людини та відтворення в пам'яті, проводяться у сфері маркетингу, психології та нейропсихології. Зокрема, доведено, що ключовим механізмом швидкого прийняття рішень є асоціативне сприйняття візуальної інформації [10, с. 882].

А. Еліот у своїй роботі, присвяченій вивченню впливу кольорів на людину, описав модель, яка демонструє систематичний зв'язок між кольором та психологічним станом і базується на створених асоціаціях та біологічно зумовлених схильностях. Згідно з цією моделлю, сприйняття кольорів викликає оціночні процеси, покликані вирішити, чи є стимул позитивним або негативним, та мотивує подальшу поведінку: приємні зіставлення викликають бажання діяти у відповідь, ворожі – уникати за можливості. Як правило, цей процес відбувається без прямого наміру чи усвідомлення [5, с. 253].

Споживачі під час вибору продуктів чи брендів також здатні оцінювати їх символічне значення та індивідуально його інтерпретувати. Таким чином, вплив кольору можна побачити в рекламній діяльності, товарному розподілі та в брендингу.

М. Алва назвав колір «тихим продавцем» та найважливішою характеристикою товарного знаку [1, с. 26]. Він відіграє значну роль у впливі на настрій, емоції, почуття, відчуття та сприйняття і пропонує можливості для багатогранної інтерпретації та диференціації. У брендингу значення кольору розглядається з практичного та емоційного боку. На практичному рівні правильно обрана кольорова гамма допомагає виділити бренд серед конкурентів, на емоційному – впливати на підсвідому рівні під час здійснення покупки. Впізнаваність бренду – це здатність споживача ідентифікувати продукт та пов'язати його з брендом. Основою впізнаваності є візуальна концепція – колір та форма.

Низка досліджень показує, що людина формує враження протягом 90 секунд від початку взаємодії та що 62–90% миттєвих рішень можуть базуватися на сприйнятті індивідуальності бренду через колір [8, с. 715]. Окрім імпульсивних покупців, багато споживачів цілеспрямовано шукають певний бренд. Успішна маніпуляція кольором дає змогу швидко та легко ідентифікувати потрібний товар серед аналогів.

Конструювання правильного кольору стало звичною стратегією створення бренду та співвідношення його атрибутів із враженнями споживачів. Немає конкретних правил вибору кольору, проте можливо виділити загальні вказівки на основі асоціативного принципу.

Ідентифікація екологічного бренду є більшою мірою важливою, адже його мета в ідеалі – не лише отримання переваг та більшого прибутку для бізнесу, але і просування ідеї збереження навколишнього середовища, покращення добробуту населення. Згідно з визначенням, даним Green Brand International, екологічний бренд – це бренд, що дотримується обіцянок щодо концепції сталого роз-

витку або ж вивчає та використовує нові методи у сфері охорони навколишнього середовища і сталого корпоративного управління. Вони також надають перелік дій, що можуть характеризувати бренд як екологічний: збереження енергії; зменшення та запобігання викидам вуглекислого газу чи інших шкідливих субстанцій; зменшення або уникнення відходів; захист та збереження природних ресурсів; захист природного середовища існування; використання альтернативних ресурсів енергії; навчання співробітників згідно з принципами захисту навколишнього середовища та сталого розвитку; виробництво їжі та фармацевтичної продукції згідно з чіткими біологічними/екологічними критеріями; інформування споживачів щодо впливу на довкілля під час використання продукції; надання інформації, яка підтверджує екологічні зобов'язання компанії в межах своєї корпоративної місії [12].

Споживачі пов'язують екологічні бренди зі збереженням довкілля та сталими методами ведення бізнесу. Такі торгові марки орієнтуються на покупців, які розуміють важливість дій, спрямованих на покращення екологічної ситуації, та хочуть стати частиною цією глобальної етичної мети. Створення екологічного бренду передбачає формування «екологічної свідомості» завдяки інформуванню споживачів про можливі загрози та наслідки для довкілля, а також створення екологічних асоціацій – характеристик бренду, які би автоматично фіксувались в свідомості споживача як екологічно безпечні.

У разі з екологічним брендингом найпоширенішою асоціацією буде зелений колір, який уособлює екологічність та рух за збереження довкілля з огляду на превалюючі зелені відтінки природного середовища. Зелений колір є основою створення багатьох візуальних та психічних моментів. Це пояснюється тим фактом, що саме зелений займає ширшу частину спектру, яку може охопити людське око, ніж будь-який інший колір, а значить, асоціації одного відтінку можуть цілком відрізнятися від асоціацій іншого. Наприклад, насичене зелене листя означатиме спокій та

традиції, тоді як яскравий лайм – енергійність та невпинність. Проте ці відтінки мають одну важливу спільну рису – зелений колір здебільшого подає позитивний сигнал [9].

Зелений складається з двох основних кольорів: синього та жовтого, він вважається заспокійливим та характеризує стабільність завдяки природному балансу холодного та теплого. Відомо, що зелений допомагає зняти нервозність та тривогу, сприяє відчуттю оновлення, самоконтролю та гармонії, створює розслаблюючу обстановку. Психологічно зелений бренд сприяє чіткості сприйняття та збалансованості емоцій.

Щодо екології зелений колір символізує зростання, відродження та багатство. Він пов'язаний із природою та здоров'ям, заохочує виявлення таких почуттів, як доброта, співчуття, ввічливість. Світліші відтінки найчастіше означають свіжість та ріст, тоді як темні варіації зеленого більше тяжіють до престижу та добробуту (табл. 1).

Таблиця 1

**Асоціативні значення відтінків
зеленого кольору**

Відтінок	Значення
Блідо-зелений	Незрілість, молодість, недосвідченість
Смарагдовий	Ріст, багатство, достаток
Нефрит	Довіра, такт, щедрість
Лайм	Наївність, грайливість, енергія
Темно-зелений	Амбіції, жадібність, багатство
Аквамарин	Спокій, зцілення, захист
Оливковий	Мир, сила, обман
Трав'яний	Здоров'я, природа, впевненість

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Серед позитивних значень зеленого кольору виділяють: зростання, набуття життєвих сил, оновлення, самозабезпечення, надійність, тактовність, емоційну збалансованість, спокій, любов до природи, орієнтацію на сім'ю, співчуття, виховання, практичність, доброзичливість, лояльність, високу мораль, гнучкість, заохочення до об'єднання в соціальні групи.

Проте неправильне або ж надмірне використання зеленого кольору може викликати

і негативний відклик, адже зелений колір також може означати байдужість, матеріалізм, егоїзм, іпохондрію, неухважність. Здебільшого йдеться про вибір правильного оформлення та позиціонування задля зменшення ризиків негативних асоціацій.

У Європі та Америці зелений колір в основному викликає приємні враження, широко використовується великими корпораціями та означає екологічну обізнаність, регенерацію, збереження. Неоднозначне ставлення до зеленого кольору в Китаї – з одного боку, він символізує нове життя та надію, а з іншого – ганьбу. Дослідження показують, що зелена упаковка в Китаї швидше буде прийнята вороже. Абсолютно негативне значення зелений колір матиме в Індонезії – асоціація з джунглями, небезпекою та завершенням життєвого циклу [7].

Дослідження, опубліковане в Journal of Business Ethics у 2015 році, показало, що колір фактично формує етичні судження споживачів. Зокрема, зелений колір спонукає покупця висловлювати припущення про екологічність бренду. «Going Green» («Рух до зеленого») – найпоширеніший слоган довкільно-орієнтованих брендів [11, с. 687]. Зелений є одним із так званих функціональних кольорів, який підходить для продуктів, що вирішують певні проблеми та мають практичну цінність [2, с. 65].

Наприклад, складні технологічні продукти в основному асоціюються з металевим відблиском, синім та червоним кольором. Проте ці кольори не відображають найновіші бізнес-цінності, які впливають на розвиток технологічної галузі, а саме усвідомлення впливу технологій на навколишнє середовище. Бренд зеленого кольору з сучасним геометричним дизайном передає зв'язок бізнесу з довкіллям та використовується підприємствами, які спеціалізуються на сфері екологічних інновацій.

У харчовій промисловості зелений колір екологічного бренду означає натуральні продукти харчування, здоровий вибір і турботу про себе та оточення. Зростання глобального інтересу до охорони здоров'я та довкілля

відображається також у брендах косметичних та медичних компаній. Екологічний бренд, що характеризується зеленим кольором, формує у споживачів враження, що продукція походить із природних джерел та допомагає створити зв'язок із природою.

Проведене опитування також показало, що споживачі часто асоціюють екологічний продукт із синім кольором, який відображає повітря, воду, небо [2, с. 71]. Окрім того, синій є «кольором довіри», він часто використовується в таких галузях, як енергетика, авіаперевезення, технології, охорона здоров'я та сільське господарство, і рідко для одягу та продуктів харчування. Синій часто використовується і в міжнародних інформаційних символах, а значить, символізує також безпеку та знання.

Синій – найбільш поширений та найменш ризикований колір у брендингу. Позитивні асоціації, пов'язані з синім кольором, як правило, включають у себе спокій, авторитет, маскулітність, консервативність, мир, надійність, свіжість, відповідальність, силу і стабільність. До негативних відносять депресивність, відстороненість, смуток (табл. 2).

Таблиця 2
Асоціативні значення відтінків синього кольору

Відтінок	Значення
Блідо-синій	Творчість, свобода, натхнення
Небесна блакить	Спокій, користь, вічність
Лазурний	Цілеспрямованість, визначеність, амбіційність
Темно-синій	Відповідальність, серйозність, знання
Світло-бірюзовий	Чіткість, гармонія, самовираження
Насичено-бірюзовий	Складність, довіра, духовність

Джерело: сформовано автором на основі [6]

Синій колір часто пов'язують із відповідальністю, надійністю та інноваціями. Насамперед використання синього кольору екологічного бренду буде вигідне компаніям, що займаються енергозберігаючими техноло-

гіями, інноваціями в технологічних сферах та сфері сільського господарства. У цьому разі він буде символізувати екологічну чистоту, безпеку, надійність, досягнення цілей збереження довкілля тощо.

Також необхідно виділити значення коричневого кольору для екологічного брендингу, хоча це один із найменш популярних кольорів у маркетингу загалом. З погляду психології, він допомагає створити зв'язок із планетою, отримати відчуття впорядкованості та приналежності до чогось більшого.

Коричневий – природний колір, що виступає ознакою стабільної, сталої поведінки. Завдяки цьому він широко пов'язаний з усім органічним та часто використовується в пакуванні продукції (особливо продуктів харчування) для акцентування на натуральності та екологічності [3].

Одні з його основних позитивних характеристик – сила, надійність, безпека, тепло, комфорт, приземленість, відчуття корисності та зв'язку з природою. Водночас коричневий колір може сприйматися як нудний, нецікавий, сумний, ізольований [4].

Найчастіше коричневий колір екологічного бренду використовується для позиціонування натуральних продуктів харчування з метою створення акценту на їх органічному походженні, наділення їх додатковою корисністю та залучення споживачів до спільної мети збереження навколишнього середовища. Поєднання коричневого та зеленого кольору створює стійкі асоціації з природою, довкіллям та екологією.

Найменш підходящим для екологічних брендів споживачі схильні вважати червоний колір (він також є протилежним кольором до зеленого в кольоровому колі Й. Ітена), адже його часто описують з негативного боку як агресивний, безжалісний, нетерпимий та жорстокий, що не корелюється з метою збереження довкілля [11, с. 700].

Висновки. Колір є важливим чинником, що впливає на процес прийняття рішень споживачем. Колір бренду виступає відображенням цінностей та переваг компанії, які повинні відповідати потребам цільової аудиторії. Успіх означатиме збільшення продаж,

краще розпізнавання бренда, формування лояльності. Для передбачення реакції споживачів необхідно розуміти гармонію кольору, принципи його впливу на свідомість людини.

Формування кольорової концепції екологічного бренду потребує особливої уваги, адже мета екологічного бренду полягає не лише в отриманні підприємствами конкурентної вигоди та додаткових прибутків, але й у поширенні ідеї збереження довкілля та сталого споживання. Прогнозується, що еко-

логічний брендинг і надалі залишатиметься одним із ключових у створенні ефективного іміджу компанії, а значить, потреби в дослідженнях у цьому напрямі зростатимуть.

Необхідно зазначити, що тенденції в кольорах не є постійними і можуть змінюватися залежно від змін у суспільстві. Огляд теоретичних та емпіричних робіт показав, що значення кольорів у маркетингу перебуває на початковому етапі вивчення та потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Alva M. Color me Verizon red, T-Mobile pink and...: Big telecoms are using hues to create brand identity. *Investor's Business Daily*, № 07. 2006. Pp. 26–29.
2. Bottomley P., Doyle J. The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness, *Marketing Theory*, № 6(1). 2006. Pp. 63–83.
3. Brown in Marketing – Color Psychology. *Artitudes Design*. 2017. URL: <http://www.artitudesdesign.com/brown-color-psychology/> (дата звернення: 20.11.2018).
4. Cherry K. The Color Psychology of Brown. *VeryWell Mind. Cognitive Psychology*. 2018. URL: <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-brown-2795816> (дата звернення: 20.11.2018).
5. Elliot J.A. Color and psychological functioning: a review of theoretical and empirical work. *Current Directions in Psychological Science*, № 16(5). 2015. Pp. 250–254.
6. Kawamoto R. The Psychology of Blue Branding (Infographic). *ImagiBrand*. URL: <https://imagibrand.com/the-psychology-of-branding-with-the-color-blue-infographic/> (дата звернення: 21.11.2018).
7. Kawamoto R. The Psychology of Green Branding (Infographic). *ImagiBrand*. URL: <https://imagibrand.com/green-branding/> (дата звернення: 21.11.2018).
8. Labrecque L., Milne G. Exciting red and competent blue: the importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, № 40(5). 2012. Pp. 711–727.
9. Psychology of the Color Green and What it Means for Your Business. *FatRabbit Creative, Creative Design*, 2015. URL: <https://www.fatrabbitcreative.com/blog/psychology-of-the-color-green-and-what-it-means-for-your-business> (дата звернення: 21.11.2018).
10. Schlack A., Albright T. Remembering visual motion: neural correlates of associative plasticity and motion recall in cortical area. *Neuron*, № 53. 2007. Pp. 881–890.
11. Sundar A., Kellaris J.J. How Logo Colors Influence Shoppers' Judgments of Retailer Ethicality: The Mediating Role of Perceived Eco-Friendliness. *Journal of Business Ethics*, № 146(3). 2015. Pp. 685–701.
12. What is Green Brand. *Green Brand International*. URL: <https://www.green-brands.org/en/what/> (дата звернення: 21.11.2018).

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-7>
УДК 65.03

Заяц О.В.

асистент кафедри менеджменту,
Національний транспортний університет

КОНТРОЛІНГ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕТОДІВ У ЦІНОУТВОРЕННІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОТРАНСПОРТУ

Для підприємств автомобільного транспорту, які працюють в умовах регульованих тарифів, є особливий зв'язок між ціновою політикою та інвестиційною діяльністю, що відображає галузеві особливості залучення інвестиційних ресурсів. Контролінг організаційно-економічних методів у маркетинговій діяльності автотранспортних підприємств та, зокрема, у ціноутворенні є необхідним інструментом для визначення недосконалих методичних підходів, використання яких занижує фінансові результати перевізників. З погляду контролінгу організаційно-економічних методів для підприємства, яке здійснює автомобільні пасажирські перевезення у місті Києві за регульованими тарифами, необхідним є удосконалення методичних підходів до тарифоутворення та визначення величини інвестиційної програми.

Ключові слова: контролінг, організаційно-економічні методи, ціноутворення, автомобільний транспорт, тарифи, проїзний квиток.

Для предприятий автомобильного транспорта, работающих в условиях регулируемых тарифов, существует особая связь между ценовой политикой и инвестиционной деятельностью, отражающая отраслевые особенности привлечения инвестиционных ресурсов. Контроллинг организационно-экономических методов в маркетинговой деятельности автотранспортных предприятий и, в частности, в ценообразовании является необходимым инструментом для определения несовершенных методических подходов, использование которых занижает финансовые результаты перевозчиков. С точки зрения контроллинга организационно-экономических методов для предприятия, осуществляющего автомобильные пассажирские перевозки в городе Киеве по регулируемым тарифам, необходимо совершенствование методических подходов к тарифообразованию и определению величины инвестиционной программы.

Ключевые слова: контроллинг, организационно-экономические методы, ценообразование, автомобильный транспорт, тарифы, проездной билет.

Zaiats Olga. CONTROL OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC METHODS IN PRICING OF AUTOTRANSPORT ENTERPRISES

The activities of enterprises engaged in passenger road transport depend on sectoral and local characteristics. Controlling the investment activity of motor transport enterprises should be built with taking into account the specifics of a particular industry or the territorial market. In particular, enterprises engaged in passenger road transport in the city of Kiev are in the legal field, which is determined by the relevant regulations of the Kiev City Council and the Kiev City State Administration. Today, there is a need to improve the approaches to the development of the material and technical base of carriers in terms of controlling organizational and economic methods, taking into account local and sectoral peculiarities. For motor transport enterprises which operating under regulated tariffs, there is a special relationship between pricing policies and investment activity that reflects the industry's specific attraction of investment resources. Taking into account the existing scale of payment methods for travel, it becomes necessary to pay attention to such object of controlling, as distribution of incomes. There is a need to improve the methodology for distributing revenues in combined travel tickets between different modes of transport and carriers. Since today the technique is not approved, it is proposed to distribute revenues in universal travel tickets with the same cost of arrival in all modes of transport in proportion to the actual number of trips by each mode of transport. Controlling organizational and economic methods in the marketing activities of motor transport enterprises, and in particular pricing, is a necessary tool for defining imperfect methodological approaches, the use of which lowers the financial results of carriers. From the point of view of controlling organizational and economic methods for an enterprise that executing passenger carriage in the city of Kyiv at regulated tariffs, it is necessary to improve the methodological approaches to tariff setting and to determine the value of the investment program.

Key words: controlling, organizational and economic methods, pricing, road transport, tariffs, travel tickets.

Постановка проблеми. Організаційно-економічні методи, які застосовуються у маркетингу та, зокрема, ціноутворенні підприємствами автомобільного транспорту, значно впливають на фінансові результати діяльності перевізників. Особливо актуальним це питання є для суб'єктів господарювання, які працюють в умовах регульованих цін і тарифів. Так, комунальне підприємство «Київпастранс» здійснює перевезення пасажирів в автобусах, які працюють у звичайному режимі руху, за регульованими тарифами, які встановлюються виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією). При цьому значна частина фінансово-економічних аспектів, пов'язаних із ціновою політикою перевізника, не регламентована відповідними порядками чи методиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання контролінгу організаційно-економічних методів з погляду маркетингу та ціноутворення досліджено значною кількістю науковців, таких як В.А. Будник [1], О.О. Гасило [2], В.Л. Корінев [3], Г.В. Мітченко [4], І.С. Пипенко [5], Н.М. Пономарьова [6], В.Г. Шинкаренко [7] та ін. При цьому потребує подальшого наукового опрацювання та удосконалення методичний підхід до контролінгу ціноутворення автомобільних пасажирських перевізників, які працюють у звичайному режимі руху.

Метою статті є дослідження методичних підходів до підвищення ефективності контролінгу організаційно-економічних методів ціноутворення автомобільних пасажирських перевізників, які працюють у звичайному режимі руху, в умовах регульованих тарифів.

Виклад основного матеріалу. Тарифи на перевезення пасажирів в автобусах, які працюють у звичайному режимі руху, у місті Києві встановлено розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05 липня 2018 року № 1147 «Про встановлення тарифів на перевезення пасажирів і вартості проїзних квитків у міському пасажирському транспорті, який працює у звичайному режимі руху» [8] (далі – Розпорядження № 1147).

Зазначене Розпорядження № 1147 містить серед видів проїзних документів комбіновані проїзні квитки на кілька видів транспорту, у тому числі і за участі автобусів комунального підприємства «Київпастранс». Комбіновані проїзні квитки відповідно до чинної тарифної політики у місті Києві можуть бути на ті види транспорту, які обслуговує комунальне підприємство «Київпастранс» (трамвай, тролейбус, автобус, міська електричка фунікулер), або на вищезазначені види транспорту та метрополітен. Наприклад, є проїзні квитки «трамвай – автобус», «автобус – метрополітен», «автобус – трамвай – тролейбус», «автобус – метрополітен – міська електричка», «автобус – трамвай – тролейбус – метрополітен» тощо.

При цьому виникає необхідність розподіляти виручку від перевезень пасажирів за такими комбінованими проїзними квитками як між різними перевізниками, так і між видами транспорту. Натепер немає затвердженої в установленому порядку методики розподілу доходів (виручки) від перевезень пасажирів за проїзними квитками на кілька видів транспорту. У місті Києві такий розподіл у межах повноважень затверджує наказом Департамент транспортної інфраструктури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації). Так, відповідно до Розпорядження № 1147 затверджено наказ Департаменту транспортної інфраструктури від 25.07.2018 № 94 «Про розподіл доходів від реалізації комбінованих проїзних квитків для проїзду в міському пасажирському транспорті» (далі – Наказ № 94). Цим наказом регламентовано розподіл доходів між Комунальними підприємствами «Київпастранс» та «Київський метрополітен».

Розподіл між наземними видами транспорту, який обслуговує Комунальне підприємство «Київпастранс», затверджується наказом цього підприємства. При цьому методики розподілу доходів між наземними видами транспорту також натепер немає. Зазначимо, що такий розподіл у Комунальному підприємстві «Київпастранс» здійснюється пропорційно, рівними частками між видами транспорту за кожним видом проїзних квитків.

Отже розглянемо більш детально Наказ № 94. Проаналізувавши встановлені наказом співвідношення, доходимо висновку, що фактично в наказі застосовано методичний підхід визначення доходів конкретного перевізника за конкретним видом проїзного квитка залежно від вартості разової поїздки, затвердженої Розпорядженням № 1147, умовної планової кількості поїздок кожним видом транспорту в конкретному комбінованому проїзному квитку та знижки від вартості разової поїздки, однакової для всіх видів транспорту та перевізників:

$$D_j^i = q_{пл}^i \cdot T_{раз}^i \cdot (1 - Z_{раз}^i), \quad (1)$$

де D_j^i – доходи j-го виду транспорту за проїзним квитком i-го виду;

$q_{пл}^i$ – планова кількість поїздок за j-м видом транспорту за проїзним квитком i-го виду, од.;

$T_{раз}^i$ – встановлена вартість разової поїздки за j-м видом транспорту, грн.;

$Z_{раз}^i$ – коефіцієнт знижки з разової поїздки, визначений для i-го виду проїзного квитка.

Наприклад, для комбінованого проїзного квитка «автобус – метрополітен – міська електричка» вартістю 1070 грн. встановлений такий розподіл доходів: для Київського метрополітену – 566 грн., для Комунального підприємства «Київпастранс» – 504 грн., із них 252 грн. – для автобуса. При цьому встановлена умовна кількість поїздок метрополітеном у безлімітному квитку – 90 поїздок, наземним транспортом – 80 поїздок, із них автобусом – 40 поїздок. Недоліком такої методики є те, що як вихідні дані для розрахунку, як правило, приймаються показники планової кількості поїздок за конкретним видом транспорту, які є умовними і фактично не відповідають дійсності. Така кількість поїздок ніяким чином не затверджена і в умовах відсутності автоматизованого обліку перевезень пасажирів не може бути перевірена або підтверджена.

Вважаємо більш обґрунтованим методичний підхід, який базується на об'єктивних показниках і не використовує умовних

значень, які не мають практичного підтвердження. Пропонується для визначення доходів за конкретним видом транспорту в конкретному проїзному квитку використовувати як вихідний показник вартість відповідного проїзного квитка для конкретного виду транспорту, зменшену на знижку, однакову для всіх перевізників, яка визначається також розрахунковим шляхом. Наприклад, для вищезазначеного проїзного квитка «автобус – метрополітен – міська електричка» вихідним показником для визначення доходів за автобусом приймати вартість безлімітного проїзного квитка на автобус, а знижка, встановлена в конкретному комбінованому проїзному квитку, визначається, як вартість такого комбінованого проїзного квитка, поділена на суму вартостей окремих проїзних на автобус, метрополітен та міську електричку:

$$D_j^i = T_{пр}^i \cdot (1 - Z_{пр}^i) = T_{пр}^i \cdot \left(1 - \frac{T_{комб}^i}{\sum T_{пр}^i}\right), \quad (2)$$

де D_j^i – доходи j-го виду транспорту за проїзним квитком i-го виду за пропонованою методикою;

$T_{пр}^i$ – встановлена вартість i-го виду проїзного квитка на один вид транспорту або частка конкретного виду транспорту в i-му виді проїзного квитка;

$Z_{пр}^i$ – коефіцієнт знижки, визначений для i-го виду проїзного квитка;

$T_{комб}^i$ – встановлена вартість для i-го виду комбінованого проїзного квитка, грн.

Застосування формули (2), наприклад, для проїзного квитка «автобус – метрополітен – міська електричка» приводить до встановлення такого розподілу: для Київського метрополітену – 470 грн., для Комунального підприємства «Київпастранс» – 600 грн., із них для автобуса – 300 грн. Тобто частка «Київпастрансу» за таким методичним підходом збільшується за цим конкретним видом проїзного квитка на 96 грн., а, зокрема, для автобуса – на 48 грн. Для того щоб визначити економічний ефект для наземного транспорту від використання запропонованої методики, застосуємо таку формулу:

$$E = \sum_i (D_j^i - D_j^i) \cdot V_{комб}^i, \quad (3)$$

де E – економічний ефект від упровадження удосконаленої методики, грн.;

$V_{комб}^i$ – обсяги реалізації i -го виду комбінованих проїзних квитків, шт.

Відповідно до цієї формули та враховуючи встановлені Розпорядженням № 1147 тарифи й обсяг реалізації комбінованих проїзних квитків, який прогнозується на рік, загальна сума економічного ефекту для наземного транспорту, який обслуговує КП «Київпастрас», становить 16 млн. грн.

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо впровадження автоматизованої системи обліку оплати проїзду в міському пасажирському транспорті» [9] (далі – АСОП) створив передумови для впровадження АСОП в усіх містах України, у тому числі на автомобільному транспорті.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про автомобільний транспорт» [10], АСОП – програмно-технічний комплекс, призначений для здійснення обліку наданих транспортних послуг за допомогою електронного квитка.

Відповідно до частини дев'ятої статті 6 Закону України «Про автомобільний транспорт» [10], органи місцевого самоврядування запроваджують автоматизовану систему обліку оплати проїзду та встановлюють порядок її функціонування, а також види, форми носіїв, порядок обігу та реєстрації проїзних документів; визначають особу, уповноважену здійснювати справляння плати за транспортні послуги в разі запровадження автоматизованої системи обліку оплати проїзду. У низці міст України планується або вже розпочато впровадження АСОП, зокрема, у Вінниці, Дніпрі, Івано-Франківську, Жито-

мирі, Запоріжжі, Львові, Кривому Розі, Одесі, Полтаві, Рівному, Тернополі, Харкові, Хмельницькому, Чернівцях, Чернігові та ін.

Відповідно до пункту 1 розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 27.04.2018 № 706 «Про створення автоматизованої системи обліку оплати проїзду в міському пасажирському транспорті міста Києва незалежно від форм власності» [11], у м. Києві створено АСОП, а відповідно до пункту 2 цього розпорядження КП «Головний інформаційно-обчислювальний центр» визначено особою, уповноваженою здійснювати справляння плати за транспортні послуги, що надаються та оплачуються з використанням АСОП у міському пасажирському транспорті м. Києва незалежно від форм власності.

Загалом організаційну схему АСОП можна навести у такому вигляді (рис. 1).

Під час упровадження АСОП виникають питання стосовно видів засобів оплати проїзду, як разових, так і багаторазового використання. Світовий досвід показує доцільність використання як разових засобів оплати проїзду квитків з QR-кодом. При цьому проїзні квитки багаторазового використання доцільно застосовувати універсальні, які можуть бути використані на будь-якому виді транспорту. Відповідно, виникає необхідність удосконалення методики розподілу доходів у комбінованих проїзних квитках між різними видами транспорту та перевізниками. Нині така методика також жодним чином не затверджена, і у колах фахівців є два основних погляди на такий розподіл. Перший варіант – це розподіл доходів в універсальних проїзних квитках з однаковою



Рис. 1. Організаційна схема АСОП

вартістю приїзду в усіх видах транспорту пропорційно до фактичної кількості поїздок кожним видом транспорту. Другий підхід – це розподіл доходів на основі встановленої вартості однієї поїздки в кожному виді комбінованого проїзного квитка та фактичної кількості поїздок кожним видом транспорту із подальшим розподілом залишку невикористаних поїздок за конкретним проїзним квитком пропорційно до фактичних поїздок за різними видами транспорту за кожним конкретним проїзним квитком:

$$D_j^{iАСОП} = T_{np}^{iАСОП} \cdot a_j^i \quad (4)$$

або

$$D_j^{iАСОП'} = q_j^i \cdot d_j^i + T_{npz}^{iАСОП'} \cdot a_j^i, \quad (5)$$

де $D_j^{iАСОП}$, $D_j^{iАСОП'}$ – доходи j-го виду транспорту за проїзним квитком i-го виду під час упровадження АСОП за різними підходами;

$T_{np}^{iАСОП}$ – встановлена вартість i-го виду проїзного квитка в АСОП, грн.;

a_j^i – фактична частка для конкретного проїзного квитка i-го виду для j-го виду транспорту;

q_j^i – фактична кількість поїздок для конкретного проїзного квитка i-го виду для j-го виду транспорту, од.;

d_j^i – встановлений дохід від однієї поїздки для проїзного квитка i-го виду для j-го виду транспорту, грн.;

$T_{npz}^{iАСОП'}$ – вартість залишку невикористаних поїздок для конкретного проїзного квитка i-го виду для j-го виду транспорту, грн.

Зауважимо, що такий підхід можливий винятково за умови однакової вартості проїзду для всіх видів транспорту. Якщо вартість проїзду для різних видів транспорту буде різною, то тоді залишається актуальним підхід із фіксованим розподілом доходів за конкретним видом проїзного квитка. Здійснивши моделювання різних можливих варіантів співвідношення змінних під час використання першого та другого підходу, можна встановити, що спостерігається відхилення в розподілі доходів під час використання різних підходів. Таке відхилення складно спрогнозувати, оскільки воно залежить від значної кількості змінних факторів, серед яких –

і кількість поїздок кожним конкретним видом транспорту, і загальна кількість поїздок за конкретним проїзним квитком тощо. Така множина відхилень набуває вигляду тривимірного графіку. Для прикладу наведемо графік відхилень між двома підходами за умови вартості однієї поїздки для проїзного квитка на всі види транспорту на 62 поїздки, вартість однієї поїздки – 6,29 грн. вартість проїзного квитка – 390 грн. (рис. 2).

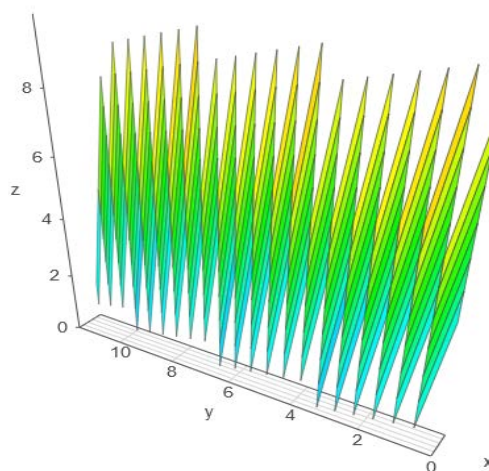


Рис. 2. Приклад можливої множини відхилень під час використання різних підходів до розподілу доходів у проїзному квитку

Фактично, здійснивши перетворення формул (4) та (5), можна дійти висновку, що різниця між двома підходами дорівнює нулю, а множина відхилень виникає у разі штучного введення до алгоритму розрахунку додаткових значень, зафіксованих у вигляді вартості однієї поїздки, частки перевезення конкретним видом транспорту тощо. Тобто найбільш математично обґрунтованим та точним є підхід, зазначений у формулі (4). Він дає змогу найбільш обґрунтовано розподіляти доходи у всіх видах проїзних квитків, як безлімітних, без фіксованої кількості поїздок, так і лімітованих на визначену кількість поїздок всіма видами транспорту, за умови використання АСОП та однакової вартості проїзду у всіх видах транспорту.

Висновки. Контролінг організаційно-економічних методів у маркетинговій діяльності автотранспортних підприємств та, зокрема, у ціноутворенні є необхідним інструментом для визначення недосконалих методичних підходів, використання яких знижує фінансові результати перевізників, особливо під

час діяльності у галузях, що підлягають державному регулюванню. Подальший розвиток теорії контролінгу організаційно-економічних методів у площині ціноутворення дасть змогу підвищити ефективність діяльності автотранспортних підприємств усіх видів діяльності.

Список використаних джерел:

1. Будник В.А. Контролінг тарифів на перевалку вантажів у морських портах України. Проблеми економіки. 2014. № 2. С. 100–107.
2. Гасило О.О. Маркетинговий контролінг в системі управління підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Донецьк, 2005. 21 с.
3. Корінев В.Л. Контролінг у системі управління маркетингом на підприємстві. Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. 2013. № 3. С. 113–116.
4. Мітченко Г.В. Організаційно-економічне забезпечення стратегічного маркетингу на підприємствах автомобільного транспорту [Текст]: дис. канд. екон. наук: 08.00.04. К., 2015. 211 с.
5. Пипенко І.С. Управління маркетинговими можливостями автотранспортного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків, 2009. 17 с.
6. Пономарьова Н.М. Оцінка впливу маркетингових інструментів на управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Харків, 2008. 17 с.
7. Шинкаренко В.Г. Управление маркетингом взаимоотношений автотранспортного предприятия с потребителями услуг [Текст] : моногр. / В.Г. Шинкаренко, И.В. Федотова; Харьк. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Х.: ХНАДУ, 2009. 251 с.
8. Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 05 липня 2018 року № 1147 «Про встановлення тарифів на перевезення пасажирів і вартості проїзних квитків у міському пасажирському транспорті, який працює у звичайному режимі руху». URL: [https://kyivcity.gov.ua/npa/pro_vstanovlennya_tarifiv_na_perevezennya_pasazhiriv_i_vartosti_proznych_kvitekiv_u_miskomu_pasazhirskomu_transporti_yakiy_pratsyuє_u_zvichaynomu_rezhimi_rukhu_247541/rkmda-1147-05072018PDF/](https://kyivcity.gov.ua/npa/pro_vstanovlennya_tarifiv_na_perevezennya_pasazhiriv_i_vartosti_proznych_kvitekiv_u_miskomu_pasazhirskomu_transporti_yakiy_pratsyuє_u_zvichaynomu_rezhimi_rukhu).
9. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо впровадження автоматизованої системи обліку оплати проїзду в міському пасажирському транспорті». URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1812-19>.
10. Закон України «Про автомобільний транспорт». Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>.
11. Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 27.04.2018 № 706 «Про створення автоматизованої системи обліку оплати проїзду в міському пасажирському транспорті міста Києва незалежно від форм власності». URL: https://kyivcity.gov.ua/npa/pro_stvorennya_avtomatizovano_sistemi_obliku_oplati_prozdu_v_miskomu_pasazhirskomu_transporti_mista_kiyeva_nezalezchno_vid_form_vlasnosti_240976.html.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-8>
УДК 338.45

Мурашко І.С.

викладач

Придунайська філія

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна

академія управління персоналом»

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СКЛАДНИКА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Машинобудування є важливою галуззю економіки України. Перехід підприємств машинобудування на стійкий розвиток сприятиме прискоренню досягнення стійкого розвитку економіки України. Однією зі складових частин стійкого розвитку підприємств є екологічна, яка передбачає послаблення тиску виробничої діяльності підприємств на навколишнє середовище. Нестабільне зовнішнє середовище функціонування підприємств машинобудування вимагає постійного моніторингу основних тенденцій та закономірностей стійкого розвитку, зокрема його екологічного складника. Аналіз впливу підприємств машинобудування на навколишнє середовище здійснюється за такими показниками, як обсяги утворення відходів, обсяги викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище, обсяги використання водних ресурсів. Важливим показником тенденцій стійкого розвитку є зіставлення темпів зростання обсягів виробництва та збільшення тиску підприємств машинобудування на навколишнє середовище. Також із метою визначення тенденцій екологічного розвитку підприємств машинобудування досліджується динаміка поточних та капітальних інвестицій підприємств на охорону навколишнього середовища.

Ключові слова: *стійкий розвиток, підприємства машинобудування, навколишнє середовище, інвестиції на охорону навколишнього середовища, механізм стійкого розвитку.*

Машиностроение является важной отраслью экономики Украины. Переход предприятий машиностроения на устойчивое развитие будет способствовать ускорению достижению устойчивого развития экономики Украины. Одной из составляющих устойчивого развития предприятий является экологическая, которая предусматривает ослабление давления производственной деятельности предприятий на окружающую среду. Нестабильная внешняя среда функционирования предприятий машиностроения требует постоянного мониторинга основных тенденций и закономерностей устойчивого развития, в частности его экологической составляющей. Анализ предприятий машиностроения на окружающую среду осуществляется по таким показателям, как объемы образования отходов, объемы выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду, объемы использования водных ресурсов. Важным показателем тенденций устойчивого развития является сопоставление темпов роста объемов производства и увеличения давления предприятий машиностроения на окружающую среду. Также с целью определения тенденций экологического развития предприятий машиностроения исследуется динамика текущих и капитальных инвестиций предприятий на охрану окружающей среды.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, предприятия машиностроения, окружающая среда, инвестиции на охрану окружающей среды, механизм устойчивого развития.*

Murashko Iyna. EVALUATION OF ENVIRONMENTAL COMPLEX STRUCTURAL DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Machine building is an important branch of the Ukrainian economy. The effectiveness of the functioning of the mechanical engineering enterprises has a significant impact on the efficiency of the domestic economy as a whole. Therefore, the transition of enterprises of mechanical engineering to sustainable development will help to accelerate the achievement of sustainable development of the Ukrainian economy. One of the components of sustainable development of enterprises is environmental, which involves reducing the pressure of industrial activity of enterprises on the environment. Despite the large number of studies, the issue of sustainable development of mechanical engineering enterprises remains relevant, due to the fact that in the practical activity

of enterprises of environmental development is not given enough attention. The unstable external environment of the functioning of mechanical engineering enterprises requires constant monitoring of the main trends and patterns of sustainable development, in particular its environmental component. The analysis of the impact of machine-building enterprises on the environment is carried out according to indicators such as the amount of waste generation, the amount of pollutant emissions into the environment, and the use of water resources. An important indicator of sustainable development tendencies is the comparison of the growth rates of production and the increase of pressure on the enterprises of mechanical engineering on the environment due to the fact that sustainable development of the enterprises of mechanical engineering provides for reduction of pressure of production activity of the enterprises of mechanical engineering on the environment, but not to the detriment of their economic development. . Also, in order to identify trends in the ecological development of mechanical engineering enterprises, the dynamics of current and capital investments of enterprises for environmental protection is investigated. The study of the main indicators of the ecological component of mechanical engineering enterprises, as well as the pressure of their production activity on the environment, provides an opportunity to evaluate the environmental development of mechanical engineering enterprises, the main trends and prerequisites for sustainable environmental development.

Key words: *sustainable development, enterprises of mechanical engineering, environment, investments on environmental protection, mechanism of sustainable development.*

Постановка проблеми. Довгостроковий безкризовий розвиток України можливий за переходу підприємств України до стійкого розвитку. Машинобудування є важливою галуззю України, яка має великий вплив на розвиток вітчизняної економіки. Досягнення стійкого розвитку підприємствами машинобудування передбачає розроблення механізму стійкого розвитку, зокрема розвитку економічної, екологічної та соціально-інституціональної підсистем підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стійкого розвитку підприємств машинобудування присвячували свої праці такі науковці, як Б.М. Андрушків, Л.М. Мельник, О.Б. Погайдак, О. Мазуренок, Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, Л.Л. Ведута та інші. Незважаючи на велику кількість досліджень, питання стійкого розвитку підприємств машинобудування залишається актуальним, що пов'язано з тим, що у практичній діяль-

ності підприємств екологічному розвитку приділяється недостатньо уваги. Нестабільне зовнішнє середовище функціонування підприємств машинобудування потребує постійного вивчення та оцінки їх стійкого розвитку з метою визначення тенденцій та закономірностей, що сталися в процесі їхньої діяльності, а також сучасного стану.

Формулювання цілей статті. Метою статті є оцінювання екологічного розвитку підприємств машинобудування, основних тенденцій та передумов стійкого екологічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вплив на навколишнє середовище підприємств машинобудівної галузі визначається за допомогою показників утворення відходів. Утворення відходів усього та підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведено у таблиці 1.

За даними таблиці видно, що питома вага відходів, утворених підприємствами маши-

Таблиця 1

Утворення відходів усього та підприємствами машинобудування

Показники	Роки								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Утворення відходів всього, млн. т	1230,3	425,9	447,6	450,7	448,1	355,0	312,3	295,9	366,0
У т.ч. підприємствами машинобудування, млн. т	460,8	58,8	59,5	58,9	60,4	53,3	46,2	42,0	21,9
У % до усього	37,5	13,8	13,3	13,1	13,5	15,0	14,8	14,2	6,0

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

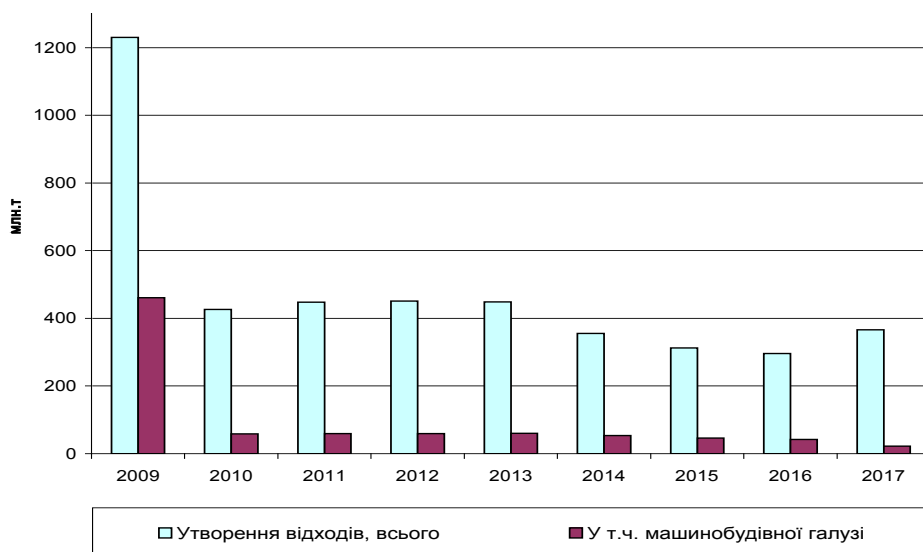


Рис. 1. Динаміка утворення відходів усього та підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

нобудування, у загальному обсязі відходів скорочується протягом 2009–2012 рр. з 37% до 13%. У 2014 р. частка відходів, утворених підприємствами машинобудування, зростає до 15%, але протягом наступних років скорочується та у 2017 р. становить 6%.

Динаміка утворення відходів усього та підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведена на рис. 1

За даними рис. 1 видно, що найбільший обсяг відходів припадає на 2009 р., у якому загальний обсяг утворених відходів становив 1230,3 млн. т, а обсяг утворених відходів підприємствами машинобудування – 460,8 млн. т.

У 2010 р. відбувається значне скорочення обсягів утворення відходів. У цьому році всього відходів було утворено 425,9 млн. т, зокрема підприємствами машинобудування – 58,8 млн. т.

Для періоду 2010–2017 рр. характерна стрибкоподібна динаміка утворення відходів як усього, так і підприємствами машинобудування.

На рис. 2. наведено зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств машинобудування та обсягів утворення відходів підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

Дані рис. 2 свідчать про те, що неможна однозначно пов'язувати збільшення обсягів творення відходів зі зростанням обсягів виробництва підприємств машинобудування. Зокрема, у 2010 р. відбувається зростання обсягів виробництва підприємств машинобудування на 13% порівняно з 2009 р., при цьому обсяги утворення відходів скорочуються на 65%, а у 2015 р. за зростання обсягів виробництва на 10% обсяги утворення відходів підприємствами машинобудування скорочуються на 12%.

Наступним показником, який характеризує вплив підприємств машинобудування на навколишнє середовище, є обсяги викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря.

Обсяги викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведено у таблиці 2.

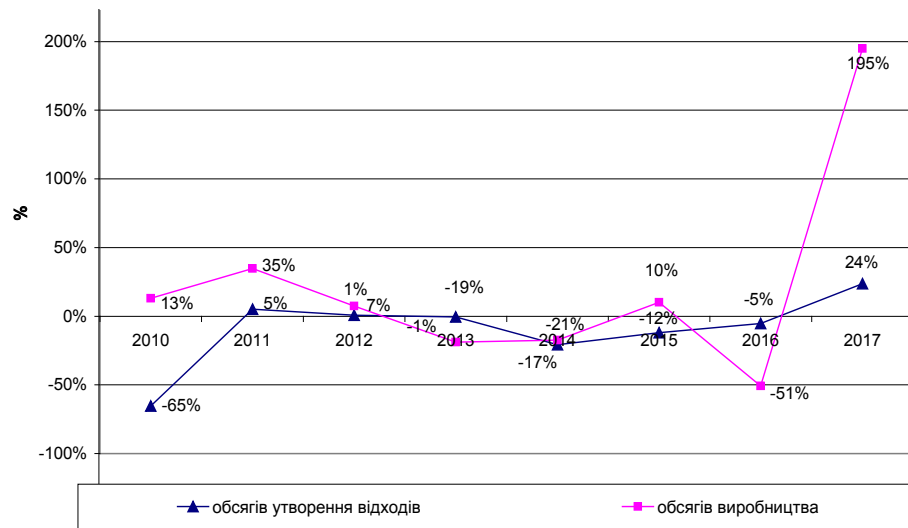


Рис. 2. Зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств машинобудування та обсягів утворення відходів підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Дані таблиці свідчать про те, що частка викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування протягом досліджуваного періоду не перевищує 5,1% від загального обсягу викидів підприємствами переробної промисловості.

Частка викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування зростає у 2014 р. до 5,1% порівняно з 2009 р., у якому частка викидів становила 3,5%, але скорочується до 3,2% у 2017 р. порівняно з 2014 р.

Динаміка викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведена на рис. 3.

Дані рис. 3 вказують на нерівномірну динаміку викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування. Обсяги викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування скорочуються протягом 2009–2011 рр. з 1,9 млн. т до 1,2 млн. т, але зростають протягом 2012–2014 р. та у 2014 р. сягають найвищого значення – 3,1 млн. т.

Таблиця 2

Обсяги викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Показники	Роки									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Викиди забруднюючих речовин переробною промисловістю, млн. т	55,5	60,5	90,9	83,2	83,3	61,1	58,4	62,1	49,9	
у т. ч. підприємствами машинобудування, млн. т	1,9	1,8	1,2	1,5	2,4	3,1	1,4	1,5	1,6	
У % до всього	3,5	2,9	1,3	1,8	2,9	5,1	2,4	2,4	3,2	

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

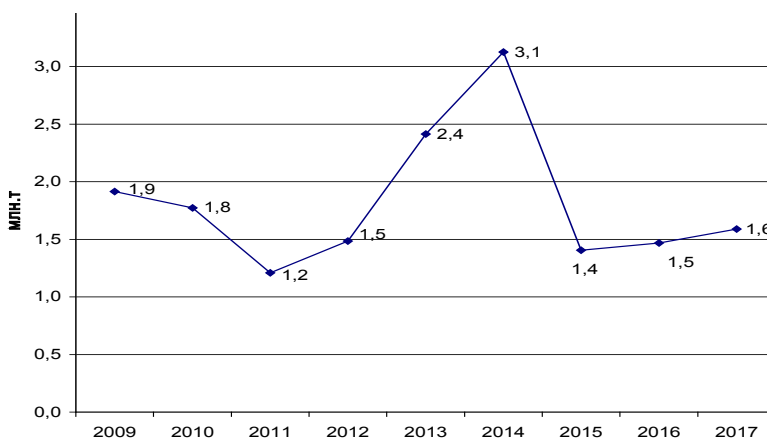


Рис. 3. Динаміка викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

У 2015 р. відбувається різке зниження обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря, але протягом 2016–2017 рр. відбувається поступове зростання обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування.

На рис. 4 наведено зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств маши-

нобудування та обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

За даними рис. 4 видно, що не можна динаміку обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря пов'язати з обсягами виробництва підприємствами машинобудування.

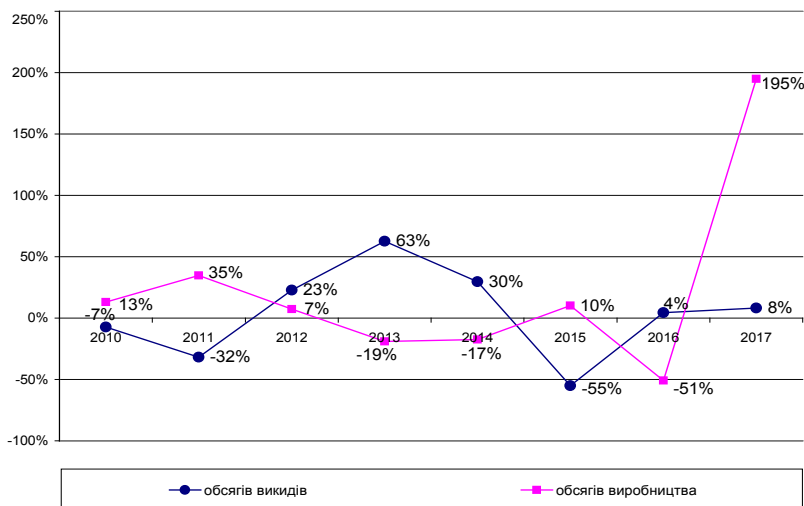


Рис. 4. Зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств машинобудування та обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Таблиця 3

Використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Показники, млн.т	Роки								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Використано води всього підприємствами, млн. м куб.	9513	9817	10086	10507	10092	8104	6556	6608	6284
у т.ч. підприємствами машинобудування, млн. м куб.	78,0	75,0	77,0	81,0	73,0	53,0	43,0	41,0	40,0
У % до усього	0,82	0,76	0,76	0,77	0,72	0,65	0,66	0,62	0,64

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Зокрема, протягом 2010–2012 рр. відбувається зростання обсягів виробництва, але при цьому обсяги викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря скорочуються. Протягом 2013–2015 рр. обсяги виробництва підприємств машинобудування скорочуються, а обсяги викидів забруднюючих речовин зростають. У 2016 р. обсяги виробництва скорочуються, а обсяги викидів зростають.

Наступним показником, який характеризує вплив підприємств машинобудування на навколишнє середовище, є використання водних ресурсів. Використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведено у таблиці 3.

Дані таблиці вказують на те, що протягом досліджуваного періоду частка обсягів використаних водних ресурсів підприємствами

машинобудування у загальному обсязі використання водних ресурсів підприємствами України не перевищує 1%, причому протягом 2009–2017 рр. частка скорочується з 0,82% до 0,64%.

Динаміка обсягів використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведена на рис. 5.

Обсяги використання водних ресурсів підприємствами машинобудування зростають протягом 2009–2012 рр. з 78 млн. м куб. до 81 млн. м куб., але протягом 2013–2017 рр. скорочуються до 40 млн. м куб.

На рис. 6 наведено зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств машинобудування та обсягів використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

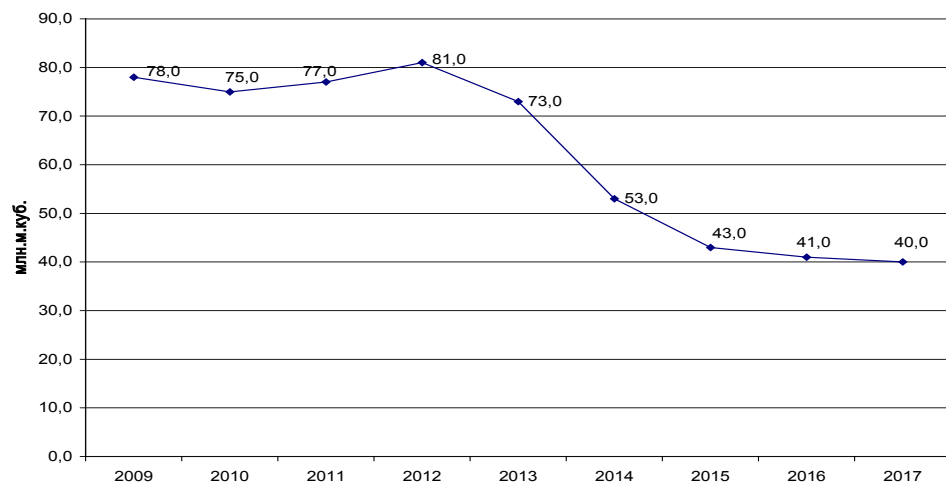


Рис. 5. Динаміка обсягів використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

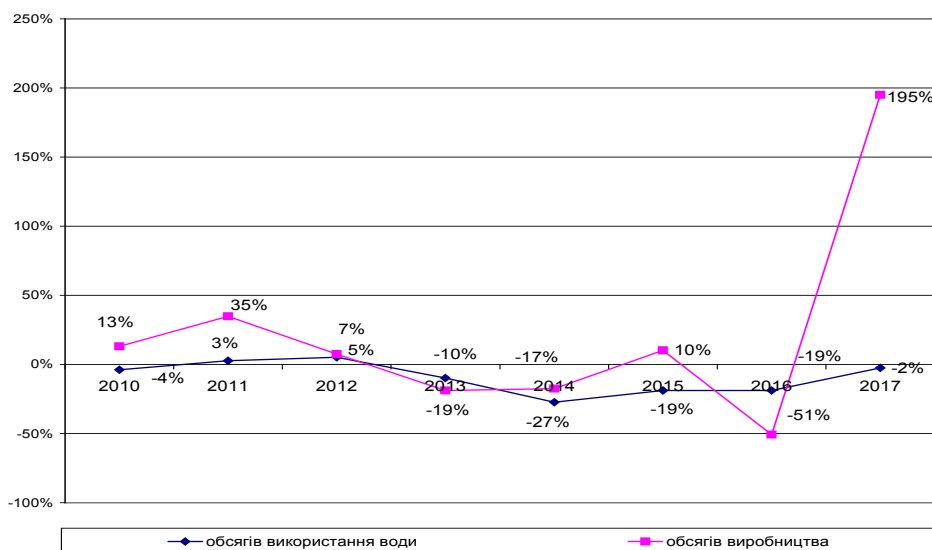


Рис. 6. Зіставлення темпів приросту обсягів виробництва підприємств машинобудування та обсягів використання водних ресурсів підприємствами машинобудування за 2010–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Дані рис. 6 вказують на те, що збільшення обсягів використання водних ресурсів підприємствами машинобудування не завжди пов'язане із зростаннями обсягів виробництва. Наприклад, у 2010 р. обсяги виробництва зростають на 10% порівняно з 2009 р., а обсяги використання водних ресурсів скорочуються на 4%, у 2015 р. обсяги виробництва зростають на 10% порівняно з 2014 р., а обсяги використання водних ресурсів підприємствами машинобудування скорочуються на 19%. У 2017 р. за суттєвого зростання обсягів виробництва підприємствами машинобудування обсяги використання водних ресурсів скорочуються на 2%.

З метою скорочення негативного впливу на навколишнє середовище підприємства машинобудування здійснюють поточні та капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища.

Витрати на охорону навколишнього середовища підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведено у таблиці 4.

Дані таблиці вказують на те, що у загальному обсязі витрат на охорону навколишнього

середовища підприємств машинобудування переважають поточні витрати, що свідчить про те, що підприємства машинобудування більше витрачають на ліквідацію наслідків впливу на навколишнє середовище, ніж вкладають у впровадження заходів з охорони навколишнього середовища. Найбільша частка капітальних інвестицій на охорону навколишнього середовища у загальній структурі інвестицій на охорону навколишнього середовища була у 2009 р. і становила 35%. У 2017 р. частка капітальних інвестицій на охорону навколишнього середовища підприємств машинобудування становила лише 17%.

Динаміка інвестицій на охорону навколишнього середовища підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр. наведена на рис. 7.

Дані рис. 7 вказують на стрибкоподібну динаміку вкладень в охорону навколишнього середовища підприємствами машинобудування. Така динаміка свідчить про безсистемне здійснення інвестицій в екологічну діяльність підприємств машинобудування через відсутність механізму їх екологічної стійкості.

Таблиця 4

Витрати на охорону навколишнього середовища підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища, млн. грн	97,8	32,3	39,8	85,0	101,0	68,2	39,9	35,8	63,4
У % до усього	35	19	14	23	25	20	15	13	17
Поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища, млн. грн	180,2	137,4	243,9	291,1	297,2	274,2	221,1	239,3	305,1
У % до усього	65	81	86	77	75	80	85	87	83
Усього інвестицій, млн.грн.	277,9	169,7	283,7	376,1	398,2	342,4	261,0	275,1	368,5

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Висновки. За результатами дослідження основних тенденцій та передумов формування стійкого розвитку можна дійти таких висновків:

1. Частка обсягів утворення відходів підприємствами машинобудування у загальному обсязі відходів є значною. Динаміка утворення відходів підприємствами машинобудування протягом 2009–2017 рр. є нерівномірною, але загальною тенденцією є скорочення відходів.

2. Динаміка обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря підприємств машинобудування також є стрибкоподібною, темпи приросту обсягів викидів не є пропорційними обсягам виробництва продукції підприємствами машинобудування.

3. Обсяги використання водних ресурсів підприємствами машинобудування скорочуються.

4. У структурі витрат на охорону навколишнього середовища переважають поточні витрати, які здійснюються з метою ліквідації наслідків негативного впливу на навколишнє середовище. Динаміка вкладень є стрибкоподібною.

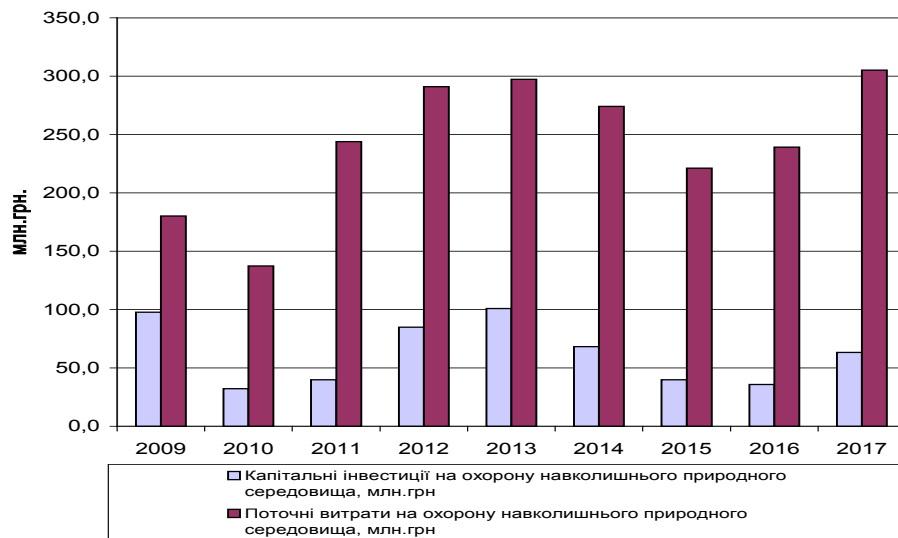


Рис. 7. Динаміка інвестицій на охорону навколишнього середовища підприємствами машинобудування за 2009–2017 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [1–10]

Таким чином, проведене дослідження вказує на те, що, незважаючи на загальну позитивну тенденцію щодо скорочення обсягів викидів та обсягів використання водних ресурсів, є певні недоліки в екологічному розвитку підприємств машинобудування. Для збереження позитивної динаміки необхідно розробити механізм стійкого екологічного

розвитку підприємств, який сприяв би збереженню сьогоденних тенденцій та подальшого скорочення негативного впливу підприємств машинобудування на навколишнє середовище. Все наведене вище свідчить про необхідність подальшого дослідження у напрямі розроблення механізму стійкого розвитку підприємств.

Список використаних джерел:

1. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Статистичний збірник «Довкілля України 2009». К.: Державна служба статистики України, 2010. 201 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Статистичний збірник «Довкілля України 2010». К.: Державна служба статистики України, 2011. 205 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Статистичний збірник «Довкілля України 2011». К.: Державна служба статистики України, 2012. 195 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Статистичний збірник «Довкілля України 2012». К.: Державна служба статистики України, 2013. 234 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Статистичний збірник «Довкілля України 2013». К.: Державна служба статистики України, 2014. 223 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Статистичний збірник «Довкілля України 2014». К.: Державна служба статистики України, 2015. 223 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Статистичний збірник «Довкілля України 2015». К.: Державна служба статистики України, 2016. 242 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Статистичний збірник «Довкілля України 2016». К.: Державна служба статистики України, 2017. 226 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Статистичний збірник «Довкілля України 2017». К.: Державна служба статистики України, 2018. 225 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-9>
УДК 658.3:311.1

Олексенко Я.А.

аспірант кафедри економіки
та міжнародних економічних відносин,
Херсонський державний університет

НАУКОВІ КОНЦЕПТИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

У статті розглянуто еволюцію розвитку поняття «корпоративна культура». Окреслено передумови виникнення та процеси, що супроводжували розвиток відповідного феномена. Запропоновано еволюційний підхід для дослідження корпоративної культури, який дає змогу визначити її джерела, рушійні сили та історичні форми. Виділено основні етапи становлення корпоративної культури в історії економічної думки. Проаналізовано співвідношення понять організаційної та корпоративної культури в науковій літературі. Висвітлено, як розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять суспільство до потреби в роз-

витку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої економіки. Акцентовано увагу на необхідності формування корпоративної культури як феномена, що впливає на успішний розвиток діяльності сучасного підприємства.

Ключові слова: корпоративна культура, підприємство, корпоративний дух, організаційна культура, людський капітал, зовнішнє конкурентне середовище, інтеграційні процеси, глобалізація економічного простору.

В статье рассмотрена эволюция развития понятия «корпоративная культура». Предложен эволюционный подход для исследования корпоративной культуры, который позволяет определить ее источники, движущие силы и исторические формы. Очерчены предпосылки возникновения и процессы, которые сопровождали развитие соответствующего феномена. Выделены основные этапы становления корпоративной культуры в истории экономической мысли. Проанализировано соотношение понятий организационной и корпоративной культуры в научной литературе. Раскрыто, как развитие цивилизации, научно-технический прогресс приводят общество к потребности в развитии духовной культуры и к тому, чтобы в трудовой деятельности требования высокой культуры, этики были приоритетными относительно требований чистой экономики. Акцентируется внимание на необходимости формирования корпоративной культуры как феномена, который влияет на успешное развитие деятельности современного предприятия.

Ключевые слова: корпоративная культура, предприятие, корпоративный дух, организационная культура, человеческий капитал, внешняя конкурентная среда, интеграционные процессы, глобализация экономического пространства.

Oleksenko Yana. SCIENTIFIC CONCEPTS OF CORPORATE CULTURE FORMATION IN HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Theme actuality. In modern conditions of management development an interest in corporate culture grows since it's a phenomenon that influences successful development of the enterprise activity. Efficiently defined and constructed corporate culture should be considered as a powerful strategic tool that allows the coordination of the work of all structural units and certain staff members to achieve the company's goals. Corporate culture belongs to a class of phenomena that have a multi-dimensional interpretation, different variants of definition that, at first glance, give it a different substantive character. The basis for the clarification of corporate culture essence, its place in the enterprise management system is the study of scientific concepts of the formation and development of the concept «corporate culture» in the history of economic thought. The article outlines the preconditions of emergence and processes that accompanied corresponding phenomenon development. An evolutionary approach is proposed for the study of corporate culture; it allows determining of its sources, driving forces and historical forms. The correlation between concepts of organizational and corporate culture in the scientific literature has been analyzed. It has been highlighted in the survey how the development of civilization, scientific and technological progress lead the society to the need for the development of spiritual culture, and even the demands of high culture, ethics in the labour activity should be priority in terms of a clean economy requirements. The key role in the efficient functioning of a modern enterprise is played by its corporate culture, which today is used by leading foreign and domestic enterprises as an innovation management tool. Thus, this phenomenon will become an effective instrument for achieving the enterprise's mission in modern features of external and internal environment of the enterprise, characterized by globalization and integration, instability and unpredictability.

Key words: corporate culture, enterprise, corporate spirit, organizational culture, human capital, external competitive environment, integration processes, globalization of economic space.

Постановка проблеми. Процеси глобалізації сучасного світу виступають каталізатором розвитку інтеграційної господарської діяльності на рівні суб'єктів господарювання, а зростаючий рівень міжнародної конкуренції, поглиблення й розвиток цивілізованих ринкових відносин, боротьба за світове технічне лідерство та кризові процеси в економіці змушують підприємства постійно еволюціону-

вати й швидко реагувати на зміни, визначають необхідність пошуку нових методів підвищення ефективності діяльності підприємства.

У таких умовах відбувається суттєва переоцінка ролі та значення людського чинника в системі управління підприємницькою структурою й усвідомлюється, що персонал підприємства є його основним і найважливішим ресурсом. Більшість науковців пого-

джуються з тим, що в перспективі необхідно сформувавши новий стиль управління: з одного боку, жорстку дисципліну і централізацію, а з іншого – скорочення дистанції влади через відкритість і доступність [1, с. 130]. Цей перехід передбачає використання сукупності різноманітних способів впливу на працівників, які поєднують у собі як матеріальні, так і нематеріальні чинники. До останніх і належить такий соціальний феномен, як *корпоративна культура* – потужний інструмент управління підприємством і промислово-виробничим персоналом загалом, рушійна сила, що об'єднує підприємство і персонал єдиною місією, єдиною філософією, стратегією розвитку, принципами, цінностями, традиціями, створює репутацію в діловому світі, формує імідж організації, підвищує її конкурентоспроможність і забезпечує конкуренту перевагу [9, с. 73].

Підґрунтям для розуміння сутності корпоративної культури, її місця в системі управління підприємством є дослідження наукових концепцій становлення та розвитку самого поняття «корпоративна культура» в історії економічної думки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями питання історії розвитку та розуміння сутності корпоративної культури займалися такі видатні вітчизняні і зарубіжні вчені, як О. Бала, Т. Біляк [1], А. Бурлакова [2], Г. Хаєт, Е. Шейн, Т. Башук, І. Ігнатєва [4], В. Євтушевський, О. Тарасова, В. Співак, Е. Капітонов [5], С. Щербіна, Н. Тарнавська [12], Н. Фіщук, І. Химич [13], В. Юрченко та ін.

Окремі аспекти корпоративної культури досліджували економісти, соціологи, психологи і педагоги, такі як В. Пилипенко, І. Бебешкіна, Т. Заславська, Р. Ривікіна, В. Щербіна та інші представники різних шкіл і течій.

Однак, незважаючи на вагомий теоретичний здобуток у царині зазначеної проблеми, питання вивчення історії виникнення і становлення корпоративної культури вимагають більш ґрунтовного опрацювання, оскільки вони не систематизовані та не мають комплексного характеру.

Мета статті полягає у висвітленні генезису розвитку корпоративної культури в історії економічної думки як необхідного елемента управління компанією в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Проблема корпоративної культури є відносно новою для нашого суспільства і не досить дослідженою. Наукове тлумачення феномена корпоративної культури відрізняється складністю й різноманітністю теоретичних підходів до визначення його сутності, усвідомлення і прийняття певної позиції з цілої низки проблем. Однією з найважливіших є визначення змісту цього поняття. Це пояснюється тим, що корпоративна культура перебуває на «перетині» таких наук, як психологія, культурологія, педагогіка, менеджмент, соціологія, філософія, економіка та інші, вона потребує комплексних досліджень за участю фахівців різного профілю [11].

Подібно до багатьох філософських термінів, поняття корпоративної культури з'явилося набагато пізніше, ніж зафіксоване ним явище соціальної дійсності. Витоки сучасної корпоративної культури дослідники пов'язують із періодом Середньовіччя. Правила поведінки встановлювалися й підтримувалися всередині професійних співтовариств – ремісничих і торговельних гільдій. Відповідно до історичних свідчень, ставилися до цих правил часом з більшою повагою, ніж до державних законів. Їх порушення могло закінчитися виключенням із цеху та професійною дискваліфікацією, а підпорядкування, навпаки, гарантувало причетність до обраної спільноти, що, у свою чергу, дарувало впевненість у завтрашньому дні.

Значний внесок у процеси формування корпоративної культури вніс ранній капіталізм і фабричний спосіб виробництва. У перших індустріальних організаціях власники та їх безпосереднє оточення відчували необхідність додержуватися певних стандартів поведінки. Вони постійно стикалися з відсутністю трудової дисципліни: бурхливі пояснення, бійки, лайка, пияцтво, азартні ігри, довільне відвідування роботи. Відгуком на загрозу упорядкованості з боку керівництва

були дисциплінарні стандарти поведінки й жорстокий контроль за їх виконанням.

Поступове подолання негативного емоційного тла виробничих комунікацій почалося у XIX сторіччі. Широко відомим прикладом успішного втілення нових принципів та норм колективної праці у виробництво став організаційний підхід, що був реалізований на фабриці гончарних виробів британським ліберальним реформатором Дж. Веджвудом. Йому вдалося досягти рівноваги між дисципліною й спонуканням до праці. Дж. Веджвуд сконцентрував робітників в одному загальному приміщенні, де в кожного було своє робоче місце, яке вони не повинні були залишати. Тоді праця була організована таким чином, що вироби переходили від одного робітника до іншого. Це підсилювало залежність працівників, хоча кожний мав індивідуальне завдання. Увів нову структуру керування, призначивши начальників для заводу загалом, старшин для контролю над вантажами, а також інспекторів, які повинні були турбуватися про людей і їхню заробітну плату.

Для виконання функції нагляду Дж. Веджвуд сформулював детальні правила дисципліни, подібно до військової, зафіксувавши їх у спеціальному документі для працівників. Було введено систему штрафів і доган. При цьому Дж. Веджвуд щиро прагнув «поліпшити моральне обличчя» своїх робітників і вважав, що дисципліна дозволить їм бути стриманими й підвищить їхнє почуття власної гідності. За покору Дж. Веджвуд пропонував своїм працівникам економічну підтримку у разі хвороби й соціальний захист загалом.

На прикладі реформ Дж. Веджвуда простежується прагнення формалізувати й упорядкувати відносини, створити чітку організаційну структуру. Ідеалом Дж. Веджвуда було виробництво, що функціонує як єдиний злагоджений механізм.

Перші згадування щодо вживання терміна «корпоративна культура» дослідники відносять до кінця XIX – початку XX ст. У літературі цього періоду згадується наявність та підтримка «корпоративного духу». У багатьох джерелах зазначено, що вперше словосполу-

чення «корпоративна культура» використав у XIX ст. у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин у офіцерському середовищі [9, с. 74].

Із розвитком виробничих відносин удосконалювався і науковий менеджмент. Уже наприкінці XIX ст. вивчення впливу людських взаємин усередині організації почали займатися представники школи людських відносин менеджменту. Дослідженню впливу організаційної поведінки на діяльність підприємства сприяв Хоуторнський експеримент на початку 30-х років XX ст. у Чиказькій компанії Western Electric, очолюваний американським ученим Елтоном Мейо. Метою експерименту було дослідження діяльності підприємства у культурному аспекті. Елтон Мейо виявив вплив на продуктивність праці робітників підприємства «прихованих» психологічних та соціальних чинників, подальше вивчення яких сприяло висновку дослідника про необхідність «поміркованого життя для індивіда в корпорації» та розвитку в індивіда «почуття групової співучасті» на основі загальних групових цінностей. Якщо раніше передбачалося наукове обґрунтування оптимального використання машин та механізмів, а люди були на другому плані, то тепер всебічно вивчалися чинники управління роботою людей, бралися до уваги моральні та соціальні чинники, групові стосунки людей, їхні потреби тощо [2, с. 87; 12, с. 39]. Тим самим було започатковано дослідження корпоративної культури як самостійного об'єкта під назвою «школа людських відносин».

Дослідження професійних відносин було продовжено у 50-х роках М. Далтоном, який дослідив виникнення культур та субкультур та виклав результати їх дослідження у книзі «Людина, яка керує».

На початку XX ст. Анрі Файоль, засновник школи класичного управління, у книзі «Загальне і промислове управління» серед основних принципів управління виокремлює корпоративний дух, розуміючи під ним «згуртованість працівників, єдність сили».

У світі бізнесу ідея про етичні правила поведінки працівників організації виникла в

1930-ті роки в Японії, об'єднавши самурайську етику та сучасні технології виробництва. Це було викликано гострою необхідністю підвищення ефективності виробництва за умови, що всі технологічні ресурси були вже вичерпані. Трохи пізніше американці запозичили та розвинули положення про корпоративну культуру, і натеper її основа являє собою синтез двох начал: західного, орієнтованого на крайній індивідуалізм та особисту вигоду, і східного, за якого вища цінність людини складається в безмежному злитті із суспільством [7].

У другій половині ХХ ст. почали з'являтися відносно чіткі визначення культури підприємства і поняття «корпоративна культура», що охоплювали явища духовного й матеріального життя колективу та домінуючі в ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо [13].

Перші ідеї щодо управління з використанням культури опублікував у 1960 році американський соціолог Д. Мак-Грегор у праці «Людська сторона підприємства», запропонувавши теорії «Х» та «У».

Теорія «Х» стверджувала, що природну схильність людей до лінї слід долати завдяки контролю та мотивації до праці грошима, тоді як теорія «У» базувалася на природних людських амбіціях, що сприяють самоконтролю й самоуправлінню людей, а їхній мотиваційний аспект – це задоволення від виконаної роботи. Практичне використання цих теорій дослідник убачав у гармонійному їх поєднанні. Науковці Ричард Джонсон і Вільям Оучі доповнили ідею ефективного управління у роботі «Теорія Z (методи організації виробництва. Японський і американський підходи)» (1988). Ця теорія уже мала риси японського підходу до управління організацією й передбачала рух ініціативи та інформації знизу вгору, а також прийняття рішень на основі консенсусу вищого керівництва із середньою управлінською ланкою [8].

Концепція та системні наукові дослідження корпоративної культури розпочалися переважно у 70–80 рр. ХХ ст. і були наведені у працях А. Петтігроу «Вивчаючи організаційну культуру» (1979), Р. Паскаль і А. Атос «Мистецтво японського менеджменту» (1981), Т. Діла й А. Кеннеді «Корпоративна культура» (1982), Т. Пітерс і Р. Уотрман «У пошуках ефективного управління» (1982) – у числі перших озвучили термін «організаційна культура» у контексті корпоративної культури і тези про те, що вона є важливим чинником економічної ефективності організації та її адаптації до зовнішнього середовища [3].

У цей же період дослідження корпоративної культури починали проводити у великих корпораціях (наприклад, ІВМ), що мають відділення в багатьох країнах світу. Проте з часом досвід, накопичений західними фахівцями, став транслюватися і на інші, менші компанії з іншими способами організації.

Матеріали Барселонської конференції 1989 року, присвяченої проблемам розвитку організації на сучасному етапі і корпоративній культурі зокрема, відображають підвищений інтерес дослідників до аналізу методів і форм корпоративної культури [4, с. 391].

У дослідженнях корпоративної культури в Західній Європі дослідники певну увагу зосереджували на духовних елементах і поняттях, використаних для визначення явищ, ідей, засобів пізнання, символів та їх значень, цінностей, правил і норм, моделей поведінки тощо (М. Елвесон, Р. Кілман, Р. Рюттінгер, Д. Ньюстром, К. Девіс, Л. Джоуел, В. Співак, А. Заньковський, С. Шекшня та ін.).

Р. Кілман, зокрема, вважає, що корпоративна культура – це філософські й ідеологічні уявлення, цінності, переконання, очікування, атитюди та норми, які об'єднують організації в єдине ціле та поділяються її членами. На думку К. Голда, корпоративна культура являє собою унікальні характеристики особливостей організації, що вирізняють її серед інших у галузі. М. Мескон визначає корпоративну культуру як атмосферу і клімат в організації, що відображає звичаї, які в ній домінують. О. Віханський та О. Наумов під корпоративною культурою розуміють набір найважливіших положень, що сприймаються членами організації та втілюються у цінностях, які декларуються організацією і визначають людям орієнтири в їхній поведінці та діях [11, с. 256].

Д. Елдрідж і А. Кромбі вважають, що культура організації – це унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею завдань. Г. Морган визначає культуру у метафізичному розумінні як один із засобів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших способів передачі основних цінностей, переконань, ідеологій, які спрямовують діяльність підприємств [4, с. 392–397].

Є. Уткін характеризує корпоративну культуру як систему цінностей і переконань, що поділяються всіма працівниками фірми і зумовлюють їхню поведінку, характер життєдіяльності організації [3, с. 255–259].

Щодо співвідношення понять організаційної та корпоративної культури в науковій літературі є кілька поглядів.

Автори Т. Діл, А. Кеннеді, Е. Шейн розглядають корпоративну культуру як ідентичну організаційній. Під корпоративною (організаційною) культурою вони розуміють комплекс базових принципів організації діяльності підприємства, розроблених для вирішення проблем її зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції. Часто в зарубіжній літературі поняття «корпоративна культура» є синонімом поняття «організаційна культура». Вітчизняні дослідники (О.С. Виханський, Л.В. Карташова, В.А. Співак та ін.) також дотримуються цього підходу, відзначаючи тотожність запропонованих термінів.

Інші вітчизняні дослідники пропонують розглядати корпоративну культуру як рівень розвитку організаційної культури, що сформувалася в межах індустріального суспільства. Корпоративна культура виступає різновидом організаційної культури і відображає специфіку організацій сучасних підприємств у постіндустріальному суспільстві і відносин усередині них. Як відзначає Е. Капітонов, «ці різновиди культури мають нормативні, стильові, функціональні особливості, які є внутрішнім початком організаційних і сучасних корпоративних відносин, що виражають специфіку життєдіяльності економічних і poste-

кономічних корпорацій» [5, с. 57]. Процес становлення і розвитку корпорацій завжди супроводжується формуванням певної нормативної системи, що відповідає загальним корпоративним цілям і враховує цінності співробітників організації.

Ю. Красовський, Є. Молл, В. Щербина вважають, що краще розглядати корпоративну культуру як частину організаційної культури. Вони під організаційною культурою розуміють культуру головної (материнської) організації, а під корпоративною культурою – культуру підрозділів підприємства в інших країнах. Тим самим у межах цього підходу корпоративна культура є елементом організаційної. Але в такому разі не до кінця з'ясованим залишається питання про критерії відмінності цих культур у діяльності підприємств.

Є думка, що корпоративна культура – це культура великих виробничих, торгових та інших об'єднань із певною формою економічної і юридичної структури (корпорацію), а організаційна культура – це культура невеликих організацій [6].

Інколи, вивчаючи внутрішнє середовище підприємства, дослідники поділяють формальні і неформальні системи правил, норм діяльності, звичаїв, традицій, що стали традиційними в організації. Більш того, саме за критерієм формальності і неформальності нормативних систем, що склалися всередині підприємства, розходяться і поняття корпоративної та організаційної культури.

Таким чином, корпоративна культура є формалізованою системою цінностей і норм поведінки, що формується вищим менеджментом організації, а організаційна культура – системою відносин, що спирається переважно на неформальні норми, сформовані природно і самостійно, без примусу і контролю.

Аналіз різних підходів до співвідношення понять організаційної та корпоративної культури дає змогу дійти висновку про те, що між організаційною та корпоративною культурою є тісний зв'язок і взаємовплив. Це проявляється в тому, що організаційна культура як стихійно складена неформальна система цінностей, установок, що визначає поведінку

Економіка та управління підприємствами

співробітників організації, є невід’ємною частиною корпоративної культури, яка являє собою сукупність як формальних, так і неформальних правил, норм, цінностей, що об’єднують людей для досягнення поставлених цілей.

Незважаючи на те, що корпоративна культура являє собою цілеспрямовано сформовану керівництвом організації систему декларованих цінностей, норм, правил, зразків поведінки співробітників, ідеальний бажаний образ свого підприємства, вона не може суперечити неформальній системі цінностей співробітників і повинна їх урахувати в процесі створення ефективної корпоративної культури, оскільки в іншому разі остання буде мати суто декларативний характер.

Упродовж XX – початку XXI століття уявлення про корпоративну культуру, її місію, цілі, принципи, засоби і можливості реалізації суттєво змінювалися. Аналіз еволюції наукової думки засвідчив, що уявлення про її моделі, вплив на відносини у сфері праці набували нового змісту залежно від становлення менеджменту, змін суспільно-політичного устрою, форм власності, домінуючих цінностей, норм поведінки, особливостей національної свідомості [10]. Наукові пошуки в цьому напрямі посилюються, що пояснюється активізацією засобів ролі людського капіталу, забезпечення економічного та інноваційного розвитку підприємств і подолання протиріч у взаємодії соціальних партнерів.

Таблиця 1.1

Основні етапи становлення і розвитку корпоративної культури

Етап	Короткий опис
1	2
I етап: Донауковий (до XX ст.)	Виникнення терміна «корпоративна культура», що спочатку стосується визначення спільних зовнішніх атрибутів в одязі та спілкуванні військових; простежується прагнення формалізувати й упорядкувати відносини, створити чітку організаційну структуру підприємства.
II етап: Наукового менеджменту (від поч. XX ст. – кінець 70-х років XX ст.)	Термін поширюється на об’єднання студентів, професійні та інші спільноти, його сутністю стають не лише відмінності в атрибутах одягу, спілкуванні, а й спільні інтереси, прагнення займатися спільною справою, головною рисою такої культури стає так званий «корпоративний дух», що відображає згуртованість у досягненні спільних цілей. У другій половині XX ст. почали з’являтися відносно чіткі визначення культури підприємства та поняття «корпоративна культура», що охоплювали явища духовного та матеріального життя колективу та домінуючі в ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо.
III етап: Гуманізація управління (80-ті роки XX ст. – кінець XX ст.)	Завдяки науковим дослідженням було з’ясовано, що однотипні управлінські методи впливу на трудову поведінку працівників у різних організаціях демонструють розбіжності в поведінкових реакціях, які часто є протилежними; причина такого часто криється у різних культурних особливостях, трудових традиціях, ціннісних орієнтирах. У цей же період дослідники А. Кеннеді, Дж. Лафферт, Р. Харрісон, С. Ханді, Е. Шейн збагатили уявлення про корпоративну культуру, доводячи, що вона є чинником успіху організації, важливим інструментом якісного розвитку персоналу. Вплив культури на ефективність діяльності підприємства не піддавався сумніву, а термін «корпоративна культура» закріпився як науковий.
IV етап: Сучасний етап соціально-технічних концепцій менеджменту (початок XXI ст.)	У світі відбувається зміна пріоритетів у розвитку корпоративної культури підприємств у напрямі підвищення її ролі в якісному розвитку людського капіталу, підвищення інноваційної активності працівників. Цей етап характеризується активізацією досліджень моделей корпоративної культури, а також збагаченням форм і методів корпоративної культури в інтересах ефективного використання та розвитку людського капіталу на етапі інноваційних змін із метою підвищення ефективності діяльності компаній.

Джерело: складено автором на основі джерел [4; 10, с. 343–353; 13, с. 105–116].

Предмет розгляду – корпоративна культура – зразок того, як розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять суспільство до потреби в розвитку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої економіки [4, с. 391].

Аналіз наукових джерел свідчить, що сучасні наукові дослідження співвідносять історичні етапи розвитку корпоративної культури з етапами розвитку теорії та практики управління:

Еволюційний підхід має достатнє підґрунтя для дослідження корпоративної культури і дає змогу визначити її джерела, рушійні сили та історичні форми. Все це необхідно для визначення та аналізу її основних типів, що дозволяють виявити специфічні риси кожного окремого підприємства та знайти адекватні методи її удосконалення, адже тип корпоративної культури є одним із показників її комплексної оцінки, з урахуван-

ням якої формується стратегія розвитку корпоративної культури.

Висновки. Історичний аналіз засвідчив, що проблеми виживання, розвитку й адаптації компанії в зовнішньому конкурентному середовищі, у нестабільних соціальних, економічних, політичних умовах і проблеми внутрішньої інтеграції, концентрації персоналу навколо цілей та цінностей організації в усі часи були первинною причиною і рушійною силою формування і розвитку корпоративної культури.

Необхідність у вивченні корпоративної культури пов'язана з істотним впливом процесу глобалізації економічного і соціального простору на зміни внутрішнього середовища підприємства. Корпоративна культура може стати інструментом, що сприяє підвищенню показників ефективності компанії, а також показником, що стримує її розвиток, у зв'язку з цим і виникає необхідність у її вивченні, формуванні, зміні та управлінні.

Список використаних джерел:

1. Біляк Т.О. Вдосконалення корпоративного управління підприємства на основі розвитку корпоративної культури. Вісник ЖДТУ. Серія Економічні науки. 2016. № 4(78). С. 129–135.
2. Бурлакова А., Савчук Л. Розвиток корпоративної культури в Україні. Персонал. 2005. № 5. С. 86–89.
3. Гайдученко С.О. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку організаційної культури публічного управління. Дисерт. докт. наук з держ. управ.: 25.00.01. 2016. 437 с.
4. Ігнат'єва І.А., Гарафонов О.І. Корпоративне управління. 2013. 600 с.
5. Капітонов Е.А., Капітонов А.Е. Корпоративна культура і PR. 2003. С. 57.
6. Мазур І.І., Шапіро В.Д. Реструктуризація підприємств і компаній. 2000. 587 с.
7. Носова Л. Чи потрібна корпоративна культура освіті? URL: <http://www.pld.org.ua>.
8. Оучи У.Г. (пер. с англ. Вышинская Е.В., Котий Г.А.). Методы организации производства: японский и американский подходы. Экономика. 1984. 183 с.
9. Семененко В.М., Пишненко О.А. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2012. № 3–4 (4–5). С. 73–77. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>.
10. Семикіна М.В. Феномен корпоративної культури в системі соціальних важелів якісного розвитку трудового потенціалу. Управління економікою: теорія та практика. Другі Чумаченківські читання. 2013. С. 343–353.
11. Тарасюк Л.М. Основні наукові підходи до визначення термінології в галузі корпоративної культури. Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». 2012. № 1. С. 255–259. URL: <http://social-science.com.ua/article/762>.
12. Тарнавська Н.П., Пушкар Р.М. Менеджмент: теорія та практика. 2005. 486 с.
13. Химич І.Г. Формування корпоративної культури підприємства в сучасних економічних умовах. Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем. 2015. № 31. С. 105–116.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-10>
УДК 332.1:330.15

Андрусяк Н.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Висвітлено сутність та особливості еколого-економічної політики регіону як важеля управління еколого-економічною конкурентоспроможністю, склад та важливість дослідження відповідних конкурентних переваг. Обґрунтовано взаємоконфліктність та взаємозалежність еколого-економічних конкурентних переваг, що набувають особливої актуальності в регіонах. Визначено напрями використання еколого-економічних конкурентних переваг та з'ясовано, що зміст еколого-економічної політики варто розглядати крізь призму більш узагальненого поняття – політики розвитку регіону. Наведено напрями політики розвитку регіону та місце у ній еколого-економічної політики, зазначено про актуальність розвитку та впровадження екологічної культури як основи для усвідомлення залежності суспільства від навколишнього природного середовища.

Ключові слова: еколого-економічна політика, регіон, політика розвитку регіону, еколого-економічна конкурентоспроможність, конкурентна перевага.

Показаны сущность и особенности эколого-экономической политики региона как рычага управления эколого-экономической конкурентоспособностью. Определен состав и важность исследования соответствующих конкурентных преимуществ. Обоснована взаимопротивоположность и взаимозависимость эколого-экономических конкурентных преимуществ, которая приобретает особую актуальность в регионах. Определены направления использования эколого-экономических конкурентных преимуществ и обосновано, что содержание эколого-экономической политики следует рассматривать сквозь призму более обобщенного понятия – политики развития региона. Рассмотрены направления политики развития региона и место в ней эколого-экономической политики, говорится об актуальности развития и внедрения экологической культуры как основы для осознания зависимости общества от окружающей среды.

Ключевые слова: эколого-экономическая политика, регион, политика развития региона, эколого-экономическая конкурентоспособность, конкурентное преимущество.

Andrusiak Nataliia. ECOLOGICAL-ECONOMIC POLICY OF THE REGION IN THE CONTEXT OF COMPETITIVENESS

The essence and peculiarities of the ecological-economic policy of the region as a lever of ecological and economic competitiveness management are highlighted. The composition and importance of research of the corresponding competitive advantages are determined. The development of economic relations in Ukraine, accompanied by the introduction of innovations in the production of goods and services, inevitably leads to a deterioration of the ecological state and the environment. Most of the problems of socio-economic and environmental imbalances arise because of the lack of targeted policy of ecological and economic development of regions and the state as a whole. The ecological and economic competitive advantages of the national economy are the basis of the regional policy of the corresponding type and the formation of similar advantages at the regional level, since they determine their content, types and perspectives, which are connected with them. Provide

and maintain optimality in their correlation – the task of regional ecological-economic policy and development strategies, which should be based on appropriate principles. Implementation of environmental and economic policies is impossible without environmental education and culture. Their goal is to formulate among the population, business entities, institutions of infrastructure of ecological knowledge, which, taking into account the economic component and their organic interconnection, will allow to realize and evaluate the interdependence of human activity and the ecological system, responsibility for damage to the environment, directions of formation and increase of ecology-economic competitiveness of regions, the importance of rational use of resources.

Key words: *ecological and economic policy, region, regional development policy, ecological and economic competitiveness, competitive advantage.*

Постановка проблеми. Розвиток економічних відносин в Україні, що супроводжується впровадженням інновацій у виробництво товарів, послуг, неминуче приводить до погіршення екологічного стану та навколишнього природного середовища. Україна донині має найвищий серед європейських держав інтегральний показник антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище. Наслідками цього є погіршення соціальних процесів, якості життя населення, рівня економічного розвитку й раціонального використання природно-ресурсного потенціалу в регіонах. Більшість проблем соціально-економічної та екологічної незбалансованості виникає через відсутність цілеспрямованої політики еколого-економічного розвитку як регіонів, так і держави загалом.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблему створення концепції стабільного розвитку еколого-економічного складника трансформаційного суспільства на рівні підприємств, регіонів, держави нині порушують не лише українські, а й зарубіжні економісти й управлінці, серед яких варто назвати Б.М. Данилишину [1], В.В. Хименця [2], Н.В. Прямухіну [3], В.І. Павлова [4], С.В. Майстро [5] та низку інших науковців.

На жаль, значну частину наукових праць присвячено питанням політики еколого-економічного розвитку відокремлено від конкретних особливостей регіонів, що впливають на їхню конкурентоспроможність.

Метою статті є висвітлення особливостей еколого-економічної політики регіону в контексті конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Еколого-економічна політика – це новий вид регіональної політики для українських територій, який

виник унаслідок усвідомлення екологічних проблем через економічний поступ. Розвиток еколого-економічної політики, її механізмів, інструментів, методів та підходів необхідний як обмежувально-стимулювальний важіль визначеного світовою спільнотою екологічного вектору, впровадження відповідних стандартів та розвитку економіки регіонів у взаємозв'язку з екологічними обмеженнями.

Еколого-економічна конкурентоспроможність передбачає не лише визначення напрямів розвитку, але й виокремлення конкурентних переваг, які забезпечують регіону економічну, соціальну, інноваційну, інвестиційну, інформаційну тощо привабливість на національному та світовому рівнях.

Еколого-економічна конкурентна перевага розуміється автором як сукупність відповідних чинників, які порівняно з іншими територіальними утвореннями забезпечують регіону економічну, соціальну, інноваційну, інвестиційну, інформаційну тощо привабливість на національному та світовому рівнях.

У сучасних умовах економічного розвитку дослідження еколого-економічної конкурентоспроможності регіону є актуальним та своєчасним. Його комплексність відображає наявні тенденції розвитку територій та реакцію на глобалізаційні процеси. Подальші розробки мають бути спрямовані на дослідження системи чинників, які формують еколого-економічний потенціал і конкурентні переваги.

Доцільно враховувати визначальний вплив макроекономічних чинників національного рівня, які створюють умови для розвитку й вдосконалення правової бази, ринку праці, бізнесу, упровадження екологічних стандартів.

Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Ці чинники є основою для економічного зростання, що виражається в зростанні ВВП, посиленні активності міжнародної торгівлі, укладенні вигідних договорів, загальній впливовості держави на світовому ринку, а також підвищенні рівня життя населення й упровадження політики екологічності та її стандартів. Еколого-економічні конкурентні переваги національної економіки лежать в основі регіональної політики відповідного типу та формування аналогічних переваг на рівні регіонів, оскільки визначають їхній зміст, види та перспективи, що з ними пов'язані (рис. 1).

Не можна не погодитися з тим, що реальна економіка як процес відтворення у вигляді «виробництво – обмін – споживання» є важливим складником економічного розвитку та одним із чинників, які формують потенціал еколого-економічної конкурентоспроможності регіону. Іншим важливим чинником є інформаційний, або так званий віртуальний ринок, де торгівля організовується через Інтернет, а попит формується під впливом потреби та поширення інформації. Сьогодні цей ринок розвивається швидкими темпами, у багатьох сферах спостерігаємо підміну

реального регіонального обміну на віртуальний. Вочевидь, це мало б означати зменшення навантаження на екологічний складник регіональної економіки, але такий висновок був би поспішним. Екологія регіонів перевантажена торгівлею юридичних і фізичних осіб (внутрішньорегіональною, міжрегіональною, зовнішньою), розвитком логістичних мереж, які нині посідають вагомe місце в економічному русі товарів і послуг. Еколого-економічна конкурентоспроможність та її потенціал має оцінюватися з урахуванням цих змін та особливостей, оскільки за світовими тенденціями вплив цих чинників буде лише зростати. На жаль, офіційна статистика не володіє даними, які б демонстрували, наприклад, обсяг торгівлі вжитковими товарами (хіба що часткою, реалізованою через мережу Second Hand). Унаслідок стрімкого розвитку зазначених складників еколого-економічної конкурентоспроможності створюються і розвиваються мережі організацій, що забезпечують цей товарообіг (Нова Пошта, Нічний Експрес, Ін-Тайм тощо).

Зазначене свідчить про взаємоконфліктність та взаємозалежність еколого-еконо-

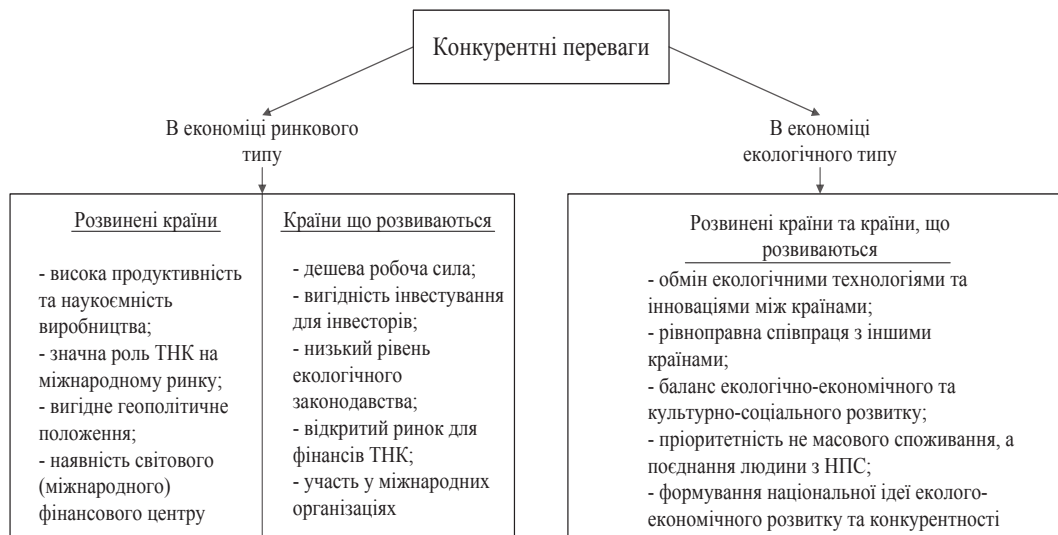


Рис. 1. Еколого-економічні конкурентні переваги країни для економіки ринкового та екологічного типів

Джерело: розробила автор

мічних конкурентних переваг, що набувають особливої актуальності в регіонах. Знайти, забезпечити й утримати оптимальність у їхньому співвідношенні – завдання регіональної еколого-економічної політики та Стратегій розвитку, що мають ґрунтуватися на відповідних засадах. Розглянемо склад еколого-економічних конкурентних переваг на рівні регіону та напрями можливого їх використання (рис. 2).

У цьому контексті варто зупинитися на еколого-економічній політиці регіонального розвитку як системоутворюючому чинникові механізму відповідного виду конкурентоспроможності. Дослідники, приділяючи увагу цьому виду політики, визначають її комплексно й узагальнено. Так, Т.П. Козаченко трактує еколого-економічну політику як сукупність науково обґрунтованих принципів охорони та формування природного середовища, які базуються на всебічному врахуванні законів його розвитку, що передбачає оптимальну структуру виробничих сил, темпи, пропорції розвитку яких забезпечують відтворення природного середовища і гарантують суспільству економічне процвітання та благополуччя [6, с. 143]. Т.Л. Чернова висвітлює напрями екологічної політики держави, які пов'язує із сталим розвитком:

- 1) облік і соціально-економічна оцінка природно-ресурсного потенціалу та екологічного стану територій;
- 2) ефективний фінансово-кредитний механізм природокористування;

3) планування охорони навколишнього природного середовища і раціонального використання природних ресурсів;

4) екологічне страхування;

5) формування цільових екологічних фондів;

6) економічне стимулювання природоохоронної діяльності;

7) створення екологічних банків;

8) формування ринку екологічних робіт і послуг;

9) платність природокористування;

10) вдосконалення організаційно-економічних методів природокористування;

11) врахування екологічного фактора під час приватизації;

12) економічний вплив на порушників природоохоронного законодавства [7, с. 65].

Узагальнюючи наявні трактування екологічної політики, автор пропонує власне визначення: *еколого-економічна політика регіону в контексті конкурентоспроможності* – це система дій місцевої влади та учасників економічних відносин, що ґрунтується на правових та екологічних нормах, з урахуванням законів розвитку навколишнього природного середовища та на основі принципів збалансованості, оптимальності, економічності й компромісності покликана забезпечити наявність еколого-економічних конкурентних переваг у середньо- та довгостроковій перспективі регіонального розвитку.

Еколого-економічна політика регіону передусім пов'язана з фінансуванням еколо-

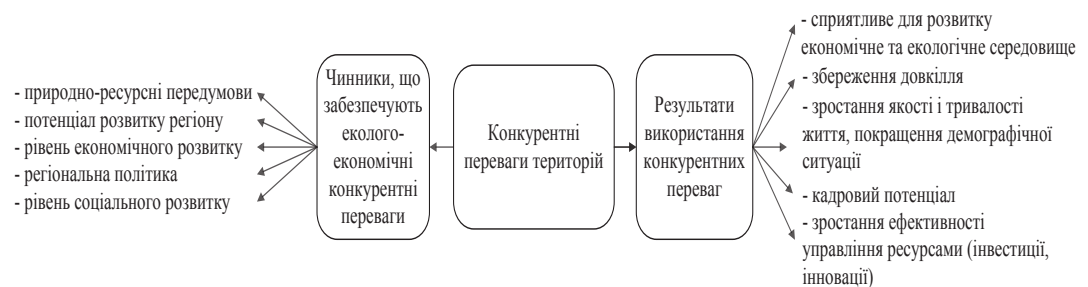


Рис. 2. Еколого-економічні конкурентні переваги на рівні регіону та напрями можливого їх використання

Джерело: розробила автор

Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

гічних наслідків, запобіганням та попередженням проблем у цій сфері, розробленням правових основ, упровадженням ресурсо- та енергозберігаючих технологій. Тому зміст еколого-економічної політики доцільно аналізувати крізь призму більш узагальненого поняття – політики розвитку регіону. Водночас не можна залишати поза увагою екологічні проблеми регіону. Цей напрям політики, зокрема й виокремлені нами конфліктні еколого-економічні конкурентні переваги, має будуватися на принципах компромісності між регіональними еколого-економічними інтересами держави і такими ж місцевими інтересами регіону. Забезпечення ефективності такої політики можливе лише за наявності таких умов:

– по-перше, пріоритетність державних еколого-економічних інтересів;

– по-друге, створення державою передумов для втілення місцевих еколого-економічних інтересів (за рахунок трансфертів, кредитних ставок, пільг тощо);

– по-третє, надання і реалізація гарантій державної підтримки еколого-економічного розвитку регіонів.

Окрім зазначеного, важливо врахувати регіональну специфіку, що породжує конфлікти інтересів між державою та територіями. Еколого-економічна політика у цій сфері повинна бути гнучкою та згладжувальною з пріоритетністю національного еколого-економічного вектора розвитку. Розглянемо напрями політики розвитку регіону та роль у ній політики зазначеного виду (рис. 3).

Реалізація еколого-економічної політики неможлива без екологічної освіти і культури. Їхня мета – формування в населення, суб'єктів

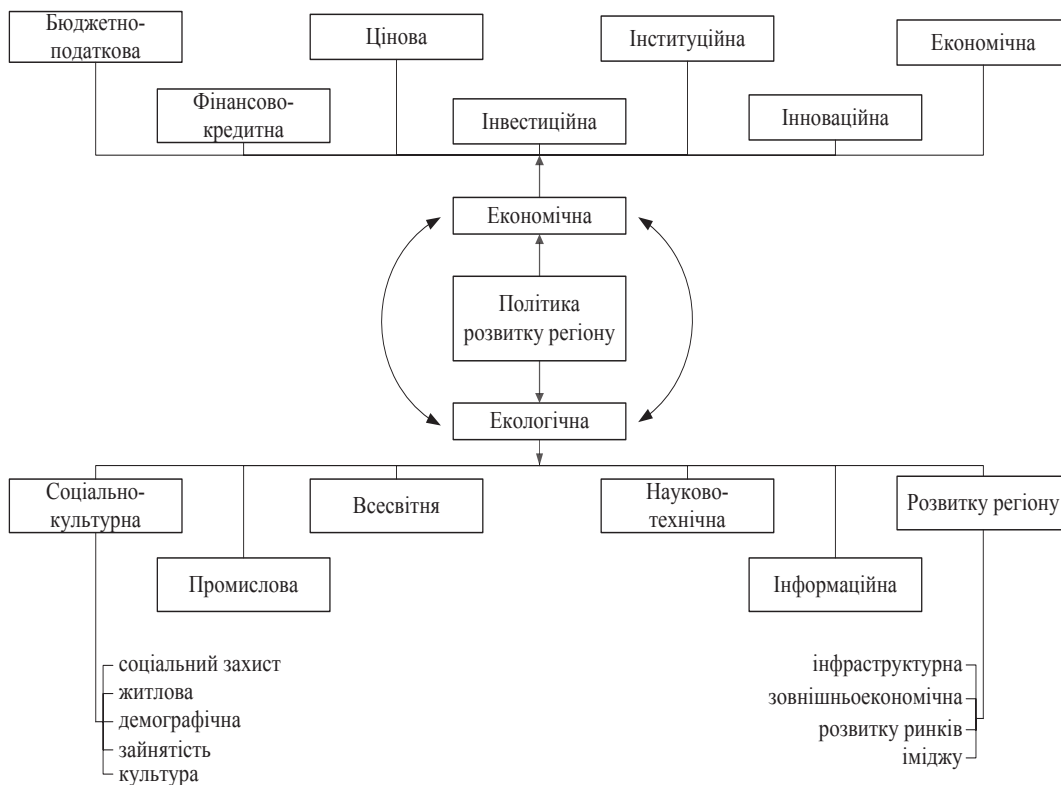


Рис. 3. Напрями політики розвитку регіону

Джерело: розробила автор

господарювання, інститутів інфраструктури екологічних знань, які, з огляду на економічний складник та їх органічний взаємозв'язок, дають змогу усвідомити й оцінити взаємозалежність діяльності людини й екологічної системи, відповідальність за пошкодження навколишнього природного середовища, напрями формування і підвищення еколого-економічної конкурентоспроможності регіонів, значущість раціонального використання ресурсів.

Кінцева мета екологічної освіти пов'язана з координацією знань та використанням наукових підходів до формування механізмів та інструментів еколого-економічної політики, з огляду на складність еколого-економічної системи та тенденції її розвитку. Знаннєвий аспект має забезпечити, зокрема, сприяння підвищенню відповідальності всіх учасників еколого-економічних відносин, усвідомлення суспільством екологічної, соціально-еко-

номічної, політичної тощо залежності від навколишнього природного середовища.

Висновки. Засади еколого-економічної політики мають базуватися на дослідженні та використанні відповідного потенціалу. Натомість доцільно враховувати вищезазначені тенденції до змін його характеристик: виникають нові та змінюються наявні раніше можливості розвитку, змінюється ресурсна основа реальної економіки. Подвійна сутність еколого-економічного потенціалу, який характеризує результат розвитку та його майбутні можливості, лежить в основі ефективно розробленої політики. З огляду на вплив основних чинників та на основі компромісних рішень (через зниження конфліктності екологічних та економічних переваг), такий підхід до побудови еколого-економічної політики сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону та його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б.М. Наукові нариси з економіки природокористування: монографія. Київ: РВПС України НАН України, 2008. 280 с.
2. Химинець В.В. Регіональна еколого-економічна політика як інституційна передумова забезпечення сталого розвитку. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка. 2015. Випуск 2(4). Частина 1. С. 204–208.
3. Прямухіна Н.В. Проблеми та перспективи розвитку регіонального ринкового простору в умовах трансформації: монографія. Київ: «Ліра», 2015. 332 с.
4. Павлов В.І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації (теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації): монографія. Луцьк: Настир'я, 2000. 580 с.
5. Майстро С.В. Проблеми та протиріччя державної екологічної політики на регіональному рівні. Державне будівництво. 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2014_1_9.
6. Козаченко Т.П. Екологічна безпека як передумова сталого соціально-економічного розвитку України. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Сер. : Державне управління. 2014. Т. 15. Вип. 291. С. 138–151. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdduu_du_2014_15_291_16.
7. Чернова Т.Л. Еколого-економічні принципи сталого розвитку національної економіки. Економіка та держава. 2013. № 5. С. 63–66.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-11>
УДК 351.82:364.1

Кудлаєнко С.В.

кандидат економічних наук,
здобувач наукового ступеня
доктора економічних наук,
Хмельницький національний університет

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ У ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Активне утвердження євроінтеграційного курсу України, яке спостерігається на протязі кількох останніх років, вимагає першочергового вирішення проблеми наявності значних дисбалансів у рівнях соціально-економічного розвитку країн ЄС та нашої держави. Отже, особливої актуальності нині набуває питання формування ефективної системи важелів управління соціально-економічним розвитком країни, що неможливо без встановлення чіткого переліку його детермінант. З огляду на це, у статті проведено дослідження наявних підходів до оцінювання соціально-економічного розвитку країн та територій. Розглянуті провідні міжнародні методики і показники оцінки рівня соціального розвитку. На основі отриманих результатів сформовано й охарактеризовано основні детермінанти розвитку соціальної сфери держави в умовах трансформаційних зрушень.

Ключові слова: соціальна сфера, соціально-економічний розвиток, детермінанти.

Активное утверждение евроинтеграционного курса Украины, наблюдающееся на протяжении нескольких последних лет, требует первоочередного решения проблемы наличия значительных дисбалансов в уровнях социально-экономического развития стран ЕС и нашего государства. Таким образом, особую актуальность сегодня приобретают вопросы формирования эффективной системы рычагов управления социально-экономическим развитием страны, что невозможно без установления четкого перечня его детерминант. С учетом этого в статье проведено исследование существующих подходов к оцениванию социально-экономического развития стран и территорий. Рассмотрены ведущие международные методики и показатели оценки уровня социального развития. На основании полученных результатов сформированы и охарактеризованы основные детерминанты развития социальной сферы государства в условиях трансформационных сдвигов.

Ключевые слова: социальная сфера, социально-экономическое развитие, детерминанты.

Kudlaienko Sergiy. DETERMINANTS OF SOCIAL SPHERE DEVELOPMENT IN TRANSFORMATION ECONOMY

The European integration prospects approximation for Ukraine and the introduction of a visa-free regime with the European Union for domestic citizens exacerbates the issue of imbalances in the socio-economic development of our country and the EU. In view of this, the establishment of social sphere development determinants clear set is becoming a significant issue today, in order to create effective levers of its management. Establishment of a countries and territories socio-economic development indicators list is the subject of scientific research separate authors, as well as entire scientific institutes and organizations. At the same time, each country forms its own methods for assessing the social sphere development level. However, the current level of the economic environment globalization, in combination with transformational processes in the domestic economy, requires finding an approach to establishing countries and territories socio-economic development determinants,

which would allow not only to assess the status of a particular parameter, but also to determine the factors of the current situation and to facilitate increasing efficiency in social sphere management. So, the purpose of this study is to characterize existing approaches to assessing the states socio-economic development level and to establish determinants of the social sphere development at the stage of the economy transformational processes. The article studies existing approaches to the countries and territories socio-economic development assessment. Considered the leading international methods and indicators for the social development level assessing. On the basis of the obtained results, were formed and characterized the main state social sphere development determinants in the context of transformational changes. The application of the above-mentioned determinants system for the management of the domestic social sphere development will allow for the complexity of the approach to evaluation and taking into account the various factors influence on one or another problem and, as a consequence, increase the efficiency of the state social sphere management.

Key words: social sphere, socio-economic development, determinants.

Постановка проблеми. Наближення євроінтеграційних перспектив для України та запровадження безвізового режиму з Євросоюзом для вітчизняних громадян загострює питання дисбалансів соціально-економічного розвитку нашої держави та країн ЄС. З огляду на це, вагомим питанням сьогодення стає встановлення чіткого переліку детермінант розвитку соціальної сфери задля створення ефективних важелів управління нею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Встановлення переліку показників соціально-економічного розвитку країн та територій є об'єктом наукових досліджень як окремих авторів, так і цілих наукових інститутів та організацій. При цьому кожна країна формує власні методики оцінювання рівня розвитку соціальної сфери. Проте сучасний рівень глобалізованості економічного середовища в сукупності з трансформаційними процесами у вітчизняній економіці вимагає пошуку підходу до встановлення детермінант соціально-економічного розвитку країни та територій, який би дозволяв не лише оцінювати стан того чи іншого параметру, але й визначати фактори наявної ситуації та сприяти підвищенню ефективності управління соціальною сферою.

Постановка завдання. Метою статті є характеристика наявних підходів до оцінювання рівня соціально-економічного розвитку держав та встановлення детермінант розвитку соціальної сфери на етапі трансформаційних процесів в економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу соціально-економічного

розвитку у світовій практиці використовується Система Національних Рахунків (СНР), що являє собою «універсальну економіко-статистичну мову» і має вигляд порівнянних у міжнародному плані даних щодо найважливіших показників світової економіки [1]. До основних показників СНР відносяться: абсолютний і відносний валовий продукт (валовий національний дохід); національний дохід і дохід на душу населення; галузева структура національної економіки; частка країни у світовому експорті; розмір експортної квоти; структура експорту і імпорту країни; рівень і якість життя населення.

В Організації Об'єднаних Націй (ООН) [2] наявна власна система оцінювання соціально-економічного розвитку територій, в якій виділяється група показників – сукупність параметрів розвитку людини. Складники вказаної групи показників такі:

- індекс розвитку людського потенціалу;
- індекс розвитку з урахуванням гендерного фактора;
- показник розширення можливостей жінок;
- індекс зубожіння населення промислово розвинених країн.

Індекс розвитку людського потенціалу агрегує такі показники, як загальна чисельність населення, очікувана тривалість життя, рівень освіченості дорослого населення, сукупна частка тих, хто навчається, реальний ВВП на душу населення.

Індекс розвитку з урахуванням гендерного фактора відображає кількість місць у парламенті, які зайняті жінками, кількість жінок

на адміністративних і керівних посадах, кількість жінок-спеціалістів і технічних працівників, ВВП на душу населення у жінок.

Показник розширення можливостей жінок відображає узагальнені економічні і соціальні фактори, що знаходяться нижче від порогових значень: відсоткова частка населення, котра, як очікується, не доживе до 60 років, відсоткова частка функціонально неосвіченого населення, відсоткова частка людей, які перебувають поза межею бідності, рівень «застійного» безробіття.

Індекс зубожіння населення промислово розвинених країн – це відсоток зубожіння населення (для порівняння з максимально допустимим для промислово розвинених країн).

Окрім інтегральних, перелік ООН включає близько 120 первинних показників, розподілених за такими групами: показники збільшення тривалості життя; охорона здоров'я; освіта; доступ до інформаційних потоків; економічні показники; макроекономічна структура; потоки ресурсів; використання ресурсів; демографічні тенденції; енергоспоживання; навколишнє середовище; продовольча безпека і харчування; гарантії зайнятості; політичне життя; злочинність; стрес; стать і освіта; стать і економічна активність; стать, робоче навантаження і розподіл часу; участь жінок у політичному житті.

Водночас принципова схема показників соціальної статистики ООН включає такі розділи, як: демографічна структура населення; соціальна структура суспільства; сім'я та побут; доходи та сімейні заощадження; рівень життя; охорона здоров'я; споживання продуктів харчування; житлові умови; освіта та культура; умови праці та зайнятість; умови життя сільського населення; соціальне забезпечення; утримання та виховання дітей, інвалідів, літніх та пенсіонерів; суспільні фонди.

Індекс соціального розвитку країн світу, запропонований М. Портером [3], проводить оцінку за допомогою показників трьох груп:

– базові людські потреби (харчування та базове медичне забезпечення, наявність води та дотримання санітарних норм, забезпеченість житлом, особиста безпека);

– основи благополуччя (доступність початкової освіти, доступ до інформації та зв'язку, здоров'я та оздоровлення, якість навколишнього середовища);

– можливості (забезпечення особистих прав, дотримання основних свобод, можливості вибору, толерантність та інклюзія, доступність вищої освіти).

У США до системи показників соціальної статистики [4], яка ведеться на загальнофедеральному рівні та на рівні штатів, входять показники охорони здоров'я, соціального забезпечення, освіти, зайнятості, особистих прибутків, побутових умов, вільного часу та розваг, демографічні характеристики населення.

У Росії найбільш повною і сучасною вважається система «Основні показники рівня життя населення в умовах ринкової економіки», розроблена Центром економічної кон'юнктури і прогнозування при Міністерстві економічного розвитку РФ. Вона складається з семи основних розділів: узагальнюючі показники; доходи населення; споживання і витрати населення; грошові заощадження населення; накопичене майно та житло; соціальна диференціація населення; малозабезпечені верстви населення [5, с. 69].

Водночас методологічними положеннями зі статистики [6] визначається набір вихідних показників і соціально-економічних індикаторів для оцінювання рівня життя населення, де основними є: дохід домашніх господарств, що є у їхньому розпорядженні; фактичне кінцеве споживання домогосподарств; витрати на кінцеве споживання домогосподарств; грошові доходи населення; грошові витрати і заощадження населення; середньодушові грошові доходи; реальні грошові доходи, що є у розпорядженні населення; середньомісячна нарахована заробітна плата; середній розмір призначеної місячної пенсії; купівельна спроможність грошових доходів населення; розподіл населення за рівнем середньодушових грошових доходів; розподіл загального обсягу грошових доходів за різними групами населення; коефіцієнти диференціації доходів населення; коефіцієнт концентрації

доходів (індекс Джіні); величина прожиткового мінімуму, чисельність населення з грошовими доходами нижче прожиткового мінімуму; дефіцит доходу.

В Україні рівень соціально-економічного розвитку регіону оцінюється за допомогою методики вимірювання регіонального людського розвитку, затвердженої Державною службою статистики України та Міністерством економічного розвитку і торгівлі України [7]. Відповідно до методики розраховується інтегральний показник – індекс людського розвитку, до складу якого входять 33 показники, розділені на шість груп: відтворення населення, соціальне становище, комфортне життя, добробут, гідна праця та освіта.

Автори національної доповіді «Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів» пропонують оцінювати соціальний розвиток держави на основі сукупності показників:

- якості населення (властивості відтворення та фізичного здоров'я, здатність створювати і зберігати сім'ю, рівень освіти та культури, рівень кваліфікації);

- добробуту населення (реальні доходи і витрати, забезпеченість житлом та потужностями інфраструктури суспільства);

- якості соціальної сфери (умови праці, фізична та майнова безпека, соціальні патології, соціальна й територіальна рухливість населення, соціально-політичне здоров'я суспільства);

- якості екологічної ніші (стан повітряного та водного басейну, стан ґрунтів та природних екосистем, біологічне різноманіття);

- природно-кліматичних умов (наявність природно-сировинних ресурсів, кліматичні умови, частота надзвичайних природних ситуацій) [8].

Натомість Л.А. Швайка [9] пропонує соціальний розвиток держави оцінювати у розрізі чотирьох груп показників:

- рівень життя (середньомісячна заробітна плата, співвідношення середньодушових доходів та прожиткового мінімуму, співвідношення доходів і витрат, частка населення з доходами, нижчими за прожитковий

мінімум, концентрація доходів у різних групах населення, співвідношення доходів найбідніших і найбагатших людей країни);

- соціальна забезпеченість (забезпеченість житлом одного жителя, забезпеченість лікарями та лікарняними ліжками на одного жителя, роздрібний товарооборот і платні послуги на одного жителя, рівень злочинності);

- демографічна ситуація (природний приріст населення, коефіцієнти народжуваності та смертності, середня тривалість життя населення, коефіцієнт дитячої смертності, міграційне сальдо);

- стан трудових ресурсів (рівень зайнятості населення, рівень безробіття, демографічне навантаження, навантаження на одне вільне робоче місце).

Тобто нині розроблені й успішно застосовуються різноманітні підходи до оцінювання рівня соціально-економічного розвитку як окремих населених пунктів, так і районів, країн, регіонів, континентів і навіть людства загалом. У цьому контексті може видатися, що вже немає необхідності у розробленні нових оціночних моделей чи підходів. Однак значна динамічність соціально-економічного середовища, постійна поява нових відкриттів, в тому числі і здатних впливати на стан соціально-економічного розвитку територій, збільшення чисельності глобалізаційних викликів зумовлюють потребу в розширенні наявних методик оцінювання за рахунок нових показників, нових підходів до інтерпретації отриманих результатів тощо. Окрім того, необхідність оновлення оціночних систем постає і в разі зміни концептуальних підходів до здійснення соціальної політики. Так, нове розуміння соціальної сфери та державного управління нею потребує встановлення нових детермінант її розвитку, які би враховували всі необхідні параметри і показники.

Так, на нашу думку, доцільно систему детермінант розвитку соціальної сфери розподіляти на підсистеми, виходячи з переліку її суб'єктів. Звідси отримуємо дві підсистеми:

- розвиток особистості;

- розвиток соціальної інфраструктури.

Підсистема детермінант, яка характеризує розвиток індивідів, – це фактично сукупність параметрів оцінювання якості та результатів реалізації державної соціальної політики, оскільки саме якість і показники життя населення є основними індикаторами якості управління соціальною сферою.

Підсистема детермінант, які характеризують розвиток соціальної інфраструктури, складається із сукупності показників, що характеризують якість процесів її формування, якість обслуговування населення, забезпеченість об'єктами соціальної інфраструктури та цілий ряд напрямів, пов'язаних із результатами функціонування соціальної інфраструктури.

Якщо говорити узагальнено, то до першої підсистеми відносяться всі детермінанти особистісного розвитку індивідів, а до другої – детермінанти загального розвитку людського потенціалу країни. Близьким до запропонованого поділу є підхід Т. Семигіної, яка зазначає, що соціальний розвиток держави формується з таких складників, як соціальні ресурси, соціальний потенціал та соціальна політика держави. Тобто, з одного боку виступає населення, а з іншого – функції держави [10, с. 84].

Наступним кроком має стати поділ детермінант кожної з підсистем за низкою напрямів. Щодо напрямів варто відзначити, що дослідники переважно сходяться в поглядах на напрями визначників розвитку соціальної сфери. Зокрема, ними виділяються такі галузеві системи соціальної сфери, як охорона здоров'я, фізична культура і спорт, освіта, культура, соціальне обслуговування, житлово-комунальне господарство, соціальне страхування і пенсійне забезпечення [11]. У більш розширеному вигляді цей перелік доповнюється ринком праці, транспортною інфраструктурою, торговельним та побутовим обслуговуванням тощо.

Однак для того, щоб сформувати систему оцінки соціальної сфери країни, варто спочатку визначитися не лише із напрямками, за якими вона буде проводитися, але і з концептуальними засадами її розвитку. Так, лише

чітка концепція розвитку соціальної сфери дасть можливість для точного встановлення переліку напрямів оцінювання та детермінант розвитку.

Щодо концептуальних засад, то вважаємо, що в основі оціночного підходу повинна лежати концепція всебічного розвитку особистості, головною метою якої постає забезпечення розвитку кожного індивідуума та нарощування потенціалу особистості. Саме запропонована концепція, з нашої позиції, є найбільш оптимальною в умовах сучасного високоглобалізованого середовища, яке до того ж характеризується високим рівнем динамічності. Застосування вказаного концептуального підходу в розбудові соціальної сфери держави гарантуватиме їй досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності на світовій арені шляхом нарощування її власного людського потенціалу. Отже, вважаємо за необхідне розбудовувати систему детермінант розвитку соціальної сфери через призму умов, якими є захищеність та свобода і можливостей особистісного розвитку індивідів.

Таким чином, виходячи з усього вищенаведеного, можемо сформувати систему детермінант розвитку соціальної сфери держави, які згруповані за напрямками розвитку індивідів та об'єктів соціальної інфраструктури в розрізі умов і можливостей всебічного розвитку. При цьому якщо у підсистемі розвитку індивідів детермінантами є результати діяльності держави в напрямі формування та реалізації соціальної політики, то у підсистемі розвитку соціальної інфраструктури ними виступають самі показники цієї діяльності та її ефективності.

Оскільки перша і основна умова особистісного розвитку – це захищеність, то окремі детермінанти розвитку соціальної сфери характеризують саме рівень захищеності населення. Рівень захищеності індивідів – детермінанта, яка практично повністю базується на суб'єктивних оцінках самих індивідів, а отже, має визначатися за допомогою показників, базованих на результатах соціологічних досліджень. Тут йдеться про рівень

відчуття захищеності серед населення, про довіру до влади, війська, правоохоронних і судових органів тощо.

Забезпеченість природними ресурсами – детермінанта, що надає характеристику індивідуальної забезпеченості, насамперед необхідними для життя ресурсами – питною водою, чистим повітрям, а вже потім земельними, лісовими, водними ресурсами тощо. Тут йдеться про оцінювання результативності діяльності держави в напрямі забезпечення рівного доступу усьому населенню до користування природними ресурсами.

Детермінанта «забрудненість середовища проживання» дає характеристику не лише показникам забрудненості навколишнього середовища, але й обсягам забруднень, які створюються індивідами безпосередньо. У такому разі забезпечується оцінка результативності державної діяльності в напрямі формування у населення навичок екологічної поведінки і створення сприятливих умов для забезпечення навколишнього середовища.

Система оборони і національної безпеки – детермінанта, що характеризує цілу сукупність оціночних параметрів, починаючи з обсягів державних видатків на сферу оборони і закінчуючи ефективністю самої оборонної системи. Тобто в межах аналізу цієї детермінанти має оцінюватися значна кількість окремих напрямів державної діяльності в оборонній сфері з приводу її ефективності, результативності та потенціалу розвитку.

Система соціального захисту – детермінанта, яка дозволяє охарактеризувати наявність і диференційованість соціальних пілг, допомог, послуг, рівень охопленості ними населення, якість функціонування системи соціального захисту загалом і окремих органів, покликаних цей захист реалізувати, тощо.

Система охорони навколишнього середовища – детермінанта, що характеризує наявність і стан законодавчого сприяння екологічному захисту середовища, результати природоохоронної діяльності держави в особі відповідних інституцій, рівень державного забезпечення роботи з очищення природних об'єктів і територій, утилізації відходів тощо.

Що стосується такої складової частини розвитку соціальної сфери, як свобода, то тут основними детермінантами, покликаними дати характеристику рівню індивідуальної свободи, мають бути:

- рівень особистісної свободи;
- рівень дотримання прав і свобод особистості.

У першому випадку йдеться про суб'єктивні оцінки індивідів стосовно рівня їхньої свободи вибору, переміщення, діяльності, слова, віросповідання тощо. Отже, тут перелік показників оцінки має формуватися на основі переліку питань соціологічного дослідження.

Що стосується рівня дотримання прав і свобод особистості, то в межах цієї детермінанти слід аналізувати показники не лише соціологічні, але й статистичні. Зокрема, сюди відносяться показники кількості політичних в'язнів, нападів на представників ЗМІ, кількості оскаржень дій правоохоронних органів у прокуратурі, кількості поданих і задоволених позовів Європейським судом із прав людини та багато інших індикаторів.

Основними детермінантами підсистеми розвитку соціальної інфраструктури за параметром свободи можуть бути:

- свобода засобів масової інформації;
- система гарантування прав і свобод.

Свобода засобів масової інформації – детермінанта, що характеризує законодавство з питань свободи ЗМІ та його дотримання, можливості отримання ліцензій на радіо- і телемовлення, рівень цензури чи його відсутність, наявність медіахолдингів та рівень неупередженості їх власників, наявність тиску та ЗМІ загальнодержавного, регіонального чи місцевого значення тощо.

Система гарантування прав і свобод – це сукупність характеристик наявного законодавства і діяльності державних інституцій, покликаних забезпечувати захист прав і свобод населення. Має оцінюватися якість роботи правоохоронних органів і, що дуже важливо, ефективність їхньої роботи в напрямі попередження порушень прав і свобод індивідів, адже нині вказана робота практично не ведеться.

Щодо параметру можливостей, то для його оцінки в системі розвитку соціальної сфери в частині індивідуального розвитку пропонується використання таких детермінант, як:

- фінансова спроможність;
- освітній рівень;
- рівень здоров'я індивідів;
- інфраструктурна забезпеченість.

Фінансова спроможність – це сукупність показників, що характеризують рівень матеріальної забезпеченості населення. Це, зокрема, рівень мінімальної заробітної плати, середній показник заробітної плати, обсяги оподаткування та інших відрахувань, забезпеченість житлом, земельними ділянками, транспортом, параметри споживчого кошика індивідів, обсяги і розміри соціальних виплат і багато інших показників, покликаних охарактеризувати матеріальний стан індивідів.

Детермінанта освітнього рівня дає змогу охарактеризувати показники освіченості і забезпеченості освітніми ресурсами індивідів. При цьому має враховуватися не лише рівень освіти, але і підвищення кваліфікації, перенавчання, отримання додаткових спеціальностей, професійна спеціалізація, кваліфікація, стаж роботи тощо. Тут також має враховуватися й індивідуальний доступ до отримання освіти кожного рівня, і можливості оплати навчання.

Рівень здоров'я індивідів – детермінанта, яка забезпечує характеристику сукупності показників, пов'язаних зі здоров'ям індивідів. Сюди входять показники народжуваності і смертності, тривалості життя, середньої кількості захворювань протягом життя, особливо у порівнянні з середньою кількістю звернень до лікарів, показники виробничого травматизму, чисельність людей з особливими потребами, а також забезпеченість індивідів ліжко-місцями у лікарнях, медичним персоналом, медикаментами та інші показники, які дозволяють охарактеризувати можливості індивідів у забезпеченні та підтримці власного здоров'я.

Інфраструктурна забезпеченість – детермінанта, яка характеризує забезпеченість населення об'єктами соціальної інфраструктури. При цьому йдеться не лише про відповідні

органи та установи, на яких покладені обов'язки надання соціальних послуг, але і про заклади освіти і культури, охорони здоров'я, спортивні об'єкти, місця відпочинку, готельно-ресторанну сферу, транспортне сполучення тощо.

У напрямі розвитку соціальної інфраструктури система детермінант розвитку соціальної сфери за параметром можливостей включає: систему освіти і науки; систему охорони здоров'я; розвиток культури, мистецтв і спорту; систему соціального обслуговування; економічну політику; інфраструктурне середовище.

Система освіти і науки – це детермінанта, що характеризує загальний стан освітньої сфери в країні: чисельність і якісний склад педагогічного чи наукового персоналу, рівень отриманих знань і навичок учнів, студентів, вихованців тощо. У частині визначення стану розвитку науки мають досліджуватися показники наукової діяльності, кількості науковців, числа виданих патентів на винаходи, кількості отриманих наукових звань, рівень застосування новітніх наукових розробок і винаходів та ціла низка інших показників, що дозволяють дійти висновків про стан розвитку вітчизняної системи науки.

Система охорони здоров'я – детермінанта, покликана дати характеристику якості державного управління системою охорони здоров'я, а тому в цьому напрямі повинні досліджуватися показники бюджетного фінансування, якісного складу медичного персоналу, доступності та якості медичних послуг, рівня застосування новітніх досягнень медичної науки, показники результативності лікування тощо.

Розвиток культури, мистецтв і спорту – вагома детермінанта розвитку соціальної сфери. Для її оцінки важливо сформулювати перелік показників, які б характеризували стан і фінансування відповідної інфраструктури, забезпечення працівників і функціонерів вказаних сфер, популяризацію культурно-спортивного дозвілля, розвиток народних мистецтв тощо.

Система соціального обслуговування – це детермінанта, покликана давати характеристику діяльності системи соціальних

служб і установ і, зокрема, якості соціальних послуг, якості персоналу соціальних служб, системі соціального законодавства та іншим питанням, пов'язаним із системою соціального обслуговування індивідів.

Економічна політика як детермінанта розвитку соціальної сфери характеризується сукупністю показників економічної динаміки, серед яких показники ВВП, інфляції, курсу валют, споживчих цін, прожиткового мінімуму, мінімального рівня заробітної плати, ставок податків на доходи, майно тощо, рівня відрахувань із заробітної плати на соціальні заходи, видатків бюджету в розрізі сфер діяльності тощо.

Інфраструктурне середовище – це детермінанта розвитку соціальної сфери, за допомогою якої оцінюється наявність, достатність і якість функціонування соціальної інфраструктури, тобто всіх тих об'єктів і суб'єктів, з використанням або за посередництвом яких здійснюються соціальні відносини між людьми.

Кожна з наведених детермінант розвитку соціальної сфери є сукупністю характеристик з окремого напрямку. Тобто кожна детермінанта містить у собі розрахунок цілої низки

показників, на основі яких має здійснюватися аналіз стану розвитку соціальної сфери чи її окремих напрямів, мають прийматися управлінські рішення в системі державного управління, формуватися цільові програми розвитку чи визначатися інші методи соціальної політики, а також має здійснюватися контроль результатів діяльності відповідних органів, установ, організацій тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження наявних систем оцінки стану соціально-економічного розвитку країн дозволило сформувати систему детермінант розвитку соціальної сфери держави, в якій кожна має дві складові частини: першу, яка характеризує рівень особистісного розвитку, можливостей, захищеності тощо, та другу, яка забезпечує характеристику системи державного управління у вказаній сфері. Застосування наведеної системи детермінант для управління розвитком вітчизняної соціальної сфери дозволить забезпечити комплексність підходу до оцінювання і врахування впливу різнобічних факторів на ту чи іншу проблему і, як наслідок, підвищити ефективність управління соціальною сферою держави.

Список використаних джерел:

1. Ефимова М.Р., Бычкова С.Г. Социальная статистика. М.: Финансы и статистика, 2003. 412 с.
2. Концепція ООН зі сталого розвитку. URL: <http://wdc.org.ua/uk/services/country-profiles-visualization>.
3. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990. 416 p.
4. The Statistical Abstracts of the US. URL: <https://catalog.data.gov/dataset/statistical-abstract-of-the-united-states>.
5. Горшенина Е.В. Система основных социально-экономических индикаторов для уровня жизни в регионе. Вопросы статистики. 1996. № 4. С. 47–55.
6. Методологические положения по статистике. Выпуск четвертый / Госкомстат России. М., 2003. 58 с.
7. Методика вимірювання регіонального людського розвитку : затверджена рішенням Президії НАН України та колегії Державної служби статистики України від 13.06.2012 р. № 123-м. URL: <http://www.idss.org.ua>.
8. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів : національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. 776 с.
9. Швайка Л.А. Державне регулювання економіки : навчальний посібник. К.: Знання, 2006. 435 с.
10. Семігіна Т.В. Соціальна політика у глобальному вимірі. К.: Пульсари, 2003. 225 с.
11. Самаруха В.И., Краснова Т.Г., Кисуркин А.А. Развитие социальной сферы как основа повышения качества жизни населения. Известия Иркутской государственной экономической академии. 2010. № 2. С. 150–154.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-12>
УДК 336.71

Кешенкова Н.В.

кандидат економічних наук,
менеджер по продажам,
Сбербанк Росії (ПАО)

ВИРТУАЛЬНЫЕ ОПЕРАТОРЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ КАК ЧАСТЬ ПРОЦЕССА ЭВОЛЮЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

В статье рассмотрено новое направление для российских банков – создание собственных виртуальных операторов сотовой связи (MVNO). Изучен опыт иностранных игроков рынка банковских услуг, например BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya и т. д. С помощью MVNO банки значительно снижают расходы на отправку смс-уведомлений клиентам; сокращают расходы на взаимодействие между сотрудниками (собственная корпоративная связь); получают дополнительную информацию о клиентах; расширяют клиентскую базу; получают доступ к дополнительным деньгам на счетах абонентов. Автором предложен алгоритм выдачи талонов клиентам (безбумажный), которые пришли в банк для осуществления различных операций, с помощью смс-уведомлений на их сотовые телефоны. Также автором обоснована необходимость более тщательно относиться к подключению к банковской услуге «Мобильный банк» с целью сокращения риска мошенничества.

Ключевые слова: банк, смс, виртуальный оператор сотовой связи, глобальный рынок.

У статті розглянуто новий напрям для російських банків – створення власних віртуальних операторів стільникового зв'язку (MVNO). Вивчено досвід іноземних гравців ринку банківських послуг, наприклад BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya тощо. За допомогою MVNO банки значно знижують витрати на відправку смс-повідомлень клієнтам; скорочують витрати на взаємодію між співробітниками (власний корпоративний зв'язок); отримують додаткову інформацію про клієнтів; розширюють клієнтську базу; отримують доступ до додаткових грошей на рахунках абонентів. Автором запропонований алгоритм видачі талонів клієнтам (безпаперовий), які прийшли в банк для здійснення різних операцій, за допомогою смс-повідомлень на їхні стільникові телефони. Також автором обґрунтовано необхідність більш ретельно ставитися до підключення до банківської послуги «Мобільний банк» з метою скорочення ризику шахрайства.

Ключові слова: банк, смс, віртуальний оператор стільникового зв'язку, глобальний ринок.

Keshenkova Natalya. VIRTUAL CELLULAR OPERATORS AS A PART OF THE PROCESS OF EVOLUTION OF THE BANKING SYSTEM

The article identifies the following methods for introducing banks to the market of cellular operators: 1 way – through the direct purchase of one of the players on the market of cellular operators; 2 way – building a long-term partnership with a mobile operator; 3 way – creating your own virtual mobile operator. According to experts, Russian banks have begun to actively create their own virtual mobile operators (MVNO – Mobile Virtual Network Operator). For example, the mobile operator Sberbank SberMobile, Tinkoff Bank – Tinkoff Mobile. For example, such foreign banks today have their own virtual mobile operators: BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya, etc. The objectives of banks in creating their own MVNO: short-term: a source of additional non-interest income; increase customer base; medium term: provision of additional services; retaining the client through a larger set of services, which links him to the bank and increases his transactional activity, in the medium term will lead to an increase in revenues from this segment; long-term: collection and analysis of big data, and therefore a huge competitive advantage in the market of electronic financial services and lending; building

a competitive scoring model, with the help of which the bank will be able to offer users of electronic stores an instant online loan by phone number or email address in the process of paying for purchases. Benefits of banks from the creation and use of their virtual mobile operator: a significant reduction in the cost of sending SMS notifications to customers; reduction of expenses for interaction between employees (own corporate communication); getting additional information about customers; the expansion of the customer base; access to additional money on subscriber accounts. The author proposes an algorithm for issuing tickets to an electronic queue to customers using SMS notifications. For example, a client came to the bank, pressed a button on a coupon issuing device, and he received an SMS with the number of his coupon on his cell phone. Client benefits: the client will not lose the coupon, because coupon in his cell phone; saving time, because The client can take the coupon in his personal account on the eve of his arrival at the bank. Bank benefits: cost savings per paper; authentication of the customer's phone number; the absence of discarded coupons at the bank's office (the absence of unwilling customers in their turn), etc. The author also substantiates the need to treat the procedure for connecting such a banking service as "Mobile Bank" more carefully, since if the client's phone number is entered incorrectly, when activating a bank card, third-party motive actions may be committed.

Key words: bank, sms, virtual mobile operator, global market.

Постановка проблемы. Самая главная проблема и задача любого бизнеса – это поиск и привлечение клиентов, то есть увеличение клиентской базы с целью увеличения прибыли за счет новых форм, способов и технологий предоставления услуг банка. Эту проблему можно решить в том числе и за счет создания собственных виртуальных операторов сотовой связи.

Анализ исследований. В последнее десятилетие в России появился ряд интересных исследований, отражающих исследуемую тему банковского бизнеса. Среди них особую ценность имеют труды Д. Борсукова [1, с. 4–6], К.М. Горбунова [2, с. 89–103], П.В. Еремина [4, с. 87–88], А.С. Громова [3, с. 7–28], К.А. Антонова и других авторов.

Цель статьи: изучить такое новое направление банковской деятельности, как виртуальные операторы сотовой связи.

Задачи статьи:

1. Проанализировать виртуальных операторов сотовой связи российских банков.
2. Изучить историю создания виртуальных операторов сотовой связи зарубежных банков.
3. Выявить основные выгоды банков от создания собственных виртуальных операторов сотовой связи.

Изложение основного материала. Сегодня мир становится мобильным, и банки вынуждены отвечать на вызовы времени все большей мобильностью. Постепенно стираются границы между банками и операторами сотовой связи. При этом экспансию на тер-

риторию мобильных операторов банк может осуществлять следующими способами:

1-й способ – через прямую покупку одного из игроков рынка сотовых операторов. (Первый способ сопряжен с множеством возможных ограничений, начиная от размера потенциального партнера в случае покупки до сложности в технической интеграции).

2-й способ – выстраивание с оператором сотовой связи долгосрочного партнерства. (Сложности в получении необходимых данных об абоненте).

3-й способ – создание собственного виртуального оператора сотовой связи. По мнению экспертов, грамотным решением для банков выглядит создание собственного виртуального оператора с невысоким барьером для входа в смежную индустрию и возможностью выстраивать индивидуальные продуктовые решения. По мнению специалистов, российские банки начали активно создавать собственных виртуальных операторов сотовой связи (MVNO – Mobile Virtual Network Operator). Например, оператор сотовой связи (ПАО) Сбербанк «СберМобайл», Тинькофф Банка – «Тинькофф мобайл». Так, по статистическим данным, ежемесячно 23 миллиона человек отправляют sms-запросы банку (запрос баланса, запрос выписок по банковской пластиковой карте, оплата звонков мобильного телефона, переводы денежных средств с карты на карту. Например, в Сбербанке 76 млн. клиентов подписаны на услугу sms-информирования.

По данным Allied Market Research, глобальный рынок мобильных платежей в 2016 году составил \$601 млрд и к 2023 году увеличится до \$4,6 трлн, при этом доля транзакций через sms-подтверждение будет занимать существенную часть.

В России ниша платежей со счетов мобильных телефонов, по оценкам InPlat, составила 42 млрд рублей в 2016 году и прирастает на 15–20% ежегодно. Интеграция MVNO с мобильным банкингом в конечном счете усилит позиции банков в сегменте мобильных платежей и позволит накопить

дополнительные компетенции для формирования будущей цифровой мобильной стратегии [5].

Основные цели, которыми руководствуются банки при создании собственного виртуального оператора сотовой связи MVNO, представлены в таблице 1.

Стоит заметить, что бум запуска виртуальных операторов в банковской сфере в мире пришелся на 2000-е годы [6]. В таблице 2 представлены иностранные банки, которые создали и запустили свои виртуальные операторы сотовой связи.

Таблица 1

Основные цели, которыми руководствуются банки при создании собственного виртуального оператора сотовой связи

№ п/п	Краткосрочные цели	Среднесрочные цели	Долгосрочные цели
1.	Источник дополнительного непроцентного дохода.	Предоставление дополнительных сервисов.	Сбор и анализ больших данных, которые уже давно стали ежедневным инструментарием как для банков, так и для мобильных операторов. Игрок, который сможет замкнуть в собственной экосистеме данные о банковских транзакциях и о мобильном абоненте (геопозицию, наиболее часто посещаемые сайты, структуру потребления мобильного трафика), получит огромное конкурентное преимущество на рынке электронных финансовых услуг и кредитования.
2.	Увеличение клиентской базы.	Удержание клиента через большой набор услуг, который привязывает его к банку и увеличивает его транзакционную активность, в среднесрочной перспективе приведет к росту доходов от этого сегмента.	Для банков MVNO – это инструмент построения наиболее конкурентоспособной скоринговой модели, с помощью которого банк сможет предлагать пользователям электронных магазинов моментальный онлайн-кредит по номеру телефона или адресу электронной почты в процессе оплаты покупок.

Таблица 2

Зарубежные банки, запустившие виртуальные операторы сотовой связи

№ п/п	Год	Название банка	Комментарии
1.	2007	BancoPosta (Италия)	Одним из первопроходцев стал BancoPosta (Италия) в 2007 году, который быстро занял долю более чем в 50% на национальном рынке MVNO.
2.	2008	Bankinter Spain (Испания)	Bankinter Spain создал своего оператора в 2008 году и быстро добился проникновения услуги среди собственных банковских клиентов в 25%.
3.	2014	Equity Bank Kenya (Африка)	Equity Bank Kenya запустил аналогичный сервис в 2014 году, и ему удалось за 6 месяцев набрать базу подписчиков в 600 000 абонентов.

Выгоды банков от создания своего виртуального оператора сотовой связи: Во-первых, все банки стремятся в сторону «диджитализации», что подразумевает удаленное обслуживание. Как следствие, значительная часть коммуникаций банков с клиентами осуществляется с помощью sms (при входе в личный кабинет, при прохождении двухфакторной идентификации, при совершении транзакций и пр.). Каждое sms-уведомление стоит денег. При наличии собственного оператора сотовой связи отправку сообщений клиентам можно организовать без посредников и таким образом значительно снизить расходы.

Во-вторых, виртуальными операторами сотовой связи становятся крупные банки с большим штатом персонала, и собственная корпоративная связь также позволяет сократить расходы на взаимодействие между сотрудниками. Это особенно актуально при наличии огромного количества филиалов по всей стране.

В-третьих, наличие собственного оператора сотовой связи позволяет банкам получать гораздо больший пласт информации о своих клиентах.

В-четвертых, это расширение воронки продаж. Если абонент подключился к оператору сотовой связи банка, то последнему будет проще продавать основные банковские услуги.

В-пятых, это доступ к дополнительным деньгам на счетах абонентов [7].

Новизна. Сегодня схема работы российских банков по обслуживанию физических лиц (клиентов) на первоначальном этапе следующая: клиент приходит в банк, берет талон (на котором написана буква и цифра) при помощи СУО (системы управления очередью) и ждет, когда его вызовут в окно для совершения той или иной банковской операции. С целью экономии затрат на бумагу для талонов клиентам предлагаем следующее:

1. Клиент приходит в банк. Сегодня у каждого клиента, который имеет банковскую пластиковую карту, подключена услуга «мобильный банк», то есть sms-информирование (экономный – бесплатный или полный – платный пакеты).

2. Нажимает на кнопку СУО для получения талона, номер которого приходит ему на сотовый телефон посредством sms-информирования. Например, если это Сбербанк, то на номер 900 приходит sms следующего содержания: «Талон Т1-карта, забрать готовую, Сбербанк, адрес: г. Москва, ул. Вавилова, 9. Ожидание в очереди 10 минут». (При этом если клиент не хочет ждать своей очереди, например, он спешит, то посредством sms он может отменить свой талон и покинуть очередь, а следовательно, и отделение Сбербанка. Также для тех, кто спешит, может быть предусмотрена возможность в личном кабинете клиента взять талон дистанционно перед приходом в банк).

Плюсы для клиента: 1) клиент не теряет талон, так как талон в его сотовом телефоне; 2) экономия времени, поскольку клиент может взять талон в личном кабинете накануне прихода в банк.

Плюсы для банка: 1) экономия расходов на бумагу; 2) проверка подлинности номера телефона клиента, так как если sms подключено на его номер, то клиент получает талон на свой мобильный телефон, а если у клиента указан неверный номер телефона, то это сразу будет выявлено сотрудниками банка и подключена услуга sms-информирования с целью предотвращения мошеннических действий третьих лиц и получения электронного талона; 3) отсутствие сброшенных талонов в отделении банка (не дождавшихся своей очереди клиентов), так как клиент может с помощью sms отменить свой талон-визит; 4) экономия затрат банка на урны для талонов и бумаг (нет мусора) в связи с переходом на электронный документооборот.

3. Клиента вызывает сотрудник банка по номеру, который указан в его мобильном телефоне.

Также участились случаи судебных разбирательств с банками по поводу того, что клиенты по ошибке вводят неправильные цифры своего мобильного телефона на банкомате для подключения sms-сервиса банка. В результате посторонние люди, телефон которых по ошибке введен клиентом банка, имеют доступ

к его счетам и могут спокойно распоряжаться чужими денежными средствами.

Также при подключении смс-сервиса клиенту сотрудником банка его номер телефона вводится сотрудником банка со слов клиента или записки, на которой указан номер телефона самим клиентом. Официального подтверждения о том, что указанный номер телефона принадлежит именно этому клиенту, нет. Таким образом, при неправильном вводе номера телефона страдает и клиент, и сотрудник банка.

Например, такой случай: клиент получил новую карту и пошел к банкомату, чтобы подключить смс-уведомления о своих расходных операциях. При вводе номера своего мобильного телефона допустил ошибку в одной цифре. Смс пришла чужому лицу о том, что его номер телефона подключен к какой-либо банковской пластиковой карте. Стороннее лицо через свой мобильный телефон посредством смс запрашивает баланс по чужой карте. Ему приходит ответ о том, что там есть столько-то денег. Сторонний клиент посредством своего же смс-сервиса переводит эти деньги на свою карту или переводит себе на оплату сотового телефона. Таким образом держатель карты лишается своих денежных средств. Встает вопрос, кто виноват в данной ситуации: банк с услугой смс-уведомлений или клиент, который ошибся в цифре своего мобильного телефона.

Другой пример, в котором ошибку совершает сотрудник банка, который вводит ошибочно написанный телефон клиента в программу для подключения смс-сервиса к новой карте. Ситуация аналогичная. Кто виноват: сотрудник банк, который ввел в программу заранее умышленно или неумышленно неправильный номер телефона кли-

ента, или клиент, который просто ошибся в одной цифре своего мобильного телефона?

В этой связи назрела интеграция банков и мобильных операторов, таких как МТС, Билайн, Мегафон и т. д. То есть необходимо во избежание ошибок как клиентов, так и сотрудников банка при наборе номера телефона клиента отправлять запрос официальному оператору сотовой связи на принадлежность данного номера телефона клиенту. Также это позволит выявить мошенников на предмет легальности их сим-карты. Конечно, данная процедура подключения займет немного больше времени, чем обычно. Зато сократятся риски мошенничества – возможность списания чужих денежных средств за счет доступа к счетам клиента сторонними лицами.

Выводы:

1. Доля платежей, совершенных при помощи операторов сотовой связи, увеличивается из года в год, такое положение усиливает позиции банков в сегменте мобильных платежей. Например, оператор сотовой связи (ПАО) Сбербанк «СберМобайл», Тинькофф Банка – «Тинькофф мобайл».

2. К иностранным банкам, запустившим собственных виртуальных операторов сотовой связи, относятся VancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya и т.д.

3. К основным выгодам банков от создания собственных виртуальных операторов сотовой связи относятся: значительное снижение расходов на отправку смс-уведомлений клиентам; сокращение расходов на взаимодействие между сотрудниками (собственная корпоративная связь); получение дополнительной информации о клиентах; расширение клиентской базы; получение доступа к дополнительным денежным средствам на счетах абонентов.

Список использованных источников:

1. Барсуков Д. Рынок ДБО для физических лиц может вырасти в десятки раз // Банковские технологии. 2010. № 1. С. 4–6.
2. Горбунов К.Н. Банки и компании телекоммуникации: новые продукты, новые возможности / К.Н. Горбунов // ЭКО. 2011. № 8. С. 89–103.
3. Громов А.С. Электронные банковские услуги в условиях глобализации / А.С. Громов // Банковские услуги. 2008. № 6. С. 7–28.

4. Еремін П.В. перспективи розвитку ДБО фізических лиц в Росії / П.В. Еремін // Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. 18(2010). 4 (декабрь). С. 87–88.
5. Официальный сайт Allied Market Research. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/>.
6. Сухаревская А. Сотовые операторы нашли новый способ зарабатывать на клиентах банков. «Большая четверка» операторов стала взимать плату за sms на сервисные номера банков URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/09/17/781112-sotovie-operatori-sposob-zarabativat-na-klientah-bankov>.
7. Волков В. Банки нацелились на виртуальный сотовый бизнес. URL: <https://digital.report/banki-natselilis-na-virtualnyiy-sotovyyiy-biznes/>.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-13>
УДК 336(477)

Коваленко В.В.

доктор економічних наук, професор,
Одеський національний економічний університет

Ткаченко Д.Ю.

магістрант,
Одеський національний економічний університет

Шевченко О.В.

магістрант,
Одеський національний економічний університет

КРЕДИТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Еволюційні перетворення у розвитку регульованої ринкової економіки в Україні потребують концептуальних зрушень у формуванні та розвитку кредитного ринку. Кризові явища на фінансовому ринку України, передумовами яких стали політична ситуація в країні та дестабілізація економічної активності суб'єктів економічної діяльності, негативно вплинули на діяльність кредитних інститутів. У статті розглянуто проблеми розвитку кредитного ринку України. Визначено передумови та фактори впливу на окремі його сегменти. Обґрунтовано напрями подальшого розвитку кредитного ринку України. У статті розглянуто систему регулювання та нагляду за кредитними установами в Україні. Проаналізовано сучасний стан та особливості функціонування кредитних установ. Визначено основні проблеми розвитку системи регулювання та нагляду за кредитними установами та напрями її вдосконалення.

Ключові слова: банк, кредитний ринок, кредитний ринок, регулювання, кредитування, небанківські фінансові установи, фінансовий ринок.

Эволюционные преобразования в развитии рыночной экономики в Украине требуют концептуальных сдвигов в формировании и развитии кредитного рынка. Кризисные явления на финансовом рынке Украины, предпосылками которых стали политическая ситуация в стране и дестабилизация экономической активности субъектов экономической деятельности, негативно повлияли на деятельность кредитных институтов. В статье рассмотрены проблемы развития кредитного рынка Украины. Определены предпосылки и факторы влияния на отдельные его сегменты. Обоснованы направления дальнейшего развития кредитного рынка Украины. В статье рассмотрена система регулирования и надзора за кредитными учреждениями в Украине. Проанализировано современное состояние и особенности функционирования кредитных учреждений. Определены основные про-

блемы развития системы регулирования и надзора за кредитными учреждениями и направления ее совершенствования.

Ключевые слова: банк, кредитный рынок, кредитный рынок, регулирования, кредитование, небанковские финансовые учреждения, финансовый рынок.

Kovalenko Victoria, Tkachenko Dmitry, Shevchenko Oleg. CREDIT MARKET OF UKRAINE: CURRENT PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Evolutionary transformations in the development of a regulated market economy in Ukraine require conceptual changes in the formation and development of the credit market. Crisis phenomena on the financial market of Ukraine, the prerequisites for which was the political situation in the country and the destabilization of economic activity of economic entities, negatively affected the activities of credit institutions. On the lending market, the credit system deals directly with the financial needs of individuals and legal entities in borrowed capital, which contains central bank, joint-stock banks and other lending institutions. The credit market provides accumulation, direction, as well as distribution and redistribution of loan capital between sectors of the economy, which determines the unconditional importance of its normal activities. Under these conditions, the institutional aspects of the credit market need to be improved, also as improving efficiency and enhancing its financial sustainability. The purpose of the article is to identify the most actual problems and to determine the short-term prospects for the development of the modern credit market of Ukraine. The research results showed that the effective functioning of the credit market and its structural elements largely depends on the organization of regulation and supervision of credit institutions. The article reviewed the problems of development of the credit market of Ukraine. The preconditions and factors of influence on certain segments of it were determined. The directions of further development of the credit market of Ukraine were substantiated. The article reviewed the system of regulation and supervision of credit institutions in Ukraine. The current state and features of functioning of credit institutions were analyzed. The main problems of development of the system of regulation and supervision of credit institutions and directions for its improvement were identified.

Key words: bank, credit market, regulation, lending, non-bank financial institutions, financial market.

Постановка проблеми. Еволюційні перетворення у розвитку регульованої ринкової економіки в Україні потребують концептуальних зрушень у формуванні та розвитку кредитного ринку. Кризові явища на фінансовому ринку України, передумовами яких стали політична ситуація в країні та дестабілізація економічної активності суб'єктів економічної діяльності, негативно вплинули на діяльність кредитних інститутів. Так, валютна нестабільність, девальвація національної валюти майже у 100%, досягнення споживчої інфляції рівня 57,5% та інші фінансово-економічні проблеми привели до зниження довіри до банків та небанківських фінансових установ [1, с. 79].

За ринкових умов господарювання суб'єкти національної економіки відчують постійну нестачу фінансових ресурсів, що зумовлюється здійсненням активної інноваційної та інвестиційної політик. На кредитному ринку безпосереднім задоволенням фінансових потреб фізичних та юридичних осіб у позиковому капіталі займається кре-

дитна система, яка включає центральний банк, акціонерні банки та інші кредитні установи. Варто зазначити, що функціонування цих інститутів на вітчизняному кредитному ринку пов'язане з проблемами, які стримують їх ефективний розвиток. Кредитний ринок забезпечує акумуляцію, накопичення, спрямування, а також розподіл і перерозподіл кредитного капіталу між секторами економіки, що визначає безумовну важливість його нормальної діяльності. За таких умов потребують удосконалення інституційні аспекти кредитного ринку, підвищення ефективності та посилення його фінансової стійкості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти ефективного функціонування кредитного ринку є предметом дослідження широкого кола вітчизняних учених. Значний внесок в обґрунтування теоретичних основ та практичних рекомендацій щодо формування кредитного ринку України зробили Я. Белинська [1], О. Дзюблюк [3], О. Заруцька [4], У. Росола [5], О. Шевцова [6], І. Школьник [7] та багато інших науковців.

Мета статті полягає у виявленні найбільш актуальних проблем та окресленні короткострокових перспектив розвитку сучасного кредитного ринку України.

Виклад основного матеріалу. Кредитний ринок – це специфічна сфера економічних відносин, де об’єктом операцій виступає наданий на певних умовах у позику капітал. Кредитний ринок – це механізм, за допомогою якого встановлюються взаємозв’язки між підприємствами і громадянами, що потребують грошових коштів, та організаціями і громадянами, що можуть їх надати (позичити) на певних умовах [8, с. 59–60].

Сукупність кредитних відносин, фінансово-кредитних інститутів і встановлених організаційно-правових норм, що у своїй взаємодії забезпечують можливість руху позичкового капіталу в різних формах між суб’єктами економіки на національному і міжнародному рівнях, формує кредитний ринок. Кредитний ринок України є основним складником фінансового ринку, який дає можливість суб’єктам господарювання швидко мобілізувати фінансові ресурси [5, с. 182].

Основні проблеми щодо розвитку кредитного ринку пов’язані з невизначеною інституційною організацією ринку, дефіцитом кредитних ресурсів, підвищеним кредитним ризиком, недовірою контрагентів.

Доступ до відносно дешевих зовнішніх ресурсів, бурхливе зростання обсягів кредитування, у тому числі в іноземній валюті, та прагнення банків до збільшення їхньої рин-

кової частини привели до прийняття додаткових ризиків та створення дисбалансів. Слабкі кредитні стандарти банків у поєднанні із низьким рівнем фінансової грамотності населення в умовах стабільного курсу національної валюти та відсутності обмежень на кредитування в іноземній валюті привели до прийняття на себе домогосподарствами валютних ризиків, якими вони не мали можливості управляти.

Традиційно кредитний ринок за ознакою сегментарної належності позичальника можна поділити на ринок корпоративного кредитування та ринок роздрібного кредитування, який часто також називають ринком споживчого кредитування, оскільки саме поняття споживання характерне переважною мірою саме фізичним особам, які є позичальниками під час роздрібного кредитування (рис. 1).

Як свідчать дані рисунку 1, темпи приросту мають тенденцію до зростання за аналізований період, але простежується циклічний характер. За кредитними операціями перевага належить кредитам, наданим суб’єктам економічної діяльності. У 2013 році темпи приросту кредитів, наданих фізичним особам, становили найвищу величину – 75,07%. Зазначене пов’язане з тимчасовою стабілізацією на ринку банківських послуг. Якщо порівняти темпи приросту обсягу кредитних та депозитних операцій, то більш динамічне зростання спостерігається за депозитними операціями, що пов’язано з високими про-

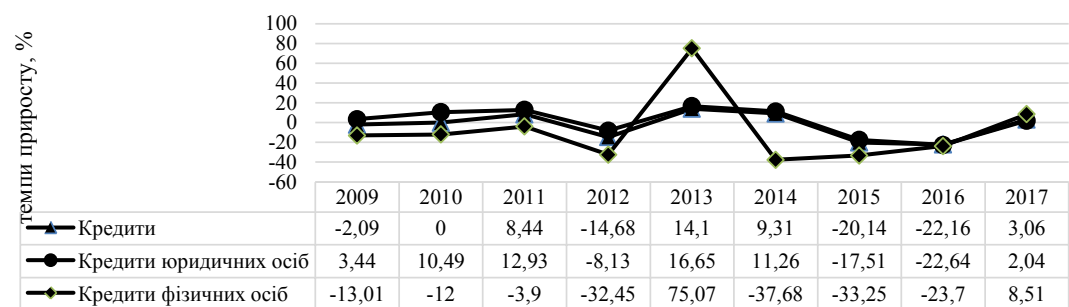


Рис. 1. Динаміка темпів приросту кредитних операцій банків України за період 2009–2017 рр.

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів [9]

Гроші, фінанси і кредит



Рис. 2. Динаміка наданих кредитів, сформованих резервів та частки простроченої заборгованості за період з 2007 по 2017 р.

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів [9]

центними ставками за кредитами та зростаючою простроченою заборгованістю, яка станом на 01.01.2018 р. становила 56,45%.

Якщо проаналізувати динаміку обсягів наданих кредитів, темпів зростання простроченої кредитної заборгованості та сформованих резервів під кредитні операції (рис. 2), можна дійти висновку про те, що обсяг простроченої заборгованості кожен рік зростає.

Про недостатню увагу банків і НБУ до управління кредитними ризиками, відсутність нових адекватних комплексних методик ідентифікації кредитного ризику і ризику забезпечення, моделей і способів управління ними свідчить статистика стану сфери кредитування.

Кредитний ризик згідно з нормативно-правовими актами Національного банку України [10] оцінюється розрахунком таких нормативів, як: Н7 – норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (не більше 25%); Н8 – норматив великих кредитних ризиків (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу); Н9 – норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами (не більше 25%) (рис. 3).

Слід звернути увагу на те, що нормативи Н7 та Н8 знаходяться досить віддалено від меж граничних значень. Сьомий норматив є

близьким до граничного значення 25,0%, але також дотримувався за аналізований період.

Щодо нормативу Н9, то у 2015 та 2016 роках він перевищував нормативне значення, але у 2017 році банки України його дотримуються.

Норматив Н9 було введено Національний банк відповідно до Постанови Правління Національного банку України від 08.06.2015 р. № 361 (втратила чинність) [11–12]. Досі діють нормативи, які натеper не використовуються: Н9 – норматив максимального розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих одному інсайдеру (не більше 5%); Н10 – норматив максимального сукупного розміру кредитів, гарантій та поручительств, наданих інсайдерам (не більше 30%).

Слід зазначити, що становлення кредитного ринку України характеризується тим, що поряд із банками почали функціонувати небанківські кредитно-фінансові установи, а саме: кредитні спілки, фінансові компанії, інші кредитні установи. При цьому функції банківських та небанківських установ тісно взаємопов'язані. Діяльність банківських установ забезпечена регуляторними діями Національного банку України; небанківських установ – Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг.

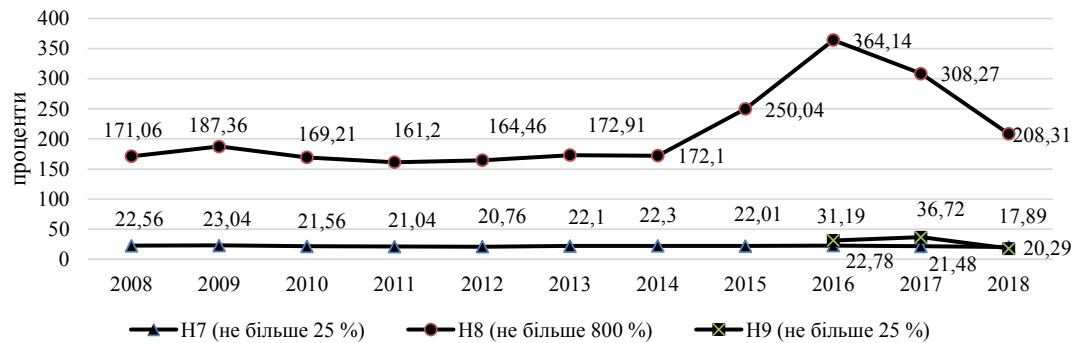


Рис. 3. Динаміка економічних нормативів кредитного ризику за банками України за період 2008–2018 рр., станом на 01.01 (%)

Джерело: розраховано авторами за матеріалами [10]

Відповідно до статті 1 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», кредитна установа – це фінансова установа, яка відповідно до закону має право за рахунок залучених коштів надавати фінансові кредити на власний ризик [13]. Виходячи із наведеного визначення, до кредитних установ, окрім банків, слід віднести кредитні спілки, фінансові компанії та ломбарди, які також здійснюють кредитування як юридичних, так і фізичних осіб.

В Україні встановлена банкоцентрична модель, що визначається найбільшою питомою вагою активних операцій банків на фінансовому ринку, довгостроковим кредитуванням банківськими структурами та пріоритетністю розвитку банків як фінансових посередників [14, с. 187]. Загальна характеристика діяльності небанківських фінансових установ наведена у таблиці 1.

Регулювання кредитних установ, окрім банків, сьогодні знаходиться під юрисдикцією Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринку фінансових послуг. Законодавчі та нормативні акти, що регулюють їхню діяльність, окрім Законів України «Про споживче кредитування» та «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового

знищення», взагалі не балансують з банківським законодавством [14, с. 188–189].

Висновки. Ефективне функціонування кредитного ринку та його структурних елементів значною мірою залежить від організації регулювання та нагляду за кредитними установами.

Важливою передумовою цього є розроблення стратегії розвитку кредитного ринку щодо його інституціональної структури. Удосконалення механізмів регулювання та нагляду впливає на підвищення ліквідності кредитних установ; посилення інвестиційної та інноваційної їхньої діяльності; забезпечення надійної системи гарантування вкладів і захисту клієнтів; підвищення капіталізації кредитних установ шляхом збільшення статутного капіталу.

Для захисту прав вкладників та користувачів фінансових послуг доцільним є створення окремого інституту Фінансового омбудсмена, у функції якого входить досудове вирішення суперечок та скарг між фінансовими установами та їх клієнтами – фізичними особами. Така інституція має виступати вікном звернень зі скаргами вкладників та інших споживачів фінансових послуг і роз'яснюватиме їм їхні права та обов'язки. Фінансовий омбудсмен повинен бути незалежним. Рішення Фінансового омбудсмена повинні виконуватися як фінансовими установами, так і їхніми клієнтами.

Гроші, фінанси і кредит

Таблиця 1

Основні показники діяльності небанківських кредитних установ за період 2012–2018 рр.

Показники	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кредитні спілки						
Кількість кредитних спілок, од.	624	589	589	462	378	372
Кількість членів КС, тис. осіб	981	911	752	643	564,1	498,2
Кількість членів КС, які мають внески на депозитних рахунках, тис. осіб	40,3	35,8	26,8	41,1	21,7	21,1
Кількість членів КС, які мають діючі кредитні договори, тис. осіб	233,6	214,5	169,9	148,6	134,3	127,8
Загальні активи, млн грн.	2 599	2 598	2 193	2 033	2169,8	2 304,3
Фінансові компанії та лізингодавці						
Кількість зареєстрованих фінансових компаній, од.	377	415	571	650	677	878
Надання фінансових кредитів за рахунок власних коштів, млн грн.	44620	51152	58282	110420	269416	12581
Надання порук (поручительств), млн грн.	2556	52,0	88,3	524	5455	3497
Вартість укладених договорів фінансового лізингу фінансовими компаніями, млн грн.	211,2	257,4	20,2	67,3	153,4	19,5
Факторинг, млн грн.	10040	23526	16556	16876	31363	14014
Активи фінансових компаній, млн грн.	39781	51265	64960	67704	107534	103149
Ломбарди						
Кількість ломбардів, од.	479	477	482	456	415	390
Сума наданих фінансових кредитів під заставу (млн грн.)	8368	8411	12460	16718	16389	8224
Сума погашених фінансових кредитів (млн грн.)	8348	8202	12155	16415	16396	7974
Активи за балансом (млн грн.)	1519	1710	2219	3318	3764	3911

Джерело: складено автором з використанням матеріалів [15]

Ключове місце в інфраструктурі кредитного ринку мають займати кредитні бюро як ланка, яка допомагає кредитним установам коректно оцінити платоспроможність майбутніх позичальників. Задля ефективного розвитку кредитних бюро необхідне спрощення процедури ідентифікації клієнта та надання дозволу для обробки даних.

Необхідна зміна моделі регулювання та нагляду за кредитними установами дає можливості посилення ролі та значення інформації зовнішніх аудиторів; взаємодії органів регулювання у питаннях розроблення дієвої стратегії, політики та інформаційного обміну, забезпечення виконання своїх функцій; побудови внутрішніх систем управління та ризик-менеджменту,

взаємовідносин і відносин з органами регулювання та нагляду; інформаційної відкритості і прозорості політики діяльності кредитних установ.

Перехід регулювання кредитних небанківських установ до Національного банку України дасть змогу : скоротити кількість органів державного нагляду за ринком небанківських фінансових послуг; очистити ринок від недобросовісних гравців; запровадити однакові прозорі правила гри; стимулювати інтенсивний розвиток цього ринку; збільшити інвестиційну привабливість кредитних небанківських установ; знизити вартість надання фінансових послуг споживачам; збільшити захищеність користувачів фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Коваленко В.В. Кредитний ринок України: проблеми та перспективи розвитку. Регіональна економіка та управління. 2015. № 3(06). С. 79–82.
2. Белинська Я.В., Калита Т.А. Переваги кредитування інвестиційно-інноваційної діяльності на засадах державно-приватного партнерства в умовах глобалізації в Україні. Економіка та держава. 2018. № 8. С. 4–8.
3. Дзюблюк О. Грошово-кредитна політика в період кризових явищ на світових фінансових ринках. Вісник Національного банку України. 2009. № 5. С. 20–30.
4. Заруцька О.П., Синюк А.О. Міжнародний досвід та вітчизняна практика розвитку платформ Р2Р кредитування: проблеми та перспективи. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2017. Вип. 11(1). С. 118–123.
5. Росола У.В., Щока Н.І., Ярмолук М.С. Кредитна політика та аналізу сучасного стану кредитного ринку України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2018. Вип. 1(9). С. 181–188.
6. Шевцова О.Й. Кредитна система України: розвиток інституційної структури / О.Й. Шевцова, А.Д. Потій // Вісник Української академії банківської справи. 2014. № 2(37). С. 3–6.
7. Школьник І.О. Фінансовий ринок України: сучасний стан і стратегія розвитку: монографія / І.О. Школьник. Суми: ВВП «Мрія», ЛТД, УАБС НБУ, 2008. 348 с.
8. Еш С.М. Фінансовий ринок: курс лекцій для студентів спеціальності «Фінанси» денної та заочної форм навчання. К.: НУХТ, 2007. 141 с.
9. Показники фінансової звітності банків України / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>.
10. Значення економічних нормативів по системі банків України / Національний банк України. URL: <http://www.bank.gov.ua>.
11. Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України. Постанова Правління Національного банку України від 08.06.2015 № 361. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0361500-16>.
12. Про схвалення Методики розрахунку економічних нормативів регулювання діяльності банків в Україні. Рішення Правління Національного банку України від 15 грудня 2017 року № 803-рш. URL: <http://document.ua/pro-shvalennja-metodiki-rozrahunku-ekonomichnih-normativiv-r-doc-329381.html>.
13. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг. Закон України, прийнятий Верховною Радою України від 12.07.2001 р. № 2664-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>.
14. Коваленко В.В. Регулювання та нагляд за кредитними установами. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2018. № 4(108). С. 185–192.
15. Огляд ринків. URL: <http://nfp.gov.ua/content/oglyad-rinkiv.html>.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-14>
УДК 336.71

Огородник В.В.
кандидат економічних наук,
Інститут банківських технологій та бізнесу
ДВНЗ «Університет банківської справи»

МЕТОДИ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКУ З ДЕРЖАВНОЮ УЧАСТЮ

У статті описано методи оцінки соціально-економічної ефективності банку з державною участю з особливою увагою до факторів впливу на соціально-економічну ефективність цих банків. Насамперед стаття окреслює вимоги, яким мають відповідати методи та показники оцінки соціально-економічної ефективності банків з державною участю. Зокрема, вони мають врахувати як соціальну, так і економічну ефективність банківської установи. Доведено, що для проведення об'єктивної оцінки соціально-економічної ефективності обговорюваних банків більш доцільним є використання аналітичного підходу у поєднанні з урахуванням соціального складника ефективності (ступінь банківського сприяння розвитку малого і середнього бізнесу, впровадження соціально-орієнтованих продуктів тощо). З-поміж іншого у дослідженні виокремлено зовнішні та внутрішні фактори впливу на соціально-економічну ефективність банків із державною участю. Результати проведеного дослідження в подальшому можуть бути використані для оцінювання соціально-економічної ефективності банків із державною участю в Україні та світі.

Ключові слова: банк, банк із державною участю, ефективність, соціально-економічна ефективність банку, соціально-економічна ефективність банку з державною участю.

В статье описаны методы оценки социально-экономической эффективности банка с государственным участием с особым вниманием к факторам влияния на социально-экономическую эффективность данных банков. Прежде всего статья определяет требования, которым должны соответствовать методы и показатели оценки социально-экономической эффективности банков с государственным участием. В частности, они должны учесть как социальную, так и экономическую эффективность банковского учреждения. Доказано, что для проведения объективной оценки социально-экономической эффективности обсуждаемых банков более целесообразным является использование аналитического подхода в сочетании с учетом социальной составляющей эффективности (степень банковского содействия развитию малого и среднего бизнеса, внедрения социально-ориентированных продуктов и т.д.). Среди прочего в исследовании выделены внешние и внутренние факторы влияния на социально-экономическую эффективность банков с государственным участием. Результаты исследования в дальнейшем могут быть использованы для проведения оценки социально-экономической эффективности банков с государственным участием в Украине и мире.

Ключевые слова: банк, банк с государственным участием, эффективность, социально-экономическая эффективность банка, социально-экономическая эффективность банка с государственным участием.

Ohorodnyk Vira. METHODS APPLIED FOR THE STATE-OWNED BANK SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY ASSESSMENT

The article outlines the methods applied for the assessment of the state-owned bank socio-economic efficiency with special attention attached to the factors influencing the socio-economic efficiency of the spoken bank. In current conditions it is the restoration of the socio-economic development that is one of the most important tasks appears to Ukrainian economy. At the same time, an important role is assigned to a fully-fledged, efficient functioning of the banking system, especially the state-owned banks, in providing all economic agents with the monetary and the loan resources. In this regard, the actual topic of the study is the selection of methods and indicators for the assessment of the state-owned bank socio-economic efficiency in conditions of internal transformation. First, the article identifies the requirements which methods and indices should meet for effective assessment of the state-owned bank socio-economic efficiency, i.e. they should take into account both the social

and the economic efficiency of the banking institution. The methods are not to be overloaded with the excessive number of indices; apart from this, the application of too detailed and too general indices should be avoided. It is proved that for the objective assessment of the state-owned bank socio-economic efficiency, it is more rational to use the analytical approach in combination with the social component of the bank efficiency (the degree of the bank support in the development of the small and medium-size business, the socially-oriented products implementation, etc.). In addition, the study highlights the external and internal factors influencing the state-owned bank socio-economic efficiency. The results of the conducted research can be applied for the assessment of the state-owned bank socio-economic efficiency not only in Ukraine but worldwide.

Key words: bank, state-owned bank, efficiency, socio-economic efficiency of the bank, the state-owned bank socio-economic efficiency.

Постановка проблеми. У сучасних умовах саме відновлення соціально-економічного розвитку є одним із найважливіших завдань, яке постає перед економікою України. При цьому важлива роль відводиться повноцінному, ефективному функціонуванню банківської системи, а особливо банків із державною участю, у забезпеченні всіх економічних суб'єктів грошово-кредитними ресурсами. У зв'язку з цим актуальною темою дослідження стає виокремлення методів та показників оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю в умовах внутрішньої трансформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами оцінювання ефективності діяльності банків займалися такі вітчизняні та іноземні вчені, як А. Буряк [1], Є. Данилюк [2], О. Лаврушин [3], Т. Ветрова [3], К. Толчін [4], І. Сениш [5]. Водночас у науковій літературі відсутні наукові напрацювання, присвячені методам оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю, що й зумовлює доцільність проведеного дослідження.

Метою статті є визначення методів та показників, які можуть використовуватися для оцінювання соціально-економічної ефективності банку з державною участю.

Виклад основного матеріалу. Процес оцінювання соціально-економічної ефективності банку з державною участю в умовах внутрішньої трансформації наведемо у вигляді логічної послідовності таких етапів, як: вибір рівня проведення оцінки (макро- та / або мікрорівень); визначення ознак ефективної соціально-економічної діяльності банку з державною участю; вибір методів та показників прове-

дення оцінки; визначення факторів зовнішнього та внутрішнього впливу; підведення підсумків оцінки; обґрунтування соціально-економічних ефектів; виявлення резервів та напрямів підвищення соціально-економічної ефективності банків із державною участю.

Відповідно до послідовності проведення оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю за умов трансформації важливе значення має вибір методів та показників проведення оцінки. Вибір методів та показників для оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю є досить непростим завданням, оскільки у сучасній економічній літературі відсутній підхід, який би дав можливість оцінити соціально-економічну ефективність банків із державною участю за допомогою певного сталого набору методів та підходів. Саме тому будемо розглядати доцільність проведення оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю за допомогою загальних підходів, які використовуються для оцінки економічної та соціальної ефективності банків, але з урахуванням особливостей діяльності банків із державною участю.

Крім того, з огляду на певну специфіку діяльності банків із державною участю вважаємо, що методи та показники їх оцінки мають відповідати певним вимогам. Так, у зв'язку з тим, що необхідно врахувати як соціальну, так і економічну ефективність банківської установи, є ризик використання одночасно надмірно великої, переобтяжливої кількості показників. Також необхідно уникати як занадто деталізованих, так і узагальнених показників, а прагнути оперативного отримання достовірної та повної інформації.

Першим із наявних у світовій практиці підходів до оцінки ефективності банківської діяльності розглянемо підхід із використанням економетричного інструментарію. Ефективність розраховується виходячи з близькості значень показників окремого банку до потенційної або фактичної межі ефективності. У межах економетричного підходу до визначення ефективності виділяють два рівнозначних методи: параметричний та непараметричний.

Непараметричні методи базуються на розрахунку координат місцерозташування банків з найвищою ефективністю. Ці банки і будуть визначати вершини ламаної кривої – межі ефективності. Крива побудована за допомогою математичного програмування. Серед непараметричних виділяють два методи, які дають змогу оцінити відносну ефективність діяльності банків, тобто технологічний аспект ефективності, з такими особливостями [1]:

- аналіз середовища функціонування (DEA – Data Envelopment Analysis) – передбачає можливість взаємозаміни ресурсів у процесі виробництва банківських продуктів;
- метод вільного розміщення оболонки (FDH – Free Disposal Hull) – виключає можливість взаємозаміни ресурсів.

Параметричні методи оцінки дають змогу оцінити алокативну ефективність (здатність оптимально управляти ресурсами, враховуючи їх ціну), враховують випадкову помилку та включають [1]:

- стохастичний аналіз (SFA – Stochastic Frontier Analysis) – дозволяє окремо оцінити вплив параметру неефективності та випадкової помилки на рівень ефективності;

- метод необмеженого розподілу ефективності (DFA – Distribution Free Approach) – передбачає незмінний рівень ефективності діяльності окремого банку протягом певного періоду часу, ігноруючи тим самим вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність банку;

- метод широкої межі (TFA – Think Frontier Analysis) – використовується для оцінки середнього рівня ефективності у певній вибірці банків.

Перевагою використання економетричного підходу для оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю є врахування значної чисельності факторів впливу на ефективність та можливість дати порівняльну оцінку рівнів ефективності. Однак основним недоліком параметричних та непараметричних методів є певна відносність в отриманих результатах оцінки ефективності.

Наступним розглянемо аналітичний підхід до оцінки ефективності банківської діяльності. Як зазначає Є. Данилюк, «аналітичний інструментарій ґрунтується на використанні аналітичних моделей, які дозволяють оцінити ефективність банку. Це, зокрема, модель М. Гордона та модель В. Шарпа, під час використання яких ефективність банківської діяльності оцінюється через ставку дохідності акцій банку, та модель Дюпона, або декомпозиційний аналіз прибутковості власного капіталу, заснований на даних фінансової звітності банку» [2]. Використання аналітичного підходу є досить громіздким, вимагає достовірності звітності та всієї отриманої для аналізу інформації.

Таким чином, оцінюють ефективність банку як комерційної організації найчастіше через прибуток, збереження ринкової частки та конкурентоздатності, а також через підвищення вартості банку [3, с. 39]. Найпоширенішими відносними показниками ефективності діяльності банку залишаються рентабельність активів (ROA), рентабельність капіталу (ROE), рентабельність інвестицій (ROI), рентабельність витрат, чиста процентна маржа [2]. Цей підхід до оцінки ефективності банківської установи є досить спрощеним, хоча й має такі переваги, як наочність, зручність розрахунку, здатність до порівняння.

З іншого погляду, часто не враховується той факт, що жоден із зазначених показників результатів діяльності не є довгостроковим. Прибуток чи рентабельність акціонерного капіталу, як правило, не оцінюють у перспективі. Для розрахунку цих показників закладається інформація лише за останніх декілька років. Більше того, такий показник, як прибу-

ток, орієнтований здебільшого на управління рахунком прибутків/збитків та досить опосередковано відображає фактичні обсяги та строки виникнення грошових потоків. Показники прибутковості оцінюють ефективність діяльності організації за минулий період, а не її перспективи в майбутньому [4].

На нашу думку, найбільш прийнятним із проаналізованих у дослідженні для оцінки соціально-економічної ефективності банків з державною участю є поєднання таких двох методів, як фінансово-економічні показники та визначення якісних характеристик впливу банків на соціальну сферу. Тобто як оцінка економічної ефективності є не лише суто розрахунком економічних показників (оскільки навіть витрати можуть бути спрямовані на досягнення соціальних результатів), так і оцінка соціальної ефективності включає не лише якісні характеристики, а взаємопов'язана з економічним ефектом та витратами.

На відміну від економічної ефективності, соціальну ефективність значно важче оцінити. Причинами цього є відсутність науково обґрунтованої та загальновизнаної методики визначення її рівня, а також складність самих соціальних процесів [5]. Водночас, характеризуючи соціальний складник ефективності банківської діяльності, насамперед увагу необхідно звернути на виконання банками їхньої основної функції, яка вже передбачає соціальний складник, – виступати фінансовим посередником, який акумулює та перерозподіляє вільні грошові ресурси в економіці.

Також якщо враховувати специфіку діяльності банків із державною участю, то проявом їхньої соціально ефективної діяльності може бути: підвищення доступності для населення банківських послуг, збільшення частки населення, яке користується послугами фінансово-кредитних установ, зниження рівня тіньової економіки, розширення використання безготівкових розрахунків, покращення добробуту суспільства та благополуччя співробітників банку, зростання рівня задоволеності клієнтів та більша їх фінансова грамотність.

Погоджуємося з думкою О.І. Лаврушина та Т.М. Ветрової щодо соціальної ефективності банків: «Показником, що характеризує виконання фінансово-кредитними установами функцій із регулювання грошового обігу, може стати ступінь розвиненості системи розрахунків, що дають можливість обороту капіталу, імітування платіжних засобів, кредитування економічних суб'єктів, а також доступність банківського обслуговування для суб'єктів господарювання та населення» [3, с. 40]. Показником соціальної ефективності банку може виступати ступінь банківського сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, окремих регіонів, соціально орієнтованих банківських продуктів [3, с. 39].

Таким чином, достовірно, повно та якісно оцінити соціально-економічну ефективність банків із державною участю за умов трансформаційних процесів можливо лише використовуючи якісні та кількісні показники оцінки економічного (розрахунок рентабельності активів, капіталу, витрат тощо) та соціального спрямування (ступінь банківського сприяння розвитку малого і середнього бізнесу, впровадження соціально-орієнтованих продуктів тощо). Використання зазначених показників для оцінювання соціально-економічної ефективності банків із державною участю дає можливість здійснити точну, виважену та всебічну оцінку діяльності цих банків.

Наступним етапом нашого дослідження є окреслення зовнішніх та внутрішніх впливів на соціально-економічну ефективність банків із державною участю. Насамперед розглянемо екзогенні щодо банків фактори зовнішнього середовища (рис. 1).

На нашу думку, кожен із зазначених факторів має різний вплив на соціально-економічну ефективність банків із державною участю. Так, прямо пропорційно впливають кон'юнктурні, зовнішньоекономічні, нормативно-правові та політичні групи факторів. Адже чим вищий рівень розвитку економіки та більша стабільність притаманна банківській системі, тим кращими є передумови для розвитку цих банків, їхньої соціально-економічної ефективності.

Гроші, фінанси і кредит

Кон'юнктурні	<ul style="list-style-type: none"> • рівень розвитку економіки країни (рівень ВВП, рівень інфляції, стабільність національної валюти, рівень доходів населення); • рівень розвитку вітчизняної банківської системи; • попит та пропозиції на банківські послуги, доступність кредитів.
Зовнішньо-економічні	<ul style="list-style-type: none"> • стабільність на світових фінансових ринках; • рівень інтегрованості вітчизняної банківської системи у світовий фінансовий простір.
Адміністративні	<ul style="list-style-type: none"> • специфіка реалізації соціальної політики держави; • реалізація грошово-кредитної та фіскальної політики та застосування пільг для банків, які займають соціально-відповідальну позицію.
Соціальні	<ul style="list-style-type: none"> • рівень соціальної напруги в країні; • рівень довіри населення банківським установам; • структура заощаджень в економіці; • якість життя населення; • демографічна ситуація в країні.
Нормативно-правові	<ul style="list-style-type: none"> • досконалість вітчизняного законодавства; • відповідність законодавства міжнародним стандартам.
Політичні	<ul style="list-style-type: none"> • рівень політичної стабільності в країні; • рівень державної підтримки соціально-економічного розвитку та реалізації банками соціальних проектів.

Рис. 1. Зовнішні фактори впливу на соціально-економічну ефективність банків із державною участю

Джерело: розробка автора

Аналізуючи вплив зовнішніх факторів впливу на діяльність банків із державною участю, необхідно приділити увагу впливу групи політичних факторів. Адже на діяльність банків із державною участю може прямо чи опосередковано впливати політична еліта країни, яка може лобіювати інтереси взаємопов'язаних бізнес-структур. Саме банки з державною участю активно кредитують державні підприємства та бізнес-структури, пов'язані з політиками, що може бути й невідгідним для банків з економічного погляду. Однак із цими тенденціями необхідно боротися та намагатися досягти повного політичного невтручання у стратегічне управління державними банками.

Щодо групи адміністративних та соціальних факторів, то вони мають різнобічний вплив. Від того, наскільки державою під час

виконання своїх функцій та реалізації її соціальної, грошово-кредитної, фіскальної та інших видів політики підтримуються ініціативи банків із державною участю у реалізації соціальних проектів, програм, упровадженні концепції соціально-відповідального бізнесу, залежить напрям впливу на соціально-економічну ефективність банків з державною участю.

Зауважимо, що метою реалізації соціальної політики держави є створення необхідних умов для соціально-економічного зростання в країні. Повноцінна реалізація соціальної політики держави можлива завдяки функціонуванню соціальної сфери, яка поєднує різні галузі та соціальні інститути, що виконують загальну для всіх функцію – задоволення соціальних потреб усіх членів суспільства. Водночас функціонування соціальної сфери

потребує значних фінансових ресурсів, які є в розпорядженні банківських установ. Саме банківські установи (а особливо банки з державною участю), перерозподіляючи тимчасово вільні фінансові ресурси економічних суб'єктів, здатні сприяти соціально-економічному розвитку країни.

Далі зазначимо, що група соціальних факторів впливу є також досить різноплановою. Вважаємо, що позитивний (однак опосередкований) вплив на результат діяльності та соціально-економічну ефективність банків із державною участю відбувається за зменшення рівня соціальної напруги та уникнення загострення ситуації у соціальній сфері; за підвищення довіри усіх верств населення до вітчизняної банківської системи; за спрямування домогосподарствами своїх заощаджень на депозитні рахунки у банках;

за підвищення рівня та якості життя в країні та за зменшення демографічних дисбалансів. За оберненої тенденції можемо очікувати негативний вплив на соціально-економічну ефективність банків із державною участю.

На рис. 2 виділено ендогенні (внутрішні) фактори щодо банків – фактори впливу внутрішнього середовища.

Розглянувши наведені на рис. 2 внутрішні фактори впливу на соціально-економічну ефективність банків із державною участю, дійшли висновку, що прямо пропорційний вплив на соціально-економічну ефективність досліджуваних банків мають фактори таких груп, як репутаційний капітал, управління людськими ресурсами та організаційно-управлінські фактори. Щодо фінансово-економічних факторів, то вони мають різну спрямоваість. Так, якщо розширення обсягів

Репутаційний капітал	<ul style="list-style-type: none"> • репутація банку; • ринкова позиція банку; • взаємовідносини із акціонерами, засновниками, партнерами та клієнтами; • рівень впровадження концепції соціально-відповідального ведення бізнесу.
Управління людськими ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> • чисельність основного та допоміжного персоналу; • рівень компетентності персоналу; • витрати на навчання та підвищення кваліфікації персоналу; • командний дух колективу та розвиток корпоративної культури.
Фінансово-економічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> • фінансовий результат діяльності; • темпи приросту ресурсної бази; • вартість отриманих і наданих ресурсів; • кредитно-інвестиційний та депозитно-аккумуляційний портфелі; • рівень капіталізації.
Організаційно-управлінські фактори	<ul style="list-style-type: none"> • рівень розвитку стратегічного планування в банку; • загальний рівень менеджменту; • система управління ризиками; • організаційна структура банку; • фінансовий моніторинг.

Рис. 2. Внутрішні фактори впливу на соціально-економічну ефективність банків із державною участю

Джерело: розробка автора

кредитно-інвестиційного та депозитно-акмуляційного портфелів, підвищення капіталізації, покращення фінансового результату діяльності та темпів приросту ресурсної бази позитивно впливає на діяльність банків із державною участю; то зростання вартості залучених ресурсів, підвищення частки негативно класифікованих кредитів – негативно.

Отже, на завершення оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю маємо підвести підсумки, чи ці банки є досить стійкими для виконання свої основних завдань (зокрема, підтримки соціально-економічного розвитку країни), а також виявити майбутні резерви та напрями підвищення соціально-економічної ефективності банків із державною участю. Тобто рішення щодо майбутніх стратегічних пріоритетів діяльності банків із державною участю необхідно приймати саме за підсумками оцінки їхньої соціально-економічної ефективності.

З-поміж іншого зазначимо, що оцінювання соціально-економічної ефективності банків із державною участю передбачає визначення соціально-економічних ефектів, які можуть з'явитися у процесі роботи банку, серед яких: а) економічні; б) організаційно-економічні; в) соціальні; г) бюджетні; д) екологічні. Саме зазначені ефекти виступають наслідком (проявом) соціально-економічної ефективності банку з державною участю, її кінцевим результатом.

Зауважимо, що від ефективної соціально-економічної діяльності банків із державною участю переваги отримують не лише засновники, акціонери та менеджмент, а також контрагенти та позичальники, домогосподарства та підприємства, державні органи влади та клієнти банків. Таким чином, соціально-економічна ефективність діяльності банків з державною участю позитивно впливає на усе суспільство загалом.

Висновки. Таким чином, зацікавленість у функціонуванні банків із державною участю зумовлена їх прямою/опосередкованою участю в розв'язанні значущих соціально-економічних питань. Адже успішний розвиток соціального складника діяльності банків має водночас важливе значення для оздоровлення банківської системи та для соціально-економічного зростання в країні. Фінансово-економічна роль банків проявляється у використанні ними функцій регулювання та перерозподілу надходжень фінансово-інвестиційних ресурсів, розміщення цих ресурсів у найбільш ефективних та перспективних галузях економіки. Соціальна ж роль банків зумовлена не тільки суспільним характером банківських послуг, а й вирішенням окремих соціальних питань у розвитку суспільства. Результати проведеного дослідження в подальшому можуть бути використані для проведення оцінки соціально-економічної ефективності банків із державною участю в Україні та світі.

Список використаних джерел:

1. Буряк А. Методичні засади оцінювання ефективності діяльності банків. Економічний аналіз. 2010. Випуск 7. С. 133–136.
2. Данилюк Є. Визначення ефективності банківської діяльності. Ринок цінних паперів України. 2012. № 5–6. С. 53–57.
3. Лаврушин О.И., Ветрова Т.Н. Эффективность банковской деятельности: методология, критерии, показатели, процедуры. Банковское дело. 2015. № 5. С. 38–42.
4. Толчин К.В. Об оценке эффективности деятельности банков. Деньги и кредит. 2007. № 9. С. 58–62.
5. Сенищ І.П. Соціальна ефективність банківського. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. 2008. № 23. С. 322–329.

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-15>

УДК 336.1

Сидорчук А.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів імені С.І. Юрія,
Тернопільський національний економічний
університет

ПОНЯТТЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

У статті розглянуто проблематику визначення поняття «ефективність використання коштів місцевих бюджетів». Встановлено, що поняття ефективності використання коштів місцевих бюджетів пов'язане з використанням програмно-цільового методу планування та виконання місцевих бюджетів. Визначено, що використання програмно-цільового методу планування та виконання місцевих бюджетів передбачає існування механізму для визначення оптимальної кількості ресурсів для надання суспільних благ місцевими органами влади. Проте проблематичність такого підходу полягає в тому, що обсяг затрачених ресурсів місцевими органами влади ніяким чином не порівнюється з обсягом наданих ними суспільних благ.

Ключові слова: ефективність, місцеві бюджети, бюджетна програма, програмно-цільовий метод, суспільне благо.

В статье рассмотрена проблематика определения понятия «эффективность использования средств местных бюджетов». Установлено, что понятие эффективности использования средств местных бюджетов связано с использованием программно-целевого метода планирования и выполнения местных бюджетов. Определено, что использование программно-целевого метода планирования и выполнения местных бюджетов предполагает существование механизма для определения оптимального количества ресурсов для предоставления общественных благ местными органами власти. Однако проблематичность такого подхода заключается в том, что объем затраченных ресурсов местными органами власти никоим образом не сравнивается с объемом предоставленных ими общественных благ.

Ключевые слова: эффективность, местные бюджеты, бюджетная программа, программно-целевой метод, общественное благо

Sidorchuk Anatoliy. IDEAS OF EFFICIENCY FOR USING LOCAL BUDGETS' FUNDS

In the article the definition to “efficiency of using funds by local budgets” is considered. The Concept for the reform of local self-government and territorial organization of power in Ukraine is adopted in 2014. The Concept, among the expected results of its implementation, involves the introduction of standards (or norms) on the quality of public goods provided to the population by local and regional agencies and determining criteria for estimating “efficiency” of such goods. The creation of such conditions should be carried out in compliance with the 20 principles proposed by the law, among which, we emphasize the principle of increasing the transparency and efficiency of using budget funds. Only the introduction of the program-target method for all local budgets, the Concept identifies as a way to increase the efficiency of using budget funds. At the same time, the notion of the efficiency of using budget funds is an idea that needs to be studied more deeply. The concept of “effectiveness” of using local budget funds is connected with the use of the program-target method for their planning and implementation is determined. Using the program-target method of planning and implementation for local budgets provides for the existence of a mechanism for determining the optimal amount of resources for the provision of public goods by local agencies. However, the problematic nature of such an approach is that the amount of resources spent by local agencies does not in any way be compared with the volume of public goods provided by them. The method of study allows proposing quantitative measurement of the ratio of the volume of provided public goods by local agencies to incurred resources by them. It will deepen existing approaches to understanding the concept of “effectiveness” of using local budget funds.

Key words: efficiency, local budgets, budget program, program-target method, public goods.

Постановка проблеми. Процес децентралізації в Україні розпочався з прийняття у 2014 р. Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади (далі – Концепція) [1]. Однією з проблем, вирішенню яких покликана сприяти реалізація Концепції, є створення матеріальних, фінансових, організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування наданих повноважень. Одним з очікуваних результатів реалізації Концепції є запровадження стандартів (нормативів) якості публічних послуг, що надаються населенню органами місцевого самоврядування базового та регіонального рівнів, а також визначення критеріїв оцінювання якості (ефективності) таких послуг [1]. Запровадження програмно-цільового методу для всіх місцевих бюджетів Концепція визначає як шлях підвищення ефективності використання бюджетних коштів. Водночас саме поняття ефективності використання бюджетних коштів є поняттям, яке потребує глибшого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ефективності використання бюджетних коштів присвячені праці таких вітчизняних вчених, як В. Горин, В. Дем'янишин, О. Кириленко, Б. Малиняк, Г. Маркович.

Мета статті полягає в розгляді поняття ефективності використання коштів місцевими бюджетами.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи сутність поняття ефективності використання бюджетних коштів, вітчизняні вчені мають близькі думки. Саме поняття широко описане в чинному законодавстві. Етимологічно ефективність походить від англійського слова “efficiency”, яке одним зі своїх значень має такий стан або здатність виконувати щось з найменшими витратами часу або зусиль [2]. В контексті нашого дослідження під ефективністю будемо розуміти показник (кілька показників), що вимірюватиме отриманий ефект (результат) від дії органів місцевого самоврядування до витрат (матеріальних, фінансових та організаційних), понесених для його отримання.

Дотримуючись такого підходу та погоджуючись із думкою шведських економістів К. Вікселя та Е. Ліндаля, вітчизняні вчені Б. Малиняк та В. Горин запропонували формулу для визначення ефективності витратків бюджету [3, с. 29]:

$$\frac{\text{БЛАГА}}{\text{ВИТРАТИ (Податки)}} = \text{ЕФЕКТИВНІСТЬ}. (1)$$

Як видно з формули (1), зазначені вчені понесені витрати для надання суспільних благ уособлюють з величиною використаних для таких цілей податків. Цей підхід дає змогу не класифікувати понесені витрати органів місцевого самоврядування на матеріальні, фінансові чи організаційні, адже він передбачає, що джерелом їхнього утворення в будь-якому разі є обов'язкові платежі на користь держави у формі податків чи зборів.

Г. Маркович, виходячи з положень ст. 20 Бюджетного кодексу України, зазначає, що «за наявності у своєму розпорядженні значних фінансових ресурсів перед місцевими органами влади постає важливе завдання – максимально ефективно їх використання за умови забезпечення при цьому прямого взаємозв'язку між розподілом коштів і фактичними результатами їх використання відповідно до визначених пріоритетів розвитку громади» [4]. Таким чином, автор поняття «ефективність використання бюджетних коштів» розглядає насамперед в контексті їхньої відповідності пріоритетам розвитку місцевої громади. Це завдання, на її думку, досягається шляхом застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі.

Аналогічний висновок про те, що «визначення пріоритетів при розподілі бюджетних ресурсів, виявлення джерел фінансування витрат та контроль за цільовим та ефективним використанням коштів можливі при застосуванні програмно-цільового методу формування бюджету, застосування якого <...> підвищило його ефективність, оскільки процес формування бюджету починається із зосередження уваги на результатах, яких необхідно досягти в державному секторі, та на ресурсах, потрібних для досягнення

цих результатів» [5, с. 161], формулюють автори підручника «Бюджетний менеджмент». Тобто, на думку зазначених авторів, інструменти програмно-цільового методу, який використовується в Україні, забезпечують ефективність використання бюджетних коштів. Саме ж поняття ефективності отожднюється з результатами, яких потрібно досягти, та ресурсами, які для цього повинні бути затрачені.

Таким чином, саме поняття ефективності у адептів програмно-цільового методу передбачає не порівняння затрачених ресурсів органів місцевого самоврядування для надання ними суспільних благ, а існування механізму для визначення оптимальної кількості ресурсів для надання таких благ (досягнення поставлених завдань).

Сформовані концепції свідчать про відсутність єдиного підходу до оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів територіальних громад. Проблематичність визначення такої ефективності полягає у виробленні єдиного підходу як до оцінювання наданих територіальними громадами суспільних благ, так і до оцінювання понесених для їхнього надання органами місцевої влади ресурсів.

Розробники та дослідники програмно-цільового методу у плануванні та виконанні місцевих бюджетів запропонували оцінювати ефективність використання коштів місцевих бюджетів через призму результативних показників [6; 7]. Процес розрахунку цих показників виступає як одна зі складових використання програмно-цільового методу в бюджетному процесі на місцевому рівні. Крім того, ст. 20 Бюджетного кодексу України передбачила підхід, за якого «такі показники мають підтверджуватися офіційною державною статистичною, фінансовою та іншою звітністю, даними бухгалтерського, статистичного та внутрішньогосподарського (управлінського) обліку» (далі – Концепція нормативна, 2010 р.). Отже, оцінювання ефективності використання бюджетних коштів через призму результативних показників здійснюється бухгалтерськими служ-

бами відповідних територіальних органів Міністерства фінансів України.

Більшість українських вчених дотримується нормативної Концепції, поглиблюючи та розширюючи межі її використання в бюджетній системі країни.

Виходять за межі нормативної концепції Б. Малиняк та В. Горин, які запропонували оцінювати видатки місцевих бюджетів щодо оцінювання їхньої законності (перший напрям) та ефективності (другий напрям). Для оцінювання ефективності видатків місцевих бюджетів визначено підхід, за якого «логіка визначення ефективності видатків бюджету передбачає оцінювання користі від послуг самими споживачами, тобто громадянами <...>, громадськість є важливим суб'єктом контролю за ефективністю бюджетних видатків». На думку зазначених авторів, ефективність видатків бюджету оцінюється їхньою відповідністю чотирьом критеріям:

- дотримання демократичних процедур планування та виконання місцевого бюджету;
- оцінювання відповідності бюджетних видатків суспільним пріоритетам;
- аналіз виконання бюджетних програм та досягнення запланованих цілей;
- дослідження вартості послуг [3, с. 29–30].

За цього підходу суб'єктом, який не лише повинен, але й зобов'язаний оцінювати ефективність використання ресурсів бюджету, є населення територіальної громади (далі – Концепція, Б. Малиняк, В. Горин, 2017 р.).

У табл. 1 згруповано особливості представлених концепцій оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів територіальних громад.

Табл. 1 показує, що нормативна Концепція та Концепція Малиняка-Горина відрізняються різними поглядами на поняття ефективності, оскільки розглядають інтереси різних сторін у бюджетних відносинах – держави та громадськість відповідно. Крім того, Концепція Малиняка-Горина розширює погляд на ефективність використання бюджетних коштів через призму дотримання демократичних процедур у бюджетному процесі.

Таблиця 1

Концепції оцінювання ефективності використання бюджетних коштів

Види концепцій	Особливість	
Концепція нормативна	Використання системи результативних показників, які згруповані у 4 групи.	Розглядає інтереси держави.
Концепція Малиняка-Горина	Використання критеріїв, які згруповані у 4 групи.	Розглядає інтереси громадськості, визначає важливість демократичних процедур у бюджетному процесі.

Тобто Концепція нормативна відрізняється від підходу, за якого оцінювання ефективності використання бюджетних коштів здійснює громадськість (Концепція, Малиняк, Горин, 2017 р.) тим, що таке оцінювання можуть проводити самостійно органи державної влади без його обговорення з місцевими громадами. Саме оцінювання запропоновано здійснювати лише за даними бухгалтерського обліку та звітності діяльності органів місцевої влади.

Вітчизняна практика оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів територіальних громад ґрунтується на нормативній Концепції (2010 р.) та реалізації програмно-цільового методу в бюджетному процесі. Реалізація цього методу описана у ст. 20 Бюджетного кодексу України (рис. 1).

Як видно з рис. 1, оцінка ефективності використання коштів місцевих бюджетів є однією зі складових реалізації програмно-

цільового методу в їхньому плануванні та виконанні місцевими органами влади.

За цього підходу місцевий бюджет складається із сукупності бюджетних програм, щодо кожної з яких представницькі органи влади визначають мету програми, її завдання та відповідальних виконавців. Результативні показники характеризують хід реалізації прийнятих місцевою громадою бюджетних програм, ступінь виконання поставлених завдань та досягнення визначеної мети, зрештою, оцінюють результат виконання кожної бюджетної програми (рис. 2).

Перелік затверджених бюджетних програм та їх відповідальних виконавців наводиться в додатку 3 до рішень, прийнятих місцевими органами влади про бюджети на відповідний рік.

Для оцінювання видатків місцевих бюджетів (затверджених бюджетних програм) Міністерство фінансів України розро-

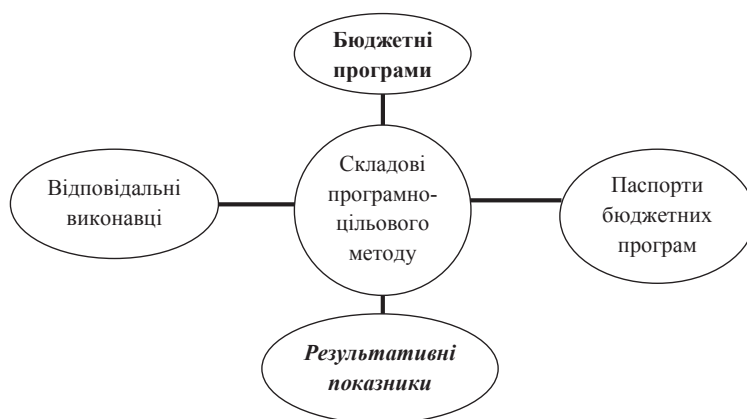


Рис. 1. Складові програмно-цільового методу в бюджетному процесі

Джерело: складено автором на основі джерела [6]

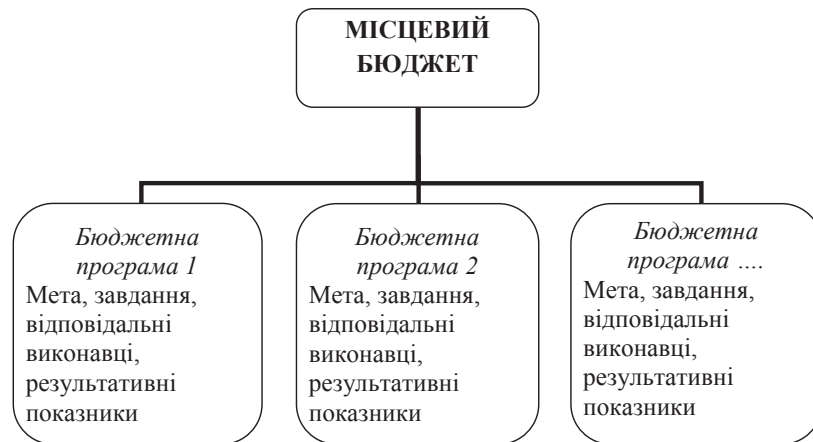


Рис. 2. Склад видаткової частини місцевих бюджетів



Рис. 3. Оцінка ефективності бюджетної програми

било відповідну методика та виділило чотири групи результативних показників:

1) показники затрат (визначають обсяги та склад фінансових ресурсів бюджетних програм, що забезпечують їхнє виконання та характеризують структуру витрат);

2) показники продукту (наприклад, обсяг виробленої продукції, наданих послуг чи робіт для виконання бюджетної програми; показники використовуються для оцінювання досягнення поставленої мети програми);

3) показники ефективності (можуть визначатись як витрати ресурсів на одиницю показника продукту (економність), відношення максимальної кількості вироблених товарів (виконаних робіт, наданих послуг) до визначеного обсягу фінансових ресурсів (продуктивність) або досягнення визначеного результату (результативність) залежно від завдань, виконання яких забезпечує реалізацію бюджетної програми);

4) показники якості (характеризують досягнуті результати якості створеного суспільного блага та задовольняють споживача за рахунок коштів окремої бюджетної програми) [4; 5, с. 164; 7].

Згідно з Наказом Міністерства фінансів України від 17 травня 2011 р. № 608 оці-

нювання ефективності бюджетних програм здійснюється шляхом аналізу окремих складових її реалізації (рис. 3).

Як видно з рис. 3, оцінка ефективності бюджетної програми умовно поділена на аналіз її відповідності плану діяльності головного розпорядника коштів, пріоритетам соціально-економічного розвитку країни та регіону, а також чинному законодавству та аналіз планових та фактичних показників самої програми.

Висновки. Поняття ефективності під час використання програмно-цільового методу планування та виконання місцевих бюджетів передбачає існування механізму для визначення оптимальної кількості ресурсів для надання суспільних благ місцевими органами влади. Проте цей підхід обсяг не порівнює обсяг затрачених ресурсів місцевою громадою з обсягом наданих нею суспільних благ. Кількісне вимірювання співвідношення обсягу наданих благ та обсягу витрачених ресурсів поглибить наявні підходи до розуміння поняття «ефективність використання коштів місцевих бюджетів» та відкриє перспективи подальших досліджень у цій сфері фінансової науки.

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.
2. Словник. URL: <https://www.dictionary.com/browse/efficiency>.
3. Малиняк Б., Горин В., Письменний В. #аналізуємобюджет : доступно про головне: посібник. Тернопіль: ZAZAPRINT, 2017. 76 с.
4. Маркович Г. Все про програмно-цільовий метод у бюджетному процесі: важливо для об'єднаних громад. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/3906>.
5. Дем'янишин В. та ін. Бюджетний менеджмент: підручник. Тернопіль: Крок, 2015. 522 с.
6. Бюджетний кодекс України: Закон України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
7. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо здійснення оцінки ефективності бюджетних програм: Наказ Міністерства фінансів України від 17 травня 2011 р. № 608. URL: <https://www.ibser.org.ua/legislation/zakonodavstvo-z-pmc/ocinka-byudzhetnyh-program>.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-16>

УДК 657

Височан О.С.

доктор економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

Височан О.О.

кандидат економічних наук,

Національний університет «Львівська політехніка»

РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЙНИХ РІЗНИЦЬ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

У статті наведено методику відображення в бухгалтерському обліку наслідків інвентаризації: надлишків, нестач, пересортиці. Використано системний підхід до дослідження проблематики виконання інвентаризаційних робіт через аналіз забезпечувальної підсистеми інвентаризації. Наведено можливі види інвентаризаційних різниць та причини їх виникнення. Досліджено документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку щодо регулювання інвентаризаційних різниць. Розроблено топологію відображення порядку регулювання інвентаризаційних різниць за рахунками бухгалтерського обліку. Узагальнено причини виникнення пересортиці на підприємстві та досліджено її можливі негативні наслідки.

Ключові слова: інвентаризація, інвентаризаційні різниці, забезпечувальна підсистема інвентаризації, надлишок, нестача, пересортиця.

В статті представлена методика отражения в бухгалтерском учете последствий инвентаризации: излишков, недостач, пересортицы. Использован системный подход к исследованию проблематики выполнения инвентаризационных работ через анализ обеспечительной подсистемы инвентаризации. Приведены возможные виды инвентаризационных разниц и причины их возникновения. Исследовано документальное обеспечение записей в бухгалтерском учете по регулированию инвентаризационных разниц. Разработана топология отображения порядка регулирования инвентаризационных разниц по счетам бухгалтерского учета. Проведен обзор причин возникновения пересортицы на предприятии и исследованы ее возможные негативные последствия.

Ключевые слова: инвентаризация, инвентаризационные разницы, обеспечительная подсистема инвентаризации, избыток, недостаток, пересортица.

Vysochan Oleh, Vysochan Olha. REGULATION OF INVENTORY DIFFERENCES IN ACCOUNTING.

In the article the method of reflection in the accounting of the consequences of inventory is presented: surplus, shortage, re-sorting. A systematic approach was used to study the problems of performing inventory works through the analysis of the security subsystem of the inventory in the composition: personnel, organizational, techno-technological, documentary, normative, financial and information types of collateral. The possible types of inventory differences and the reasons for their occurrence are presented: shortages, excessive losses, lumps, re-sorting. The documentary evidence of records in accounting for the regulation of inventory differences was explored. The topology of displaying the order of regulation of inventory differences in accounts has been developed with the allocation of sub-accounts: the shortage and losses from damage to values within the limits of natural loss; shortage and loss from damage to values beyond the norm (the perpetrators are established); shortages and losses from damage to values beyond the norm (guilty parties are not identified or absent). The reasons for the re-sorting in the enterprise are summarized and its possible negative consequences are investigated: imperfection of conducting analytical accounting at the enterprise; negligence, unprofessionalism

of accounting officers and materially responsible persons ("human factor"); system document failures and communication failures; complexity of reflection in the accounting of business transactions associated with the movement of property; technical issues. The importance of analytical levels for the reflection of the results of the inventory as a problem of perspective studies in the field of accounting and management is substantiated.

Key words: *inventory, inventory differences, supply inventory subsystem, surplus, shortage, re-sorting.*

Постановка проблеми. Інвентаризація корисна в господарській діяльності будь-якого підприємства завдяки не лише виконанню інформаційної та контрольної функцій, але й можливості отримання фактажу для прийняття рішень у системі управління в умовах, коли достовірність вхідної інформації є пріоритетом.

Управління наявними ресурсами підприємства неефективне без використання методів обліку, які забезпечили б достовірність даних фактичного стану майнового потенціалу підприємства. Таким ефективним методом для підприємства є інвентаризація [1, с. 98].

Інвентаризація являє собою певну послідовність практичних дій із документального підтвердження наявності, стану й оцінки майна і зобов'язань організації з метою забезпечення достовірності даних обліку і звітності [2, с. 31]. Вона спрямована на реалізацію контрольної функції бухгалтерського обліку і проводиться з метою забезпечення відповідності облікових і фактичних даних. Виявлення розходжень між ними є основою для внесення коригувань в облік, встановлення їх причин, визначення ступеня матеріальної відповідальності тощо [3, с. 6]. Інвентаризація дає змогу встановити реальність усіх статей балансу та інших форм звітності організацій [4, с. 14]. Таким чином, інформація, отримана в результаті проведення інвентаризації, може застосовуватися на всіх етапах облікового процесу, проте найбільш важливою є під час формування звітних показників. Формальне ставлення до здійснення інвентаризації, низька кваліфікація членів інвентаризаційної комісії, організаційно-методичні неузгодженості приводять до спотворення облікових даних, виникнення явищ дисторсійного характеру, розглянутих нами у публікаціях [5, с. 129; 6].

Аналіз останніх досліджень. Проблематика організації та проведення інвентаризаційних робіт, а також відображення їх результатів в обліку досить широко висвітлювалась у науковій та спеціалізованій періодичній літературі в Україні та за її межами. Заслужують на увагу публікації В.В. Авдєєва, С.В. Бардаша, Є.В. Калюги, І.Н. Костюкової, Д.Л. Кузьміна, Д.В. Луговського, Т.С. Маслової, Т.І. Мельохіної, С.О. Михайловини, С.Н. Поленової, Ю.С. Цаль-Цалка, С.Р. Яцишин, а також інших вітчизняних та зарубіжних науковців.

Водночас у питаннях організації і методики проведення інвентаризації думки вчених все ще далекі від одностайності.

Мета статті полягає у наведенні методики відображення в бухгалтерському обліку наслідків інвентаризації: надлишків, нестач, пересортиці. Завдання статті:

– представити системний підхід до дослідження проблематики виконання інвентаризаційних робіт через аналіз забезпечувальної підсистеми інвентаризації в складі: кадрового, організаційного, техніко-технологічного, документального, нормативного, фінансового та інформаційного видів забезпечення;

– навести можливі види інвентаризаційних різниць та причини їх виникнення;

– дослідити нормативне забезпечення записів у бухгалтерському обліку щодо регулювання інвентаризаційних різниць;

– розробити топологію відображення порядку регулювання інвентаризаційних різниць на рахунках бухгалтерського обліку;

– узагальнити причини виникнення пересортиці на підприємстві та дослідити її можливі негативні наслідки.

Виклад основного матеріалу. Прикладна спрямованість досліджень інвентаризації як облікового, контрольного та управлінського

засобу вимагає використання системного підходу до вивчення питання виникнення і регулювання інвентаризаційних різниць. Важливою частиною такого підходу є критичний аналіз забезпечувальної складової інвентаризаційного процесу.

Для вирішення завдань, що розв'язуються в процесі інвентаризації, необхідне організаційне (пов'язане з упорядкуванням взаємовідносин між матеріально відповідальною особою та інвентаризаційною комісією, а також організацією фінансово-господарської діяльності та забезпечення реалізації ефективних форм і методів контролю), технічне (пов'язане із застосуванням відповідних технічних засобів для виміру, підрахунку, зважування тощо), економічне (пов'язане зі створенням економічної зацікавленості у здійсненні інвентаризації), юридичне (пов'язане із вибором процедур і прийомів інвентаризації для забезпечення повноцінної доказовості результатів) та обліково-аналітичне

(пов'язане зі встановленням прав і обов'язків при здійсненні інвентаризації і однозначністю у визначенні вини при небажаних відхиленнях) забезпечення [7, с. 424].

На наш погляд, склад забезпечувальної частини інвентаризаційних робіт дещо інший і включає такі елементи (табл. 1).

Як продемонструвала практика, всебічне дослідження матеріалів інвентаризації для вирішення поставлених перед експертом задач може бути здійснене лише симбіозом знань бухгалтерського обліку, як складової економіки, і норм правових актів, які регулюють порядок ведення обліку різних активів і зобов'язань [8, с. 136].

Для вирішення проблем регулювання інвентаризаційних різниць критично важливою є деталізація нормативної частини забезпечення інвентаризації (табл. 2).

Як зауважує С.В. Бардаш, дієвість інвентаризації у здійсненні контролю за збереженням власності залежить в основному від

Таблиця 1

Забезпечувальна підсистема інвентаризації

Вид забезпечення	Характеристика
Кадрове	Персонал підприємства з необхідною кваліфікацією та досвідом, залучений до роботи у складі інвентаризаційної комісії
Організаційне	Комплекс заходів та методів, які регламентують взаємовідносини між структурними елементами системи управління підприємством (в першу чергу, дирекцією, бухгалтерією та інвентаризаційною комісією), а також між працівниками та технічними засобами в процесі здійснення інвентаризації
Техніко-технологічне	Сукупність приладів, пристроїв для обслуговування потреб, що виникають при проведенні інвентаризації: ваговимірювальне обладнання, сканери штрих-кодів тощо та процедур їх використання
Документальне	Набір первинної та підсумкової документації для оформлення попередніх й остаточних результатів здійснення інвентаризації: інвентаризаційні описи, акти інвентаризації, звіральні відомості тощо
Нормативне	Сукупність державних, галузевих та внутрішніх правил, стандартів, інструкцій, що регламентують проведення інвентаризації на підприємстві. Його основою є Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань, затверджене Міністерством фінансів України у 2014 році.
Фінансове	Фінансові ресурси підприємства, залучені для покриття витрат на проведення інвентаризації: заробітна плата членів інвентаризаційної комісії, канцелярські та інші поточні витрати, а також витрати капітального характеру, пов'язані із придбанням технічних засобів інвентаризації
Інформаційне	Синтетичний компонент, який поєднує в собі деякі елементи попередніх видів забезпечень (інформаційні ресурси, програмне забезпечення, технічні засоби й технології обробки інформації) і використовується для надання інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами інвентаризації

Джерело: власна розробка

Нормативне забезпечення регулювання інвентаризаційних різниць у бухгалтерському обліку

Питання, яке регулюється	Внутрішні Положення про інвентаризацію	Законодавчо-нормативний акт
Загальні питання проведення інвентаризації		Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань
Оцінка активів, віднесених до надлишку або нестачі, виявлених під час інвентаризації		П(С)БО 7 “Основні засоби”, П(С)БО 8 “Нематеріальні активи”, П(С)БО 9 “Запаси” тощо
Розрахунок величини інвентаризаційних різниць		Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей
Встановлення номенклатури рахунків для обліку інвентаризаційних різниць		Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій
Формування бухгалтерських проведення щодо виникнення та регулювання інвентаризаційних різниць		Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів, Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів тощо
Виникнення зобов'язань за податками і платежами при виявленні інвентаризаційних різниць	Податковий кодекс України	

Джерело: узагальнено на основі [9–17]

обгрунтованого регулювання інвентаризаційних різниць, що залежить від характеру та причин виявлених лишків, недостач, втрат та фактів псування майна [18, с. 9].

Причинами виникнення інвентаризаційних різниць можуть бути:

- недостачі: псування, розкрадання, природний убуток, подвійне списання у господарський процес тощо;

- понаднормативні втрати: зменшення маси ТМЦ понад встановлені норми при перевезенні, зберіганні, зниження кількісних, якісних характеристик порівняно з документами постачальника, пов'язане з порушенням умов зберігання, недбалістю тощо;

- лишки: неповне оприбуткування ТМЦ, завищене документальне списання, невідображення майна в бухгалтерському обліку внаслідок втрати документів на його надходження чи оприбуткування тощо [19, с. 92].

На даний час застосовується такий порядок регулювання інвентаризаційних різниць:

- основні засоби, матеріальні цінності, грошові кошти та інше майно, яке виявилось в надлишку, належить до оприбуткування і зарахування на фінансові результати із подальшим встановленням причин виникнення та винних осіб;

- убуток цінностей в межах норм, затверджених в установленому законодавством порядку, списується за розпорядженням керівника організації на витрати виробництва та обігу у комерційної організації (норми убутку застосовуються лише у випадках виявлення фактичних нестач);

- убуток цінностей в межах встановлених норм визначається після зарахування нестач цінностей надлишками по пересортиці. Пересортиця утворюється внаслідок видачі матеріальних цінностей одного сорту замість необхідного іншого сорту і зазвичай має ненавмисний характер;

- нестачі майна, а також псування понад норм природного убутку відносяться на винних осіб. У тих випадках, коли винуватці не встановлені або у стягненні їх з винних осіб відмовлено судом, збитки від нестач і псування списуються на витрати виробництва та обігу [20, с. 7].

Рахунки обліку, які при цьому використовуються, узагальнено в табл. 3.

Відображення можливих наслідків проведення інвентаризації в бухгалтерському обліку структурно представлено на рис. 1.

Існують випадки (ГФ 1.3.1; ГФ 1.3.2; ГФ 1.3.4.1), коли підприємство змушене спи-

**Номенклатура субрахунків бухгалтерського обліку
регулювання інвентаризаційних різниць**

<i>Нестача (виникнення витрат) понад норм природного убутку</i>	
<i>Необоротних активів</i>	<i>Оборотних активів</i>
976 “Списання необоротних активів”	947 “Нестачі і втрати від псування цінностей”
<i>Нестача (виникнення витрат) в межах норм природного убутку</i>	
947 “Нестачі і втрати від псування цінностей” (для цінностей на складі), 91 “Загальновиробничі витрати” (для цінностей у незавершеному виробництві)	
<i>Надлишки (виникнення доходів)</i>	
<i>Необоротних активів</i>	<i>Оборотних активів</i>
746 “Інші доходи”	719 “Інші доходи від операційної діяльності”
<i>Сума збитків до відшкодування</i>	
072 “Невідшкодовані нестачі і втрати від псування цінностей”	
<i>Розрахунки з винними особами</i>	
<i>Заборгованість</i>	<i>Дохід (на суму відшкодування)</i>
375 “Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків”	716 “Відшкодування раніше списаних активів”

Джерело: узагальнено на основі [14]

сати нестачі матеріальних цінностей понад прийняті норми природного убутку при тому, що винних осіб не встановлено.

Можливість такого списання підтверджується документами:

- рішеннями слідчих або судових органів, які підтверджують відсутність винних осіб;
- відмовою стягнення нестачі з винних осіб, винесеною слідчими або судовими органами;
- висновком про факт псування цінностей, отриманим від відділу технічного контролю або спеціалізованих організацій (інспекцій з якості та ін.) [21, с. 17].

Незалежно від того, списані запаси в межах норм природного убутку чи понад них, витрати в бухгалтерському обліку відображаються на субрахунку 947. Для потреб аналізу доречно відкрити по вказаному субрахунку додаткову аналітику:

- 947.1 “Нестачі і втрати від псування цінностей в межах природного убутку”;
- 947.2 “Нестачі і втрати від псування цінностей понад норми (винні особи встановлено)”;
- 947.3 “Нестачі і втрати від псування цінностей понад норми (винні особи не встановлено або вони відсутні)”.

Подальша деталізація може відбуватися з використанням аналітичних рівнів “мате-

ріально відповідальні особи” та/або “структурні підрозділи”.

Це дасть змогу підвищити господарську дисципліну на підприємстві, вивести на якісно новий рівень претензійно-позовну роботу, покращити ефективність прийняття рішень в сфері управління ресурсами суб’єкта господарювання.

Окремо заслуговує на увагу питання виникнення та відображення в обліку пересортиці (ГФ 1.2), оскільки її виявлення може вказувати на недоліки в організації руху й зберігання товарно-матеріальних цінностей на підприємстві.

Основними причинами виникнення пересортиці можуть бути:

- неправильні записи в регістрах складського та бухгалтерського обліку – ТМЦ оприбутковуються чи списуються за позиціями, на яких обліковуються інші цінності;
- неправильне оформлення документів, надходження на склад чи відпуск зі складу цінностей одного найменування або якості з документами, оформленими на інші;
- заміна (обмін) цінностей одного найменування або якісних характеристик на інші без оформлення відповідних документів;
- створення різними шляхами необлікованих залишків цінностей одного наймену-

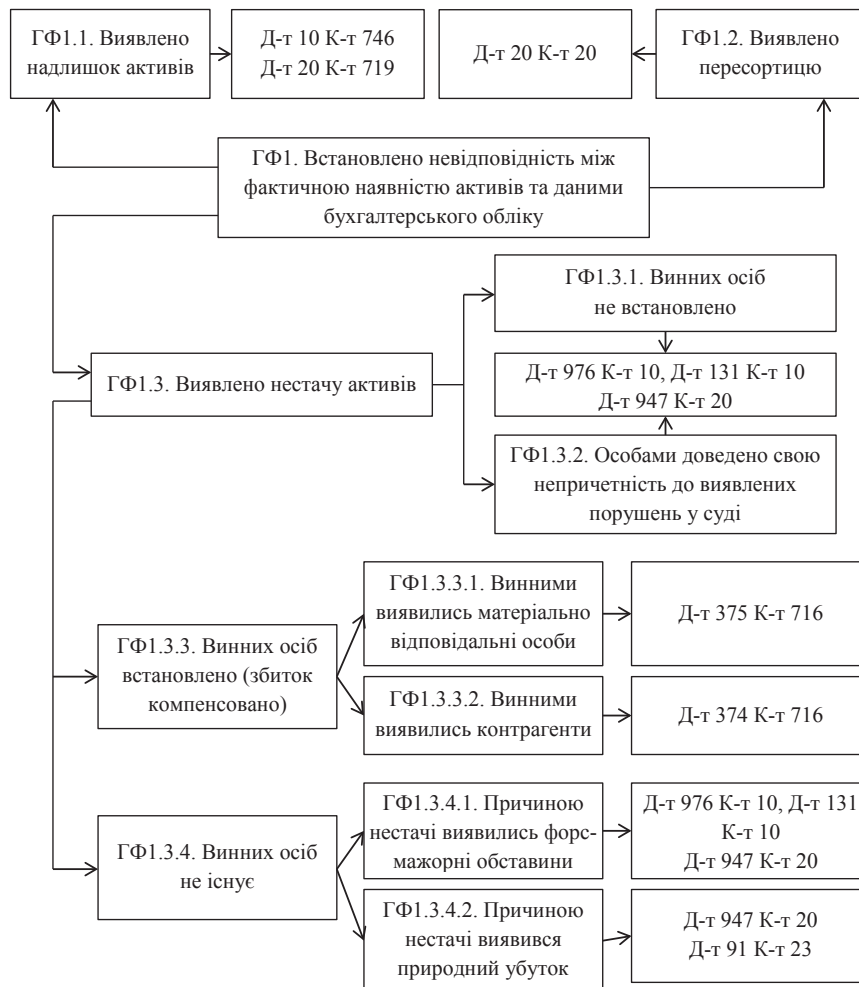


Рис. 1. Структурна схема відображення в обліку господарських фактів (ГФ), пов'язаних із врегулюванням інвентаризаційних різниць

Джерело: власна розробка

вання або якісних характеристик та вилучення інших;

- несвоєчасне оформлення руху цінностей документами;

- використання несправних вимірювальних приладів [19, с. 93].

В основі виникнення цих явищ лежать: недосконалість ведення аналітичного обліку на підприємстві; недбалість, непрофесіоналізм працівників бухгалтерії та матеріально відповідальних осіб («людський фактор»); вади системи документообігу та комуніка-

ційні збої; трудомісткість відображення в обліку господарських операцій, пов'язаних із рухом майна; проблеми технічного характеру. Автоматизація бухгалтерського та складського обліку здатна багато в чому подолати наведені труднощі, однак ризик виникнення пересортиці присутній завжди.

Виняткове право прийняття рішення про регулювання виявлених під час інвентаризації відхилень фактичної наявності запасів із даними бухгалтерського обліку надане лише керівнику організації. Це означає, що

найбільш доцільним вбачається оформлення такого рішення у вигляді наказу або іншого розпорядчого документу [22, с. 26].

Висновки. Від методологічної коректності та аналітичної корисності відображення результатів інвентаризації в обліку багато в чому залежить кінцевий успіх всієї інвентаризаційної роботи. Для цього необхідне: чітке позиціонування завдань за кожним з елементів забезпечення інвентаризації (кадровим, організаційним, техніко-технологічним, документальним, нормативним, фінансовим та інформаційним); встановлення причин виникнення інвентаризаційних

різниць (зокрема, внаслідок пересортиці); дотримання базових принципів та правил відображення інвентаризаційних різниць на рахунках бухгалтерського обліку; ефективна побудова аналітичного обліку для забезпечення можливості отримання інформації про нестачі в розрізі структурних підрозділів, матеріально відповідальних осіб та інших видів деталізації.

У перспективі саме обґрунтування рівнів аналітики для відображення результатів проведеної інвентаризації є важливим завданням досліджень у сфері бухгалтерського обліку та управління.

Список використаних джерел:

1. Михайловина С.О. Методологічні аспекти проведення інвентаризації та відображення її результатів в обліку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Випуск 9. Частина 5. С. 98–102.
2. Авдеев В.В. Порядок проведения инвентаризации. Все для бухгалтера. 2009. № 12(240). С. 31–34.
3. Костюкова И.Н., Луговской Д.В. Инвентаризация – основной прием выявления товарных потерь. Бухгалтер и закон. 2011. № 10(154). С. 6–14.
4. Маслова Т.С. Бюджетный бухгалтерский учет результатов инвентаризации. Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2007. № 12(180). С. 14–21.
5. Височан О.С. Концептуалізація розвитку бухгалтерського обліку у суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність : монографія. Львів: Видавництво Тараса Сороки, 2015. 312 с.
6. Височан О.С. Облікова дисторсія: поняття, класифікація, причини виникнення та мінімізація негативних наслідків. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2017. № 5(33). С. 127–132.
7. Громовик Б.П., Терещук С.І., Чухрай І.Л. Організація та економіка фармації / За ред. проф. Б.П. Громовика та доц. С.І. Терещук. Вінниця: Нова книга, 2009. 816 с.
8. Светличная Т.А., Станкевич А.А., Жмайлик В.М. Экспертное исследование по установлению соответствия (несоответствия) требованиям законодательства документального оформления и отражения в учете субъектами хозяйствования результатов инвентаризации активов. Вопросы криминологии, криминалистики и судебной экспертизы. 2010. № 1(27). С. 136–142.
9. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань : Наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>.
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 № 242. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
13. Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей : Постанова Кабінету Міністрів України від 22.01.1996. № 116. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/116-96-%D0%BF>.
14. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

15. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів : Наказ Міністерства фінансів України від 10.01.2007 № 2. URL: <https://zakon.help/law/2/>.
16. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів : Наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003 № 561. URL: <https://zakon.help/law/561/>.
17. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
18. Бардаш С.В. Інвентаризація на підприємствах: питання методології і практики : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит»; Київський державний торговельно-економічний університет. Київ, 2000. 18 с.
19. Яцишин А.Р., Яцишин С.Р. Інвентаризаційні різниці та їх узгодження. Основні принципи, напрями та завдання економічного розвитку країн : матеріали науково-практичної конференції [м. Дніпропетровськ, 6-7 березня 2015 р.]. Дніпропетровськ: НО «Перспектива», 2015. С. 89–93.
20. Поленова С.Н. Інвентаризация объектов бухгалтерского учета: виды, порядок проведения и отражение результатов в учете. Бухгалтер и закон. 2009. № 1(121). С. 2–9.
21. Поленова С.Н. Інвентаризация объектов бухгалтерского учета: виды, порядок проведения и отражение результатов в учете. Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2008. № 13(205). С. 12–20.
22. Мелехина Т.И. Інвентаризация объектов бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2010. № 9(249). С. 22–26.

НОТАТКИ