

ISSN 2413-0117

Ministry of Education and Science
of Ukraine

Міністерство освіти і науки
України

BULLETIN

of the Kyiv National
University of Technologies
and Design

ВІСНИК

Київського національного
університету технологій
та дизайну



№ 5 (139), 2019



Журнал розміщено в міжнародних наукометричних базах даних, репозитаріях та пошукових системах:



CEOWORLD MAGAZINE

FASHION SCHOOL RANKINGS, 2020

This is to certify that

Kyiv National University of Technologies and Design
Nemirovich-Danchenko Street, 2, Kyiv 01011, Ukraine

was ranked #62 among the
top fashion schools in the world in CEOWORLD Magazine's 2020 survey.

The annual ranking of the "Best Fashion Schools In The World,"
not only represents glory of the institute, but also recognizes the positive impact that
the institute has made on the education fraternity.



PRESIDENT



PROMOTION CHAIRMAN

CEOWORLD Magazine
Fifth Avenue, New York, NY, 10001, United States
Tel: +1 347.983.5101 (USA) | Tel: +44 20 8123 4833 (UK) | Email: info@ceoworld.biz

Date: Friday, February 21, 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Серія: Економічні науки

№ 5 (139), 2019

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5

Наукове фахове видання

Періодичність виходу: 6 разів на рік

Дата заснування: грудень 1999 р.

Київ 2019

Засновником журналу «ВІСНИК Київського національного університету технологій та дизайну» є

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Науковий фаховий журнал є правонаступником видання «Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР).

№ 5 (139), 2019

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №19330–9130 ПР від 08.08.2012р.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 993 від 24.07.2002 р.

Журнал входить до переліку наукових фахових видань.

Наказ МОН України від 18.12.2018 № 1412 (додаток 10, рішення щодо присвоєння Категорія Б) – фаховість із економічних наук.

Спеціальності: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281.

Індекс журналу в каталозі передплатних видань України – 91443

ISSN 2413-0117

Журнал зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань (ISSN International Centre, Париж, Франція) 22.12.2004 р.

Журнал реферується та індексується у наступних міжнародних базах даних: Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Інституційний репозитарій Київського національного університету технологій та дизайну, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, РИНЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJI, InfoBase Index, ISI, UIF, CiteFactor

**Засновник і
видавець:**

Київський національний університет технологій та дизайну
Україна, 01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2

**Головний
редактор:**

Грищенко І.М., доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки.

**Заступник
головного
редактора:**

Ганущак-Єфіменко Л.М., д.е.н., професор, декан факультету підприємництва та права

Видання орієнтоване на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також науково-практичних працівників і фахівців відповідних галузей промисловості.

Кривонос Олена Олександрівна – відповідальний секретар.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 4, к. 1409

тел./факс: +38 (044) 280-10-80

е-mail: econ-vistnyk@knutd.edu.ua; <http://econ-vistnyk.edu.ua>

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол № 1 від 23.10.2019 р.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за переклад, достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Передруки та переклади статей дозволяються лише за згодою автора (-ів) та редакції.

© Київський національний університет
технологій та дизайну, 2019

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

BULLETIN

of the KYIV NATIONAL UNIVERSITY
of TECHNOLOGIES and DESIGN

Series: Economic sciences

№ 5 (139), 2019

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5

Scientific Specialized Edition

Issued: 6 times a year

Founded: December, 1999

Kyiv 2019

**The owner of «BULLETIN of the Kyiv National University of Technologies and Design» is
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN**

This Scientific Specialized Journal is the successor of the edition «Proceedings of Higher educational establishments. Technology of the light industry», which was published by Kiev Technological Institute of Light Industry from March, 1958 (USSR)

№ 5 (139), 2019 The state registration of print media is KB № 19330-9130 ПП, originating date 08.08.2012

License for publishing activity is ДК №993, originating date 24.07.2002

The journal is listed & reregistered in Higher Attestation Commission of Ukraine: № 1412, originating date 18.12.2018. Fields: economical. Specialties: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281.

The journal is in the Catalogue of subscription editions of Ukraine – 91443

ISSN 2413-0117 The journal is registered in ISSN International Centre, Paris, originating date is 22.12.2004

The journal is abstracted and indexed by Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, The Vernadsky National Library of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design Institutional Repository, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, ПИИЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJI, InfoBase Index, ISI, UIF, CiteFactor

Owner and Publisher: Kyiv National University of Technologies and Design
Ukraine, 01011, Kyiv, 2, Nemyrovych-Danchenka, Str.

Editor-in-Chief: **Ivan M. Gryshchenko** – Dr., professor, academician National Academy of Pedagogical Sciences Ukraine, Honored Worker of Education of Ukraine, Laureate of the State Prize of Ukraine in science and technology.

Deputy Editor: **Liudmyla M. Ganushchak-Yefimenko** – Dr., professor

Economics & Business Management. Higher Education: progress, problems and prospects.

The journal is aimed at a wide range of researchers, professors, students, and graduate students and to bring the results of scientific research carried out under a variety of intellectual traditions and organizations of procedures to the attention of a specialized readership.

EDITORIAL OFFICE:

01011, Ukraine, Kyiv, 2, Nemyrovych-Danchenka, Str., office 4-1409

Tel./fax: +38 (044) 256-29-86

e-mail: econ-vistnyk@knutd.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.edu.ua>

Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol № 1 of 23.10.2019

Articles are published in the original language. The authors are responsible for the translation, authenticity of facts, quotations, proper names, geographic names, names of enterprises and other information.

The Editorial Office and author's consent needed prior to republishing or translating the articles.

© Kyiv National University of Technologies and Design, 2019

ВІДОМОСТІ ПРО ЧЛЕНІВ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ
наукового фахового журналу
«Вісник Київського національного університету технологій та дизайну,
Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design»
СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

Грищенко Іван Михайлович – головний редактор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна – заступник головного редактора, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Члени редакційної колегії

Гавриш Олег Анатолійович – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна.

Денисенко Микола Павлович – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Касич Алла Олександрівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Крахмальова Ніна Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Куклін Олег Володимирович – доктор економічних наук, професор, Черкаський державний бізнес-коледж, Україна.

Лепейко Тетяна Іванівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна.

Мягих Ірина Миколаївна – доктор економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Ольшанська Олександра Володимирівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Тарасенко Ірина Олексіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Чубукова Ольга Юріївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Щербак Валерія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна.

Denis Ushakov – PhD, Professor, Suan Sunandha Rajabhat University, International College, Bangkok, Thailand.

Dietmar Vahs – PhD, Professor, Germany.

Giorgi Gvartadze – Full Professor, Akakii Tsereteli State University, Full Professor, Kutaisi University of Law and Economics, Georgia.

Hendrik S. Doss – PhD, Professor, Germany.

Rafał Rebilas – PhD, Vice Dean of the Faculty of Management, IT and Social Studies, University of Dąbrowa Górnicza, Poland.

William H. Meyers – Emeritus Professor of Agricultural & Applied Economics Food and Agricultural Policy Research Institute, USA.

Zdzisława Dacko-Pikiewicz – Professor, Rector University of Dąbrowa Górnicza, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Poland.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 4, к. 1409

тел./факс: +38 (044) 280-10-80; e-mail: econ-vistnyk@knutd.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.edu.ua>

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

- 1 **Дмитрієва О. І.**
Оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури 8
- 2 **Забашта Є. Ю.**
Інноваційний розвиток металургійних підприємств України 21
- 3 **Іванова З. О., Іванов В. О.**
Особливості маркетингової комунікаційної діяльності підприємства з використанням цифрових інструментів та технологій 32
- 4 **Мельник О. В.**
Оцінювання та забезпечення зростання фундаментальної капіталізації промислових підприємств України 40
- 5 **Ніфатова О. М., Онофрійчук Я. І.**
Формування бренд-капіталу кластерного підприємництва на засадах економіки спільної участі 49
- 6 **Синяньська Я. М., Куцкевич К., Готра В. В.**
Організаційно-економічні аспекти формування інтегрованого інноваційного підприємництва в сучасних умовах 59
- 7 **Солоненчук І. В.**
Механізм державного регулювання ринку енергоресурсів 67

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

- 8 **Ареф'єва О. В., Побережна З. М.**
Інтелектуалізація управління холістичним розвитком бізнес-процесів підприємства 78
- 9 **Кулак Н. В., Мурована Л. В.**
Франшиза як ефективний інструмент ведення готельно-ресторанного бізнесу 93
- 10 **Міщук Є. В.**
Методологія оцінювання рівня економічної безпеки підприємства без урахування безпеки його стейкхолдерів 105
- 11 **Мягких І. М., Шкода М. С., Радченко А. О.**
Фактори, що забезпечують фінансову стійкість підприємства в умовах кризи 121
- 12 **Тутова А. С.**
Аналіз економічного стимулювання топ-менеджерів України як основи ефективної діяльності підприємства 130

TABLE OF CONTENTS

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY

1	Dmytriieva O. I. Evaluating innovative development of transport infrastructure	8
2	Zabashtha Ye. Yu. Innovative development of metallurgical enterprises in Ukraine	21
3	Ivanova Z. O., Ivanov V. O. Specific features of marketing communications in companies using digital instruments and technologies	32
4	Melnyk O. V. Assessment and ensuring growth of fundamental capitalization of industrial enterprises in Ukraine	40
5	Nifatova O. M., Onofriichuk Ya. I. Building brand capital in cluster entrepreneurship on the principles of sharing economy	49
6	Synianska Ya. Kuckevič M., K., Hotra V. V. Organizational and economic aspects of building integrated innovative entrepreneurship in modern realia	59
7	Solonenchuk I. V. Government mechanism for energy market regulation	67

MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS

8	Arefieva O. V., Poberezhna Z. M. Management intellectualization in holistic development of company business processes	78
9	Kulak N. V., Murovana L. V. The franchise as an effective tool in managing hotel and restaurant business	93
10	Mishchuk Ie. V. Methodology for assessing the level of enterprise economic security without beyond the stakeholders security perspective	105
11	Miahkykh I. M., Shkoda M. S., Radchenko A. O. Factors ensuring enterprise financial stability in times of crisis	121
12	Tutova A. S. Insights to economic incentives for Ukrainian top managers as a driver of effective business performance	130

УДК 005.591.6:656.01

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.1

Оксана І. Дмитрієва

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Україна

**ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Статтю присвячено розробці моделі оцінювання інноваційного розвитку національної транспортної інфраструктури в глобалізаційних умовах. З метою оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури України проаналізовано інноваційну активність транспортного сектору економіки. Встановлено, що інноваційна активність є кількісно-якісною характеристикою інноваційної діяльності, яка виражає ступінь реалізації інноваційного потенціалу. Оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури запропоновано розглядати як трипараметричну систему, що включає такі групи показників: показники інноваційної активності, показники інноваційного потенціалу та показники інноваційної ефективності. Інноваційну активність представлено як характеристику динамізму інноваційної діяльності об'єктів транспортної інфраструктури, що оцінюється за швидкістю та обсягами створення, просування на ринок і використання інновацій у діяльності транспортних підприємств. Інноваційний потенціал розглядається як характеристика перспективізму інноваційної діяльності об'єктів транспортної інфраструктури та оцінюється за потенційними можливостями, які формують перспективи та напрями розвитку інноваційної діяльності, а також стратегічні орієнтири транспортних підприємств. Інноваційна ефективність є показником доцільності впроваджень з урахуванням двостороннього впливу економічних, соціальних, екологічних та інформаційних факторів впливу на рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури. Перевагою запропонованої моделі оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури є врахування в процесі оцінювання принципів динамізму, перспективізму та доцільності, що надає можливість здійснити комплексне оцінювання основних процесів інноваційного розвитку.

Ключові слова: *інноваційний розвиток; транспортна інфраструктура; інноваційна активність; інноваційний потенціал; інноваційна ефективність.*

Оксана И. Дмитриева

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, Украина

**ОЦЕНИВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ**

Статья посвящена разработке модели оценивания инновационного развития национальной транспортной инфраструктуры в глобализационных условиях. С целью оценивания инновационного развития транспортной инфраструктуры Украины проанализирована инновационная активность транспортного сектора экономики. Установлено, что инновационная активность является количественно-качественной характеристикой инновационной деятельности, которая выражает степень реализации инновационного потенциала. Оценка уровня инновационного развития транспортной инфраструктуры предложено рассматривать как трехпараметрическую систему, которая включает такие группы показателей: показатели инновационной активности, показатели инновационного потенциала и показатели инновационной эффективности. Инновационную активность предложено рассматривать как характеристику динамизма инновационной деятельности объектов транспортной инфраструктуры, которая оценивается по скорости и объемам создания, продвижения на рынок и использования инноваций в

деятельности транспортных предприятий. Инновационный потенциал представляет собой характеристику перспективизма инновационной деятельности объектов транспортной инфраструктуры и оценивается по потенциальным возможностям, которые формируют перспективы и направления развития инновационной деятельности, а также стратегические ориентиры транспортных предприятий. Инновационная эффективность является показателем целесообразности внедрений с учётом двустороннего влияния экономических, социальных, экологических и информационных факторов на уровень инновационного развития транспортной инфраструктуры. Преимуществом предложенной модели оценивания уровня инновационного развития транспортной инфраструктуры является учёт в процессе оценивания принципов динамизма, перспективизма и целесообразности, что позволяет осуществить комплексное оценивание основных процессов инновационного развития.

Ключевые слова: инновационное развитие; транспортная инфраструктура; инновационная активность; инновационный потенциал; инновационная эффективность.

Oksana I. Dmytriieva
Kharkiv National Automobile and Highway University, Ukraine
EVALUATING INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE

The article seeks to develop a model for evaluating the innovative development of the national transport infrastructure in the context of globalization. In order to evaluate the innovative development of the transport infrastructure of Ukraine, the innovation activity of the transport sector of the economy is analyzed. It is argued that innovation activity is a quantitative and qualitative characteristic of innovation performance that refers to the degree of innovation capacity realization. To assess the level of innovative development of transport infrastructure, a three-component system has been suggested which includes the following groups of indicators: indicators of innovation activity, indicators of innovation capacity and innovation efficiency indicators. Innovation activity is proposed to be considered as a characteristic of the dynamism of innovative activity of transport infrastructure objects which is assessed by the speed and scale of generating innovations, their market promotion and implementation in the activities of transport enterprises. Innovation capacity is associated with the perspectivism of innovative activity of transport infrastructure objects and is evaluated by potential opportunities that shape the innovative development prospects and trends, as well as strategic guidelines for the transport companies. Innovative efficiency is an indicator of innovation feasibility with regard to the two-way effects of economic, social, environmental and information factors on the level of innovative development of transport infrastructure. The key advantage of the proposed model for assessing the level of innovative development of transport infrastructure is the ability to take into account the principles of dynamism, perspectivism and expediency which contributes to provide comprehensive evaluation of the basic processes of innovative development.

Keywords: innovative development; transport infrastructure; innovation activity; innovation capacity; innovation efficiency.

Постановка проблеми. Однією з головних складових частин розвитку транспортної інфраструктури є інноваційна політика, головною метою якої є створення умов для забезпечення доступу населення країни до сучасних, конкурентоспроможних транспортних послуг, які задовольнятимуть потреби суспільства на національному та міжнародному рівнях. Запорукою реалізації зазначеної мети є стимулювання до впровадження та освоєння сучасних технологій, збільшення інноваційно-активних підприємств в транспортній сфері,

розвиток інновацій у транспортній інфраструктурі. Підвищення конкурентоспроможності підприємств транспортної інфраструктури тісно пов'язано з активізацією інноваційних процесів – впровадженням високих технологій в наданні транспортних послуг. Виходячи з цього, головним завданням розвитку транспортної інфраструктури має стати перехід транспортної системи на інноваційну модель управління, що включає пошук і накопичення фундаментальних знань в різних областях науки і техніки, практичне використання цих знань для розробки принципово нових, альтернативних існуючим, високоефективних матеріалів, технологій, приладів, техніки, обладнання, методів розрахунку і прогнозування і подальшого ефективного їх освоєння в транспортній сфері.

Аналіз останніх джерел, досліджень та публікацій. Питанню розвитку транспортної інфраструктури в розрізі різних аспектів висвітлення проблематики присвячено роботи багатьох вчених. Так, наприклад, Так, наприклад, Х. Далкмен [6] досліджує основні особливості екологізації транспорту, підходи до фінансування ефективності використання ресурсів у транспортному секторі. К. Сакамото і Д. Палмер [7] підкреслюють, що швидкий розвиток транспортної інфраструктури, стимулюватиме соціальну, екологічну та економічну функції державної політики.

Українські внески, що тлумачать розвиток транспортної інфраструктури в контексті інноваційного підходу належать Л. Мельник та Д. Горобченко [8], які пропонують використовувати різні економічні та організаційні інструменти для стимулювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури, яка, на їх думку, впливає на велику кількість процесів у всіх сферах економіки та людської діяльності. Х. Данилків та Х. Горбова [3] концентрують свою увагу на дослідженні складових транспортного комплексу, беручи за основу структури міжнародних транспортно-логістичних систем. Методи державного регулювання інноваційним розвитком транспортної інфраструктури пропонує Ю. Степанов [5].

Але, незважаючи на досить вражаючу кількість публікацій в сфері інноваційного розвитку транспортної інфраструктури, актуальність дослідження набуває затребуваності в аспекті методологічних засад та методичних підходів до оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури нашої держави, оскільки саме показники інноваційності формують рівень конкурентоспроможності транспортної системи на національному та глобальному ринку транспортних послуг.

Мета дослідження. Метою дослідження є розробка моделі оцінювання інноваційного розвитку національної транспортної інфраструктури в глобалізаційних умовах.

Результати дослідження. Серед усього розмаїття послуг в сучасній світовій економіці близько 20% належить транспортному сектору. Розвиток транспортних послуг тісно корелює з рівнем світової торгівлі. Розвиток транспортної інфраструктури багато в чому визначає рівень і динаміку розвитку країни в цілому. Географічне положення країни, розмір території, кліматичні умови, характер мобільності населення, рівень розвитку виробництва, міжрегіональні економічні зв'язки, зовнішньоторговельні відносини об'єктивно формували транспортну інфраструктуру України. Транспорт перетворився в системоутворюючий чинник, який безпосередньо впливає на рівень життя і розвиток продуктивних сил. Транспортна інфраструктура України включає автомобільний, авіаційний, залізничний, водний і трубопровідний види транспорту. Елементами транспортної системи є також промисловий транспорт і міський громадський транспорт. Аналізуючи статистичні данні державної служби статистики України, можна побачити, що у 2019 році вантажообіг транспортних підприємств склав 338,9 млрд т км, що на 2,1% більше від вантажообігу за аналогічний період 2018 року [1]. Обсяг перевезення вантажів становив 674,5 млн т, з позитивним приростом у 8,0% від обсягів 2018 року (табл. 1).

Таблиця 1

Вантажообіг та пасажирообіг транспортної системи України за 2019 рік

	Вантажообіг		Перевезено вантажів		Пасажирообіг		Перевезено пасажирів	
	млн т км	у % до 2018	млн т	у % до 2018	млн пас. км	у % до 2018	млн	у % до 2018
Транспорт	338885,2	102,1	674,5	108,0	107943,3	103,3	4262,4	95,0
залізничний	181844,7	97,6	312,9	97,1	28680,8	100,0	155,0	98,1
автомобільний	48831,5	114,7	242,7	129,7	34564,0	100,0	1804,9	94,7
водний	3386,9	100,7	6,1	109,2	25,8	93,5	0,7	101,2
авіаційний	294,0	86,6	0,1	92,7	30058,6	116,1	13,6	108,8

Джерело: побудовано за даними [2].

Від'ємну динаміку у 5% показав пасажирський транспорт, послугами якого скористалося 4262,4 млн пасажирів. Найбільше скорочення пасажирообігу у 2019 році відбулося на автомобільному транспорті – 5,3%, а найбільший приріст зазначеного показника – 8,8% у порівнянні з 2018 роком приходиться на авіаційний транспорт.

З метою оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури України, проаналізуємо інноваційну активність транспортного сектору економіки нашої держави. Інноваційна активність є кількісно-якісною характеристикою інноваційної діяльності і виражає ступінь реалізації інноваційного потенціалу. При визначенні рівня інноваційної активності слід враховувати особливості транспортної інфраструктури, а саме [4]:

- інфраструктура не створює матеріальних благ, вона виконує функцію забезпечення, в зв'язку з чим необхідності набуває використання неринкових механізмів її розвитку, пайова участь в цьому процесі різних зацікавлених галузей;
- інфраструктура призначена для забезпечення виконання функцій в декількох галузях, тобто вона носить міжгалузевий характер;
- існування двох видів суб'єктів інноваційної активності в сфері інфраструктури: підприємства, які самі розвивають власну інфраструктуру на основі технологічних, управлінських, інформаційних та інших інновацій, і підприємства, які самі є об'єктами інфраструктури (обслуговуючі вантажопотік, енергетику, зв'язок, водопостачання тощо);
- ефект від інноваційної активності підприємств, що надають послуги, можна назвати мультиплікативним, оскільки вплив його поширюється на обслуговування системи галузей народного господарства;
- рівень інноваційної активності в галузях транспортної інфраструктури в даний час в середньому нижче, ніж в інших галузях.

За даними Статистичного збірника «Наукова та інноваційна діяльність України 2018» [1] кількість інноваційно-активних підприємств, які входять до складу транспортної інфраструктури, у 2018 році становила 568 підприємств, що складає 15,54% від загальної кількості підприємств транспортної галузі [1]. У порівнянні з 2016 роком, зазначений показник у абсолютному відношенні зріс на 232 підприємства, відсоток інноваційно-активних підприємств становив 9,7% (табл. 2). У регіональному розрізі найбільша частка інноваційно-активних підприємств належить Київській, Харківській, Запорізькій, Миколаївській та Івано-Франківській областям, що пояснюється рівнем промислового та виробничого розвитку зазначених регіонів.

Аналіз статистичних даних щодо напрямів впроваджуваних інновацій показав, що у 2018 році 424 підприємства впроваджували нетехнологічні інновації, зосередивши свої

інноваційні зусилля на маркетинговій та організаційній складових, і тільки 144 підприємства дозволили собі впровадження продуктових та процесних інновацій.

Таблиця 2

**Аналіз інноваційної активності підприємств транспортної інфраструктури
 в розрізі напрямів інновацій**

Показник	2016	2018
Кількість підприємств	3466	3655
інноваційно активних підприємств, з них:	336	568
підприємства з продуктовими інноваціями	5	20
підприємства з процесовими інноваціями	152	87
підприємства з продуктовими та процесовими інноваціями	49	37
підприємства тільки з нетехнологічними (маркетинговими та/або організаційними) інноваціями	128	424
підприємства з технологічними (продуктовими та/або процесовими) інноваціями	208	144
Кількість підприємств, що впроваджували організаційні та/або маркетингові інновації, з них:	242	515
підприємства з технологічними інноваціями	114	91
тільки організаційні інновації	43	30
тільки маркетингові інновації	26	14
організаційні та маркетингові інновації	45	47
Частка витрат на інновації підприємств за напрямками інновацій (% до загального обсягу витрат підприємств відповідного виду економічної діяльності) діяльності		
Внутрішні науково-дослідні роботи	34,4	37,9
Зовнішні науково-дослідні роботи	27,2	8,9
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	28,9	48,6
Придбання інших зовнішніх знань	6,5	3
Інша інноваційна діяльність	3	1,6

Джерело: побудовано за даними [1].

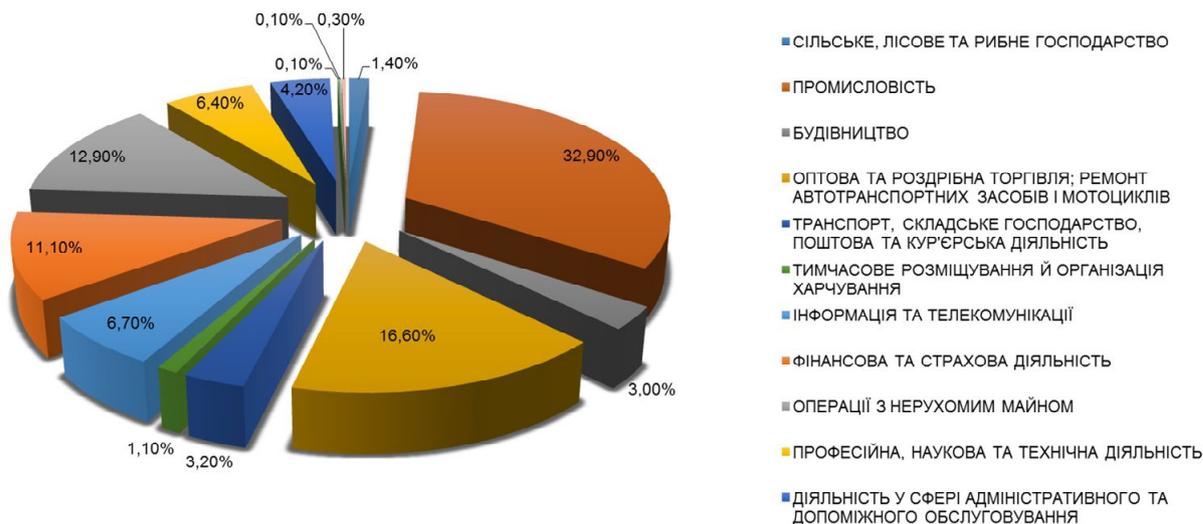
Відповідно до даних табл. 2, у 2018 році частка витрат на інновації транспортних підприємств становила 37,9% на внутрішні науково-дослідні роботи та 8,9% – на зовнішні науково-дослідні роботи. У 2018 році підприємства транспортної сфери, без врахування передових технологій, скористались 37 патентами на винахід та 22 патентами на корисні моделі.

Одним із головних чинників, який в повній мірі характеризує розвиток інноваційної діяльності транспортної інфраструктури, є фінансування інноваційних впроваджень у транспортній сфері. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) у транспортній сфері становили 3,2% (рис. 1) від загального обсягу інвестицій в економіці України за видами економічної діяльності у 2019 році, що у грошовому еквіваленті складає 1 052,1 млн дол. США.

Аналізуючи досвід європейських країн, слід відзначити, що здійснення фінансування інноваційної діяльності транспортних підприємств є пріоритетним напрямом, де держава фінансує від 25 до 45% національних науково-інноваційних витрат, що своєю чергою, сприяє створенню необхідних умов розвитку науково-технічного потенціалу транспортної сфери, та її структурно-інноваційної перебудови [11].

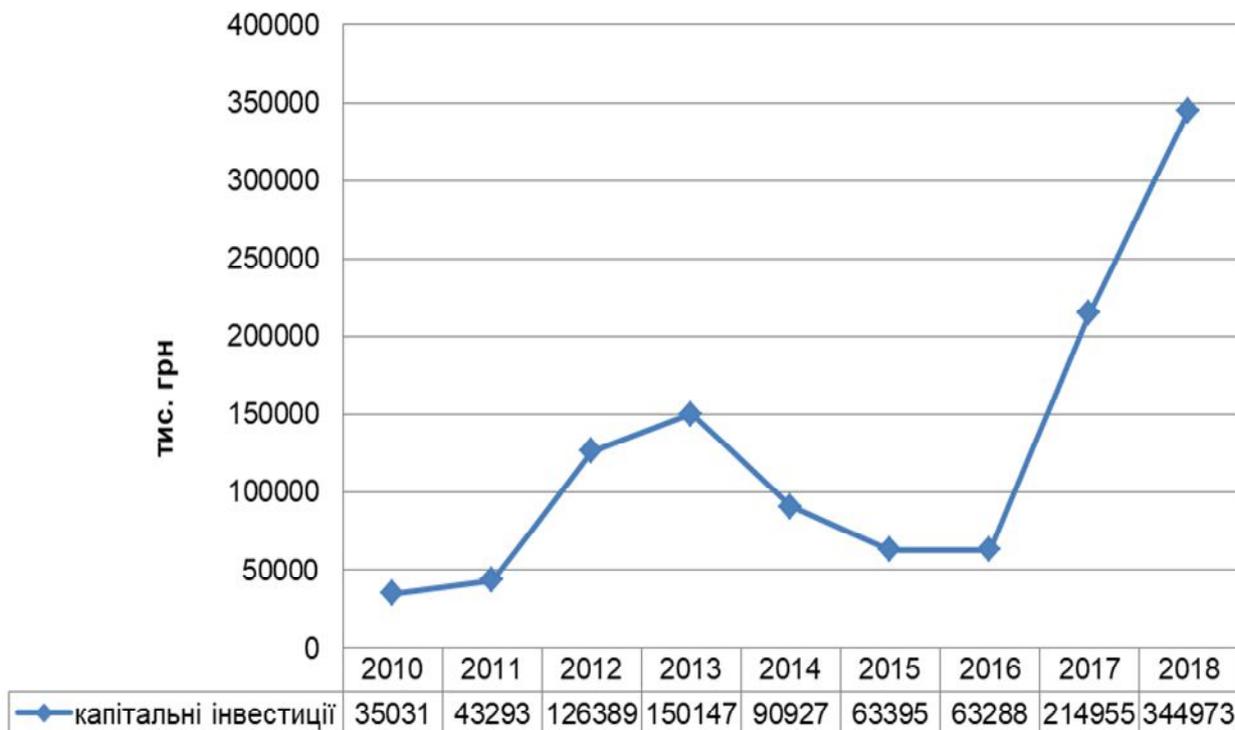
В Україні, крім державного бюджету та іноземних підприємств-замовників, головним джерелом фінансування витрат на інновації є власні кошти транспортних підприємств, які не

поспішають ризикувати власним прибутком на користь інноваційних впроваджень. Різниця між капітальними інвестиціями транспортних підприємств у матеріальні (рис. 2) та нематеріальні (рис. 3) активи до 2018 року була вражаючою. Докорінно ситуація змінилась у 2018 році. Сумарний розмір капітальних інвестицій транспортних підприємств у такі нематеріальні активи як патенти, ліцензії, торговельні марки та програмне забезпечення навіть перебільшив обсяг капітальних інвестицій у матеріальні активи, що є позитивною тенденцією у інноваційному розвитку транспортної інфраструктури України.



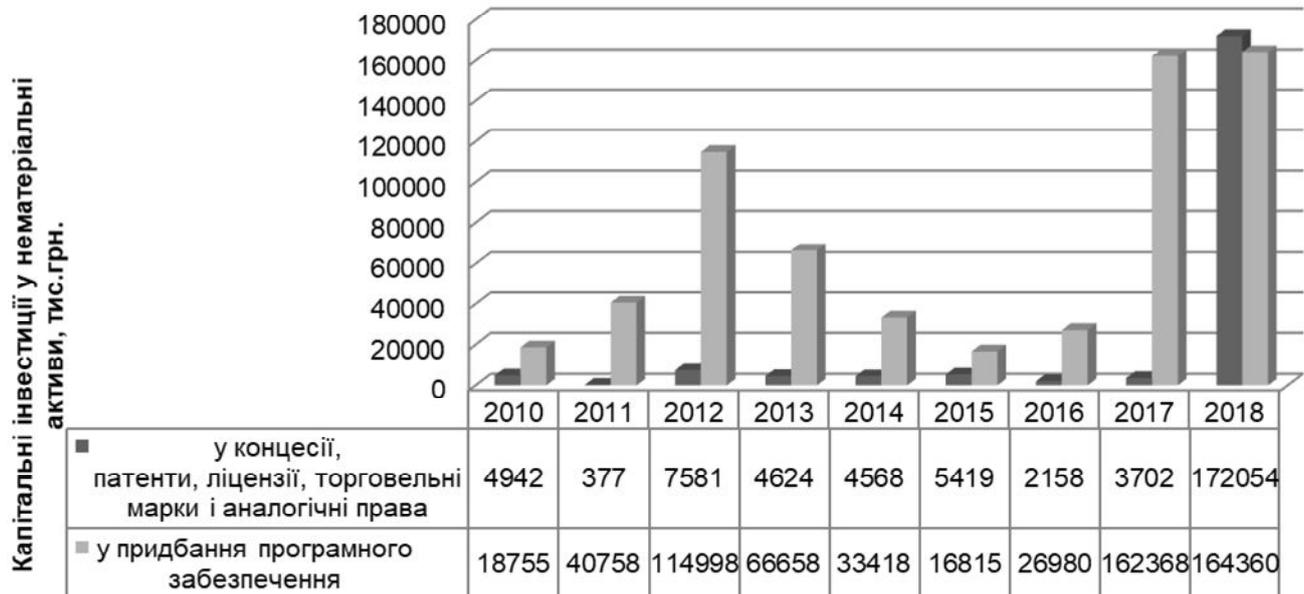
Джерело: побудовано за даними [1].

Рис. 1. Прямі інвестиції в економіці України за видами економічної діяльності у 2019 році



Джерело: побудовано за даними [1].

Рис. 2. Капітальні інвестиції транспортних підприємств у матеріальні активи



Джерело: побудовано за даними [2].

Рис. 3. Капітальні інвестиції транспортних підприємств у нематеріальні активи

Питання фінансування і підвищення ефективності інвестицій в інноваційні проекти стосується всіх учасників інноваційного процесу на транспорті. Основними суб'єктами, які відчувають вплив інноваційного розвитку транспортної інфраструктури є споживачі транспортних послуг, в ціну яких закладаються витрати на фінансування розробки, впровадження та функціонування інноваційних проектів. Активними учасниками цього процесу є також підприємства транспорту, організації, що займаються розробкою і супроводом інновацій, а також постачальники матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, від ефективності роботи яких залежать якість і ціна транспортних послуг [11]. Ефективність функціонування різноманітних за своєю спрямованістю інноваційних проектів залежить також і від рівня, глибини опрацювання та ступеня їх готовності до впровадження. Не менш важливими для ефективного здійснення інновацій на підприємствах транспорту є рівень підготовленості і вмотивованості персоналу.

У зв'язку з цим, рішення проблем прискорення просування інновацій в розвитку транспортної інфраструктури пов'язано з удосконаленням обліку і аналізу впливу їх впровадження на всі складові елементи цього процесу, і в першу чергу на умови і показники функціонування підприємств, що надають транспортні послуги. В першу чергу це стосується фінансових аспектів.

Враховуючи все вищезазначене, інноваційний розвиток транспортної інфраструктури має бути спрямований на вирішення двох груп завдань:

- забезпечення високої якості транспортних послуг (своєчасність доставки вантажів і пасажирів, високе збереження вантажів, безпеку і комфортабельність перевезення пасажирів);
- зниження витрат на надання транспортних послуг [11].

Інноваційними напрямками підвищення ефективності функціонування української транспортної системи та об'єктів її інфраструктури також є:

- 1) використання логістичних підходів до планування, управління, контролю і регулювання руху пасажирських, матеріальних, інформаційних та грошових потоків в просторі і в часі;

- 2) логістичне управління життєвим циклом інноваційної продукції;
- 3) логістично-орієнтоване управління інноваційною діяльністю на транспорті;
- 4) використання модульних підходів до обробки вантажів.

Логістичний підхід до управління потоками дозволяє скоротити тривалість часу їх руху і знизити поточні і капітальні витрати. Транспортні підходи до управління потоками використовуються і в сфері інформаційного та фінансового обслуговування населення [12].

Інноваційний процес має значну роль при підтримці основних коштів в справному технічному стані: сучасні способи проведення технічного обслуговування і ремонту, відновлення вузлів і деталей, продовження їх терміну служби [9, 10]. Так, наприклад, особливе значення для автомобільного транспорту має впровадження інновацій, які дозволяють здійснити економію матеріальних ресурсів, зокрема, перехід на природний газ, який є більш екологічно чистим і економічним видом палива, ніж бензин. Однак, використання альтернативних джерел палива не допомагає досягти значного економічного результату в масштабах країни. Інноваційні рішення здатні суттєво вплинути на зменшення часу очікування транспортних засобів в зупиночних пунктах, скорочення інтервалів руху транспортних засобів на маршрутах, підвищення комфортності поїздок надають інновації в конструкціях рухомого складу, організації маршрутної інфраструктури, організації руху і паркування індивідуального легкового транспорту, організації пішохідних зон і смуг для проїзду на велосипедах.

До організаційно-економічних інноваційним підходів в першу чергу можна віднести наступні:

- 1) методологію і економічний механізм модернізації управління об'єктами транспортної інфраструктури;
- 2) розробку сценарію розвитку транспортно-логістичної інфраструктури;
- 3) методіку і схему вибору варіантів господарського використання об'єктів маршрутної інфраструктури транспорту;
- 4) рекомендації щодо вдосконалення нормативно-правової бази управління об'єктами транспортної інфраструктури;
- 5) рекомендації по використанню інтелектуальних систем управління на транспорті та ін. Перераховані інноваційні підходи мають бути спрямовані на підвищення транспортної доступності. Інноваційний розвиток транспортної інфраструктури забезпечить модернізацію майнових об'єктів, більш інтенсивний розвиток інноваційних форм їх господарського використання і управління, вибір оптимальних джерел фінансування інвестицій в розширене відтворення транспортного комплексу України.

Рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури має залежний характер і певною мірою зумовлений потребами економічної, екологічної, виробничої та соціальної сфери нашої держави. У зв'язку з цим важливого значення набуває оцінювання інноваційного розвитку транспортного сектору за ключовими інфраструктурними складовими.

В даний час використовується чотири групи показників, що описують окремі аспекти інноваційної діяльності: статистичні показники розвитку сфери досліджень і розробок (витрати на дослідження і розробки, чисельність дослідного персоналу); патентна статистика; бібліометричні дані про наукові публікації і цитування; технологічний баланс платежів, що характеризує міжнародний трансферт технологій.

Обмеженість цієї інформаційної бази очевидна, оскільки дані показники недостатньо характеризують потоки нововведень в інноваційній сфері, інноваційної активності інфраструктурних об'єктів, вплив їх інноваційної активності на конкурентоспроможність та ефективність надання транспортних послуг. В цілому вони не дають представлення про

масштаби інноваційної діяльності та якість її результатів, які можна ефективно використовувати в управлінні при розробці інноваційних управлінських рішень.

Отже, оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури пропонується розглядати як трьох параметричну систему, яка включає наступні групи показників: показники інноваційної активності, показники інноваційного потенціалу та показники інноваційної ефективності (рис. 4). Оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури здійснюється поетапно. На першому етапі визначаються чинники, що впливають на рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури і система показників щодо кожної групи факторів. До показників групи інноваційної активності відносяться:

- кількість інноваційно-активних підприємств транспортної інфраструктури;
- розмір капітальних інвестицій у нематеріальні активи транспортної інфраструктури;
- частка витрат на інновації в транспортній інфраструктурі.

До показників групи інноваційного потенціалу відносяться:

- обсяг зовнішніх НДР в транспортній інфраструктурі;
- обсяг внутрішніх НДР в транспортній інфраструктурі;
- кадрова інноваційність в транспортній інфраструктурі;
- технічний рівень продукції транспортної інфраструктури;
- фінансові результати транспортних підприємств;
- виробничі результати транспортних підприємств.

До показників групи інноваційної ефективності відносяться:

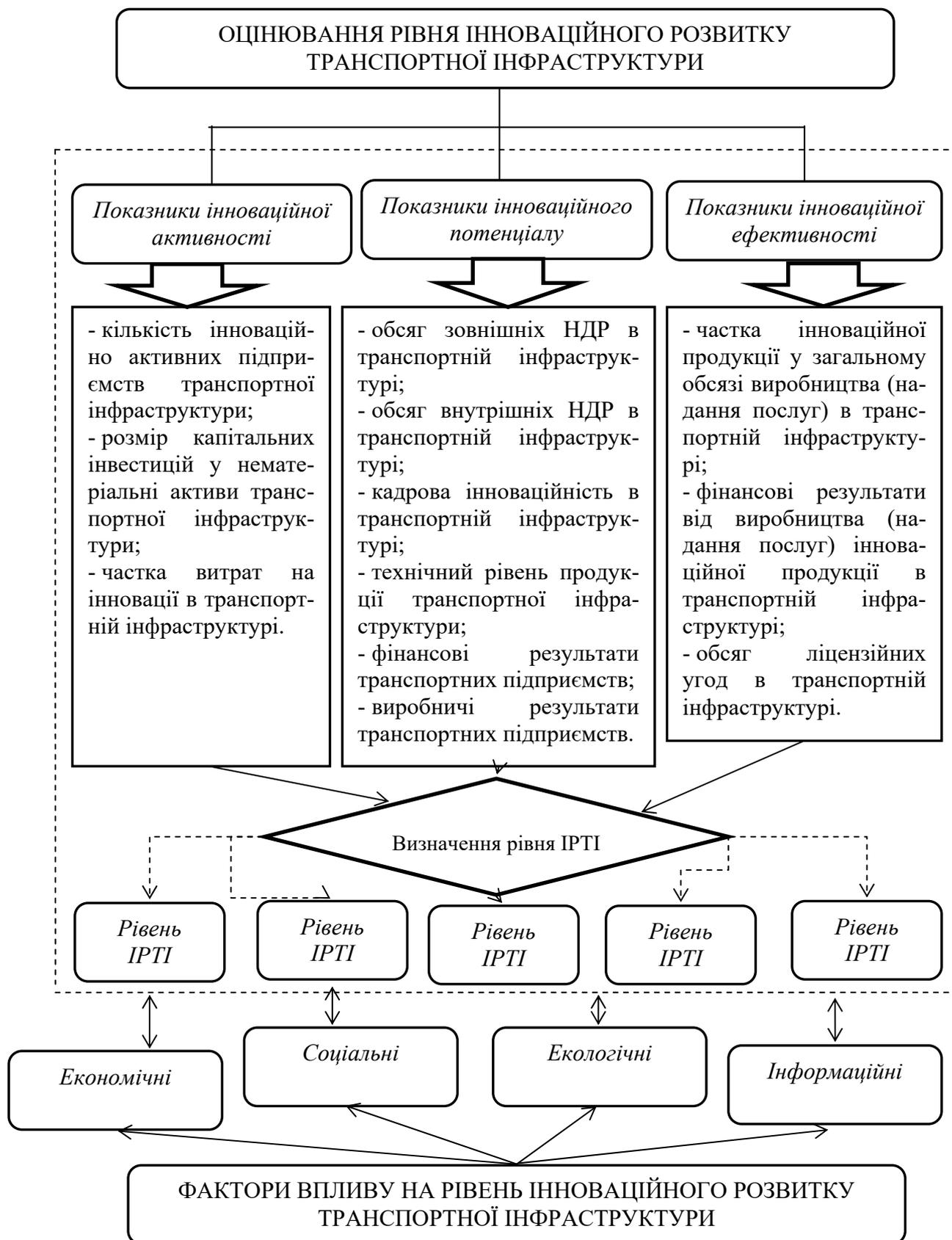
- частка інноваційної продукції у загальному обсязі виробництва (надання послуг) в транспортній інфраструктурі;
- фінансові результати від виробництва (надання послуг) інноваційної продукції в транспортній інфраструктурі;
- обсяг ліцензійних угод в транспортній інфраструктурі.

Інноваційна активність є характеристикою динамізму інноваційної діяльності об'єктів транспортної інфраструктури, вона оцінюється за швидкістю і обсягами створення, просування на ринок і використання інновацій в діяльності транспортних підприємств.

Інноваційний потенціал є характеристикою перспективізму інноваційної діяльності об'єктів транспортної інфраструктури та оцінюється за потенційними можливостями, які формують перспективи та напрями розвитку інноваційної діяльності, а також стратегічні орієнтири транспортних підприємств.

І, нарешті, інноваційна ефективність є характеристикою доцільності впроваджень з урахуванням двостороннього впливу економічних, соціальних, екологічних та інформаційних факторів впливу на рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури.

Двосторонній вплив економічного фактору виражається через: підвищення економічної продуктивності, рівень зайнятості, покращення умов праці на транспорті, уникнення майбутніх витрат на кліматичні зміни, збільшення приватних інвестицій, зменшення обсягів імпортного палива. Двосторонній вплив соціального фактору проявляється через: підвищення рівня безпеки транспорту, збільшення рівня доступності, покращення комфортності та якості пересування пасажирів та вантажів. Двосторонній вплив екологічного фактору проявляється через: зменшення парникових викидів, зменшення рівня забруднення повітря. Двосторонній вплив інформаційного фактору проявляється через: підвищення рівня конкурентоспроможності національної транспортної інфраструктури в Україні та за її межами.



Джерело: авторська розробка.

Рис. 4. Система показників оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури

Загальне оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури здійснюється на основі розрахунку інтегрального показника, який враховує часткові інтегральні показники інноваційної активності, інноваційного потенціалу та інноваційної ефективності (формула 1).

$$IPTI = I_{IA} * I_{IP} * (1 + I_{IF}), \quad (1)$$

де $IPTI$ – рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури;

I_{IA} – інтегральний показник інноваційної активності;

I_{IP} – інтегральний показник інноваційного потенціалу;

I_{IF} – інтегральний показник інноваційної ефективності.

Рівні інноваційного розвитку транспортної інфраструктури відповідають наступним типам:

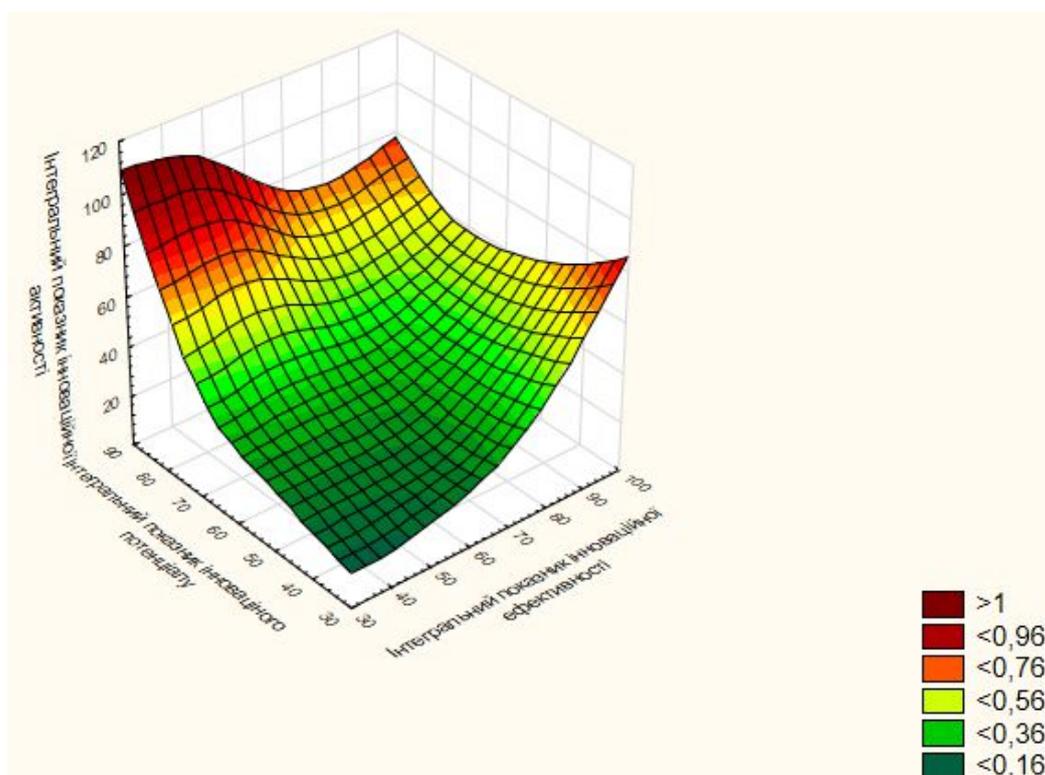
Рівень $IPTI$ А – високий рівень інноваційного розвитку транспортної інфраструктури: інфраструктурний комплекс, об'єкти інфраструктури з високим інноваційним потенціалом і високим рівнем сприйняття інновацій або потенційні інноваційні лідери, готові до інновацій;

Рівень $IPTI$ В – середній рівень: інфраструктурний комплекс, об'єкти інфраструктури з інноваційним потенціалом середнього рівня, при якому проводиться великий обсяг інноваційної продукції, проте немає умов для створення нових знань;

Рівень $IPTI$ С – низький рівень: інфраструктурний комплекс, об'єкти інфраструктури з нереалізованим інтелектуальним потенціалом і відсутністю стійких зв'язків між наукою та виробництвом;

Рівень $IPTI$ D – вкрай низький рівень: характеризується практичною відсутністю досягнень по всім аналізованих показниках;

Рівень $IPTI$ E – інноваційний розвиток є неможливим.



Джерело: побудовано автором.

Рис. 5. Модель оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури

На рис. 5 представлено модель оцінювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури, з зазначеним таруванням рівнів ІРТІ, що відображає тривимірне співвідношення часткових інтегральних показників інноваційної активності, інноваційного потенціалу та інноваційної ефективності.

Висновки та пропозиції. Інноваційний варіант розвитку транспортної системи, пов'язаний з підвищення потреби економіки і населення в послугах з високошвидкісного перевезення пасажирів, розширенням номенклатури і підвищенням якості транспортних послуг на основі застосування сучасних транспортних, логістичних та інформаційних та комунікаційних технологій, розвиток нових форм організації транспортного процесу і інноваційної взаємодії між видами транспорту. Перевагами запропонованої моделі оцінювання рівня інноваційного розвитку транспортної інфраструктури є можливість здійснення оцінювання з урахуванням принципів динамізму, перспективізму та доцільності, що надає можливість здійснити комплексне оцінювання основних процесів інноваційного розвитку.

References

Література

1. State Statistics Service of Ukraine (2019). *Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy 2018: statystychnyi zbirnyk* [Scientific and Innovative Activity of Ukraine 2018: Statistical Collection]. Responsible for the issue of M.S. Kuznetsov. Kyiv. 107 p. [in Ukrainian].
2. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
3. Danylkiv, Kh.P., Horbova, Kh.V., Poburko, O.Ya. (2018). *Innovatsiinyi rozvytok transportnoi systemy Ukrainy* [Innovative development of the transport system of Ukraine]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Serii: Ekonomichna* [Scientific Bulletin of NLTU Ukraine. Series: Economic], Vol. 28, No. 4, P. 31–35 [in Ukrainian].
4. Hens, L., Melnyk, L., Matsenko, O., Chygryn, O., Gonzales, C.C. (2019). *Transport Economics and Sustainable Development in Ukraine. Marketing and Management of Innovations*, Issue 3, pp. 272–284.
5. Stepanov, V.Yu. (2016). *Derzhavne rehuliuвання transportnoi sferoiu* [State regulation of the transport sphere]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy. Serii: Derzhavne upravlinnia* [Bulletin of the National University of Civil Protection of Ukraine. Series: Public Administration], Vol. 1, P. 97–103 [in Ukrainian].
6. Dalkhmann, H., Sakamoto, K. (2011). *Transport. Investing in energy and resource efficiency*. Transport Research Laboratory, UK.
1. Наукова та інноваційна діяльність України 2018: статистичний збірник / Державна служба статистики України; відп. за випуск М. С. Кузнецова. – К., 2019. – 107 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Данилків Х. П. Інноваційний розвиток транспортної системи України / Х. П. Данилків, Х. В. Горбова, О. Я. Побурко // Науковий вісник НЛТУ України. Серія: Економічна. – 2018. – Т. 28, № 4. – С. 31–35.
4. Hens L. Transport Economics and Sustainable Development in Ukraine / L. Hens, L. Melnyk, O. Matsenko, O. Chygryn, C. C. Gonzales // *Marketing and Management of Innovations*. – 2019. – Issue 3. – P. 272–284.
5. Степанов В. Ю. Державне регулювання транспортною сферою / В. Ю. Степанов // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. – 2016. – Вип. 1. – С. 97–103.
6. Dalkhmann H. Transport. Investing in energy and resource efficiency / H. Dalkhmann, K. Sakamoto. – UK: Transport Research Laboratory, 2011.

7. Sakamoto, K., Dalkhmann, H., Palmer, D. (2010). A Paradigm Shift Towards Sustainable Low-Carbon Transport. Institute for Transportation & Development Policy.
8. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Gorobchenko, D., Matsenko, O. (2017). Innovations in the context of modern economic transformation processes of enterprise, region, country: the EU experience. Marketing and management of innovations, 4: 260–271. DOI: 10.21272/mmi.2017.4-23.
9. O'Brien, P., Pike, A., Tomaney, J. (2018). Governing the 'ungovernable'? Financialisation and the governance of transport infrastructure in the London 'global city-region'. Progress in Planning, Vol. 132. doi:10.1016/j.progress.2018.02.001.
10. Palonen, T., Viri, R. (2018). Benchmarking public transport level-of-service using open data. In: 46th European Transport Conference 2018, ETC 2018, 10–12 October 2018, Dublin, Ireland, AET Association for European Transport.
11. Wessel, J. (2019). Evaluating the transport-mode-specific trade effects of different transport infrastructure types. Transport Policy, Vol. 78, P. 42–57. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.04.002>.
12. Cirella, G.T., Bąk, M., Kozlak, A., Pawłowska, B., Borkowski, P. (2019) Transport innovations for elderly people. Research in Transportation Business & Management, Vol. 30, <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2019.100381>.
7. Sakamoto K. A Paradigm Shift Towards Sustainable Low-Carbon Transport / K. Sakamoto, H. Dalkhmann & D. Palmer. – Institute for Transportation & Development Policy, 2010.
8. Melnyk L. Innovations in the context of modern economic transformation processes of enterprise, region, country: the EU experience / L. Melnyk, I. Dehtyarova, D. Gorobchenko & O. Matsenko // Marketing and management of innovations. – 2017. – No. 4. – P. 260–271. DOI:10.21272/mmi.2017.4-23.
9. O'Brien P. Governing the 'ungovernable'? Financialisation and the governance of transport infrastructure in the London 'global city-region' / P. O'Brien, A. Pike & J. Tomaney // Progress in Planning. – 2018. – Vol. 132. doi:10.1016/j.progress.2018.02.001.
10. Palonen T. Benchmarking public transport level-of-service using open data / T. Palonen, R. Viri // 46th European Transport Conference 2018, ETC 2018, 10–12 October 2018. – Dublin, Ireland, AET Association for European Transport, 2018.
11. Wessel J. Evaluating the transport-mode-specific trade effects of different transport infrastructure types / Jan Wessel // Transport Policy. – 2019. – Vol. 78. – P. 42–57. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.04.002>.
12. Cirella G. T. Transport innovations for elderly people / G. T. Cirella, M. Bąk, A. Kozlak, B. Pawłowska, P. Borkowski // Research in Transportation Business & Management. – 2019. – Vol. 30. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2019.100381>.

УДК 669.013:005.591.6

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.2

Євген Ю. Забашта

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті досліджено інноваційний розвиток металургійних підприємств України. Доведено, що в Україні необхідно сформувавши нову модель розвитку, яка здатна забезпечити економічне зростання не за рахунок експорту сировинних ресурсів, а шляхом виробництва та експорту високотехнологічної продукції, продукції, яка відповідає світовим стандартам якості. Усе це має стати основою інноваційної стадії економічного розвитку країни й створення відповідної інфраструктури. Головним завданням у сфері досягнення стійкого розвитку має стати підвищення попиту на інновації серед підприємств і як наслідок – трансформація економіки в інноваційну. Металургія є однією з основних галузей економіки, адже створює близько 30% ВВП та забезпечує 40% валютних надходжень в економіку. Важливість металургійної промисловості в економіці країни пов'язана з тим, що саме металургія виготовляє сировину для машинобудування, транспортної та будівельної промисловості. Потенціал металургійного комплексу базується на наявності в Україні власної сировинної бази, великої кількості виробничих потужностей, а також характеризується високим рівнем науково-технічного потенціалу. Проте останнім часом низка негативних економічних, виробничих та політичних чинників призвели до занепаду металургійної промисловості країни. Ресурсний потенціал металургійної галузі України відзначається наявними покладами марганцевої та залізної руд, які виступають головними сировинними матеріалами для виробництва металу. Проблемою, яка стримує передачу результатів досліджень до промислових підприємств з наукових установ та закладів вищої освіти, є відсутність в Україні фінансових, кредитних та податкових механізмів підтримки трансферу результатів досліджень, а також законодавчі обмеження щодо використання коштів. Наголошується, що однією з головних умов розвитку металургійних підприємств є наявність кваліфікованої робочої сили, високого рівня виробничої культури, наукових центрів і центрів НДДКР. За результатами аналізу доведено, що інноваційне середовище продовжує залишатися на початкових стадіях свого формування, через що Україна за цим показником відстає від інших розвинених країн.

Ключові слова: металургійний комплекс; металургія; інноваційне середовище; металургійна галузь; інноваційна діяльність підприємств; розвиток металургійних підприємств.

Евгений Ю. Забашта

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина
**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
УКРАИНЫ**

В статье исследовано инновационное развитие металлургических предприятий Украины. Доказано, что в Украине необходимо сформировать новую модель развития, которая позволит обеспечить экономический рост не за счет экспорта сырьевых ресурсов, а путем производства и экспорта высокотехнологичной продукции, соответствующей мировым стандартам качества. Все это должно стать основой инновационной стадии экономического развития страны и создания соответствующей инфраструктуры. Главной задачей в сфере достижения устойчивого развития должно стать повышение спроса на инновации среди предприятий и как следствие – трансформация экономики в инновационную. Металлургия является одной из основных

отраслей экономики, поскольку она создает около 30% ВВП и обеспечивает 40% валютных поступлений в экономику. Важность металлургической промышленности в экономике страны связана с тем, что именно металлургия производит сырье для машиностроения, транспортной и строительной промышленности. Потенциал металлургического комплекса базируется на наличии в Украине собственной сырьевой базы, большого количества производственных мощностей, а также характеризуется высоким уровнем научно-технического потенциала. Но в последнее время ряд негативных экономических, производственных и политических факторов привели к упадку металлургической промышленности страны. Ресурсный потенциал металлургической отрасли Украины отмечается имеющимися залежами марганцевой и железной руд, которые выступают главными сырьевыми материалами для производства металла. Проблемой, сдерживающей передачу результатов исследований к промышленным предприятиям из научных учреждений и учреждений высшего образования, является отсутствие в Украине финансовых, кредитных и налоговых механизмов поддержки трансфера результатов исследований, а также законодательные ограничения на использование средств. Подчеркивается, что одним из главных условий развития металлургических предприятий является наличие квалифицированной рабочей силы, высокого уровня производственной культуры, научных центров и центров НИОКР. На основе анализа доказано, что инновационная среда продолжает оставаться на начальных стадиях своего формирования, в результате чего Украина по этому показателю отстает от других развитых стран.

Ключевые слова: металлургический комплекс; металлургия; инновационная среда; металлургическая отрасль; инновационная деятельность предприятий; развитие металлургических предприятий.

Yevhen Yu. Zabashta
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF METALLURGICAL ENTERPRISES
IN UKRAINE

The article investigates the innovative development of metallurgical enterprises in Ukraine. It is argued that Ukraine needs a new development model to ensure its economic growth by boosting high technology production and export, by meeting international quality standards in manufacturing against tending to rely on export of raw materials. The above focus shift should lay the basis for the innovative stage of the national economic development and building appropriate infrastructure. The key objective in achieving sustainable development has to be increasing the demand for innovations among companies and, as an effect, the transformation to innovative economy. Metallurgy is a major sector of the economy since it creates about 30% of GDP and provides 40% of currency earnings. The importance of metal industry in the national economy stems from the fact that metallurgy provides raw materials for other sectors: engineering, transport and construction industries. The metallurgy complex capacity is based on the availability of raw materials in Ukraine, a large number of manufacturing facilities, and is characterized by a high level of scientific and technical potential. However, in recent years a range of negative economic, industrial and political factors in Ukraine have led to the decline of the metallurgical industry of the country. Ukraine's metallurgy industry is rich in extensive deposits of manganese and iron ores which are the main raw materials for metal production. A major problem that hinders the transfer of research results from scientific and higher education institutions to industrial enterprises is the lack of financial, credit and tax mechanisms in Ukraine to support the research results transfer and dissemination, as well as certain legislative fund use restrictions. It is emphasized that the availability of skilled labor force, well-developed industrial culture, research and R&D centers

network are critical in enhancing the performance of metal enterprises. The research findings have revealed that the innovation environment is still at its early development stage, and in this context Ukraine is lagging behind other developed countries.

Keywords: *metallurgy complex; metallurgy; innovative environment; metallurgical industry; innovative activity of enterprises; of metallurgical enterprises development.*

Постановка проблеми. Інноваційний розвиток забезпечує впровадження нових технологій, нових розробок на діючих виробничих потужностях сектору економіки за рахунок технічного та технологічного переоснащення обладнання та обробленні металу. Для економіки країни, інноваційний розвиток є передовою рушійною силою, який спроможний забезпечити економічну незалежність України, подолати значний розрив з розвиненими державами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В сучасній економічній літературі достатньо уваги приділяється металургійному комплексу України, серед них можна виділити таких вчених: М.Г. Чумаченко, Д.М. Стеченко, О.М. Вінник, Д.В. Задохайла, В.К. Мамутова, О.С. Хижняк, Д.Є. Козенков, В.С. Мілаш, О.П. Подцерковного, С. Аптекарь, О. Амоша, Т.І. Швидкої, В.С. Щербини, Ю.Є. Атаманової, О.М. Давидюка, В.В. Кудрявцевої, В.І. Кухара. та ін. Сучасна економічна наука активно аналізує процеси управління та оцінки конкурентоспроможності в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки, а також зарубіжний досвід і його значення для створення ефективного механізму забезпечення конкурентоспроможності. Цьому присвячені роботи А.И. Амоша [1], В.І. Большаков [2], Т.О. Власюк [3] та інших. Більшість робіт вітчизняних і зарубіжних економістів останніх років присвячено проблемам виявлення умов та чинників, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

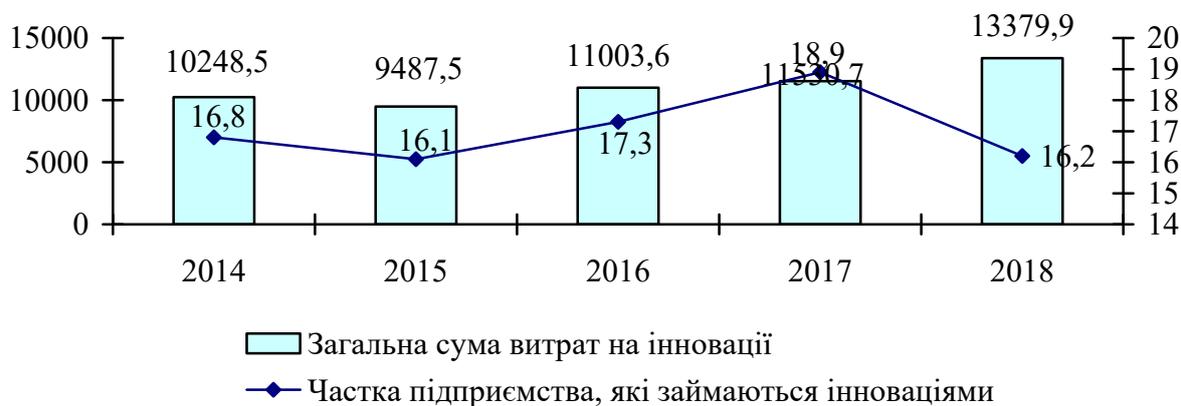
Розвиток галузі як складова конкурентоспроможності країни на світовому ринку досліджена в економічній літературі не так глибоко, як того вимагає економічна реальність. Питанням розвитку підприємств металургійного комплексу України присвячено праці таких науковців, як Козенков Д. Є. [7], Кулицький С.М. [8], Полькіна А. С. [9] та інші. Автори проводили дослідження сучасного стану металургійного комплексу та металургії, також вони визначали тенденції їх функціонування, наявні проблеми та можливі шляхи їх вирішення. Так С.М. Кулицький [8] Приділяв багато уваги на чинниках, які пов'язані із військовим конфліктом на Сході України – території на якій розташовані основні виробничі потужності металургійної промисловості.

Мета дослідження. Головною метою роботи є інноваційний розвиток металургійних підприємств України.

Об'єктом дослідження є процес інноваційного розвитку металургійних підприємств України.

Методи дослідження. Теоретичною і методичною основою дослідження стали монографії, публікації та науково-аналітичні розробки вчених з проблематики інноваційного розвитку металургійного комплексу, також буде використані абстрактно-логічний, монографічний та системно-функціональний методи.

Основні результати дослідження. За період 2014–2018 рр. частка підприємств, що займалися інноваціями, зменшилася (з 16,8% у 2014 р. до 16,1% у 2015 р.), у 2017 р. відбулось зростання показника до 18,9%, а сума витрат підприємств на інновації збільшення у 2017 р. порівняно з 2014 р. на 1282,2 тис. грн. Проте у 2018 р. спостерігається збільшення суми витрат підприємств на інновації на 1849,2 тис. грн, але частка підприємств, які займаються інноваціями скоротилась на 2,7 в.п. (рис. 1).



Джерело: [1].

Рис. 1. Показники інноваційної активності підприємств України у 2014–2018 рр.

Питома вага загального обсягу витрат у ВВП становила 0,45%, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 0,16%. За даними 2016 р., частка обсягу витрат на НДР у ВВП країн ЄС-28 у середньому становила 2,03%. Більшою за середню частка витрат на дослідження та розробки була у Швеції – 3,25%, Австрії – 3,09%, Німеччині – 2,94%, Данії – 2,87%, Фінляндії – 2,75%, Бельгії – 2,49%, Франції – 2,25%; меншою – у Македонії, Латвії, Румунії, Кіпрі та Мальті (від 0,43% до 0,61%). Розглянемо детальніше стан металургійних підприємств в Україні.

Кожне підприємство на ринку існує і функціонує в тісній взаємодії з навколишнім середовищем. Будь-який процес, що відбувається на підприємстві, будь то НДДКР, оновлення обладнання, набір необхідних кадрів, пошук бізнес-партнерів або нових точок збуту, невід’ємно піддається впливу середовища. Слід відзначити, що інноваційне середовище продовжує залишатися на початкових стадіях свого формування, в результаті Україна в даному напрямку відстає від інших розвинених країн. За сім років Україна піднялася на 10 позицій в Глобальному інноваційному індексі (у 2018 р. 50 – е місце) [2]. Разом з тим, частка інноваційної складової в структурі української економіки збільшується набагато повільніше, ніж дозволяє інноваційний потенціал країни. Проблемою, яка стримує передачу результатів досліджень до промислових підприємств з наукових установ та вищих навчальних закладів, є відсутність в Україні фінансових, кредитних, податкових механізмів підтримки трансферу результатів досліджень, а також законодавчі обмеження щодо використання коштів.

Все це призводить до зниження кількості інноваційно-активних підприємств та зменшення випуску інноваційної продукції (рис. 2). Так, в 2018 р. в порівнянні з 2014 р. загальна кількість інноваційно-активних підприємств зменшилася на 49%. Але, незважаючи на зниження загальної кількості підприємств, питома вага інноваційно-активних металургійних підприємств змінюється незначно, в 2014 р. їх питома вага становила 8,6% від загальної кількості підприємств, в 2015 р. – 11,0%, а в 2018 р. – 8,8%. Отже, негативним фактором у розвитку металургійної галузі є значне скорочення підприємств, що впроваджували інновації.

Проведений за 2014–2018 рр. аналіз витрат на інноваційну діяльність підприємств металургійного комплексу України (табл. 1) свідчить, що у 2014 р. загальні обсяги витрат становили 1,1 млрд грн, у 2017 р. – 14,5 млрд грн (ріст більш ніж в 7 р.), в 2018 р. відбулось суттєве скорочення до 0,9 млрд грн. У 2018 р. за рахунок майже усіх складових, за винятком внутрішніх НДР, обсяг скоротився на 93%. Недосконалою залишається структура витрат на

інноваційну діяльність у підприємств металургійної промисловості. За аналізований період більшість витрат було спрямовано на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (частка яких у загальному обсязі витрат на інноваційну діяльність коливалась від 67,8% у 2014 р. до 99,6% у 2016 р.). Значно менше коштів спрямовано на придбання нових технологій, патентів і ліцензій (іні зовнішні знання) – від 23,39% у 2014 р. до 0,15% у 2017 р. На внутрішні та зовнішні НДР за аналізований період спрямовано не більше 9% загального обсягу витрат на інноваційну діяльність.



Джерело: [11].

Рис. 2. Кількість металургійних підприємств у 2014–2018 рр., одиниць

Таблиця 1

Загальний обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності металургійних підприємств, тис. грн

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність, в т.ч.	1091242,5	200324,4	7901345,4	14478748,6	953248,9
– внутрішні НДР	73698,6	3527,3	15046,4	36616,5	55901,5
– зовнішні НДР	17698,0	71,9	6184,7	135673,3	8202,1
– придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	739754,0	176854,7	7868031,1	13980968,1	877819,9
– інші зовнішні знання	4811,3	134,7	19,0	5487,3	1447,3
– інше	255280,0	19735,8	12064,3	32003,4	9878,1

Джерело: складено на основі [5, 11].

Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок в аналізованому періоді змінювались незначно (рис. 3). Основними витратами в аналізованому періоді були витрати на науково-технічні (експериментальні) розробки, їх питома вага коливалась незначно від 49,66% в 2013 р. до 59,82% в 2015 р., в 2017 р. спостерігається зменшення витрат до 54,5% та збільшення питомої ваги витрат на фундаментальні дослідження (21,86%) та на прикладні дослідження (23,64%).



Джерело: [12].

Рис. 3. Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт, млн грн

Отже, підприємства металургійної галузі більшою мірою займалися впровадженням інноваційної продукції, аніж введенням нових технологічних процесів.

Важливу роль у веденні інноваційної діяльності відіграють фінансові можливості підприємств (табл. 2). Аналіз витрат на інноваційну діяльність за джерелами фінансування показав, що в їх структурі переважали власні джерела, так у 2017 р. в порівнянні з 2014 р. вони зросли на 10,48% і їх питома вага становила у 2014 р. – 72,92%, у 2016 р. – 97,2%, у 2018 р. – 84,5%. Знизилась питома вага витрат на інноваційну діяльність за рахунок іноземних інвесторів, так в 2014 р. вона становила 13,11%, в 2018 р. – 1,26%. Отже, політичний та економічний клімат не стимулює іноземних інвесторів вкладати в підприємства України.

Таблиця 2

Джерела фінансування інноваційної діяльності

Показник	2014		2015		2016		2017		2018	
	млн грн	питома вага, %								
Всього, в т.ч. за рахунок	9562,6	100,0	7695,9	100,0	13813,6	100,0	23229,5	100,0	9117,5	100,0
власних коштів	6973,4	72,92	6540,3	84,98	13427	97,20	13427	57,8	7704,1	84,50
державного бюджету	24,7	0,26	344,1	4,47	55,1	0,40	179	0,77	227,2	2,49
іноземних інвесторів	1253,2	13,11	138,7	1,80	58,6	0,42	23,4	0,10	107,7	1,18
інших джерел	1311,3	13,71	672,8	8,74	45	0,33	991,1	4,27	114,9	1,26

Джерело: складено автором на основі [5, 12].

Державна підтримка інноваційного розвитку з точки зору фінансового забезпечення залишається незначною. Витрати з державного бюджету мали нестійку тенденцію, спостерігалось істотне зростання цього показника у 2014 та 2018 роках [2].

У зв'язку з особливостями вітчизняних умов господарювання (непередбачуваність, нестабільність, підвищена ризикованість ринкового середовища) роль іноземних джерел залишається низькою. Це свідчить про небажання потенційних інвесторів вкладати власні кошти в інновації і невпевненість їх в успішній реалізації переважно через відсутність чіткого контролю в системі управління інноваційними процесами на підприємствах. Обсяг коштів, які надходили від іноземних інвесторів, впродовж досліджуваного періоду зменшувався, і в порівнянні з 2014 р. у 2018 р. їх питома вага становила всього 1,18%.

Частка інноваційної складової в структурі української економіки збільшується набагато повільніше, ніж дозволяє інноваційний потенціал країни. Це пов'язано в першу чергу з поточними негативними змінами в економіці, а також з низькою швидкістю структурних зрушень, що відбуваються в інноваційній сфері.

З метою комплексної оцінки інноваційних можливостей металургійних підприємств важливо визначити основні джерела фінансування розробок і впровадження інновацій. Традиційним джерелом фінансування інновацій для українських металургійних підприємств виступають власні кошти (табл. 3). Поряд зі значним спадом загального обсягу фінансування інноваційної діяльності, зменшується питома вага фінансування за рахунок власних джерел.

У 2016 р. питома вага фінансування інноваційної діяльності за рахунок власних коштів становила 99,9%, а у 2018 р. – 70,6%, зменшення на 29,3 п.п. Отже, підприємства металургійного комплексу не привабливі для іноземного інвестування, майже не мають підтримку державного та місцевого бюджету і можуть розраховувати тільки на власні кошти.

Таблиця 3

Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності за джерелами металургійних підприємств

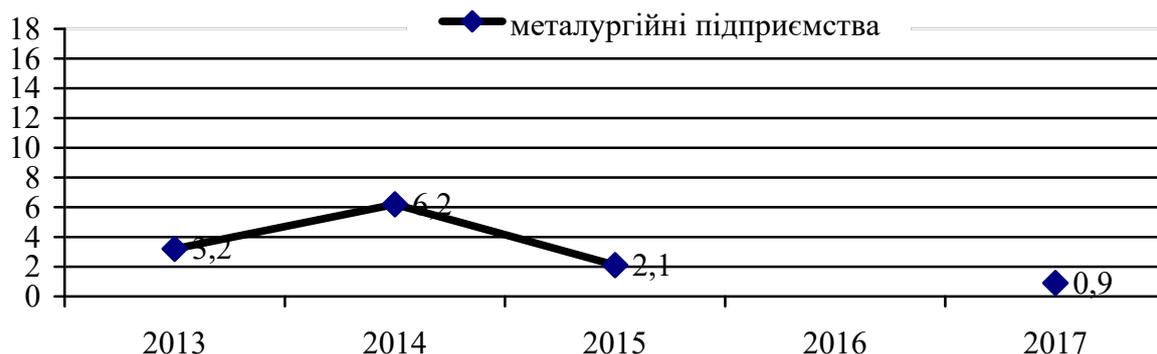
Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності, тис. грн	1091242,5	466573,8	7901345,4	14478748,6	953248,9
у тому числі за рахунок					
– власних джерел	962840,5	436510,5	7891688,5	14264074,1	673217,3
– державного бюджету	-	3975	-	125710,0	-
– місцевого бюджету	386,0	-	106,6	-	-
– вітчизняних інвесторів	210,0	41,6	11,7	3571,6	-
– іноземних інвесторів	42523,3	14172,7	27,2	-	-
– кредитів	84893,1	11874	9511,5	3027,6	-
– інших джерел	389,6	-	-	82365,3	- ¹

Джерело: складено автором на основі [6].

У 2014 р. питома вага реалізованої продукції металургійних підприємств у загальному обсязі становила 3,2%, в 2016 р. – 6,2%, то у 2018 р. тільки 0,9% (рис. 4).

Причини спаду обсягу реалізованої продукції металургійних підприємств полягають не тільки в спаді зовнішнього попиту на український метал. На даний момент спостерігається падіння цін і попиту лише на метал, в той же час зростає вартість нафти, золота та американського долару. Україна, якій притаманна енерговитратна економіка

опинилася у скрутній ситуації.. У підприємств металургійній галузі ступінь зносу основних засобів у 2018 р. досяг більше 56%. Такий розвиток ситуації негативно відбивається на ефективності виробничої діяльності та інноваційної активності підприємств. Для багатьох металургійних підприємств характерною є побудова промисловості за галузевим принципом з високим рівнем спеціалізації і низьким рівнем міжгалузевого і внутрішньогалузевого обміну, а також залежності української економіки від сировинних цін, імпорту та капіталу, що визначає специфічні особливості галузі: відносно низький рівень рентабельності, фондівіддачі; високий рівень накладних витрат, енергоємності та металоємності [6].



Джерело: побудовано за даними [6, 12].

Рис. 4. Частка реалізованої продукції металургійних підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції металургійними підприємствами

Слід зазначити, що у 2018 р. зменшується впровадження у виробництво інноваційних видів продукції у порівнянні з 2014 р. на 24,0%, а в порівнянні з 2016 р. – на 42,2%. Зменшується питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової в 2018 р. в порівнянні з 2014 р. на 2,3 п.п., отже спостерігається занепад промислових підприємств з позиції інноваційних можливостей (табл. 4).

Таблиця 4

Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Роки	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	з них нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2014	1576	502	3138	809	3,3
2015	1743	447	3661	1314	2,5
2016	1217	458	3136	966	1,4
2017	3489	748	4139	1305	...
2018	1831	611	2387	751	0,7

Джерело: складено автором на основі [6, 9].

У 2017 р. кількість впроваджених інноваційних технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки та виробництва продукції) становила 1831 од. із загальної кількості впроваджених інноваційних технологічних процесів 611 – маловідходні, ресурсозберігаючі (табл. 5).

Сьогодні більшість підприємств, зіткнувшись з необхідністю жорсткої оптимізації витрат, в першу чергу економлять на розвитку, відкладаючи на невизначене майбутнє

інноваційні проекти, витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи і переозброєння [9].

Таблиця 5

Результати інноваційної діяльності металургійних підприємств

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість найменувань упроваджених інноваційних видів продукції, од.	352	354	324	482	129
Кількість найменувань упроваджених нових технологічних процесів, од.	221	320	122	389	389
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	3394393,4	2728256	6174632	...	3656039,8
– продукція, що була новою для ринку	367312,1	156532	150248,9	...	913183,0
– продукція, що була новою тільки для підприємства	6327081,3	2571724	6024383	...	2742856,8
Реалізація інноваційної продукції за межі України, тис. грн	4787691	1508932	3928747	...	2572535,8

Джерело: узагальнено автором.

У 2018 році (табл. 6) від металургійних підприємств надійшло 2 заявки на винаходи, що на 7 заявок менше ніж у 2017 р., також спостерігається зниження заявок від переробних підприємств, а саме, в 2016 р. надійшло 55 заявки, в 2018 р. – 40 заявок.

Таблиця 6

**Заявки на винаходи за видами економічної діяльності заявників
 (національні заявники-юридичні особи): КВЕД-2010**

Показник	2017	2018
Всього	1207	1200
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	3	2
Переробна промисловість, в т.ч.	55	40
металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин і устаткування	9	2

Джерело: складено автором на основі [9].

У 2017 році (табл. 7) надійшло 4049 заявок на винаходи, у тому числі 2285 – від національних заявників, активність яких зросла на 2,4% порівняно з попереднім роком. Частка заявок від іноземних заявників дещо зменшилася і становила 43,6% у загальній їх кількості (проти 45,5% у 2016 році).

Таблиця 7

Заявки та патенти на винаходи

Показник	2016	2017	2018
Надійшло заявок	4498	4094	4049
від національних заявників	2273	2232	2285
з них від юридичних осіб	1127	1207	1200
від іноземних заявників	2225	1862	1764
з них за процедурою РСТ	1990	1671	1551
Видано патентів на винаходи	3014	2813	2590
на ім'я національних заявників	1516	1277	1224
з них на ім'я юридичних осіб	1065	823	732
на ім'я іноземних заявників	1498	1536	1366

Джерело: складено автором на основі [11].

Найбільш активними серед іноземних заявників у 2018 році були заявники зі США (513 заявок, або 29,1%), Німеччини (231 заявок, або 13,1%), Швейцарії (202 заявок, або 11,5%), Франції (83 заявок, або 4,7%), Великої Британії (75 заявок, або 4,3%), Бельгії, Російської Федерації та Японії (по 59 заявок, або 3,3%), Люксембургу (49 заявок, або 2,8%), Італії (47 заявок, або 2,7%) та Нідерландів (46 заявок, або 2,6%).

Висновки. Для вирішення зазначених проблем на металургійних підприємствах для підвищення конкурентоспроможності рекомендується прискорення темпів оновлення металургійного виробництва на інноваційній основі, впровадження ресурсно- та енергозберігаючих технологій, розширення якісного та розмірного сортаменту готового прокату з високим рівнем переділу, впроваджувати екологічних технологій. З метою підвищення продуктивності праці на металургійних підприємствах, необхідно провести їх модернізацію, оскільки українська технологічна сфера на 95% належить до III та IV технологічних укладів, отже, праця в цих галузях приречена на знижену продуктивність. Необхідно переорієнтувати промислові підприємства з простого видобутку сировини на виробництво готової продукції з високою доданою вартістю, наприклад, у 2017-му 20% українського експорту становили чорні метали й лише 2% – вироби з них.

Інноваційний розвиток металургійних підприємств сприятиме зміцненню та розширенню присутності на світових ринках української металопродукції і скоротить відставання за технічним рівнем виробництва від країн і фірм, які є лідерами у світовій металургійній промисловості.

References

Література

1. Amosha, A.I., Bolshakov, V.I., Minaev, A.A. (2013). *Ukrainskaia metallurgii: sovremennye vyzovy i perspektivy razvitiia* [Ukrainian metallurgy: current challenges and development prospects]. Donetsk: NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics. 114 p. [in Russian].
2. Bolshakov, V.I., Tuboltsev, L.H. (2014). *Chorna metalurhiia i natsionalna bezpeka Ukrainy* [Ferrous metallurgy and national security of Ukraine]. *Visn. NAN Ukrainy* [Bulletin of the NAS of Ukraine], No. 9, P. 48–58 [in Ukrainian].
3. Boiko, O.M. *Innovatsiine zabezpechennia rozvytku promyslovykh pidpriemstv Ukrainy* [Innovative Support for the Development of Industrial Enterprises of Ukraine]. Council for the Study of Productive Forces of Ukraine NAS of Ukraine. Retrieved from: http://iee.org.ua/files/conf/conf_article19.pdf [in Ukrainian].
4. Vlasiuk, T.O. (2016). *Metalurhiina haluz Ukrainy na svitovomu rynku: problemy ta priorityty* [Metallurgical Industry of Ukraine in the World Market: Problems and Priorities]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu* [Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing], No. 3, P. 91–103 [in Ukrainian].
5. State Statistics Service of Ukraine (2018). *Diialnist subiektiv hospodariuvannia za 2017 rik* [Activities of business entities for 2017: statistical compilation]. Ed.
1. Амоша А. И. Украинская металлургия: современные вызовы и перспективы развития / А. И. Амоша, В. И. Большаков, А. А. Минаев. – Донецк: НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти, 2013. – 114 с.
2. Большаков В. И. Чорна металургія і національна безпека України / В. И. Большаков, Л. Г. Тубольцев // Вісн. НАН України. – 2014. – № 9. – С. 48–58.
3. Бойко О. М. Інноваційне забезпечення розвитку промислових підприємств України [Електронний ресурс] / О. М. Бойко; Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. – Режим доступу: http://iee.org.ua/files/conf/conf_article19.pdf.
4. Власюк Т. О. Металургійна галузь України на світовому ринку: проблеми та пріоритети / Т. О. Власюк // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. – 2016. – № 3. – С. 91–103.
5. Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік: статистичний збірник / за ред. М. С. Кузнецової. – К.: Державна служба

- M.S. Kuznetsova. Kyiv. 483 p. [in Ukrainian].
6. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
7. Kozenkov, D.Ye., Tsymbaliuk, O.V. (2013). Analiz stanu chornoj metalurhii Ukrainy: suchasni problemy ta shliakhy rozvytku [Analysis of the state of ferrous metallurgy of Ukraine: current problems and ways of development]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy]. Retrieved from: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2225> [in Ukrainian].
8. Kulytskyi, S.M. (2015). Problemy rozvytku ukrainskoho hirnycho-metalurhiinoho kompleksu na suchasnomu etapi [Problems of development of Ukrainian mining and metallurgical complex at the present stage]. *Ukraina: podii, fakty, komentari* [Ukraine: events, facts, comments], No. 15, P. 41–62. Retrieved from: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr15.pdf> [in Ukrainian].
9. Polkina, A.S. (2014). Analiz suchasnoho stanu ta tendentsii rozvytku metalurhii [Analysis of the current state and trends of metallurgy]. *Upravlinnia rozvytkom* [Management of development], No. 2, P. 134–137 [in Ukrainian].
10. Plavshuda, K.V. (2013). Derzhavne prohramuvannya rozvytku metalurhiinoho kompleksu Ukrainy [State Programming for the Development of the Metallurgical Complex of Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho»* [Bulletin of the National University "Yaroslav the Wise Law Academy of Ukraine"], P. 211–219 [in Ukrainian].
11. Naukova ta innovatsiina diialnist (2013–2017 rr.) [Scientific and innovative activity (2013–2017)]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
12. Khyzhniak, O.S. (2017). Suchasnyi stan metalurhiinykh pidpriemstv Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku [Current state of metallurgical enterprises of Ukraine: problems and prospects of development]. *Molodyi vchenyi* [Young scientist], No. 5 (45), P. 762–768 [in Ukrainian].
13. Shchodo pidvyshchennia innovatsiinoho potentsialu metalurhiinoi promyslovosti Ukrainy. *Analitychna zapyska* [On enhancing the innovation potential of the metallurgical industry of Ukraine. Analytical note]. Retrieved from: <http://www.niss.gov.ua/articles/1183> [in Ukrainian].
- статистики України, 2018. – 483 с.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Козенков Д. Є. Аналіз стану чорної металургії України: сучасні проблеми та шляхи розвитку [Електронний ресурс] / Д. Є. Козенков, О. В. Цимбалюк // *Ефективна економіка*. – 2013. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2225>.
8. Кулицький С. М. Проблеми розвитку українського гірничо-металургійного комплексу на сучасному етапі [Електронний ресурс] / С. М. Кулицький // *Україна: події, факти, коментарі*. – 2015. – № 15. – С. 41–62. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr15.pdf>.
9. Полькіна А. С. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку металургії / А. С. Полькіна // *Управління розвитком*. – 2014. – № 2. – С. 134–137.
10. Плавшуда К. В. Державне програмування розвитку металургійного комплексу України / К. В. Плавшуда // *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. – 2013. – С. 211–219.
11. Наукова та інноваційна діяльність (2013–2017 рр.) [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Хижняк О. С. Сучасний стан металургійних підприємств України: проблеми і перспективи розвитку // *Молодий вчений*. – 2017. – № 5 (45) – С. 762–768.
13. Щодо підвищення інноваційного потенціалу металургійної промисловості України. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1183>.

УДК 658.8

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.3

Зоя О. Іванова, Володимир О. Іванов

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ
ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

Авторами було розглянуто важливість використання підприємствами маркетингових комунікацій у сучасних умовах розвитку. У статті висвітлено особливості маркетингових комунікацій в діяльності підприємства, що виконують важливу роль, виступаючи вагомим фактором конкурентоспроможності організації, створюючи позитивний імідж компанії серед споживачів, розповсюджуючи інформацію про товари та послуги компаній. Досліджено класичні поняття «комунікація», «маркетингова комунікація», «digital-комунікації» та представлено сучасні цифрові технології маркетингових комунікацій. На основі аналізу наукових літературних джерел виокремлено основні переваги цифрових комунікацій, зокрема: інтерактивність, персоналізація та вимірюваність, а також проведено порівняльну характеристику традиційних та digital-комунікацій у маркетингу. Спираючись на праці Н. Ілляшенка, О. Савченка, М. Стелнзера, Дж. Вюббена, Д. Халілова авторами представлено базові інструменти digital-комунікацій та визначено основні переваги та недоліки їх застосування. Особливий акцент зроблено на перевагах сучасних цифрових технологій маркетингових комунікацій (3D-технології); доповнена реальність (AR – augmented reality); віртуальна реальність (VR – virtual reality); QR-код. Для досягнення максимально ефективних результатів від запровадження цифрових інструментів і технологій для стимулювання збуту важливо розробити чітку й конкретну маркетингову комунікаційну програму, яка дозволить підприємству розробити докладний маркетинговий план і побудувати стратегію на майбутнє.

Ключові слова: маркетингові комунікації; рекламна кампанія; digital-комунікації; digital-інструменти; digital-технології.

Зоя О. Іванова, Владимир О. Иванов

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина
**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
И ТЕХНОЛОГИЙ**

Авторами была рассмотрена важность использования предприятиями маркетинговых коммуникаций в современных условиях развития. В статье освещены особенности маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятия, которые выполняют важную роль, выступая весомым фактором конкурентоспособности организации, создавая положительный имидж компании среди потребителей, распространяя информацию о товарах и услугах компаний. Исследованы классические понятия «коммуникация», «маркетинговая коммуникация», «digital-коммуникации» и представлены современные цифровые технологии маркетинговых коммуникаций. На основе анализа научных литературных источников выделены основные преимущества цифровых коммуникаций, в частности: интерактивность, персонализация и измеримость, а также проведена сравнительная характеристика традиционных и digital-коммуникаций в маркетинге. Опираясь на труды Н. Ильяшенко, А. Савченко, Н. Стелнзера, Дж. Вюббена, Д. Халилова авторами представлены базовые инструменты digital-коммуникаций и определены основные преимущества и недостатки их применения. Особый акцент сделан на

преимущества современных цифровых технологий маркетинговых коммуникаций (3D-технологии); дополненная реальность (AR – augmented reality); виртуальная реальность (VR – virtual reality); QR-код. Для достижения максимально эффективных результатов от внедрения цифровых инструментов и технологий для стимулирования сбыта важно разработать четкую и конкретную маркетинговую коммуникационную программу, которая позволит предприятию разработать подробный маркетинговый план и построить стратегию на будущее.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации; рекламная кампания; digital-коммуникации; digital-инструменты; digital-технологии.

Zoia O. Ivanova, Volodymyr O. Ivanov

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

SPECIFIC FEATURES OF MARKETING COMMUNICATIONS IN COMPANIES USING DIGITAL INSTRUMENTS AND TECHNOLOGIES

The authors seek to explore the importance of implementing marketing communications in modern business settings. The article offers insights into specific features of marketing communications and their essential role in company activities, being a critical factor that impacts on company competitiveness, creating its positive image among consumers, disseminating information about company products and services, etc. The research provides interpretations of the classic concepts of "communication", "marketing communication", "digital communication" along with presenting modern digital technologies of marketing communications. Based on the analysis of scientific literature, the major benefits of digital communications have been revealed, in particular: their interactivity, personalization and measurability. Also, a comparative overview of traditional and digital marketing communications is provided. Resting upon the works of N. Illiashenko, O. Savchenko, M. Stelnzer, J. Wubben, D. Khalilov, the authors suggest the basic tools of digital communications as well as providing the main advantages and disadvantages in their application. Particular emphasis is placed on the benefits of modern digital technologies of marketing communications (3D technologies; augmented reality (AR); virtual reality (VR); QR code). To achieve the most effective results from the implementation of digital tools and technology for sales promotion, it is critical to design a clear and specific marketing communication program that will contribute to developing a detailed marketing plan and build a company strategy for the future.

Keywords: marketing communications; advertising campaign; digital communications; digital tools; digital technology.

Постанова проблеми. На сьогоднішній день багато вчених розкрили поняття «маркетингова комунікація» з урахуванням поглядів вітчизняної економіки держави та підприємств, однак зараз в маркетингових комунікаціях дуже швидко розвиваються цифрові інструменти та технології, що впливає на ефективність функціонування діяльності підприємства.

Це обумовлено тим, що зараз постає необхідним враховувати данні зміни в маркетингових цифрових інструментів та технологій для більш ефективних, сучасних та економічно вигідних засобів комунікації, що дозволить збільшити лояльних споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження поняття «маркетингові комунікації» розглядалися у працях іноземних і вітчизняних вчених таких як: Ф. Котлера, У. Руделіуса, С. Гаркавенко, Ф.І. Євдокимов, В.М. Гавва, Ф. Дене, С. Ларсон, Ч. Лантухи, Д. Дейтон, Н. Ілляшенка, О. Савченка, М. Стелзнера, Дж. Вюббена, Д. Халіловабуло, О. Савченка, М. Стелзнера, Дж. Вюббена, Д. Халіловабуло та інші.

Мета й завдання статті є дослідження особливостей маркетингових комунікацій на підприємстві та визначення основних проблем та перспективних напрямків покращення рекламних компаній з використанням сучасних цифрових інструментів та технологій.

Основні результати. Даним дослідженням, а саме особливостями маркетинговими комунікаціями та їх застосуванням займалось багато вчених. Так, Ф.І.Євдокимов та В.М. Гавва вважали, що метою таких заходів є допомога споживачу у виборі товару фірми, надання інформації про її переваги, недоліки, що пропонується фірмою [1].

С.С. Гаркавенко зазначає, що маркетингове просування товару передбачає створення та підтримання постійних зв'язків між фірмою і ринком з метою активізації продажу товарів і формування позитивного іміджу шляхом інформування, переконання та нагадування про саму фірму [2].

Ф. Дене і С. Ларсон нарахували близько 130 визначень трактування «комунікація». На їх думку, ці визначення розглядають комунікацію як «процес взаємодії» чи узагальнюють під комунікацією «усі процеси, за допомогою яких люди впливають один на одного. У кінцевому значенні, усі комунікаційні процеси підрозділяються на вербальні і невербальні» [3 с. 15].

Ч. Лантухи розуміє під комунікацією «механізм, за допомогою якого стає можливим існування і розвиток людських відносин – усі символи розуму разом зі способами їхньої передачі в просторі і збереження в часі.

Вона містить в собі міміку, спілкування, жести, тон голосу, слова, писемність, друк, залізниця, телеграф, телефон і останні досягнення із завоювання простору і часу. Разом із народженням зовнішнього світу з'являється система стандартних символів, призначена тільки для передачі думок, з неї починається традиційний розвиток комунікації» [5; 4, с. 13].

Європейський альянс стандартів реклами у «Кодексі ІСС 2011» трактує поняття «маркетингові комунікації» як будь-які повідомлення, одержані безпосередньо або від імені маркетингових спеціалістів, з метою просування продукції, впливу на поведінку споживача. Даний термін включає рекламу, а також просування, спонсорство, прямий маркетинг [6, с. 5].

Відповідно до «Кодексу ІСС 2011» «digital-комунікації» – це комунікації, що здійснюються на основі цифрових технологій та вирізняються наявністю двостороннього зв'язку, який може бути ініційованим або маркетологом, або клієнтом [7, с. 7].

Digital-комунікації функціонують на основі застосування цифрових технологій із розробкою планового підходу до охоплення цільової аудиторії та її залучення в онлайн середовище через традиційні та цифрові медіа канали.

Завдяки вдосконаленню знань про клієнтів (поведінку споживача, споживацької цінності, драйвери лояльності споживачів) розробляються інтегровані цільові комунікації, які відповідають їх індивідуальним потребам.

Аналіз наукових літературних джерел дозволив виокремити основні переваги цифрових комунікацій:

1. Інтерактивність. Д. Дейтон, професор адміністрації Гарвардської бізнес-школи, який займався дослідженням поведінки споживачів у сфері digital-маркетингу, виокремлює інтерактивність, як одну із основних переваг цифрових комунікацій. Дане поняття Дейтон визначає як засіб для осіб та організацій, що забезпечує безпосереднє спілкування незалежно від відстані та часу, що дає можливість:

- звертатися до цільової аудиторії;
- збирати і зберігати дані про споживача;
- вирішувати індивідуальні проблеми споживача [8, с. 5].

2. Персоналізація. digital-комунікації в маркетингу характеризуються високим ступенем персоналізації. Завдяки цифровим технологіям відбувається збір інформації про споживача, який розглядається, як унікальна одиниця.

3. Однією із основних переваг персоналізації є обмеження витрат на неприбуткових споживачів шляхом їх диференціації [9]

4. Вимірюваність в реальному часі. Ефективність digital -комунікацій, які використовує компанія в маркетинговій діяльності можна виміряти в реальному часі.

5. Отримані результати дозволяють обрати найбільш доцільні канали комунікацій та покращити майбутні кампанії. Ефективне використання ресурсів та розподіл маркетингового бюджету дозволяє покращити рентабельність інвестицій в маркетинг [10, с. 68].

Проаналізувавши основні особливості цифрових комунікацій доцільним є проведення порівняльного аналізу традиційних та digital-медіа (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика традиційних та digital -комунікацій в маркетингу

Тип комунікацій Критерій оцінки	Традиційні комунікації	Діджитал-комунікації
Роль споживача	Push-модель: споживачі відіграють пасивну роль і володіють обмеженою можливістю вибору каналів	Pull-модель: споживач відіграє активну роль, інформація надається за запитом
Підходи до сегментування	Вертикальні взаємовідносини: компанія сегментує споживачів та застосовує таргетинг	Горизонтальні взаємовідносини: digital-ера характеризується формуванням спільнот, які є сегментами digital-комунікацій (мікротаргетинг)
Рівень залученості клієнта у взаємодію з компанією	Статичність	Інтерактивність

Джерело: складено за даними [8–14].

На основі праць Н. Ілляшенка, О. Савченка, М. Стелнзера, Дж. Вюббена, Д. Халіловабуло виокремлено основні інструменти digital-комунікацій та визначено основні переваги та недоліки їх застосування (табл. 2).

Таблиця 2

Сучасні інструменти діджитал-комунікацій в маркетингу

Інструмент	Переваги	Недоліки
SEO (Search Engine Optimization)	- зростання органічного трафіку; - формування довіри користувачів; - отримання трафіку з декількох пошукових систем;	- ефективність відчутна лише через декілька місяців; - важкість просування через високий рівень конкуренції;
SMM (Social Media Marketing)	- високий рівень залучення споживача; - швидкість обміну інформацією; - відносно низька вартість рекламного контакту;	- загроза нашкودити репутаційному іміджу;

Закінчення табл. 2

Інструмент	Переваги	Недоліки
Мобільний маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> - доступність: постійний доступ до всіх каналів комунікацій; - максимальна залученість цільової аудиторії; - інтеграційні можливості з медіа; - складання та аналіз об'єктивних рейтингів рекламоносіїв та інформаційних каналів; 	<ul style="list-style-type: none"> - орієнтація на аудиторію з рівнем доходу середній і вище; - обмежений охопит аудиторії відповідно до вікової категорії;
Контекстна реклама (PayPerClick)	<ul style="list-style-type: none"> - налаштування ключових слів, що сприяє збільшенню трафіку за рахунок зацікавлених користувачів; - самостійне визначення вартості кліку; - оперативність запуску рекламної кампанії. 	<ul style="list-style-type: none"> - ефективність в короткостроковій перспективі.

Джерело: складено за даними [15].

Глобалізаційні процеси стають основною передумовою розвитку цифрових технологій (табл. 3). Впровадження технологічних інновацій стає не конкурентною перевагою, а вимогою часу для забезпечення існування компанії на ринку. Консалтингова компанія «IDC» в аналітичному звіті 2017 р. зазначила, що 40% найбагатших компаній світу (S&P рейтинг), стануть банкрутами, якщо через 10 років не впровадять цифрові технології [15].

Таблиця 3

Сучасні цифрові технології маркетингових комунікацій

Технологія	Зміст	Переваги
3D-технології	3D-технології – спосіб відображення тривимірних точок на двовимірній площині, які застосовуються у: <ul style="list-style-type: none"> - відеорекламі; - виставкових стендах; - POS-матеріалах; - зовнішній рекламі [16, с. 120]. 	<ul style="list-style-type: none"> - високе залучення уваги споживача; - можливість показу унікальної торгової пропозиції в нестандартній формі; - високий рівень впливу на емоції споживача та задоволення їхніх потреб у відчуттях;
Доповнена реальність (AR – augment reality)	AR – проектування будь-якої цифрової інформації поверх мобільних пристроїв, інтерактивних екранів. Відповідно до способу представлення інформації AR класифікують на: <ul style="list-style-type: none"> - візуальну (графічна); - аудіо; - аудіовізуальну [17]. 	<ul style="list-style-type: none"> - можливість показу унікальної торгової пропозиції в нестандартній формі; - високий рівень впливу на емоції споживача та задоволення їхніх потреб у відчуттях; - зображення об'єкту в дії слугує мотивацією до купівлі товару;
Віртуальна реальність (VR – virtual reality)	VR – це штучно створений світ, який людина сприймає через сенсорні органи [18].	<ul style="list-style-type: none"> - онлайн шоу-рум товарів, що економить час споживача;

Закінчення табл. 3

Технологія	Зміст	Переваги
QR-код	Дану технологію використовують для проведення промо-акцій та PR заходів. Споживачеві QR-код дозволяє: - дізнатися інформацію про продукт, яка може бути представлена у різних формах - отримати спеціальну пропозицію або купон [19]	- доступність інформації; - забезпечення зворотного зв'язку; - моніторинг ефективності рекламної кампанії

Джерело: складено за даними [16–19].

В умовах інформатизації суспільства технології, що описуються в таблиці 3 є актуальними, оскільки виступають нестандартною формою взаємодії зі споживачами. Їх застосування дозволяє вплинути на емоції споживача, що стають основою при прийнятті рішення про купівлю товару.

Висновок. Цифрові інструменти маркетингових комунікацій не замінюють традиційні, а доповнюють їх та збільшують позитивний ефекту вигляді додаткового прибутку компанії. Основними перевагами для підприємств, що застосовують цифрові канали є інтерактивність, персоналізація, омніканальний підхід та вимір ефекту рекламної кампанії в режимі реального часу.

Цифрові інструменти та технології характеризуються високим рівнем впливу на емоції споживача та задовольняють їх потребу у відчуттях. Вони стають основою креативного спілкування між компанією та споживачем, що викликає бажання у споживача придбати товар. Особливістю даних інструментів є високий рівень залучення споживачів, створення вірусного ефекту та персоналізація повідомлення.

Розвиток цифрових технологій впливає на еволюцію інструментів digital -комунікацій, які застосовує компанія в комунікаційній стратегії. Впровадження технологічних інновацій стає не конкурентною перевагою, а швидше вимогою часу для забезпечення існування компанії на ринку. Тож, для того, щоб утримувати лідерську позицію на ринку підприємствам необхідно стежити за основними трендами цифрових комунікацій та застосовувати їх у своїй маркетинговій комунікаційній діяльності.

References

Література

- | | |
|--|---|
| <p>1. Yevdokymov, F.I., Havva, V.M. (1998). Azbuka marketynhu: navchalnyi posibnyk [Marketing Alphabet: Tutorial]. 3rd ed. rev. and sup. Staker. 432 p. [in Ukrainian].</p> <p>2. Herasymchuk, S.S. (2004). Marketynh: pidruchnyk [Marketing: Textbook]. Kyiv: Libra. 712 p. [in Ukrainian].</p> <p>3. Pochepcov, G.G. (2001). Teoriia kommunikacii [Communication theory]. Moscow: Refl-buk; Kyiv: Vakler. 656 p. [in Russian].</p> <p>4. Kudenko, N.V. (1998). Stratehichnyi marketynh [Strategic Marketing]. Kyiv: KNEU. 151 p. [in Ukrainian].</p> <p>5. Kuli, Ch. (1994). Obshchestvennaia organizatsiia [Public Organization]. In: Teksty po istorii sotciologii</p> | <p>1. Євдокимов Ф. І. Азбука маркетингу: навчальний посібник / Ф. І. Євдокимов, В. М. Гавва. – 3-є вид. переробл. і доповн. – Д.: Стакер, 1998. – 432 с.</p> <p>2. Герасимчук С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Герасимчук. – К.: Лібра, 2004. – 712 с.</p> <p>3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 656 с.</p> <p>4. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 1998. – 151 с.</p> <p>5. Кули Ч. Общественная организация / Ч. Кули // Тексты по истории</p> |
|--|---|

- XIKh–KhKh vekav: Khrestomatiia [Texts on the History of Sociology of the 19th – 20th Centuries: Readings]. Moscow: Nauka. 379 p. [in Russian].
6. Gray, O., Odelli, C., Pearson, J. (2015). Remit and responsibility. In: Digital Marketing Communications; EASA The European Advertising Standards Alliance. May 2015. P. 5.
7. Gray, O., Odelli, C., Pearson, J. (2015). Digital Marketing Communications BPR. In: Digital Marketing Communications; EASA The European Advertising Standards Alliance. May 2015. P. 7.
8. Deighton, J. (1996). The future of interactive marketing. Harvard Business Review, P. 62–151.
9. Bozhuk, C.G. (2001). Marketingovye kommunikacii: integrirovannyi podkhod [Marketing communications: an integrated approach]. St. Petersburg: Piter. 864 p. [in Russian].
10. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., Johnston, K. (2006). Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice. Spain: Financial Times Prentice Hall. 579 p.
11. Deighton, J. (1996). The future of interactive marketing. Harvard Business Review, P. 62–151.
12. Hoffman, D.L., Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments. Journal of Marketing, No. 60, P. 50–68.
13. Berg, A., Brantberg, L., Herring, L., Silén, P. (2015). Mind the gap: What really matters for apparel retailers in omnichannel. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com>.
14. Peltola, S., Vainio, H., Nieminen, M. (2015). Customer Experience with Finnish Retailers. In HCI in Business. Retrieved from: http://zgbrand.ru/statiy/marketing/omnikanal_nyj_marketing.
15. IDC (2007). Analyze the future. Insightful analysis on all information and communication technology markets in Eastern Europe and the Middle East. IDC.
- социологии XIX–XX веков: Хрестоматия. – М.: Наука, 1994. – 379 с.
6. Gray O. Remit and responsibility / O. Gray, C. Odelli, J. Pearson // Digital Marketing Communications; EASA The European Advertising Standards Alliance. – 2015. – May. – P. 5.
7. Gray O. Digital Marketing Communications BPR / O. Gray, C. Odelli, J. Pearson // Digital Marketing Communications; EASA The European Advertising Standards Alliance. – 2015. – May. – P. 7.
8. Deighton J. The future of interactive marketing / J. Deighton // Harvard Business Review. – 1996. – P. 62–151.
9. Божук С. Г. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
10. Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick, R. Mayer, K. Johnston. – Spain: Financial Times Prentice Hall, 2006. – 579 p.
11. Deighton J. The future of interactive marketing / J. Deighton // Harvard Business Review. – 1996. – P. 62–151.
12. Hoffman D. L. Marketing in hypermedia computer-mediated environments / D. L. Hoffman, T. P. Novak // Journal of Marketing. – 1996. – No. 60. – P. 50–68.
13. Mind the gap: What really matters for apparel retailers in omnichannel [Электронный ресурс] / A. Berg, L. Brantberg, L. Herring, P. Silén. – 2015. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com>.
14. Peltola S. Customer Experience with Finnish Retailers [Электронный ресурс] / S. Peltola, H. Vainio, M. Nieminen // In HCI in Business. – 2015. – Режим доступа: http://zgbrand.ru/statiy/marketing/omnikanal_nyj_marketing.
15. IDC. Analyze the future. Insightful analysis on all information and communication technology markets in

- Analyzethefuture. Retrieved from: <https://ca.idc.com>.
16. Puhachova, O.S., Kovalchuk, S.V. (2011). Vykorystannia innovatsiinoho pidkhodu v 3D-reklami [Using an innovative approach in 3D advertising]. Marketynh i menedzhment innovatsii [Marketing and innovation management], No. 4, P. 118–123 [in Ukrainian].
17. Trofimova, E. (2017). AR-tehnologiya, nesushchaia ekonomicheskii effekt [AR-technology, bearing the economic effect]. Control Engineering Rossiia [Control Engineering Russia]. Retrieved from: <https://controleng.ru> [in Russian].
18. Virtual Reality Marketing. Retrieved from: <https://www.digitaldoughnut.com/articles/2018/august/virtual-reality-marketing-is-it-already-here>.
19. QR Codes for Marketing: A Unique Way to Bridge Offline and Online Media. Retrieved from: <https://www.hswsolutions.com/services/mobile-web-development/qr-code-marketing>.
- Eastern Europe and the Middle East [Електронний ресурс] / IDC. Analyzethefuture. – 2007. – Режим доступу: <https://ca.idc.com>.
16. Пугачова О. С. Використання інноваційного підходу в 3D-рекламі / О. С. Пугачова, С. В. Ковальчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 118–123.
17. Трофимова Е. AR-технология, несущая экономический эффект [Електронний ресурс] / Е. Трофимова // Control Engineering Россия. – 2017. – Режим доступу: <https://controleng.ru>.
18. Virtual Reality Marketing [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.digitaldoughnut.com/articles/2018/august/virtual-reality-marketing-is-it-already-here>.
19. QR Codes for Marketing: A Unique Way to Bridge Offline and Online Media [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hswsolutions.com/services/mobile-web-development/qr-code-marketing>.

УДК 330.8:338.2

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.4

Оксана В. Мельник

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
Україна*

ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЇ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті представлено результати оцінювання фундаментальної капіталізації вітчизняних промислових підприємств, аналіз ключових чинників її визначення та запропоновано базовий напрям забезпечення зростання фінансово-економічних результатів капіталотворення. Фундаментальну капіталізацію визначено на основі фундаментальної величини капіталу, а розрахунки здійснено на основі використання концепції остаточного операційного прибутку (ReOI-моделі). Незважаючи на зростаючу динаміку показників фундаментальної капіталізації, тенденції щодо доданої вартості промислових підприємств протягом 2010-2018 рр. виявилися негативними, що пояснюється, насамперед, низьким рівнем конкурентоспроможності вітчизняної промислової продукції (здійснює безпосередній вплив на спред доходності реалізації продукції та обсяги її продажу, які є ключовими вартість-формуючими факторами), а основною причиною є слабка інноваційна діяльність промислових підприємств України. Критичний рівень залежності конкурентоспроможності від технологічного рівня розвитку сучасних підприємств актуалізує потребу в реалізації промислової політики України на засадах концепції неоіндустріалізації, що передбачає перехід до нового технологічного устрою на основі активізації технологічних, управлінських та продуктових інновацій. Реалізація концепції неоіндустріалізації в українських реаліях також може здійснюватися на основі освоєння та копіювання зарубіжних технологій, що може стати одним з основних джерел економічного зростання промислових підприємств та скорочення розриву з високотехнологічними міжнародними компаніями. Передумови входу у вітчизняний бізнес-простір технологічного капіталу у вигляді прямих іноземних інвестицій передбачають створення сприятливих інвестиційних умов, джерелом та гарантом яких має виступити держава. При цьому коріння економічного зростання промислових підприємств знаходяться безпосередньо всередині компаній, відповідно, їх функціонування за принципами «розумних організацій» може забезпечити такі результати, що безпосередньо визначають фундаментальну капіталізацію промислового бізнесу.

Ключові слова: капіталізація; неоіндустріалізація; інноваційний розвиток; промислові підприємства; фундаментальна вартість.

Оксана В. Мельник

*ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»,
Украина*

ОЦЕНКА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОСТА ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ КАПИТАЛИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

В статье представлены результаты оценивания фундаментальной капитализации отечественных промышленных предприятий, анализ ключевых факторов её определения и предложено базовое направление обеспечения роста финансово-экономических результатов капиталотворения. Фундаментальная капитализация определена на основе фундаментальной величины капитала, а расчёты осуществлены на основе использования концепции окончательной операционной прибыли (ReOI-модели). Несмотря на растущую динамику показателей фундаментальной капитализации, тенденции добавленной стоимости промышленных предприятий в течение 2010-2018 гг. оказались негативными,

что объясняется, прежде всего, низким уровнем конкурентоспособности отечественной промышленной продукции (осуществляет непосредственное влияние на спред доходности реализации продукции и объёмы её продаж, которые являются ключевыми стоимость-формирующими факторами), а основой причиной является слабая инновационная деятельность промышленных предприятий Украины. Критический уровень зависимости конкурентоспособности от технологического уровня развития современных предприятий актуализирует необходимость в реализации промышленной политики Украины на основе концепции неоиндустриализации, что предполагает переход к новому технологическому укладу на основе активизации технологических, управленческих и продуктовых инноваций. Реализация концепции неоиндустриализации в украинских реалиях также может осуществляться на основе освоения и копирования зарубежных технологий, может стать одним из основных источников экономического роста промышленных предприятий и сокращения разрыва с высокотехнологичными международными компаниями. Предпосылки входа в отечественное бизнес-пространство технологического капитала в виде прямых иностранных инвестиций предусматривают создание благоприятных инвестиционных условий, источником и гарантом которых должно выступить государство. При этом корни экономического роста промышленных предприятий находятся непосредственно внутри компаний, соответственно, их функционирование по принципу «умных организаций» может обеспечить такие результаты, которые непосредственно определяют фундаментальную капитализацию промышленного бизнеса.

Ключевые слова: капитализация; неоиндустриализация; инновационное развитие; промышленные предприятия; фундаментальная стоимость.

Oksana V. Melnyk

**State Higher Education Institution "Vadym Hetman Kyiv National Economic University",
Ukraine**

ASSESSMENT AND ENSURING GROWTH OF FUNDAMENTAL CAPITALIZATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN UKRAINE

The article presents the results of the evaluation of fundamental capitalization of domestic industrial enterprises as well as the analysis of the key factors in its calculation, suggesting basic pathways to ensure growth of financial and economic outcomes in capital formation. Fundamental capitalization refers to the fundamental amount of capital, and the calculations are performed using the residual operating income concept (ReOI-model). However, despite the increasing dynamics of fundamental capitalization of industrial enterprises, the value added trends during 2010-2018 turned negative which has been underpinned in the first place by low competitiveness of domestic industrial products (directly affecting the spread of sales profitability and product sales volumes which are the key factors that drive value creation. It is argued that the main reason for the above negative trend is weak innovation activity of industrial enterprises in Ukraine. Critical dependence of competitiveness upon the technological level of development of modern enterprises triggers the need to implement a consistent industrial policy in Ukraine based on the concept of neo-industrialization which implies the transition to a new technological mode through boosting technological, managerial and product innovations. The implementation of the neo-industrialization concept in Ukrainian realia can also be carried out by exploring and copying foreign technology and become a major source of economic growth for industrial enterprises as well as a method to reduce the gap with high-tech international companies. The basic premises to entry into the domestic business space of technological capital in the form of foreign direct investment assume the creation of favorable investment environment, the source and guarantor of which should be the government. It is argued that the roots of economic growth of industrial

enterprises are embedded directly inside the companies, thus following the principles of "smart organizations" will contribute to gaining the desired performance and the outcomes that ultimately affect the fundamental capitalization of industrial business.

Keywords: *capitalization; neo-industrialization; innovative development; industrial enterprises; fundamental value.*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика економічного зростання промислових підприємств завжди є актуальною для будь-якої розвиненої країни, так як саме в індустріальному бізнесі концентруються знання та сучасні технології, які визначають якість технологічного рівня розвитку країни та добробут громадян. У спеціальному комюніке Єврокомісії зроблено акцент на необхідності концентрації зусиль щодо здійснення реіндустріалізації економіки ЄС та поставлена мета збільшити вклад промислового сектору у ВВП до 20% до 2020 р. [1, с. 35; 2, с. 12]. Актуальність розвитку промислового бізнесу в Україні, підтверджується тим, що сьогодні частка зайнятих працівників у промисловому виробництві становить 26,8% [3, с. 53] а частка реалізованої продукції у загальному обсязі реалізації товарів та послуг суб'єктами господарювання – 32,6% [3, с. 61] (друга рейтингова позиція після сфери оптової та роздрібною торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів). Також варто звернути увагу на такий факт, що незважаючи на стрімке зростання у структурі ВВП європейських країн, частки послуг (відповідно зменшення частки продукції обробної промисловості), процесам деіндустріалізації була притаманна постіндустріальна специфіка, яка полягає у збільшенні продуктивності праці, переходу до сучасних інформаційно-інтелектуальних систем, ін.

Основними завданнями даної статті є оцінювання фундаментальної капіталізації вітчизняних промислових підприємств, ідентифікація та аналіз основних факторів впливу на формування та зростання фінансово-економічних результатів капіталотворення; визначення концептуальної основи забезпечення зростання фундаментальної капіталізації промислових підприємств України з урахуванням постіндустріальної специфіки розвитку економіки.

Проблематика дослідження капіталізації промислових підприємств представлена у наукових працях вчених пострадянського простору І. Булеєва, Н. Брюховецької, В. Гейця, А. Гриценка, С. Гниди, М. Дедкової, І. Івашковської, Ю. Козиря, Т. Малової, Л. Мельник, Н. Шевченко, ін. Основний акцент досліджень пов'язаний з проблематикою накопичення промислового капіталу, особливостями фінансування процесів капіталотворення та розподілу вартості, визначенням передумов забезпечення зростання ринкової капіталізації за умов інтелектуалізації господарської діяльності промислових підприємств. При цьому, сучасна проблематика капіталізації набуває нових аспектів, що зумовлені постіндустріальною специфікою сучасного бізнес-середовища та тенденціями розвитку промислового сектору економіки.

Мета дослідження. Концентрованою оцінкою ефективності розвитку промислових підприємств є динаміка їх капіталізації, яка визначає тенденції та характеризує потенціал забезпечення їх розвитку. При цьому якісний аспект зростання капіталізації промислового бізнесу не завжди корелює з кількісним, та потребує більш детального управлінського аналізу, з точки зору фундаментальних факторів його забезпечення.

Методи дослідження. В основу здійснення даного дослідження покладено загальні та спеціальні методи наукового пізнання, використання яких зумовлено поставленою метою. Для проведення дослідження було використано такі методи: *бібліографічного та термінологічного аналізу* – для впорядкування наукових позицій щодо інтерпретації змісту капіталотворення; *наукового узагальнення* – при систематизації сучасних наукових поглядів

до дослідження фундаментальної капіталізації промислових підприємств; *статистично-математичні методи* – для оцінки фундаментальної капіталізації промислових підприємств.

Основні результати та їх обґрунтування. У наукових джерелах термін «фундаментальна капіталізація» не є чітко визначеним і зазвичай використовується контекстуально. Враховуючи найбільш поширене розуміння капіталізації у зарубіжних публікаціях як ринкової вартості компанії, можна говорити про те, що характеристика «фундаментальна» пов'язана із видом вартості, що закладається в основу визначення капіталізації. Більш широким змістовним наповненням характеризується капіталізація у дослідженнях науковців пострадянського простору. Так, у наукових працях І. Булеєва, Н. Брюховецької, А. Гриценка, Т. Малової, В. Буханця зміст капіталізації розкривається з точки зору перетворення ресурсів на капітал, результатом формування, накопичення та продуктивного використання якого є створення та прирощення вартості підприємства. Якщо результати капіталотворення розглядати з позицій оцінювання за критерієм фундаментальної вартості, то доцільно сфокусуватися на вартість-формуючих факторах, що є підконтрольними менеджменту підприємства.

В основу оцінювання фундаментальної капіталізації вітчизняних промислових підприємств закладено метод розрахунку, що базується на концепції економічного прибутку (формула 1) [4, с. 103].

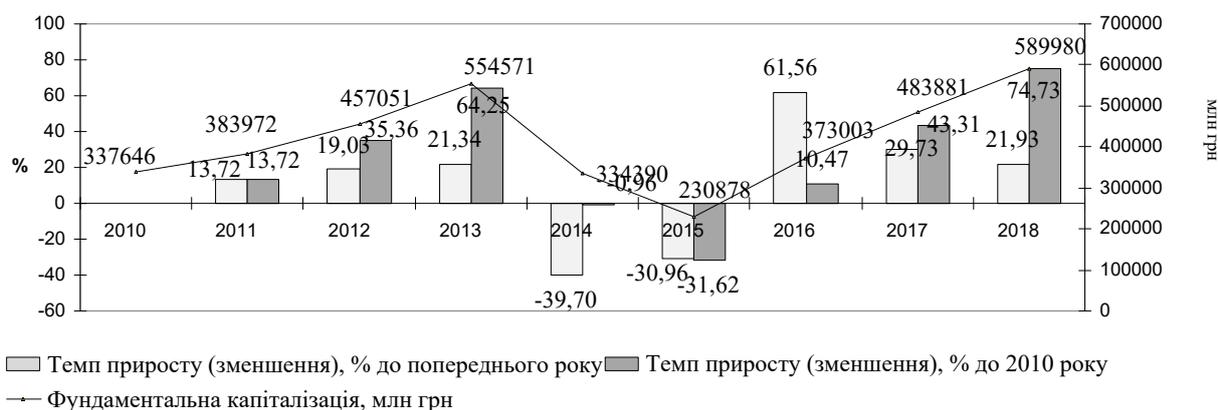
$$VC = IC + PV_{EP}, \quad (1)$$

де IC – величина інвестованого капіталу;

PV_{EP} – поточна величина економічного прибутку.

Виходячи із наявності інформаційної бази вимірювання економічного прибутку зроблено відповідно до моделі остаточного операційного прибутку (*Residual Operation Income Model, ReOI-model*) [5].

Результати оцінювання фундаментальної капіталізації вітчизняних промислових підприємств (рис. 1) свідчать про зростаючу динаміку показника у 2010–2013 рр. та 2016–2018 роках.

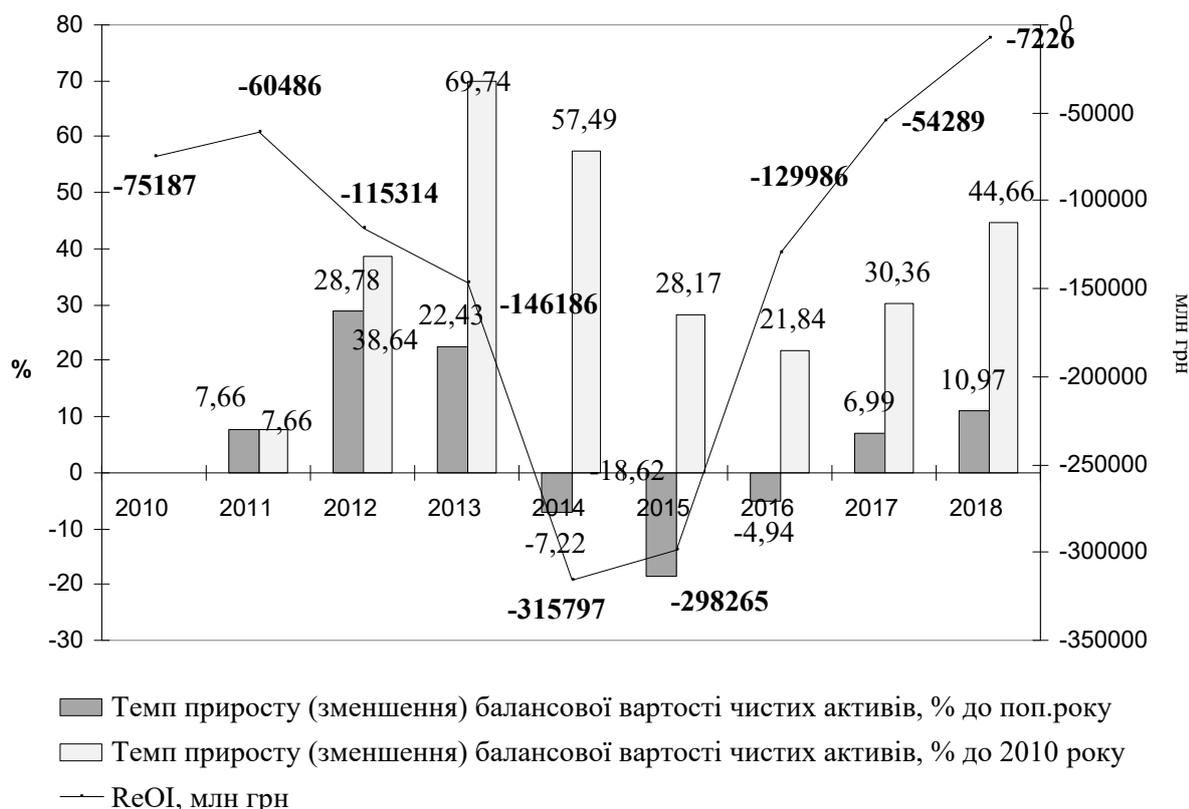


Джерело: розраховано автором за даними [3, 6, 7].

Рис. 1. Показники змін фундаментальної капіталізації промислових підприємств України у 2010–2018 рр.

Найбільш критичним виявилися 2014–2015 рр., що зумовлено військовим конфліктом з Росією, в результаті якого відбулося руйнування господарських зв'язків з країною-агресором. На той момент українська економіка характеризувалася критично високим рівнем

залежності від економічного партнерства з російським бізнесом, як наслідок – падіння фундаментальної капіталізації у 2014 р. порівняно з 2010 р. – 0,96%, у 2015 р. – 31,62%. Не зважаючи на зростаючу динаміку показника фундаментальної капіталізації протягом 2016–2018 рр., варто констатувати, що темпи зростання щорічно уповільнюються. Так, у 2016 р. зростання до попереднього року оцінено на рівні +61,56%, 2017 р. – 29,73%, 2018 р. – 21,93%. Якість процесів капіталотворення визначається, перш за все, величиною та динамікою доданої вартості, яка для вітчизняних промислових підприємств протягом 2010–2018 рр. характеризувалася від’ємними значеннями (рис. 2).



Джерело: розраховано автором за даними [3, 6, 7].

Рис. 2. Показники факторів формування фундаментальної капіталізації промислових підприємств України у 2010–2018 рр.

Причинним фактором формування вартості в контексті VBM-аналізу є спред прибутковості реалізації, який незважаючи на те, що промислові підприємства отримували прибуток був від’ємним. Це пояснюється тим, що фактичний рівень рентабельності реалізації промислової продукції був меншим за критичний, а проблематика забезпечення прибутковості продажу продукції пов’язана, перш за все, з її конкурентоспроможністю.

Сьогодні, у технологічній структурі промислової продукції вітчизняного виробництва переважають 3-й та 4-й технологічні уклади, тоді як управлінці розвинених зарубіжних країн зосереджені на 5-му та 6-му, що ставить принципово нові задачі у сфері забезпечення ефективності індустріального менеджменту. Основною причиною такого відставання є низький інноваційний рівень розвитку промислових підприємств, що підтверджується такими даними (табл. 1) [8]:

– кількість інноваційно активних промислових підприємств у 2018 р. є меншою порівняно з 2010 р. на 46,85%, а кількість промислових підприємств, що упроваджували інновації – на 39,28%;

– протягом 2010–2018 рр. частка інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації скоротилася з 3,8% до 0,8%, а витрат на інновації у загальному обсязі реалізації продукції – з 0,9% до 0,4%.

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств у 2010–2018 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації промислових підприємств, %	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4	x	0,7	0,8
2. Кількість інноваційно активних промислових підприємств									
одиниць	1462	1679	1758	1715	1609	824	834	759	777
темپ приросту (зменшення), % до 2010 р.		14,84	20,25	17,31	10,05	-43,64	-42,95	-48,08	-46,85
3. Витрати на інновації, % до загального обсягу реалізованої промислової продукції	0,9	1,3	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,4	0,4
4. Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації									
одиниць	1217	1327	1371	1312	1208	723	735	672	739
темп приросту (зменшення), % до 2010 р.	-	9,04	12,65	7,81	-0,74	-40,59	-39,61	-44,78	-39,28
5. Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів									
одиниць	2043	2510	2188	1576	1743	1217	3489	1831	2002
темп приросту (зменшення), % до 2010 р.	-	22,86	7,10	-22,86	-14,68	-40,43	70,78	-10,38	-2,01

Джерело: [8].

Інноваційна проблематика в аспекті конкурентоспроможності не тільки промисловості, а і усіх секторів української економіки пов'язана з низьким рівнем фінансування НДДКР, частка яких у ВВП В Україні становить 0,45%, у той час як у Білорусі – 0,6%, Польщі – 1,0%, Росії – 1,1%, країнах лідерах за даним показником (Ізраїль, Південна Корея) – 4,6% [9].

Низький рівень конкурентоспроможності промислової продукції визначає і структуру експорту, яка характеризується сировинною спрямованістю. Так, у 2018 р. частка металопродукції¹ у загальній величині експорту склала 24,58% (з них чорні метали – 21%), деревини і целюлозно-паперових виробів² – 4,32%, у той час як машин та обладнання³ – 9,8% [10, с. 43–51].

Окрім доданої вартості, формування та зростання фундаментальної капіталізації відбувається за рахунок накопичення величини капіталу, а за розрахунками для вітчизняних промислових підприємств даний фактор на сьогодні є виключним. Якщо говорити про

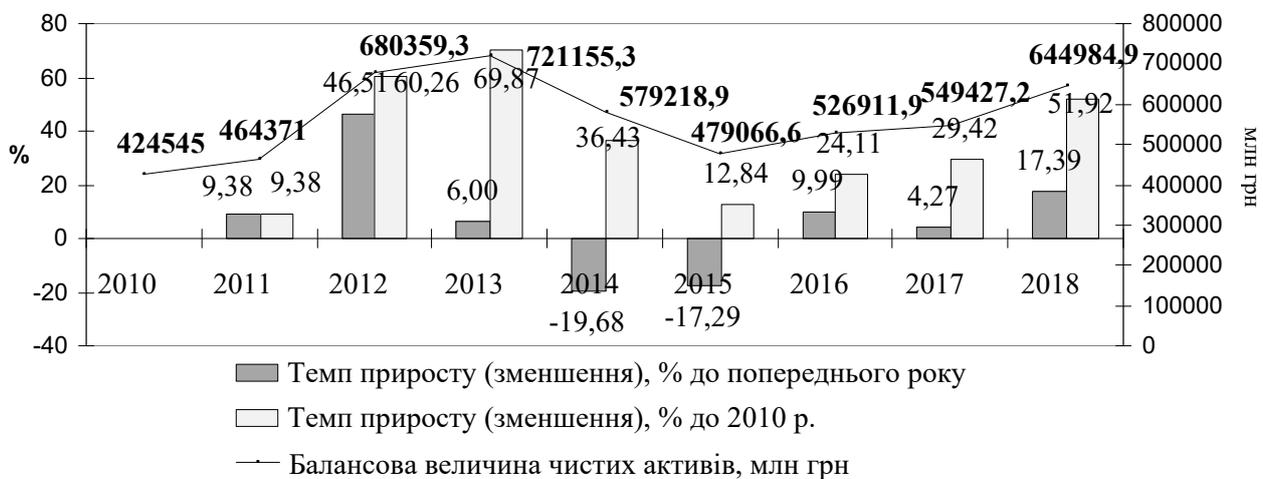
¹ Група 72–83.

² Група 44–49.

³ Групи 84–90.

динаміку балансової вартості чистих активів на промислових підприємствах, то протягом 2010–2018 рр. тенденція є зростаючою порівняно з 2010 р., та нестійкою у порівнянні до попереднього року (рис. 3). Однак кількісне нарощення активів не є гарантією якості результату у вигляді зростання величини накопиченого капіталу.

Щодо якості ресурсної бази промислових підприємств, то її можна характеризувати у різних аспектах. Враховуючи високий рівень капіталомісткості промислового виробництва має сенс говорити про рівень зносу основного капіталу. Так, протягом 2010–2018 рр. коефіцієнт зносу основних засобів та нематеріальних активів збільшився з 59,24% до 63,53%, а моральне зношення основного капіталу фахівці оцінюють на рівні більше 50 років.



Джерело: розраховано автором за даними [3, 6, 7].

Рис. 3. Показники змін балансової вартості чистих активів вітчизняних промислових підприємств у 2010–2018 рр.

У 2018 р. за рейтингом «Русійні сили виробництва», який визначено у звіті Світового економічного форуму «Готовність до майбутнього 2018» Україна посіла 67 позицію із 100. За показником використання ресурсів, який є складовим даного рейтингу, рейтингова позиція нашої країни – 88, а за рівнем розвитку технологій та інновацій – 74 [11].

Описана ситуація дозволяє впевнено говорити про те, що за постіндустріальних умов розвитку джерелом капіталізації промислових підприємств є виробництво знань, а чинником її зростання – інтелектуальний капітал та інновації. Така постановка питання зміщує дослідницький фокус в площину проблематики неоіндустріалізації, яку у наукових джерелах характеризують як перехід до нового технологічного устрою на основі активізації технологічних, управлінських та продуктових інновацій.

Концептуальним ядром розвитку неоіндустріалізації можна вважати програму «Індустрія 4.0», ідеї якої були оприлюднені ще у 2011 р. німецькими вченими Х. Кагерманом, В.Д. Лукасом и В. Вальстером, а основна ідея програми пов'язана зі створенням «розумних підприємств». Однак, радикальні інновації, що описані в програмі «Індустрія 4.0» (хмарні технології, прогресивна робототехніка, автономні автомобілі, накопичення і зберігання енергії, тривимірний друк, прогресивні матеріали і відновлювана енергія, ін.) не є вичерпаним переліком драйверів зростання капіталу економічних суб'єктів. У Звіті ООН щодо промислового розвитку [12] йдеться про інновацію, яка заслуговує на особливу увагу для підприємств країн, що розвиваються, до яких відноситься і Україна. Суть такої інновації полягає у освоєнні та копіюванні зарубіжних технологій, що на думку авторів є одним з основних джерел економічного зростання промислових підприємств та скорочення

розриву з високотехнологічними міжнародними компаніями. Цілком розділяючи дану позицію з урахуванням українських реалій, варто наголосити на необхідності створення відповідного інвестиційного клімату, як передумови для входу зарубіжних компаній у вітчизняний бізнес-простір не тільки з фінансовим капіталом, а і, що більш вагомо, новими технологічними можливостями, так як їх корінням є саме реальний бізнес. Передача технологічних новацій відбувається у різні способи, такі як неформальне навчання, навчання через співпрацю з іноземними партнерами, ліцензування, співпраця з державно-приватними консорціумами, контракти на сумісні дослідження та розробки з іноземними науково-дослідними компаніями, ін.

Висновки із цього дослідження і дальші перспективи в цьому напрямку. Базовою передумовою забезпечення зростання фундаментальної капіталізації вітчизняних промислових підприємств є реалізація концепції неоіндустріалізації, що визначається як сучасний тренд розвитку світової економічної системи та зміст якої полягає у виробництві продукції на базі інноваційно-інформаційних технологій та цифрових інтегрованих систем. Актуальність реалізації даної концепції в реаліях української економіки не визиває сумніву, а очікувані результати пов'язані із забезпеченням конкурентоспроможності продукції вітчизняних промислових підприємств та, відповідно, їх глобальної інтеграції у міжнародний товарний простір. Забезпечення високого рівня технологічного розвитку вітчизняного промислового виробництва може бути забезпечено за рахунок реформування та реалізації політик у фінансовій, інституційній, податковій, технічній, кадровій, ін. сферах, що дозволить на системній основі сформувані сприятливі передумови для прискореного розвитку промислових підприємств. Реалізація зазначених політик доцільно здійснювати на засадах державно-приватного партнерства із застосуванням проектного підходу та врахуванням існуючого потенціалу зростання вітчизняних промислових підприємств.

References

Література

1. Viter, I.I. (2015). Stratehichni oriientyry promyslovoi polityky YeS u KhKhI stolitti [Strategic Guidelines for EU Industrial Policy in the 21st Century]. Stratehiia rozvytku Ukrainy [Ukraine's Development Strategy], No. 1, P. 32–42 [in Ukrainian].
1. Вітер І. І. Стратегічні орієнтири промислової політики ЄС у ХХІ столітті / І. І. Вітер // Стратегія розвитку України. – 2015. – № 1. – С. 32–42.
2. Zviriyakov, M.I. (2014). Promyslova polityka i mekhanizm yii realizatsii [Industrial policy and mechanism of its implementation]. Ekonomika Ukrainy [Ukraine economy], No. 12, P. 4–19 [in Ukrainian].
2. Звіряков М. І. Промислова політика і механізм її реалізації / М. І. Звіряков // Економіка України. – 2014. – № 12. – С. 4–19.
3. Kuznietsova, M.S. (eds.) (2019). Diialnist subiektiv hospodariuvannia 2018: statystychnyi zbirnyk [Activities of economic entities 2018: statistical collection]. Kyiv: Konsultant. 154 p. [in Ukrainian].
3. Діяльність суб'єктів господарювання 2018: статистичний збірник / за ред. М. С. Кузнецової. – К.: ТОВ "Видавництво "Консультант", 2019. – 154 с.
4. Kudina, M.V. (2010). Teoriia stoimosti kompanii: monografiia [The value theory of the company: a monograph]. Moscow: ID "FORUM", INFRA-M. 368 p. [in Russian].
4. Кудина М. В. Теория стоимости компании: монография / М. В. Кудина. – М.: ИД "ФОРУМ", ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
5. Volkov, D.L. (2008). Teoriia tcennostno-orientirovannogo menedzhmenta: finansovy i bukhgalterskii aspekty: monografiia [Theory of value-oriented management: financial and accounting aspects: monograph]. St. Petersburg: Graduate School of Management, St. Petersburg State University.
5. Волков Д. Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты: монография / Д. Л. Волков/ – СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. – 320 с.

320 p. [in Russian].

6. Kuznietsova, M.S. (eds.) (2017). Diialnist subiektiv hospodariuvannia 2016: statystychnyi zbirnyk [Activities of economic entities 2016: statistical collection]. Kyiv: Konsultant. 628 p. [in Ukrainian].

7. Zhuk, I.M. (eds.) (2012). Diialnist subiektiv hospodariuvannia 2011: statystychnyi zbirnyk [Activities of economic entities 2011: statistical collection]. Kyiv: State Statistics Service. 467 p. [in Ukrainian].

8. Kuznietsova, M.S. (eds.) (2019). Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy 2018: statystychnyi zbirnyk [Scientific and Innovative Activity of Ukraine 2018: Statistical Collection]. Kyiv: State Statistics Service. 107 p. [in Ukrainian].

9. Raskhody na NIOKR, v % k VVP [R&D expenditure, % of GDP]. World data atlas. Knoema Enterprise. Retrieved from: <https://knoema.ru/atlas/topics/Исследования-и-разработки/Затраты-на-НИОКР/Расходы-на-НИОКР-в-percent-к-ВВП> [in Russian].

10. Fryzorenko, A. (eds.) (2018). Zovnishnia torhivlia Ukrainy 2018: statystychnyi zbirnyk [Foreign Trade of Ukraine 2018: statistical compilation]. Kyiv: State Statistics Service. 172 p. [in Ukrainian].

11. Zakiianov, D. (2018). K budushchemu ne gotovy: VEF ocenil proizvodstvennyi potencial Ukrain [Not ready for the future: WEF assessed Ukraine's production potential]. mind.ua. Retrieved from: <https://mind.ua/ru/publications/20180876-k-budushchemu-ne-gotovy-vef-ocenil-proizvodstvennyj-potencial-ukrainy> [in Russian].

12. Otchet o promyshlennom razvitii 2016. Rol tekhnologii i innovatsii vo vseokhvatyvaiushchem i ustoichivom promyshlennom razvitii. Obzor [Industrial Development Report 2016. The role of technology and innovation in inclusive and sustainable industrial development. Overview]. Retrieved from: https://www.unido.org/sites/default/files/2015-12/EBOOK_IDR2016_OVERVIEW_RUSSIAN_0.pdf [in Russian].

6. Діяльність суб'єктів господарювання 2016: статистичний збірник / за ред. М. С. Кузнецової. – К.: ТОВ "Видавництво "Консультант", 2017. – 628 с.

7. Діяльність суб'єктів господарювання 2011: статистичний збірник / за ред. І. М. Жук. – К.: Державна служба статистики, 2012. – 467 с.

8. Наукова та інноваційна діяльність України 2018: статистичний збірник / відповідальний за випуск М. С. Кузнецова. – К.: Державна служба статистики, 2019. – 107 с.

9. Расходы на НИОКР, в % к ВВП [Электронный ресурс] // Мировой атлас данных. Knoema Enterprise: веб-сайт. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/topics/Исследования-и-разработки/Затраты-на-НИОКР/Расходы-на-НИОКР-в-percent-к-ВВП>.

10. Зовнішня торгівля України 2018: статистичний збірник / відп. за випуск А. Фризоренко. – К.: Державна служба статистики, 2019. – 172 с.

11. Закиянов Д. К будущему не готовы: ВЭФ оценил производственный потенциал Украины [Электронный ресурс] / Денис Закиянов // mind.ua: веб-сайт. – Режим доступа: <https://mind.ua/ru/publications/20180876-k-budushchemu-ne-gotovy-vef-ocenil-proizvodstvennyj-potencial-ukrainy>.

12. Отчет о промышленном развитии 2016. Роль технологий и инноваций во всеохватывающем и устойчивом промышленном развитии. Обзор [Электронный ресурс] // [www.unido.org](https://www.unido.org/sites/default/files/2015-12/EBOOK_IDR2016_OVERVIEW_RUSSIAN_0.pdf): веб-сайт. – Режим доступа: https://www.unido.org/sites/default/files/2015-12/EBOOK_IDR2016_OVERVIEW_RUSSIAN_0.pdf.

УДК 658.14:005.936.3

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.5

Олена М. Ніфатова, Яна І. Онофрійчук
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**ФОРМУВАННЯ БРЕНД-КАПІТАЛУ КЛАСТЕРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
НА ЗАСАДАХ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОЇ УЧАСТІ**

У статті висвітлено питання щодо формування бренд-капіталу кластерного підприємництва на засадах економіки спільної участі. З метою усвідомлення та більш чіткого уявлення, проаналізовано основні характеристики та протиріччя, які формують сутнісний зміст дефініції «економіка спільної участі», що надало можливість розглядати її як нову соціально-економічну модель ведення бізнесу, відповідно до якої доступ до товарів та послуг з надлишковими можливостями забезпечується через інтернет-платформи. Встановлено, що в процесі здійснення підприємницької діяльності на засадах економіки спільної участі відбувається об'єднання індивідів, споживачів, підприємців та підприємств у новий спосіб (що за своєю суттю є інтеграційним об'єднанням), а отже, бренд індивіда, споживача, підприємця, підприємства і держави в цілому виступає інтеграційним елементом при переході до концепції нової економіки спільної участі. Синергетичне поєднання моделей формування структурного та споживчого капіталів, обґрунтування основних постулатів новітньої концепції «економіки спільної участі» та проєкція виокремлених особливостей формування бренд-капіталу на трирівневу площину економічних рівнів (макро-, мезо- та мікро-) дозволило запропонувати модель формування бренд-капіталу кластерного підприємництва. За результатами дослідження особливостей формування бренд-капіталу кластерного підприємництва на засадах економіки спільної участі виявлено, що основою зазначеної моделі є віртуальне бізнес-середовище когнітивної взаємодії учасників «економіки спільної участі». Таке штучне організаційне утворення з багаторівневою мережевою архітектурою рівноправних вузлів дозволяє реалізувати ефект цілісності процесу формування бренд-капіталу країни (розширення можливостей звичайних людей та підприємців; ефективність використання ресурсів; підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу; реалізація потенціалу справедливого розподілу вартості; більш демократична організація підприємницької діяльності та екологічної свідомості, а також нова форма об'єднання людей), що відповідає сучасним світовим тенденціям технологічного розвитку.

Ключові слова: бренд-капітал; кластер; економіка спільної участі; підприємництво.

Елена М. Нифатова, Яна И. Онофрийчук
Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина
**ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНД-КАПИТАЛА В КЛАСТЕРНОМ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ НА ОСНОВЕ ЭКОНОМИКИ
СОВМЕСТНОГО УЧАСТИЯ**

В статье освещены вопросы формирования бренд-капитала в кластерном предпринимательстве на основе экономики совместного участия. С целью осознания и более чёткого представления, проанализированы основные характеристики и противоречия, которые формируют сущностное содержание дефиниции «совместное потребление», что позволило рассматривать её как новую социально-экономическую модель ведения бизнеса, согласно которой доступ к товарам и услугам с избыточными возможностями обеспечивается посредством Интернет-платформы. Установлено, что в процессе осуществления предпринимательской деятельности на основе экономики совместного участия происходит объединение индивидов, потребителей, предпринимателей и

предприятий новым способом (что по своей сути представляет интеграционное объединение), а следовательно, бренд индивида, потребителя, предпринимателя, предприятия и государства в целом выступает интеграционным элементом при переходе к концепции новой экономики совместного участия. Синергетическое сочетание моделей формирования структурного и потребительского капиталов, обоснование основных постулатов новой концепции «экономики совместного участия» и проекция выделенных особенностей формирования бренд-капитала на трёхуровневую плоскость экономических уровней (макро-, мезо- и микро-) позволило предложить модель формирования бренд-капитала кластерного предпринимательства. Таким образом, исследование особенностей формирования бренд-капитала в кластерном предпринимательстве на основе экономики совместного участия показало, что основой указанной модели является виртуальная бизнес-среда когнитивного взаимодействия субъектов «экономики совместного участия». Подобная искусственно созданная организационная структура с многоуровневой сетевой архитектурой равноправных узлов позволяет реализовать эффект целостности процесса формирования бренд-капитала страны (расширение возможностей обычных людей и предпринимателей; эффективность использования ресурсов; повышение уровня социальной ответственности бизнеса; реализация потенциала справедливого распределения стоимости; более демократическая организация предпринимательской деятельности и экологического сознания, а также новая форма объединения людей), что соответствует современным мировым тенденциям технологического развития.

Ключевые слова: бренд-капитал; кластер; совместное потребление; предпринимательство.

Olena M. Nifatova, Yana I. Onofriichuk
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
BUILDING BRAND CAPITAL IN CLUSTER ENTREPRENEURSHIP
ON THE PRINCIPLES OF SHARING ECONOMY

The article seeks to explore the issues of building brand capital in cluster entrepreneurship on the principles of sharing economy. To gain better awareness and clarity, the study offers insights on major characteristics and contradictions embedded in the definition of a "sharing economy" which made possible to view it as a new socioeconomic model of doing business, according to which access to goods and services with excess opportunities is provided through online platforms. It is argued that the process of business activity in the frameworks of sharing economy triggers a new pattern of consolidation of individuals, consumers, entrepreneurs and companies (which is an integration association in nature) and therefore, the brand of an individual, consumer, entrepreneur, company or the state as a whole acts as an integrative element in the transition toward the concept of a new, sharing economy. The synergistic combination of structural and consumer capital formation models, substantiation of the main tenets of the modern concept of sharing economy and the projection of specific features of brand capital onto a three-level plane of macro-, mezo- and microeconomic levels offers a new cluster-based entrepreneurship model of building brand capital. Thus, the study of essential trends in brand capital formation within cluster entrepreneurship based on the principles of sharing economy has revealed that the core of this model is the virtual business environment of cognitive interaction of the sharing economy participants. The authors suggest that such simulated organizational structure with a tiered peer-to-peer network architecture will facilitate the effect of integrity in the process of building the national brand capital (empowering ordinary people and entrepreneurs; utilizing resources effectively; enhancing the degree of corporate social responsibility; realizing the principles of fair distribution of value; more democratic arrangement of entrepreneurship and raising environmental

awareness, as well as offering a new pattern of bringing people together) that fits modern global technology development trends.

Keywords: *brand capital; cluster; sharing economy; entrepreneurship.*

Постановка проблеми. В процесі соціально-ринкової трансформації зміни відносин власності як основи господарської системи є першочерговими і закладають умови для успішної і стабільної діяльності, як всієї економіки, так і окремого підприємства, що є її основним структуроутворюючим елементом. Створені в ході реформ корпоративні підприємства акціонерного типу дозволяють масово розподілити власність серед населення, тим більше що в світовій економіці існують практичні форми поєднання працівника і власника в одному суб'єкті. Таким чином, участь працівників в діяльності свого підприємства представляє нову «економіку участі», яка виступає як форма вирішення протиріч між власністю, працею, виробництвом і господарюванням. Економіка участі – це сукупність відносин економічної власності між найманими працівниками та капіталістами (а опосередковано й державою) щодо участі осіб найманої праці у власності акціонерних компаній та управлінні нею (власністю). Основу економіки участі складають чотири головні компоненти якості: солідарність, різноманітність, справедливість і самоврядування.

Становлення ідей «економіки участі» здійснювалося в кооперативному русі в ХІХ столітті і спочатку мало нестійкі форми, які в подальшому розвивалися і набували стійкості. Світовий досвід свідчить, що на сучасному етапі системи участі в більшій мірі охоплюють нано- та мікрорівні, де власність працівників в основному формується завдяки спеціальним програмам підприємств і держави із залученням позикових коштів, а не за рахунок власних заощаджень працівників. Програми участі дають в значній кількості випадків позитивні результати (особливо при поєднанні функцій власності та управління, і в високотехнологічних компаніях з висококваліфікованою робочою силою), і сприяють підвищенню продуктивності праці і фінансових результатів. Доцільно обґрунтування нових напрямків розвитку і поширення «економіки участі» на мезо-, макро- і мегауровні з урахуванням масштабів, форм, умов і факторів їх здійснення.

Аналіз останніх джерел, досліджень та публікацій. Починаючи з 2000-х років, з розвитком глобальної мережі Інтернет, розуміння економіки участі набуло кардинально нового значення. Головними інструментами економіки участі стали можливість хмарного зберігання та аналізу великих масивів даних, використання соціальних мереж та мобільних пристроїв. Однак слід зауважити, що Інтернет став лише поштовхом для розвитку нової моделі економіки, заснованої на технологіях та інноваціях, які продукують більш швидкі, простіші та економічні стратегії ведення бізнесу на відміну від традиційної економічної моделі.

Економіка спільної участі (англ. *sharing economy*) на сучасному етапі розглядається як соціоекономічна система, заснована на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами. Автори визначають економіку спільної участі як таку, що об'єднує «компанії, які застосовують бізнес-моделі, базовані на наданні доступу до чогось на ринках, які функціонують за принципом «P2P (варіант архітектури системи, в основі якої стоїть мережа рівноправних вузлів)».

Розвиток економіки спільної участі в сучасному розумінні почався з розподілу недовикористаних ресурсів між індивідами (ринку P2P; індивід → індивіду), а потім став поширюватися на розподіл в межах ринку C2C (споживач → споживачеві) та в межах ринку B2C (бізнес → споживачеві). Таке розподілення стало прерогативою як для матеріальних цінностей, так і для нематеріальних активів [1], що формує новий погляд на розуміння ролі та місця бренду в новій моделі економіки [2].

Зростаючий інтерес до економіки спільної участі та її глобальне поширення у світовому економічному просторі супроводжується полемікою навколо цього терміну [3]. На сьогоднішній день не існує загальноприйнятого визначення економіки участі, що зумовлює необхідність у аналізі наявних визначень та синтезі власної економічної дефініції, яка стане каркасом для опису основних компонент когнітивної взаємодії відповідно до сценаріїв «економіки участі» як глобальної моделі формування бренд-капіталу інтегрованих структур.

Так, наприклад, В. Матофська [7] економіку участі інтерпретує як стійку економічну екосистему, яка складається з таких 10 блоків: люди, виробництво, цінність та система обміну, розповсюдження, довкілля, сила, загальний закон, комунікації, культура, майбутнє.

Цікавою є думка М. Олсон та С. Кемп [6] відповідно до якої економіка участі розглядається як ринком, на якому: користувачі – це особи, підприємства чи машини; існує надмірна пропозиція активу, а розподіл створює економічну вигоду як для учасника, так і для користувача; Інтернет забезпечує засоби для спілкування та координації обміну.

С. Міллер [8] у широкому сенсі пропонує розуміти «економіку спільної участі» як економічну модель, де люди створюють та розподіляють товари, послуги, ресурси та гроші між собою.

З метою усвідомлення та більш чіткого уявлення, на нашу думку, необхідно проаналізувати основні характеристики та протиріччя, які формують сутнісний зміст дефініції, що проявляється у наступному:

- розгляд економіки участі як руйнівної сили для традиційної економіки. Розмір такої загрози залежить від того, наскільки сильно зміниться ставлення споживачів до власності. В першу чергу це стосується таких сфер як туристична індустрія, товари народного споживання та послуги, таксі, прокат транспорту тощо [4];

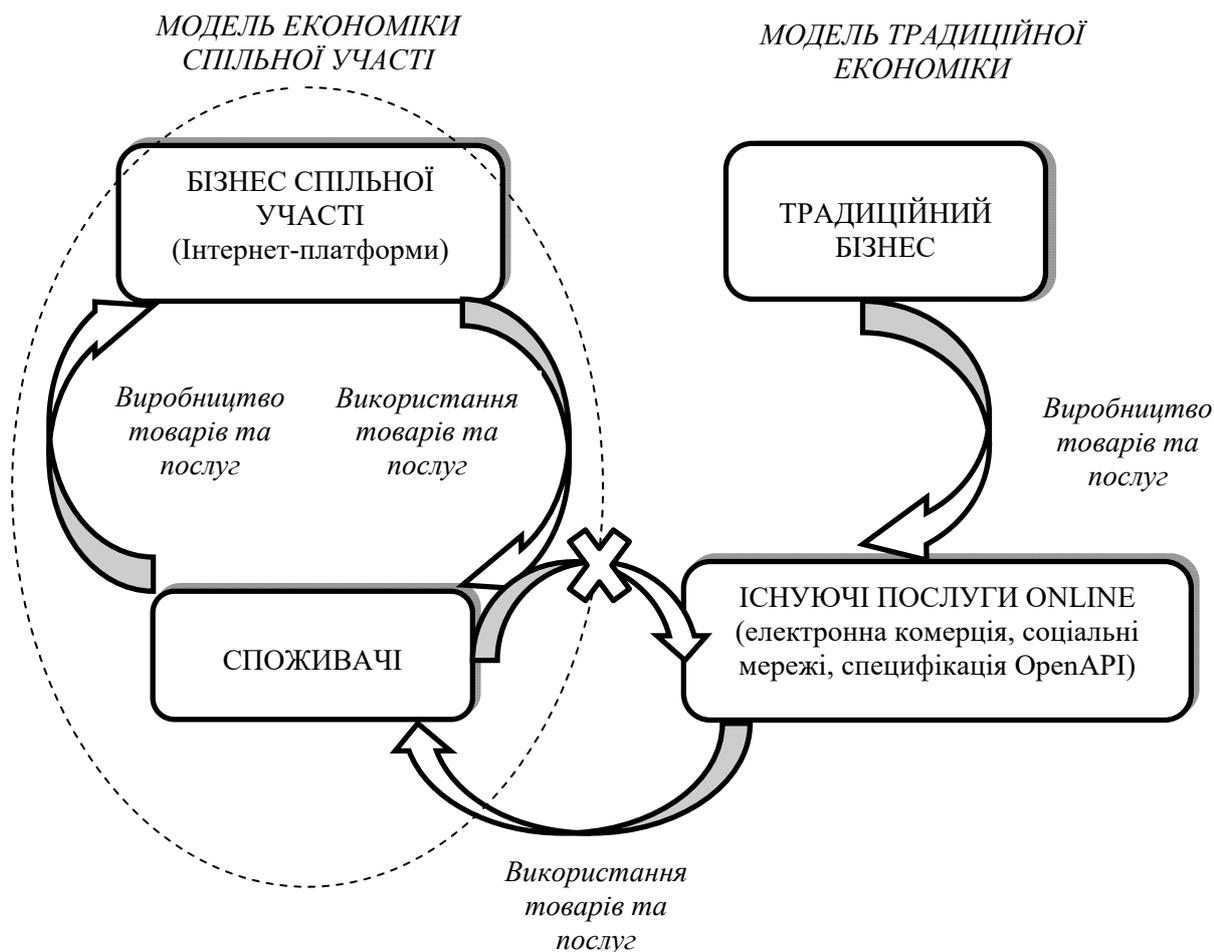
- наявність морального ризику, рівень якого впливає на залучення до економіки участі. Передбачається, що учасники та користувачі будуть довіряти один одному, щоб вести спільний бізнес. За даними досліджень рівень морального ризику знижується через координаційні платформи, які збирають інформацію по обидві сторони угоди, що підвищує привабливість послуги [5]. Компанія зазвичай використовує рейтинг, в якому першочергову роль відіграє бренд та його репутація, або систему перегляду, щоб створити довіру між гравцями ринку. Такий підхід формує для компанії-гравця такі переваги, як довіра, зручність та низька вартість, що є суттєвим для споживачів;

- розгляд економіки участі як нової соціально-економічної системи з обміном і спільною роботою, яка формує такі переваги: розширення можливостей звичайних людей та підприємців; ефективність використання ресурсів; підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу; реалізація потенціалу справедливого розподілу вартості, більш демократична організація підприємницької діяльності та екологічної свідомості, а також об'єднання людей новим способом;

М. Олсон і С. Кемп [6] вважають, що рівень імплементації концепції «економіки участі» у діяльність сучасних компаній залежить від наявності сильного бренду. На їх думку моделі ведення бізнесу на принципах економіки участі є більш гнучкими у адаптації до потреб споживачів, що формує потенціал для звільнення суспільства від практики гіперспоживання. Інші аргументи на користь економіки спільної участі включають більш ефективне використання ресурсів, екологічні переваги через зниження економічної активності, нарощування соціального капіталу та більш справедливий розподіл товарів та послуг [6, 9].

Мета дослідження. Метою статті є дослідження особливостей формування бренд-капіталу кластерного підприємництва на засадах економіки спільної участі.

Результати дослідження. Враховуючи всі вищенаведені визначення, основні характеристики та протиріччя економіки спільної участі, надамо наступне визначення цієї категорії: економіка спільної участі це нова соціально-економічна модель ведення бізнесу, відповідно до якої доступ до товарів та послуг з надлишковими можливостями забезпечується через інтернет-платформи. Композиційну діаграму порівняння моделей традиційної економіки і економіки спільної участі представлено на рис. 1.



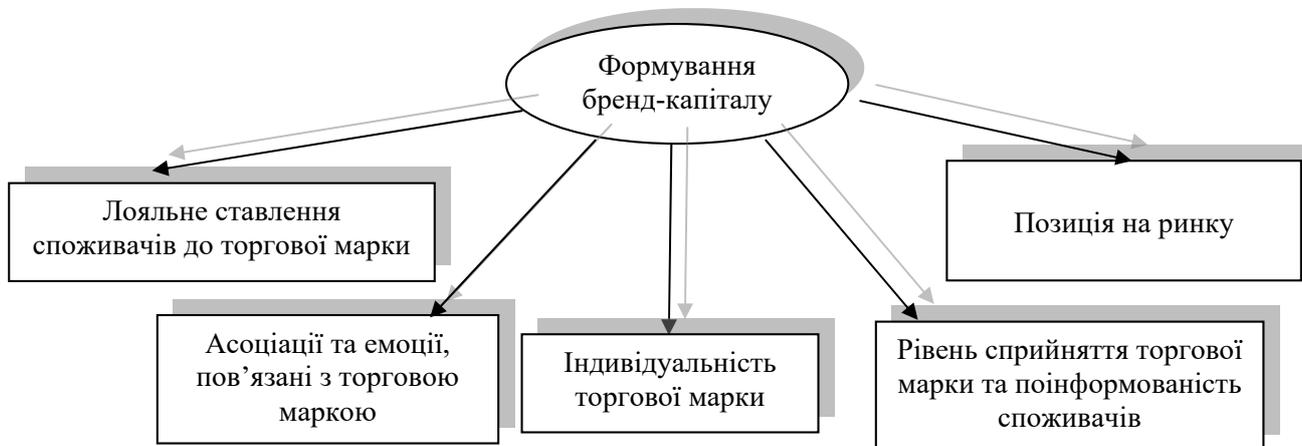
Джерело: складено авторами на основі [7, 8].

Рис. 1. Композиційна діаграма порівняння моделей традиційної економіки і економіки спільної участі

Спільне споживання приймає різні форми, часто використовуючи інформаційні технології для розширення можливостей людей, корпорацій, некомерційних організацій та уряду з інформацією, яка дозволяє здійснювати розподіл, обмін і повторне використання надлишкових ресурсів у вигляді товарів і послуг, що можна відобразити за допомогою порівняння моделей традиційної економіки та економіки спільної участі.

Враховуючи той факт, що в процесі здійснення підприємницької діяльності на засадах економіки спільної участі відбувається об'єднання індивідів, споживачів, підприємців та підприємств новим способом (що по своїй суті являє інтеграційне об'єднання), доцільним є припущення відповідно до якого бренд індивіда, споживача, підприємця, підприємства і держави в цілому буде виступати інтеграційним елементом при переході до концепції нової економіки спільної участі.

Відображення всіх складових елементів бренд-капіталу в рамках нової концепції «економіки спільної участі» на мікро- та мезо- рівнях наведено на рис. 2 та 3.



Джерело: авторська розробка.

Рис. 2. Структурні елементи бренд-капіталу на мікрорівні



Джерело: авторська розробка.

Рис. 3. Формування бренд-капіталу на основі моделі «економіки участі» (мезорівень)

Відповідно до запропонованої схеми ключовими елементами марочного капіталу можна вважати такі:

– лояльне ставлення споживачів до бренда, де під лояльністю мається на увазі нематеріальні активи, які характеризують рівень задоволення марочним товаром та є наслідком раціональної та емоційної прихильності споживача до певного бренда;

– другою складовою бренд-капіталу (одним із найважливіших його елементів) є асоціації та емоції, пов'язані з певною торговою маркою: оскільки, саме на емоційному рівні приймається до 90% рішень щодо здійснення покупки товарів. Будь-яка марочна стратегія підприємства повинна впроваджуватися на базі глибокого розуміння споживачів. Останнім часом деякі компанії для здійснення більш ефективного управління брендом звертаються до емоційної сторони марочної стратегії;

– третя складова (індивідуальність бренда) – відображає характерні властивості бренда, які відокремлюють її від брендів інших виробників. Сильні бренди, як правило, характеризуються високим рівнем індивідуальності;

– четверта складова – рівень сприйняття та поінформованості споживачів щодо бренда – відображає обізнаність та володіння певною інформацією з боку споживачів щодо конкретного бренда;

– позиція на ринку – п'ятий елемент структури бренд-капіталу – характеризує долю ринку, яку займає підприємство у порівнянні з конкурентами, які просувають аналогічний товар на цільовому ринку [10].

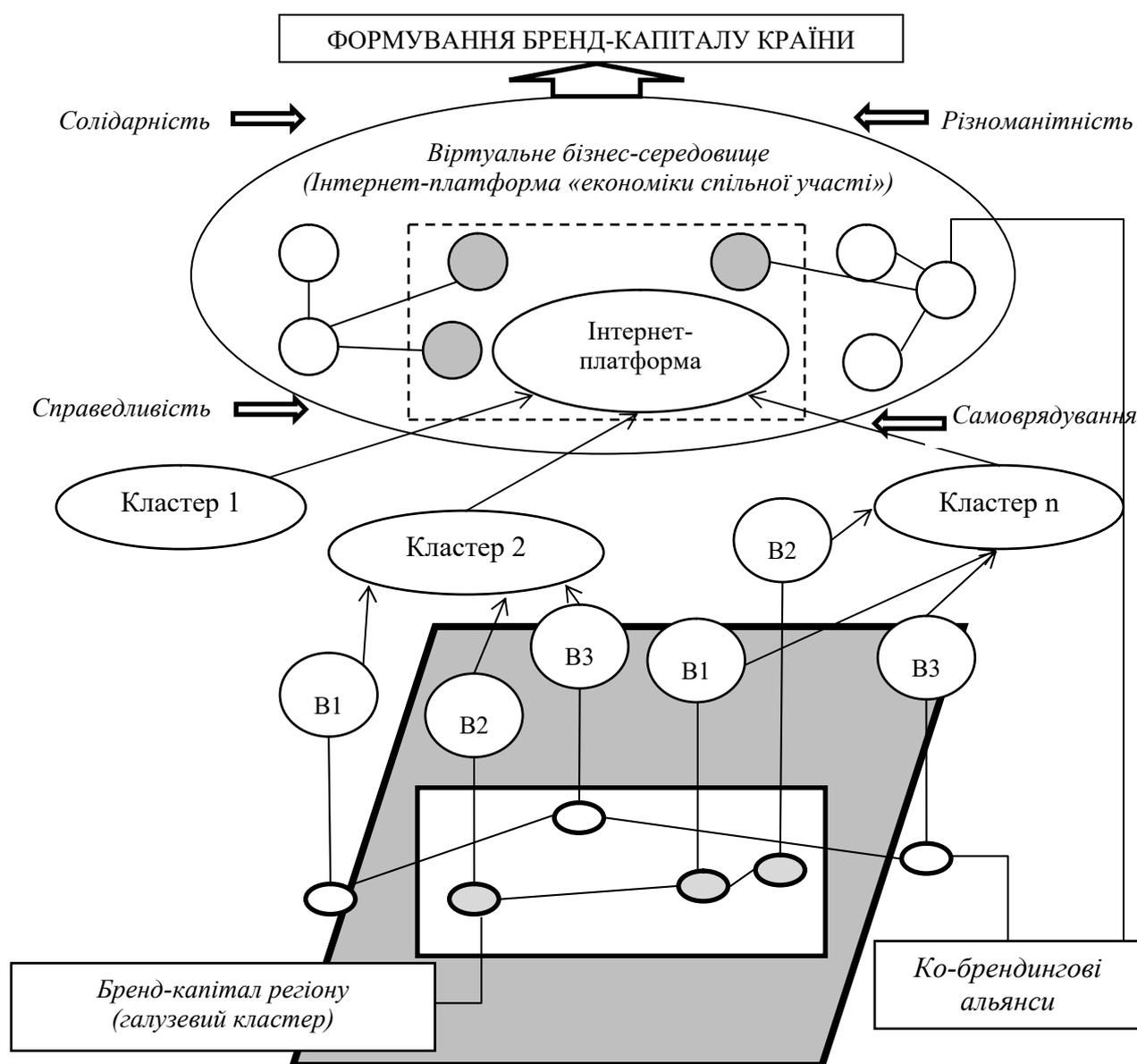
Для ефективного управління брендами варто приділяти достатньо уваги наведеним вище елементам бренд-капіталу, оскільки вони охоплюють як ставлення споживачів до бренда, так і конкурентну позицію конкретного товару на ринку. Виходячи з цієї тези, інтеграційне об'єднання, яке має за мету створення сильного бренда, перш за все, повинно формувати емоційне ставлення споживачів до своєї продукції. На думку фахівців, для формування високого ступеня розвитку та використання бренд-капіталу найбільше значення має перша з наведених складових: збільшення кількості споживачів, які надають перевагу продукції певного бренда, і підвищення рівня їхньої лояльності. Деякі аналітики вважають, що сила й впливовість бренда полягає перед усім у лояльності до неї споживачів.

Розвиток корпоративної культури бізнесу за принципами економіки участі, полягає в усвідомленні того, що унікальність компанії залежить від довірчих, довгострокових відносин з користувачами. І ці відносини часто виходять далеко за рамки очікувань клієнтів.

Аутсорсинг технологій є відмінною рисою економіки участі. За даною концепцією інтегровані структури бізнесу можуть використовувати технології та послуги, створені іншими компаніями, щоб забезпечити якісний досвід своїм клієнтам. Такий підхід реалізується за допомогою ідеї використання програмного забезпечення як послуги, тому відповідальність за технічне обслуговування, управління і конфігурацію не є головним завданням самих компаній. Майже кожен вид програмного забезпечення сьогодні доступний за передплатою, забезпечуючи гнучкість, конфігурацію і доступність.

Створення суперклієнта. Суперклієнти – це особливо лояльні і захоплені клієнти, які мають вплив на спільноту. Суперклієнтами стають шляхом формування звички постійної взаємодії з сервісами компанії. Мова йде не про поодинокі випадки інтенсивного використання продукту, а саме про регулярний і постійний процес. Серед особливостей суперклієнта доцільно зазначити наступні: користуються сервісом часто і регулярно; створюють контент, доступний іншим користувачам; контролюють співтовариство на предмет виконання культурних норм, властивих групі; мають двосторонні відносини з організацією, надають коментарі та пропозиції; демонструють бажання допомогти іншим членам спільноти; залучають нових клієнтів до співтовариства компанії та допомагають їм адаптуватися.

Синергетичне поєднання моделей формування структурного та споживчого капіталів, обґрунтування основних постулатів новітньої концепції «економіки спільної участі» та проекція виокремлених особливостей формування бренд-капіталу на трирівневу площину економічних рівнів (макро-, мезо-, мікро-) дозволив побудувати модель формування бренд-капіталу кластерного підприємництва (рис. 4).



В1, В2, В3 – бренд-капітал окремих брендів; Кластер 1, Кластер 2, Кластер n – бренд-капітал кластеру.
Джерело: авторська розробка.

Рис. 4. Модель формування бренд-капіталу кластерного підприємництва на засадах економіки спільної участі

Відповідно до представленої на рис. 4 моделі формування бренд-капіталу когнитивна взаємодія здійснюється спеціально організованою для цих цілей інтернет-платформою «економіки спільної участі», яка формує і підтримує віртуальне бізнес-середовище. Інтернет-платформу «економіки спільної участі» в загальному вигляді можна представити як

віртуальне об'єднання учасників інноваційного ланцюжка створення цінності у вигляді бренд-капіталу країни за рахунок брендів окремих кластерів, брендів галузевих кластерів. У надкорпоративному віртуальній бізнес-середовищі бренд-капітал окремих бізнес-одиниць представлено на рисунку літерами Ві, які формують бренд-капітал регіону завдяки інформаційно-технічній підтримці відповідних керуючих кластерів. Інтернет-платформа «економіки спільної участі» виконує функцію державної материнської компанії, за підтримки якої формуються кластери потенційних інновацій і на їх основі створюються «start-up» -проекти і інноваційні компанії, що функціонують в рамках того чи іншого галузевого / територіального кластера.

Інтернет-платформа «економіки спільної участі» може надавати власникам інновацій адміністративну, організаційну та консалтингову підтримку в частині що стосується встановлення робочих контактів з потенційними споживачами інновацій, розподіл, обмін і повторне використання надлишкових ресурсів у вигляді товарів і послуг. При цьому віртуальне бізнес-середовище когнитивної взаємодії виступає в якості нематеріальної / інформаційної основи ефективної організації спільної діяльності учасників ціннісного ланцюга формування бренд-капіталу, що дозволяє їм в процесі інтеграційних об'єднань набувати нових функціональних властивості і отримувати синергетичний ефект у вигляді конкурентних переваг і додаткових доходів.

Висновки та пропозиції. Таким чином, віртуальне бізнес-середовище когнитивної взаємодії учасників «економіки спільної участі» є штучним організаційним утворенням з багаторівневою мережевою архітектурою рівноправних вузлів, в якому реалізується ефект цілісності процесу формування бренд-капіталу країни (розширення можливостей звичайних людей та підприємців; ефективність використання ресурсів; підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу; реалізація потенціалу справедливого розподілу вартості, більш демократична організація підприємницької діяльності та екологічної свідомості, а також об'єднання людей новим способом), що відповідає сучасними світовими тенденціями технологічного розвитку (НТП). Організація віртуального бізнес-середовища (Інтернет-платформи «економіки спільної участі») учасників когнитивної взаємодії спрямована на вирішення наступних організаційно-управлінських завдань:

- швидка концентрація фінансового, клієнтського та інтелектуального потенціалів в кожному конкретному напрямку розвитку брендингу інтегрованої структури бізнесу;

- орієнтація учасників когнитивної взаємодії створення цінності бренд-капіталу у виборі / налагодженні робочих контактів (інтерперсональних комунікацій, створення суперклієнтів), підвищення їх результативності;

- досягнення синергетичного ефекту від об'єднання бренд-капіталів на мікро-, мезо-, макрорівнях за рахунок нарощування соціального капіталу та більш справедливого розподілу економічних ресурсів через прояв наступних нових якостей: солідарність (як дифузія ролі та інтересів суб'єктів корпоративних відносин), різноманітність (як підвищення ролі екологічної свідомості, інформатизації і інституціоналізації драйверів інноваційного розвитку нових форм їх організації), справедливість (як участь у прибутках та справедливому розподілі вартості) і самоврядування (як участь в управлінні та прийнятті рішень);

- інтелектуальна інформаційна підтримка процесів створення спільних напрацювань (ко-брендингових альянсів), що сприяють організаційному об'єднанню учасників когнитивної взаємодії в віртуальні інтегровані структури в рамках галузевих / територіальних кластерів.

References

Література

1. Cohen, B. & Kietzman, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279–296.
1. Cohen B. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy / B. Cohen & J. Kietzman // *Organization & Environment*. – 2014. – No. 27 (3). – P. 279–296.
2. Posen, H.A. (2015). Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Über Regulations on Uber? *Iowa Law Review*, 101, 405–433.
2. Posen H. A. Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Über Regulations on Uber? / H. A. Posen // *Iowa Law Review*. – 2015. – No. 101. – P. 405–433.
3. Martin, C.J., Upham, P., Budd, L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological Economics*, 118, 240–251.
3. Martin C. J. Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy / C. J. Martin, P. Upham, L. Budd // *Ecological Economics*. – 2015. – No. 118. – P. 240–251.
4. The Sharing Economy: A New Way of Doing Business 2015. March, 2016. Retrieved from: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/the-sharing-economy-a-new-way-of-doing-business>.
4. The Sharing Economy: A New Way of Doing Business 2015. – March, 2016. – Retrieved from: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/the-sharing-economy-a-new-way-of-doing-business>.
5. Weber, T.A. (2014). Intermediation in a Sharing Economy: Insurance, Moral Hazard, and Rent Extraction. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 35–71.
5. Weber T. A. Intermediation in a Sharing Economy: Insurance, Moral Hazard, and Rent Extraction / T. A. Weber // *Journal of Management Information Systems*. – 2014. – No. 31 (3). – P. 35–71.
6. Olson, M.J. & Kemp, S.J. (2015). An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries. Piper Jaffray. Investment Research.
6. Olson M. J. An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries / M. J. Olson & S. J. Kemp // Piper Jaffray. Investment Research. – 2015.
7. Matofska, B. (2014). What is the sharing economy?: Web log post. Retrieved from <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy>.
7. Matofska B. What is the sharing economy?: Web log post / B. Matofska. – 2014. – Retrieved from: <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy>.
8. Miller, S.R. (2016). First Principles for Regulating the Sharing Economy. *Harvard Journal on Legislation*, 53, 147–202.
8. Miller S. R. First Principles for Regulating the Sharing Economy / S. R. Miller // *Harvard Journal on Legislation*. – 2016. – No. 53. – P. 147–202.
9. Miahkykh, I.M. (2011). Klasterna forma orhanizatsii – diievnyi zasib pidvyshchennia efektyvnosti vyrobnytstva [Cluster form of organization – an effective means of improving production efficiency]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual Problems of Economics], No. 10 (124), P. 104–107 [in Ukrainian].
9. Мягких І. М. Кластерна форма організації – дієвий засіб підвищення ефективності виробництва / І. М. Мягких // *Актуальні проблеми економіки*. – 2011. – № 10 (124). – С. 104–107.
10. Shcherbak, V.H., Kholodnyi, H.O., Bykhova, O.M., Ptashchenko, O.V. (2013). Upravlinnia torhovoioi markoioi v mekhanizmi tovarnoi innovatsiinoi polityky pidpriemstva: monohrafiia [Trademark Management in the Mechanism of Commodity Innovation Policy of the Enterprise: Monograph]. Kharkiv National University of Economics. 252 p. [in Ukrainian].
10. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства: монографія / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. М. Бихова, О. В. Птащенко. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.

УДК 330.341.1

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.6

Яна М. Синяньська

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Катажина Куцкевич

Вільнюський коледж / Університет прикладних наук, Литва

Вікторія В. Готра

Ужгородський національний університет, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті викладено та обґрунтовано результати досліджень у частині формування інтегрованого інноваційного підприємництва в сучасних умовах. За результатами проведеного дослідження визначено такі проблемні області організаційно-економічного забезпечення процесу формування інтегрованого інноваційного підприємства: необґрунтованість вибору перспективних напрямів інноваційної діяльності; відсутність часової і фінансової збалансованості поточної і стратегічної інноваційної діяльності. Проаналізовано чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на організаційно-економічні аспекти формування інтегрованого інноваційного підприємства, зокрема, до зовнішніх віднесено: кон'юнктуру ринків, динаміку фінансового ринку, динаміку розвитку конкурентних галузей, науково-технічний прогрес, динаміку розвитку законодавчої бази, міжнаціональні економічні зв'язки тощо. Внутрішні фактори впливу формуються через збутову, маркетингову, виробничу, зовнішньоекономічну, інноваційну та інвестиційну діяльність, соціально-психологічну атмосферу в колективі і т. ін. Сукупність визначених чинників ілюструє комплексну дію на процес формування інтегрованого інноваційного підприємства. Для підвищення ефективності організації процесу формування інтегрованого інноваційного підприємства досліджено інформаційні потреби його учасників та їх взаємозв'язки, що дало змогу впорядкувати склад функцій, робіт, а також закріпити відповідальність і забезпечити взаємозв'язок дій. Аналіз складу джерел ефекту від формування інтегрованого інноваційного підприємства дозволяє зробити висновок про те, що воно прямо впливає на скорочення часових і фінансових витрат, а також забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: *інновації; інноваційний розвиток; підприємництво; організаційно-економічні протиріччя; економічний ефект; синергія; інтеграція; інтегровані структури бізнесу; кластери; науково-дослідні роботи; освітньо-наукові інституції.*

Яна Н. Синяньская

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина

Катажина Куцкевич

Вильнюсский колледж / Университет прикладных наук, Литва

Виктория В. Готра

Ужгородский национальный университет, Украина

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье изложены и обоснованы результаты исследований в части формирования интегрированного инновационного предпринимательства в современных условиях. По результатам проведённого исследования определены следующие проблемные области организационно-экономического обеспечения процесса формирования интегрированного

инновационного предпринимательства: необоснованность выбора перспективных направлений инновационной деятельности; отсутствие временной и финансовой сбалансированности текущей и стратегической инновационной деятельности. Проанализированы факторы внешней и внутренней среды, которые влияют на организационно-экономические аспекты формирования интегрированного инновационного предпринимательства, в частности, к внешним относятся: конъюнктура рынков, динамика финансового рынка, динамика развития конкурентных отраслей, научно-технический прогресс, динамика развития законодательной базы, межнациональные экономические связи и другое. Внутренние факторы влияния связаны с реализацией сбытовой, маркетинговой, производственной, внешнеэкономической, инновационной и инвестиционной деятельности, социально-психологической атмосферой в коллективе и тому подобное. Совокупность определённых факторов иллюстрирует комплексное воздействие на процесс формирования интегрированного инновационного предпринимательства. Для повышения эффективности организации процесса формирования интегрированного инновационного предпринимательства исследованы информационные потребности его участников и их взаимосвязи, что позволило упорядочить состав функций, работ, закрепить ответственность и обеспечить взаимосвязь действий. Анализ состава источников эффекта от формирования интегрированного инновационного предпринимательства позволяет сделать вывод о том, что оно прямо влияет на сокращение временных и финансовых затрат, а также обеспечивает повышение конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: инновации; инновационное развитие; предпринимательство; организационно-экономические противоречия; экономический эффект; синергия; интеграция; интегрированные структуры бизнеса; кластеры; научно-исследовательские работы; образовательно-научные институты.

Yana M. Synianska

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Katažyna Kuckevič

Vilnius kolegija/University of Applied Sciences, Lithuania

Viktoriiia V. Hotra

Uzhhorod National University, Ukraine

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECTS OF BUILDING INTEGRATED INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN MODERN REALIA

The article provides insights to the research results in the context of building integrated innovative entrepreneurship in modern realia. Based on the research findings, the following major challenges in the organizational and economic framework for facilitating the process of building integrated innovative entrepreneurship have been identified, in particular, the lack of reasoning in selecting promising areas for innovation, the lack of temporal and financial balance in the current and strategic innovation policy. The study seeks to explore the factors of external and internal environment that affect organizational and economic aspects of integrated innovative entrepreneurship. The external factors include business environment, the dynamics of financial market, the dynamics of competitive industries development, scientific and technical progress, the legislation evolution dynamics, international economic relations, etc. Whereas internal factors are associated with a range of different activities, such as sales, marketing, manufacturing, foreign trade, innovation and investment, socio-psychological climate within an organization along with others. A set of specific factors translates into the overall effect on the process of building integrated innovative entrepreneurship model. To enhance the organizational efficiency in building

integrated innovation entrepreneurship, the information needs of its participants and their relationships have been explored which contributes to harmonization of their functions and activities, as well as helps to assign responsibility and to ensure the consistency of actions. A thorough investigation of the sources composition of the effect from building integrated innovative entrepreneurship allows for the conclusion that it has a direct impact on time and cost saving as well as boosts business competitiveness.

Keywords: *innovation; innovative development; entrepreneurship; organizational and economic contradictions; economic benefit; synergy; integration; integrated business structures; clusters; R&D; educational and scientific institutions.*

Постановка проблеми. Створення інтегрованої наукомісткої компанії на ринку становить певні труднощі у зв'язку з проникненням академічної науки, прикладних досліджень, дослідної і виробничої діяльності в загальні бізнес-процеси підприємств. Поєднання і взаємопов'язаність процесів від ідеї до ринкового зразка інноваційного продукту вимагають обґрунтованого вибору найбільш досконалого типу інтегрованого підприємства.

Це означає необхідність вибору не стільки організаційно-правової форми функціонування, скільки типу підприємства зі структурою певних взаємовідносин з освітньо-науковими інституціями.

Невирішені частини проблеми. Так як економічні інтереси виникають в рамках організації виробничих відносин, то ці процеси, а також супроводжуючі їх протиріччя слід розглядати в діалектичній єдності, а не виділяти їх в окремі категорії дослідження.

Економічні протиріччя з'являються в різних формах при взаємодії інтересів акціонерів компанії, партнерів по бізнесу, колективу підприємства, окремих особистостей, місцевих, регіональних органів управління, інвесторів. Вони можуть виникати при реструктуризації підприємств, виборі стратегічних цілей, формуванні інвестиційних програм розвитку, розподілі прибутку та ін.

Неефективне вирішення виникаючих протирічч без дотримання інтересів усіх учасників в умовах циклічного розвитку призводить до незбалансованості руху фінансових ресурсів, сповільнення темпів економічного зростання підприємства та появи кризових ситуацій.

В умовах науково-промислового комплексу головні протиріччя виникають між темпами появи нововведень в результаті науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), інтенсивністю промислового освоєння новацій і можливостями промислового випуску нових виробів. Спливаючі протиріччя та ефективність їх вирішення прямо впливають на фінансову стійкість наукомісткого комплексу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У світовій практиці відомо кілька оцінок організаційної ефективності. Серед них виділяють такі найбільш поширені: модель конкуруючих критеріїв ефективності; модель виявлення чинників неефективності підприємств К. Камерона; комплекс критеріїв організаційної ефективності, запропонований Американським інститутом менеджменту; модель М. Неша; модель Дж. Томпсона; модель Е. Моріна; модель структурних бар'єрів підвищення організаційної ефективності; модель впливу реструктуризації на організаційну ефективність; модель оцінки ефективності з урахуванням типів адаптації і типів ринків тощо.

Велике розмаїття моделей свідчить про труднощі створення єдиного підходу щодо вирішення такої багатокритеріальної задачі. Наразі, до складу критеріїв в теорії організаційної ефективності нараховують кілька десятків істотних ознак діяльності компанії.

Окрім кількісної оцінки рівня організаційної ефективності компанії існують і якісні оцінки, які важко формалізувати, проте вони мають сильний вплив на організаційний

розвиток. До таких характеристик можна віднести: модель людських відносин в компанії, в структурних одиницях; соціально-психологічний клімат; тип керівництва; якість адаптаційних механізмів; цінності фірми; філософію управління.

Всі ці характеристики впливають на настрої, віддачу, ініціативність і результативність праці.

Вся сукупність критеріїв і показників характеризує в цілому організаційну корпоративну культуру компанії.

У своїх дослідженнях Г. Хофстед виділив наступні ознаки, що визначають організаційну культуру:

- владна дистанція;
- прагнення уникати невизначеності;
- рівень колективізму (індивідуалізму) [3].

Американським інститутом менеджменту на основі анкетування менеджерів був запропонований власний комплекс показників, що дозволяють оцінювати рівень організаційної ефективності американських компаній. В результаті, в якості основних груп критеріїв були виділені:

- економічні критерії (прибутковість, фінансування тощо);
- корпоративна структура;
- обслуговування акціонерів (дивідендна політика, інформаційна прозорість тощо);
- дослідження і розвиток;
- ефективність директорату;
- фіскальна політика (податкова оптимізація, довгострокова ліквідність компанії);
- виробнича ефективність (частка ринку, територія збуту, якість продукції та

сервісу);

- якість виконання.

Відповідно до моделі Дж. Томпсона, будь-яка організаційна структура являє собою сукупність технологічного ядра і управлінського рівня, які активно взаємодіють:

- новизна і складність технологій викликає збільшення структурної диференціації;
- підвищення технічної невизначеності стимулює зменшення формалізації і централізації в організації;
- збільшення технологічної взаємозалежності вимагає більшої координації [2].

В цілому, організаційна ефективність визначається досягнутим рівнем взаємної відповідності технологічного ядра в організаційній структурі. Ступінь відповідності впливає на рівень витрат та координацію, витрати – на планування, ритмічність роботи, кількість конфліктів, організаційні особливості дослідницької діяльності, трансакційні витрати на інноваційну діяльність.

При оцінці організаційної ефективності необхідно враховувати наявність структурних бар'єрів, які викликані взаємодією структурних одиниць при вирішенні спільних завдань. Це обумовлено наявністю різних економічних інтересів при вирішенні своєї частини загальної задачі, а недотримання інтересів призводить до протиріч при досяганні цілей компанії.

Дотримання інтересів, що виникають в процесі корпоративного управління, служать визначальною умовою зменшення числа протиріч і являться ознакою ефективного управління.

Дослідження взаємодії елементів системи економічних інтересів і протиріч в процесі розвитку науково-промислової корпорації дозволяють створити механізм збалансованого управління діловою активністю в різних фазах циклів життєдіяльності компанії (підйом, спад, депресія).

Метою статті є дослідження організаційно-економічних аспектів формування інтегрованого інноваційного підприємництва в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. В економічній науці теоретично обґрунтовано три типи досконалого підприємства: мінімалістичного, холістичного та анімалістичного типу. Кожен тип характеризується особливостями і специфікою організації бізнес-діяльності.

Підприємство мінімалістичного типу відрізняється високим рівнем раціональності структурного утворення з високим рівнем спеціалізації основної діяльності, відсутністю диверсифікації бізнесу. Додаткові, чи специфічні функції підприємство передає спеціалізованим фірмам на основі аутсорсингу. Система управління мінімалістичного підприємства направлена на отримання максимального доходу при мінімальних витратах. Спеціальні функції також мінімізовані. Підприємство має гнучкість і маневреність, швидко перелаштовується при зміні вимог ринку. Проте, варто відзначити також, що підприємство має низьку соціальну відповідальність, переважання конкурентного суперництва, нестачу стратегічних дій.

Концепція холістичного типу підприємства характеризується чіткою взаємодією всіх структурних складових компаній, єдністю цільових установок, проявом мультиактивних і синергічних ефектів інтеграції бізнес-одиниць. Такі особливості підприємств формують фінансово-економічну стійкість і виживання в кризових ситуаціях. Ці підприємства відрізняються гармонійністю розвитку (науково-технічного, економічного тощо).

Підприємство анімалістичного типу відрізняється високим рівнем самоорганізації, вмотивованістю праці, соціальним захистом, збалансованістю інтересів усіх працюючих, високою корпоративною культурою, ціннісними положеннями і філософією управління на основі духовності та соціальної відповідальності.

Ринкова поведінка підприємств анімалістичного типу характеризується дотриманням ділової етики, виконанням правил і законодавчих актів, прозорістю бізнесу, етичним ставленням до партнерів і конкурентів. Ефективність таких підприємств виходить за рамки корпорації, так як позитивно впливає на підприємницьку поведінку інших організацій та формує стабілізуючий вплив на ринкове середовище. Зазначений тип підприємств впливає на акценти розвитку ринкової економіки.

Економіка, що складається переважно з мінімалістичних підприємств, буде характеризуватися різким конкурентним протистоянням товаровиробників, низьким ступенем інтегрованості, різкою соціальною нерівністю і високим рівнем безробіття.

Економіка, де домінує підприємство анімалістичного типу, буде відрізнятися високим ступенем відповідальності, в тому числі соціальної, прагненням до поліпшення якості продукції та бізнесу, інтелектуальною активністю, стратегічною спрямованістю розвитку. У реальній економіці зустрічаються підприємства всіх типів, включаючи змішані. Однак, по мірі розвитку економіки підприємства будуть прагнути до анімалістичного типу як найбільш досконалого.

При побудові організаційної структури наукомістких підприємств необхідно не тільки намагатися стати більш досконалими, а й враховувати умови глобалізації економіки та інформатизації. За даних умов технологічні ланки, наукові та виробничі процеси можуть бути територіально роз'єднані, і лише синтез проміжних результатів здійснюється в головній компанії при розробці і виробництві кінцевого продукту.

У даних умовах ускладнюється рух грошових потоків, гальмується координація і внутрішньофірмове планування, акцент управління змінює фокус на стратегічні цілі. Виникає небезпека порушення економічних пропорцій і рівноваги між усіма видами діяльності, що, в свою чергу, впливає на ефективність функціонування наукомістких підприємств. Дослідження показують, що для консолідації діяльності різних юридичних осіб

при створенні наукоємного нового продукту доцільно використовувати інтегрований кластерний підхід.

Галузевий кластер являє собою сукупність інноваційно активних суб'єктів економічної діяльності з мотивованими і стійкими коопераційними відносинами, що утворюють безперервну синергетичну сукупність елементів отримання підсумкового результату.

Пропонований механізм організаційно-економічного розвитку включає кластерний підхід і умови створення анімалістичного типу підприємства, що дозволяє забезпечити найбільшу ефективність функціонування науково-промислового комплексу. Тип підприємства в свою чергу впливає на рівень організаційної ефективності. Подолання протиріч – об'єктивний процес розвитку корпорації, а суб'єктивним фактором служить вибір напрямів, форм, темпів, пропорцій інноваційного розвитку підприємництва.

Інноваційні процеси в корпорації носять циклічний характер, тобто здійснюються з певною періодичністю для конкретного бізнесу в міру дозрівання певних умов і передумов. Інновації виступають також одним з основних джерел появи протиріч при переході об'єкта від одного якісного стану до іншого, наприклад до більш високого рівня розвитку.

Механізм вирішення протиріч між розробниками, виробниками і споживачами нових технологій недосконалий, так як практично не враховує елементи взаємозв'язку інтересів перерахованих груп. Кожна група учасників інноваційного циклу намагається першочергово задовольнити свої групові інтереси, в результаті протиріччя посилюються ще більше і це відбивається на зниженні результативності нових технологій (якість, терміни, витрати, ефективність).

Рівень неузгодженості векторів економічних інтересів в період інноваційного розвитку підприємств служить індикатором для оцінки можливих наслідків реалізації інноваційного циклу. При високому рівні неузгодженості інтересів і наслідковій наявності протиріч, за результатами реалізації інноваційних процесів в компанії виникає кризова ситуація. В цьому випадку невідповідність компанії до чергового рівня розвитку може призвести до її банкрутства.

Таким чином, діалектичний процес розвитку супроводжується наявністю об'єктивних умов і передумов, а також суб'єктивних підходів до реалізації виникаючих протиріч при досягненні заданих цілей.

Висновки та перспективи дослідження. Наявність механізму розв'язання економічних суперечностей інноваційного розвитку компаній дозволить забезпечити збалансованість інтересів різних груп співучасників та здійснити досягнення поставлених цілей в заданих параметрах.

Під вирішенням економічних протиріч розуміється приведення цілей інтегрованих суб'єктів підприємництва до прийнятних умов, які забезпечують досягнення запланованих економічних результатів з найбільшою ефективністю.

Для ефективного вирішення можливих економічних протиріч необхідно створити механізм їх своєчасного виявлення і визначення умов їх позитивного вирішення з урахуванням інтересів учасників процесу розвитку інтегрованого інноваційного підприємництва.

References

Література

1. Kameron, K., Quinn, R. (2001). Diagnostika i izmenenie organizatsionnoi kultury [Diagnostics and change in organizational culture]. Translation from P. Quinn; пер. с англ. под ред. English. Ed. I.V. Andreeva. St. Petersburg: Piter. И. В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001. – 320 p. [in Russian].

2. Thompson, A. A., Strickland, A. J. (2007). Strategicheskii menedzhment. Kontseptcii i situatcii dlia analiza [Strategic management. Concepts and situations for analysis]. Moscow: Vilnius. 928 p. [in Russian].
2. Томпсон мл. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон мл., А. Дж. Стрикленд. – М.: Вильнюс, 2007. – 928 с.
3. Culture, leadership, and organizations: the GLOBE study of 62 societies. By Dr. Mansour Javidan, Dr. Vipin Gupta, Robert J. House, Peter W. Dorfman, Paul J. Hanges. 1st. Ed. SAGE Publications, 2004. 848 p.
3. Culture, leadership, and organizations: the GLOBE study of 62 societies / by Dr. Mansour Javidan, Dr. Vipin Gupta, Robert J. House, Peter W. Dorfman, Paul J. Hanges. – 1st. ed. – SAGE Publications, 2004. – 848 p.
4. Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M. Zanna (ed.). Advances in Experimental Social Psychology. New York: Academic Press. Vol. 25, P.1–65.
4. Schwartz S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries / S. H. Schwartz // M. Zanna (ed.). Advances in Experimental Social Psychology. New York: Academic Press. – 1992. – Vol. 25. – P. 1–65.
5. Schwartz, S.H. (1994). Beyond Individualism and Collectivism: New Cultural Dimensions of Values. In: U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi & G. Yoon (eds.). Individualism and Collectivism: Theory, Method and application. Thousand Oaks CA: Sage. P. 85–119.
5. Schwartz S. H. Beyond Individualism and Collectivism: New Cultural Dimensions of Values / S. H. Schwartz // U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, G. Yoon (eds.). Individualism and Collectivism: Theory, Method and application. Thousand Oaks CA: Sage. – 1994. – P. 85–119.
6. Smith, P., Peterson, M., Thomas, D. (eds.). (2008). The Handbook of Cross-Cultural Management Research. Thousand Oaks CA: Sage.
6. Smith P. The Handbook of Cross-Cultural Management Research / P. Smith, M. Peterson, D. Thomas (eds.). Thousand Oaks CA: Sage, 2008.
7. Fischer, R. (2009). Where is Culture in Cross-Cultural Research?: An Outline of a Multilevel Research Process for Measuring Culture as a Shared Meaning System. International Journal of Cross Cultural Management, No. 9, P. 25–48.
7. Fischer R. Where is Culture in Cross-Cultural Research?: An Outline of a Multilevel Research Process for Measuring Culture as a Shared Meaning System / R. Fischer // International Journal of Cross Cultural Management. – 2009. – No. 9. – P. 25–48.
8. Gilligan, C. (1982). In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development. Cambridge MA: Harvard University Press.
8. Gilligan C. In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development / C. Gilligan. – Cambridge MA: Harvard University Press, 1982.
9. Gryshchenko, I.M., Ganushchak-Efimenko, L.M., Shcherbak, V.G. (2019). Cluster enterprises as interactive form for implementation of business ideas with socially important population representations. Management, Vol. 29, No. 1, P. 22–34.
9. Gryshchenko I. M. Cluster enterprises as interactive form for implementation of business ideas with socially important population representations / Ivan M. Gryshchenko, Liudmyla M. Ganushchak-Efimenko, Valeriia G. Shcherbak // Management. – 2019. – Vol. 29, No. 1. –

10. Ganushchak-Iefimenko, L.M., Shcherbak, V.H. (2016). Rozvytok innovatyvnoho pidpriemnytstva na zasadakh klasternoї orhanizatsii [Development of innovative entrepreneurship on the basis of cluster organization]. Aktualni problemy ekonomiky [Actual Problems of Economics], No, 11 (185), P. 88–97 [in Ukrainian].

11. Shcherbak, V.H. (2018). Reitynhuvannia trudovoho potentsialu yak interaktyvnyi instrumentarii stymuliuvannia innovatsiinoї diialnosti [Rating labor potential as an interactive tool for stimulating innovation]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Serii: Ekonomichni nauky [Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design, Series: Economic Sciences], No. 5, P. 90–101 [in Ukrainian].

12. Hotra, V., Nifatova, O., Telychko, T. (2019). Napriamy innovatsiinoho rozvytku rehionalnoi ekonomiky [Areas of Innovative Development of Regional Economy]. Aktualni pytannia ekonomiky, obliku, finansiv ta upravlinnia personalom: zbirnyk tez mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Topical Issues of Economics, Accounting, Finance and Personnel Management: Collection of Abstracts of International Scientific and Practical Conference (April 17–18, 2019)]. Uzhhorod: Publisher UzhNU "Hoverla", 2019. – S. 91–94 [in Ukrainian].

P. 22–34.

10. Ганущак-Єфіменко Л. М. Розвиток інноваційного підприємництва на засадах кластерної організації / Л. М. Ганущак-Єфіменко, В. Г. Щербак // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 11(185) – С. 88–97.

11. Щербак В. Г. Рейтингування трудового потенціалу як інтерактивний інструментарій стимулювання інноваційної діяльності / В. Г. Щербак // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. – 2018. – № 5. – С. 90–101.

12. Готра В. Напрями інноваційного розвитку регіональної економіки / В. Готра, О. Ніфатова, Т. Теличко // Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом: збірник тез міжнародної науково-практичної конференції (17–18 квітня 2019 р.). – Ужгород: Вид-во УжНУ "Говерла", 2019. – С. 91–94.

УДК 620.91

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.7

Іван В. Солоненчук

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна
МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ

Стаття присвячена дослідженню особливостей державного регулювання ринку енергоресурсів. Розглянуто еволюцію способів, форм і методів державного управління елементами системи енергозабезпечення територій різних країн. Вітчизняний і зарубіжний досвід господарювання підтверджує наявність проблем у державному регулюванні, що зумовлює пошук їх вирішення за допомогою побудови більш сучасної і прогресивної моделі державного регулювання ринку енергоресурсів, зокрема, моделі конфігураційного управління. Модель конфігураційного регулювання дозволяє реалізувати інструменти та заходи управлінського впливу на ринок енергоресурсів на чотирьох рівнях: на мікро- (підприємства, домогосподарства) та мезо- (регіональному) – у формуванні попиту на ті чи інші види енергоресурсів; на мезо- (галузевому) та макро- (національному) – у формуванні пропозицій на енергоресурси. Дієвість інструментів моделі конфігураційного регулювання ринку енергоресурсів за функціональним навантаженням проявляється через організаційні заходи (зниження залежності від ринку нафти і газу; виведення з експлуатації застарілих потужностей; лібералізація ринку енергоресурсів в сфері дистрибуції; продовження лібералізації відносно розподіленої генерації); технологічні заходи (створення локальних мереж з генерацією відновлюваних джерел; Smart Grid версії – «розумні мережі»; імплементація стандартів «пасивних, активних будинків»; формування ринку зберігання електроенергії); фінансові заходи (залучення великих інвестицій в енергетичний сектор; впровадження технологій проєктного фінансування з метою залучення довгострокових інвестиційних ресурсів банківської системи; створення особливих економічних зон з метою мінімізації податкового навантаження на суб'єкти економічної діяльності в рамках реалізації державної політики в енергозбереженні). Впровадження всіх цих заходів сприятиме підвищенню рівня розвитку ефективної енергетики та систем енергозбереження, дозволить досягти стратегічних орієнтирів, визначених в Енергетичній стратегії України на період до 2030 року.

Ключові слова: державне регулювання; ринок енергоресурсів; прямі і непрямі методи регулювання; монополія і конкуренція; модель конфігураційного регулювання ринком енергоресурсів.

Іван В. Солоненчук

Національний університет біоресурсів і природопользования Украины, г. Киев, Украина

**МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА
ЭНЕРГОРЕСУРСОВ**

Статья посвящена исследованию особенностей государственного регулирования рынка энергоресурсов. Рассмотрена эволюция способов, форм и методов государственного управления элементами системы энергообеспечения территорий разных стран. Отечественный и зарубежный опыт хозяйствования подтверждает наличие проблем в государственном регулировании, что обуславливает поиск их решения с помощью построения более современной и прогрессивной модели государственного регулирования рынка энергоресурсов, в частности, модели конфигурационного управления. Модель конфигурационного регулирования позволяет реализовать инструменты и меры управленческого воздействия на рынок энергоресурсов на четырёх уровнях: на микро-

(предприятия, домохозяйства) и мезо- (региональном) – в формировании спроса на те или иные виды энергоресурсов; на мезо- (отраслевом) и макро- (национальном) – в формировании предложений на энергоресурсы. Действенность инструментов модели конфигурационного регулирования рынка энергоресурсов по функциональной нагрузке проявляется в осуществлении организационных мероприятий (снижение зависимости от рынка нефти и газа; вывод из эксплуатации устаревших мощностей; либерализация рынка энергоресурсов в сфере дистрибуции; продолжение либерализации в отношении распределённой генерации); технологических мероприятий (создание локальных сетей с генерацией возобновляемых источников; Smart Grid версии – «умные сети»; имплементация стандартов «пассивных, активных домов»; формирование рынка хранения электроэнергии); финансовых мероприятий (привлечение больших инвестиций в энергетический сектор; внедрение технологий проектного финансирования с целью привлечения долгосрочных инвестиционных ресурсов банковской системы; создание особых экономических зон с целью минимизации налоговой нагрузки на субъекты экономической деятельности в рамках реализации государственной политики в энергосбережении). Внедрение всех этих мероприятий будет способствовать повышению уровня развития эффективной энергетики и систем энергосбережения, позволит достичь стратегических ориентиров, определённых в Энергетической стратегии Украины на период до 2030 года.

Ключевые слова: государственное регулирование; рынок энергоресурсов; прямые и косвенные методы регулирования; монополия и конкуренция; модель конфигурационного регулирования рынком энергоресурсов.

Ivan V. Solonenchuk

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

GOVERNMENT MECHANISM FOR ENERGY MARKET REGULATION

The article provides insights to describing specific features of government regulation of the energy market. The study offers an overview on the evolution of methods, forms and tools of government control of power supply system components across different countries. Domestic and international business practices bear evidence of a number of problems in government regulation which drives the search for their solution by building a new, more progressive model of energy market regulation, in particular, the configuration management model. This configuration regulation model contributes to more effective implementation of tools and methods of managerial intervention to the energy market at four levels: micro- (companies, households) and meso- (regional) – in shaping demand for certain types of energy resources; on meso- (sectoral) and macro- (national) – in building energy supply patterns. The effectiveness of the energy market configuration regulation model tools by their functional load is validated through a range of organizational measures (reduction of dependence on the oil and gas market; decommissioning of obsolete facilities; liberalization of the energy market in the area of distribution; further liberalization as to distributed energy generation); technological measures (building local networks with renewable sources generation; Smart Grid versions – "smart networks"; implementation of passive / active house standards; creating the electricity storage market); financial measures (attracting large investments in the energy sector; implementing project financing technologies to attract long-term investments from the banking system; launching special economic zones to reduce the tax burden on business entities within the framework of the government energy saving policy). The implementation of all these activities will enhance energy efficiency and energy saving systems, as well as contributes to attaining strategic benchmarks defined in the Energy Strategy of Ukraine until 2030.

Keywords: government regulation; energy market; direct and indirect regulation methods; monopoly and competition; configuration model for energy market regulation.

Постановка проблеми. Одним з основних пріоритетів національної економічної системи в сучасних умовах є підвищення ефективності та конкурентоспроможності енергетичної галузі, що дозволить досягти високого рівня енергетичної безпеки країни. Особливе значення на сучасному етапі надається розробці та вдосконаленню механізмів та інструментів реалізації державної політики в енергетиці. Підтримка і стимулювання стратегічних ініціатив в енергетиці є основою для реалізації великих енергетичних проєктів в майбутньому. Пріоритетними напрямками в цілях забезпечення постійного поступального розвитку енергетики і забезпечення енергетичної безпеки країни є: розробка нових технологій видобутку, перетворення і транспортування енергетичних ресурсів на основі технічного переозброєння і будівництва нових енергетичних об'єктів, створення привабливого для інвесторів господарського середовища в сфері енергетики, для чого потрібно вдосконалення державного регулювання галузі, формування нових ринків палива та енергії.

Аналіз останніх досліджень і невирішена частина проблеми. Більшість вчених сходяться на думці, що регулювання економіки і разом з нею господарської діяльності державними методами – взаємопов'язаний і чітко злагоджений процес [1]. Відповідно, без державного втручання в діяльність суб'єктів господарювання неможливо в достатній мірі забезпечити гарантії прав і свобод людини і громадянина, які проголошені і закріплені на міжнародному та національному рівні. Держава здатна нівелювати негативні наслідки діяльності господарюючих суб'єктів і всього ринку шляхом заборони монополії, створення і підтримання конкурентного середовища, скороченням негативних результатів діяльності окремих підприємств, забезпечення ринку необхідною інформацією.

Проблемам державного регулювання паливно-енергетичного комплексу присвячені роботи як вітчизняних так і зарубіжних науковців: Л. Беляєва [1], Н. Мица [2], Л. Товажнянського [3], І. Франчука [4] та ін. Більшість з них сходяться на думці, що державне регулювання енергетичної галузі є одним із першочергових заходів щодо підвищення безпеки будь-якої країни. Так, концептуальні засади регулювання розвитком паливно-енергетичного комплексу та ринку енергоресурсів висвітлено у працях таких вчених: О. Алімова, А. Даниленко, В. Трегобчука [5], В. Бакуменко, В. Князева, Ю. Сурміна [6], О. Амелницької [7], Д. Бусарева [8], О. Віхрова [9]. Однак, на сьогоднішній день досі невирішеною проблемою залишається питання формування та використання ефективних інструментів державного регулювання ринку енергоресурсів в умовах зміни енергетичного стану та впливу його на економіку країни залишаються поза увагою науковців і законодавців та потребують розгляду й вирішення.

Метою статті є дослідження інструментів державного регулювання ринку енергоресурсів України та виявлення проблемних аспектів у функціонуванні паливно-енергетичного комплексу (ПЕК).

Результати дослідження. Ринкова економіка не може ефективно функціонувати без взаємодії з державою. У свою чергу, держава активно працює над створенням сприятливих умов для сталого розвитку економічних відносин, в першу чергу, за допомогою створення спільних правил діяльності для всіх суб'єктів господарювання. Про необхідність втручання держави в економічне життя вперше заговорив ще Дж. Кейнс, який в 30-і роки ХХ століття займався пошуком методів, які дозволили б вийти з глибокої кризи, поліпшити умови і підвищити зростання продуктивності, подолати масове безробіття. Кейнс вважав, що ринковий механізм саморегулювання марний, і без зовнішнього втручання досягти рівноваги практично неможливо. Тобто, економіка не здатна «Вилікувати» себе самостійно [10]. В

даний час держава, ґрунтуючись на легітимності, здатне використовувати дієві правові, політичні та економічні методи для того, щоб усунути ринкові провали і гарантувати реалізацію принципів соціальної справедливості. Держава – особливий учасник господарських відносин, оскільки приймає в них участь двояким способом – безпосередньо (при випуску державних цінних паперів) і опосередковано (шляхом створення унітарних підприємств). Крім того, держава виступає в ролі регулятора господарської діяльності, що дозволяє реалізувати йому свою економічну функцію.

В даний час ринок енергоресурсів в Україні існує, і він продовжує формуватися і розвиватися далі. Для забезпечення його повноцінного становлення і зміцнення є цілий ряд інструментів, за допомогою яких можна забезпечити належний антимонопольний контроль. Ключовою проблемою забезпечення ринку енергоресурсів і формування конкурентоспроможної національної економіки на різних товарних ринках є здійснення повноцінного антимонопольного регулювання. Рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки залишається низьким, що породжує суттєві загрози для ринку енергоресурсів країни. При цьому контроль над ринком енергоресурсів і ринковими відносинами, що складаються в його рамках, вимагає створення правил оптового і роздрібного ринку, розробки систем і правил доступності, вироблення документів для дотримання законності, недопущення маніпулювання цінами та потужностями на ринку енергоресурсів.

Розглядаючи особливості державного регулювання та регулювання ринком енергоресурсів, теоретично поділимо поняття «державне управління» і «державне регулювання». За змістом ці категорії досить схожі, проте їх ототожнення не завжди є вірним. Справа в тому, що державне управління носить більш загальний характер, ніж державне регулювання. Державне регулювання слід розглядати як окремий випадок державного управління. Крім того, існує окреме визначення поняття «державне регулювання економіки», під яким розуміється «комплекс заходів, дій, що застосовуються державою для корекції і встановлення основних економічних процесів» [11, с. 72–75]. Тобто регулювання покликане здійснювати коригування, підстроювання діяльності економічного об'єкта, що направляється управлінням в цілому. Є і ще одна відмітна риса категорії «регулювання». Коли мова йде про управління, то, як правило, мають на увазі весь арсенал доступних засобів суб'єкта управління, за допомогою яких здійснюється управлінський вплив на об'єкт управління: адміністративно-розпорядчі заходи, економічні інструменти, соціально-психологічні способи. У той час як в державному регулюванні, як правило, задіяні економічні методи управління, механізми стимулюючого і обмежуючого характеру. В даний час більшість економістів висловлюють думку про необхідність розумного поєднання ринкових сил і державного втручання у рішення економічних і соціальних проблем суспільства. Питання залишається відкритим в тих випадках, коли мова заходить про масштаби і межі державної експансії, форми і методи використання державного інструментарію в тих чи інших випадках.

Типова схема державного регулювання ринку, узагальнююча погляди різних вчених на роль держави і реалізовані нею різні напрямки економічної політики в вигляді регуляційних процесів, представлена на рис. 1.

Представлені на рис. 1 недосконалості як державного регулювання економіки, так і ринкового механізму господарювання викликають необхідність пошуку нових сучасних форм державного управління, які на нинішньому етапі розвитку країни дозволили б реалізувати більш досконалу економічну політику, нівелюючи окремі «провали» держави і ринку. Різні держави на певних історичних етапах свого розвитку з різною інтенсивністю, застосовуючи різні способи і форми, здійснювали державне управління елементами системи енергозабезпечення своїх територій (стадіями трансформації ресурсів в енергію),

виробляючи певну державну економічну політику. Безпосередня реалізація державної політики в сфері енергозабезпечення пов'язана із застосуванням в практиці господарювання різних інструментів державного регулювання. Використовуючи найбільш поширену класифікацію методів державного регулювання, розглянемо можливі методи прямого і непрямого впливу.



* класичний і егалітарний підходи, що стосуються ролі держави в економіці;

** неокласичний напрям (А. Маршалл, Е. Чемберлін, Л. фон Мізес, Ф.А. фон Хайек, М. Фрідман; неоліберальний напрям (А. Лаффер та Дж. Гільдер, Р. Лукас-мл., Ф. Кюдланд і Е. Прескотт); неокейнсіанський (Дж. Стігліц, Л.І. Абалкін); інституціональний напрям (Р. Коуз, О. Вільямсон, Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Мітчелл);

*** в основу покладено ідеї А. Сміта і його прихильників.

Джерело: узагальнення автора.

Рис. 1. Спрощена схема державного регулювання ринку

Прямі методи державного регулювання, ґрунтуючись на силі державної влади, роблять безпосередній вплив на діяльність господарюючих суб'єктів, вони змушують підприємства приймати рішення, засновані не на самостійному економічному виборі, а на приписах держави [12; 13]. Ці методи пов'язані з використанням адміністративних засобів впливу, що характеризуються безпосереднім владним впливом державних органів на регульовані відносини і поведінку відповідних суб'єктів. Прямі методи характеризуються наявністю певного суб'єкта впливу. Держава вдається до прямих методів регулювання в тих сферах і галузях господарства, конкурентоспроможність яких не може бути забезпечена тільки за допомогою ринкового механізму. Наприклад, в енергетиці, де вирішуються великомасштабні стратегічні завдання, присутні високі ризики приватних інвестицій, де громадська вигода значно перевищує вигоду окремих підприємств або тягне за собою додаткові витрати. Прямі методи також широко використовуються в управлінні державної і муніципальної власністю.

У свою чергу групу прямих методів можна умовно розділити на організаційні та нормативно-правові. Нормативно-правові методи виражаються у встановленні правових і адміністративних обмежень і заборон, нормативних вимог до якості і сертифікації технології

та продукції, ліцензування діяльності. Нормативно-правові методи відрізняються від організаційних тим, що вони опосередковані в нормативно-правових актах. Класифікація методів державного регулювання системи енергозабезпечення наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація методів державного регулювання системи енергозабезпечення

Прямі		Непрямі
Нормативно-правові	Організаційні	
Ліцензування	Проведення господарської функції (націоналізація)	Регулювання цін (тарифна політика)*
Встановлення правил функціонування ринку енергії	Визначення стратегічних цілей і показників	Субсидування
Встановлення технічних вимог	Цільове програмування	Оподаткування
	Державна підтримка програм, замовлень і контрактів	Пільгове кредитування

* може виступати в якості прямого методу регулювання.

Здійснено аналіз сучасного стану ринку енергоресурсів, цінову політику на енергетичні ресурси, зокрема середню ціну у порівнянні імпортованих та вітчизняних енергетичних ресурсів. Порівняльний аналіз та динаміка видобутку і споживання основних енергоресурсів наведено у табл. 2.

Таблиця 2

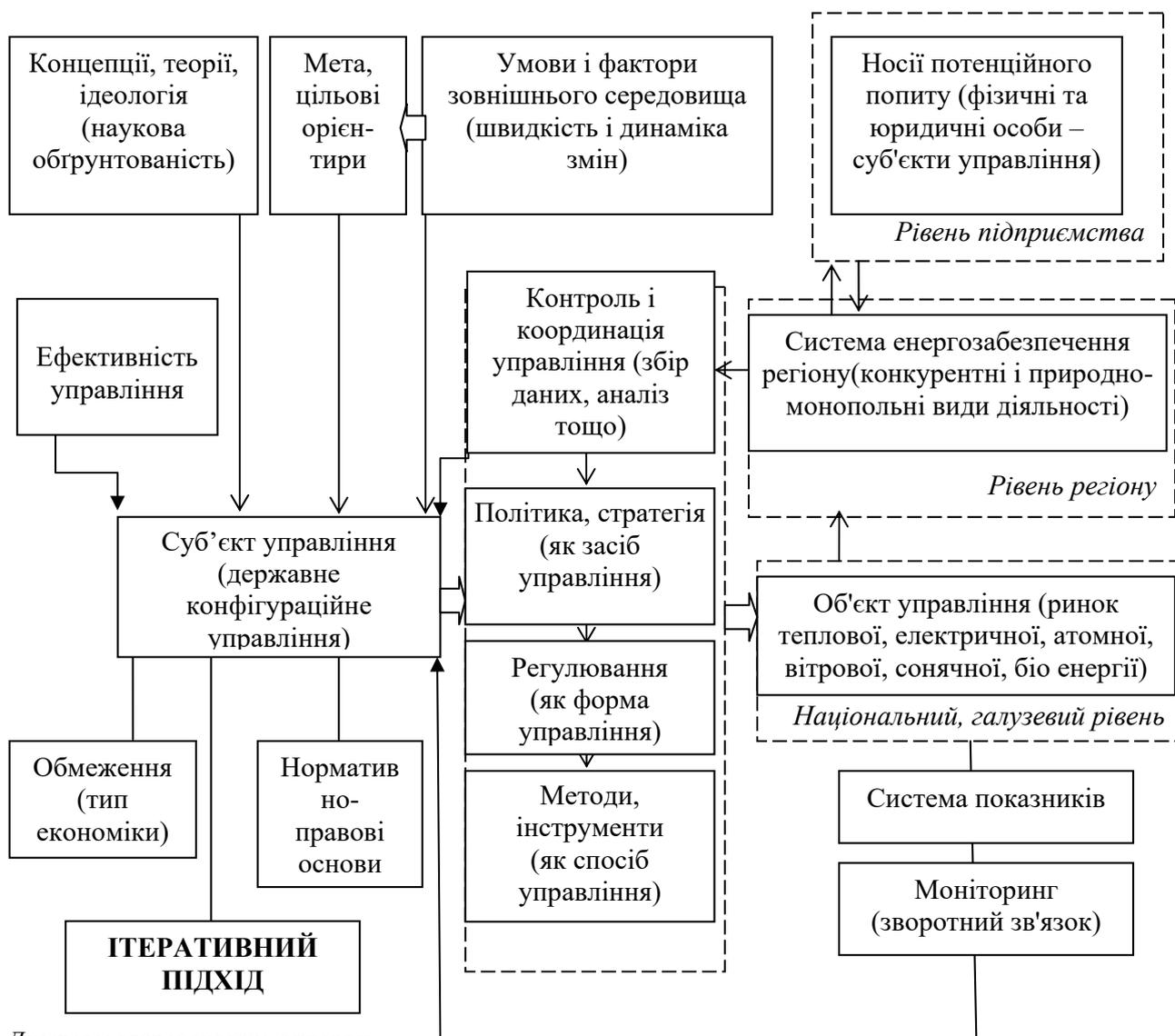
Порівняння динаміки видобутку (виробництва) та споживання основних паливно-енергетичних ресурсів за 2017–2018 рр.

Паливно-енергетичні ресурси	Видобуток (виробництво) енергоресурсів, тис. т нафтового еквівалента		Відношення 2018 р. до 2017 р., +/- %	Кінцеве споживання енергоресурсів, тис. т нафтового еквівалента		Відношення 2018 р. до 2017 р., +/- %	Середня ціна, дол. США	
	2017 р.	2018 р.		2017 р.	2018 р.		2017 р.	2018 р.
Вугілля кам'яне	13696	14087	2,8	5281	5944	12,6	78*	77*
Сира нафта та нафтопродукти	2208	2341	6,0	6	9	50,0	746**	774**
Природний газ	15472	16487	6,6	14971	10599	-29,2	6956***	6958***
Електроенергія / гідроенергія	12249	12295	0,4	10092	10203	1,1	52****	59****
Всього, у т.ч. інші види енергії (атомна, вітрова, сонячна, біо, теплоенергія)	58863	60413	2,6	49911	51171	2,5		

* за одну т; ** за одну т; *** за 1000 м³; **** МВт.г.
 Джерело: складено автором за матеріалами [14; 15].

Дані табл. 2 свідчать, що нестача власних енергетичних ресурсів виникає необхідність імпорту енергоресурсів з інших країн. Такий стан підвищує ціни на паливно-енергетичні ресурси, зокрема на нафту і природний газ. У той же час, за даними табл. 2 в Україні існує значні поклади кам'яного вугілля, це доводить про можливість покривати потреби держави в енергоресурсах за рахунок власних джерел, створювати резерви та здійснювати експорт залишків власних енергоресурсів. Але середня собівартість видобутку вугілля значно більша за ціну продажу. Тобто вугільна промисловість нерентабельна, що потребує значних коштів з боку держави на її модернізацію, переоснащення, придбання нових технологій та устаткування, залучення інвестицій для автоматизування процесів видобутку вугілля. Інша енергогенеруюча галузь – електроенергетична створює можливості щодо здійснення експорту електроенергії, але високий рівень собівартості виробництва (наявності у структурі собівартості більш ніж 80% вартості палива, капітальних ремонтів), виникають проблеми системи тарифоутворення та функціонування енергетичного ринку, що також відноситься до аспектів державного регулювання ринку енергоресурсів.

Для вирішення цих проблем було запропоновано модель державного регулювання ринку енергоресурсів, в основу якої покладено конфігураційне регулювання (рис. 2).



Джерело: запропоновано автором.

Рис. 2. Модель державного конфігураційного регулювання ринку енергоресурсів

Сам термін «конфігураційне управління» найчастіше вживається стосовно ІТ-індустрії в технічних системах. Разом з тим його властивості дають можливість використовувати його і в інших різних системах управління. Принципи, покладені в основу конфігураційного управління, дозволяють не тільки враховувати різноманітні зв'язки і функції різних компонент системи, але і забезпечують скоординований розвиток усієї системи в цілому протягом усього життєвого циклу. А оскільки держава в особі керівників органів і раніше залишається суб'єктом управління, саме конфігураційне управління залишиться незмінним – державним.

У запропонованій моделі державного конфігураційного регулювання / регулювання ринком енергоресурсів (рис.2) особливу увагу необхідно приділяти контролю і координації як на регіональному (мезо) рівні, де можна відслідковувати в оперативному режимі попит на енергоресурси від першоджерела (носіїв потенційного попиту) та галузевому (мезо) рівні, де формується пропозиція на енергоресурси до спостереження змін і формування потреб безпосередньо на рівні підприємства (мікрорівень). Все це в комплексі дозволяє швидше приймати необхідні рішення на національному (державному) рівні (в рамках своїх компетенцій), скорочуючи час прийняття рішень і підвищуючи ефективність регулювання та регулювання в цілому. Тобто регіональний та галузевий рівні державного регулювання виступають якоюсь буферною зоною в системі ієрархії регулювання, більш значущою і оперативною. Крім того, на регіональному рівні реалізуються принципи територіального підходу, а на галузевому – вкупі з галузевими показниками дають більш повну і якісну інформацію суб'єкту регулювання про функціонування системи регулювання ринком енергоресурсів в комплексі.

У світлі децентралізації влади і підвищення ролі і значущості в господарському процесі регіонів представляється необхідним грамотне поєднання переваг галузевого і територіального державного регулювання ринком енергоресурсів в Україні.

Разом з тим вітчизняний і зарубіжний досвід господарювання підтверджує наявність зазначених проблем в державному управлінні і зумовлює пошук їх вирішення за допомогою побудови більш сучасної і прогресивної моделі державного регулювання ринком енергоресурсів.

Конфігураційне регулювання можливо в тих випадках, коли, по-перше, необхідно підвищити якість регулювання в важко прогнозованих умовах зовнішнього і внутрішнього середовища; по-друге, коли виникає необхідність у продовженні життєвого циклу створеної конфігурації (змінюючи й удосконалюючи її складові елементи), по-третє, коли виникає потреба в адекватній та своєчасній реакції на глобальні виклики.

При цьому під конфігурацією слід розуміти не тільки сукупність різних документів, способів і засобів впливу на об'єкт регулювання, але і сам процес регулювання функціонуванням і розвитком великих і складних об'єктів як з техніко-технологічної точки зору, так і з організаційно-виробничої.

У зв'язку з цим можна виділити кілька особливостей, які характеризують державне конфігураційне регулювання і відрізняють його від інших (попередніх) видів регулювання ринком енергоресурсів.

В основу реалізації державного конфігураційного регулювання ринком енергоресурсів покладені не тільки нормативно-правові (законодавчі) інструменти та різні обмеження (наприклад, тип економіки), але і ітеративний підхід, який характеризується виконанням певної послідовності кроків – ітерацій. Кожна ітерація включає в себе частину процесу регулювання функціонуванням і розвитком ринку енергоресурсів. При цьому кожна чергова ітерація будується на основі попередніх ітерацій, удосконалюючи державне регулювання до моменту досягнення остаточних цільових орієнтирів. Ітеративний підхід

дозволяє: а) своєчасно враховувати постійні зміни, що відбуваються в зовнішньому і внутрішньому середовищі; б) скоротити витрати часу на переробку в разі авральних робіт в кінці фінансового року; в) скоротити частку ризику на перших етапах функціонування системи енергозабезпечення економіки (в разі, якщо щось піде не так); г) суб'єкту регулювання своєчасно вносити тактичні зміни в конфігурацію; д) здійснити пілотне проектування на обраних регіонах/галузях з метою усунення дефектів в роботі системи енергозабезпечення та енерговикористання.

Швидкість і динаміка змін умов зовнішнього середовища можуть настільки сильно впливати на функціонування ринку енергоресурсів, що зміна цільових орієнтирів в короткостроковій перспективі стає закономірним. Кінцевими споживачами енергоресурсів і специфічних товарів виступають фізичні (домашні господарства) і юридичні особи (підприємства і організації), які є носіями потенційного попиту. Отже, саме вони формують кількість і обсяг пропозиції на товарному ринку (виходячи із специфіки товару – енергії, і з урахуванням балансу виробництва та споживання), тобто, по суті, виступають в ролі суб'єкта регулювання. Таке розуміння взаємодії на ринку продавців і покупців дозволяє говорити про наявність суб'єкт-суб'єктних відносин в рамках управлінського процесу.

Висновки і пропозиції. Запропоновані механізми та інструменти регулювання ринку енергоресурсів, що включає заходи організаційного (зниження залежності від ринку нафти і газу; виведення з експлуатації потужностей, які були створені в рамках попереднього великого інвестиційного циклу; лібералізація ринку енергоресурсів в сфері дистрибуції; усунення дефіциту генеруючих потужностей; продовження лібералізації відносно розподіленої генерації), технологічного (створення локальних мереж з генерацією від відновлюємо їх джерел; Smart grid версії «активні мережі»; ухвалення стандартів «пасивних, активних будинків»; формування ринку зберігання електроенергії) і фінансового (залучення великих інвестицій в енергетичний сектор; впровадження технологій проектного фінансування з метою залучення довгострокових інвестиційних ресурсів банківської системи; створення особливих економічних зон з метою мінімізації податкового навантаження на суб'єкти економічної діяльності в рамках реалізації державної політики в енергозбереженні) стимулювання розвитку ефективної енергетики, систем енергозбереження, володіючи системністю, дозволять в повній мірі досягти стратегічних орієнтирів, визначених в Енергетичній стратегії України на період до 2030 року [1].

References

Література

- | | |
|---|--|
| <p>1. Beliaev, L.S. (2009). Problemy energeticheskogo rynka [Energy Market Challenges]. Novosibirsk: Nauka. 296 p. [in Russian].</p> <p>2. Mytsa, N.V. (2012). Vazheli derzhavnoho rehulivannia rynku enerhoresursiv [Levers of state regulation of the energy market]. Retrieved from: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_2/306.pdf [in Ukrainian].</p> <p>3. Tovazhnianskyi, L.L., Shevchenko, B.O. (2009). Palyvno-enerhetychnyi kompleks. Stratehiia rozvytku [Fuel and energy complex. Development strategy]. Kharkiv: NTU "KhPI". 400 p. [in Ukrainian].</p> <p>4. Franchuk, I.A. (2009). Osoblyvosti mekhanizmu derzhavnoho rehulivannia enerhetyky yak pryrodnoi monopolii [Features of the mechanism of state</p> | <p>1. Беляев Л. С. Проблемы энергетического рынка / Л. С. Беляев. – Новосибирск: Наука, 2009. – 296 с.</p> <p>2. Мица Н. В. Важелі державного регулювання ринку енергоресурсів [Електронний ресурс] / Н. В. Мица. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_2/306.pdf.</p> <p>3. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л. Л. Паливно-енергетичний комплекс. Стратегія розвитку / Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, Б. О. ШЕВЧЕНКО. – Харків: НТУ "ХПІ", 2009. – 400 с.</p> <p>4. Франчук І. А. Особливості механізму державного регулювання енергетики як природної монополії / І. А. Франчук //</p> |
|---|--|

- regulation of energy as a natural monopoly]. *Ekonomika ta Derzhava [Economy and State]*, Vol. 2, P. 79–81 [in Ukrainian].
5. Alymov, O.M., Danylenko, A.I., Trehobchuk, V.M. et al. (2005). *Ekonomichnyi rozvytok Ukrainy: instytutsionalne ta resursne zabezpechennia: monohrafiia [Economic development of Ukraine: institutional and resource support: monograph]*. Kyiv: Joint Institute of Economics of NAS of Ukraine. 540 p. [in Ukrainian].
6. Bakumenko, V., Kniaziev, V., Surmin, Yu. (2000). *Metodolohiia derzhavnoho upravlinnia: problemy stanovlennia ta podalshoho rozvytku [Methodology of Public Administration: Problems of Formation and Further Development]*. *Visnyk UADU [UADU Bulletin]*, No. 1, P. 11–27 [in Ukrainian].
7. Amelnytska, O.V. (2008). *Mekhanizmy upravlinnia vyrobnycho-hospodarskoiu diialnistiu lokalnykh elektrychnykh merezh [Mechanisms of control of production and economic activity of local electric networks: abstract of dissertation Candidate of Economic Sciences: specialty 08.00.04 "Economics and management of enterprises (by industries)"]*. Donetsk. 20 p. [in Ukrainian].
8. Busariyev, D.V. (2011). *Strukturna asymetriia svitovoho enerhetychnoho balansu [Structural asymmetry of the world energy balance]*. *Ekonomika ta derzhava [Economy and state]*, No. 11, P. 111–113 [in Ukrainian].
9. Vikhrov, O.P. (2015). *Okremi pytannia reformuvannia rynku elektroenerhii v konteksti vykonannia Uhody pro asotsiatsiiu [Selected Issues of Reforming the Electricity Market in the Context of Implementation of the Association Agreement]*. *Economic and Legal Research in the 21st Century: Development of Economic Legislation in the Context of Implementation of the Association Agreement of Ukraine with the European Union: Materials XV International Research Practice Internet con.*, 8–16 Dec. 2015. Kyiv. Retrieved from: http://hozpravo.com.ua/conferences/uchastnik/index.php?ELEMENT_ID=779 [in Ukrainian].
10. Rotar, N. (2011). *Keins Dzhon Meinard [Keynes John Maynard]*. In: *Politychna entsyklopediia [Political Encyclopedia]*. Editorial Team: Yu. Levenets (Chairman), Y. Shapoval (Deputy Chairmen) et al. Kyiv: Parliamentary Publishing House. P. 325 [in Ukrainian].
- Економіка та Держава. – 2009. – Вип. 2. – С. 79–81.
5. Економічний розвиток України: інституціональне та ресурсне забезпечення: монографія / О. М. Алимов, А. І. Даниленко, В. М. Трегобчук та ін. – К. : Об'єднаний інститут економіки НАН України, 2005. – 540 с.
6. Бакуменко В. Методологія державного управління: проблеми становлення та подальшого розвитку / В. Бакуменко, В. Князєв, Ю. Сурмін // Вісник УАДУ. – 2000. – № 1. – С. 11–27.
7. Амелницька О. В. Механізми управління виробничо-господарською діяльністю локальних електричних мереж: автореф. дис. к.е.н.: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за галузями)". – Донецьк, 2008. – 20 с.
8. Бусарєв Д. В. Структурна асиметрія світового енергетичного балансу / Д. В. Бусарєв // Економіка та держава. – 2011. – № 11. – С. 111–113.
9. Віхров О. П. Окремі питання реформування ринку електроенергії в контексті виконання Угоди про асоціацію [Електронний ресурс] / О. П. Віхров // Економіко-правові дослідження в ХХІ столітті: розвиток господарського законодавства в контексті виконання Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом: матеріали XV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 8–16 груд. 2015 р. – Київ, 2015. – Режим доступу: http://hozpravo.com.ua/conferences/uchastnik/index.php?ELEMENT_ID=779.
10. Ротар Н. Кейнс Джон Мейнард / Н. Ротар // Політична енциклопедія / Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – С. 325.

11. Soloveva, O.A. (2011). Osobennosti mekhanizma gosudarstvennogo regulirovaniia ekonomiki [Features of the mechanism of state regulation of the economy]. Problemy sovremennoi ekonomiki [Problems of the modern economy], No. 4, P. 72–75 [in Russian].
12. Voloshyn, O.L. (2015). Mekhanizmy derzhavnoho rehuliuвання rozvytku alternatyvnoi enerhetyky v Ukraini [Mechanisms of State Regulation of Alternative Energy Development in Ukraine: Thesis of Candidate of Science in Public Administration: Specialty 25.00.02 – Mechanisms of Public Administration]. Kharkiv. 197 p. [in Ukrainian].
13. Haliuk, I.B., Matskevych, O.Yu. (2009). Derzhavne rehuliuвання rozvytku palyvno-enerhetychnoho kompleksu yak skladovoi konkurentnoi polityky derzhavy [State regulation of the development of the fuel and energy complex as a component of the state's competitive policy]. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriya: Menedzhment [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Series: Management]. Retrieved from: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2009_657/70.pdf [in Ukrainian].
14. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
15. Enerhetychnyi balans Ukrainy [Energy balance of Ukraine]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en_bal/arh_2012.htm [in Ukrainian].
16. Kniaziev, V.M., Bakumenko, V.D. (eds.) (2002). Derzhavne upravlinnia: slovnyk-dovidnyk [Public administration: a dictionary dictionary]. Kyiv: UADU. 228 p. [in Ukrainian].
17. Povidomlennia pro obhovorennia proektu onovlenoi "Enerhetychnoi stratehii Ukrainy na period do 2030 roku" [Communication on the discussion of the draft updated "Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2030"]. Ministry of Energy and Coal Industry of Ukraine. Retrieved from: http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=222035 [in Ukrainian].
18. Regional Indicators: European Union (EU). Retrieved from: <http://www.eia.doe.gov/emeu/cabs/euro.html>.
11. Соловьева О. А. Особенности механизма государственного регулирования экономики / О. А. Соловьева // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 4. – С. 72–75.
12. Волошин О. Л. Механізми державного регулювання розвитку альтернативної енергетики в Україні: дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 – Механізми державного управління / О. Л. Волошин. – Харків, 2015. – 197 с.
13. Галюк І. Б. Державне регулювання розвитку паливно-енергетичного комплексу як складової конкурентної політики держави [Електронний ресурс] / І. Б. Галюк, О. Ю. Мацькевич // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент. – 2009. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2009_657/70.pdf.
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Енергетичний баланс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/energ/en_bal/arh_2012.htm.
16. Державне управління: словник-довідник / за заг. ред. В. М. Князева, В. Д. Бакуменка. – К.: УАДУ, 2002. – 228 с.
17. Повідомлення про обговорення проєкту оновленої "Енергетичної стратегії України на період до 2030 року" [Електронний ресурс] / Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. – Режим доступу: http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=222035.
18. Regional Indicators: European Union (EU) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.doe.gov/emeu/cabs/euro.html>.

УДК 339.15:005.511

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.8

Олена В. Ареф'єва, Заріна М. Побережна
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна
**ИНТЕЛЕКТУАЛИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ХОЛІСТИЧНИМ РОЗВИТКОМ
БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті визначено інтелектуалізацію управління бізнес-процесами підприємства на основі компонентів холистичного підходу. Досліджено засади реалізації управління холистичним розвитком складних соціально-економічних систем. Представлено принципи формалізації критеріїв холистичного управління бізнес-процесами підприємства. Проаналізовано основні фактори й умови, що сприяють підвищенню ефективності управління холистичним розвитком діяльності на підприємстві. Систематизовано ключові зовнішні та внутрішні умови використання концепцій холистичного розвитку бізнес-процесів. Обґрунтовано висновок про необхідність використання підприємствами концепції холистичного розвитку як найбільш перспективної. У статті запропоновано модель холистичного підходу до управління бізнес-процесами на підприємстві. Наведено авторське трактування холистичного підходу як інтегрованої концепції, яка орієнтована на потенціал підприємства, зокрема, на його економічний потенціал, що відображає різні стадії ринкової взаємодії підприємства й використання ресурсів. Наголошується, що інструментарій холистичного підходу застосовано лише до тих галузей національного господарства, які визначаються наявним рівнем інноваційного потенціалу, з одного боку, та високим ступенем задоволеності для споживачів – з іншого. Перспективними напрямками подальшого дослідження є визначення елементів методології холистичного підходу до бізнес-процесів та їх адаптація до сучасних реалій української економіки, а також розроблення практичних рекомендацій для підприємств із використанням холистичного підходу в побудові комплексу маркетингу. Проаналізовано передумови розвитку малих та середніх підприємств, визначено напрями їх становлення в умовах стабілізації економіки. Проведено регресійний аналіз для малих, середніх та великих підприємств, який показав, що для забезпечення ефективного функціонування малого та середнього бізнесу характерним є вибір оптимальних організаційних форм, покращення умов оподаткування та відповідного фінансового забезпечення, тому необхідно створити пріоритетні умови співпраці таких підприємств з усіма секторами економіки, великими корпораціями та державою. Для забезпечення цієї мети, доцільним є орієнтація на досвід розвинутих країн.

Ключові слова: інтелектуалізація управління; холистичний розвиток; бізнес-процеси; підприємство; холистичний підхід; фактори та умови холистичного розвитку; сталий розвиток.

Елена В. Арефьева, Зарина Н. Побережна
Национальный авиационный университет, г. Киев, Украина
**ИНТЕЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ХОЛИСТИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ**

В статье определено интеллектуализацию управления бизнес-процессами предприятия на основе компонентов холистического подхода. Исследованы основы реализации управления холистическим развитием сложных социально-экономических систем. Представлены принципы формализации критериев холистического управления бизнес-процессами предприятия. Проанализированы основные факторы и условия, способствующие повышению эффективности управления холистическим развитием деятельности на предприятии. Систематизированы ключевые внешние и внутренние

условия использования концепций холистического развития бизнес-процессов. Обоснован вывод о необходимости использования предприятиями концепции холистического развития как наиболее перспективной. В статье предложена модель холистического подхода к управлению бизнес-процессами на предприятии. Приведена авторская трактовка холистического подхода как интегрированной концепции, ориентированной на потенциал предприятия, в частности, на его экономический потенциал, отражающий различные стадии рыночного взаимодействия предприятия и использования ресурсов. Подчёркивается, что инструментарий холистического подхода применён только к тем отраслям национальной экономики, которые характеризуются высокой инновационной активностью, с одной стороны, и высокой степенью взаимодействия с потребителями – с другой. Перспективными направлениями дальнейшего исследования являются определение элементов методологии холистического подхода к бизнес-процессам и их адаптация к современным реалиям украинской экономики, а также разработка практических рекомендаций для предприятий по использованию холистического подхода в построении комплекса маркетинга. Проанализированы предпосылки развития малых и средних предприятий, определены направления их становления в условиях стабилизации экономики. Проведён регрессионный анализ для малых, средних и крупных предприятий, определено, что малый и средний бизнес для выполнения своих функций требует соответствующих организационных форм, улучшения условий налогообложения и надлежащего финансового обеспечения, поэтому важно найти оптимальные варианты сотрудничества таких предприятий со всеми секторами экономики, крупными корпорациями и государством. С этой целью целесообразно воспользоваться опытом ведущих стран.

Ключевые слова: интеллектуализация управления; холистическое развитие; бизнес-процессы; предприятие; холистический подход; факторы и условия холистического развития; устойчивое развитие.

Olena V. Arefieva, Zarina M. Poberezhna
National Aviation University, Kyiv, Ukraine

MANAGEMENT INTELLECTUALIZATION IN HOLISTIC DEVELOPMENT OF COMPANY BUSINESS PROCESSES

The article defines the intellectualization of enterprise business process management based on the components of holistic approach. The study explores the issues of managing holistic development of complex socioeconomic systems and presents the principles of criteria formalization in holistic management of company business processes. The basic factors and conditions enhancing the company holistic development management efficiency are investigated along with providing insights to the key external and internal drivers in application of the concept of holistic development of business processes. A conclusion about the need to employ the holistic development paradigm as the most promising one is substantiated. The article presents a model of a holistic approach to managing company business processes. The authors offer their original interpretation of the holistic approach as an integrated concept focused on the company potential, in particular its economic capacity, reflecting different stages of company market relationships and utilization of resources. An emphasis is put that the holistic approach toolkit has been applied only to those sectors of the national economy that are characterized by high innovation activity on the one hand and a high degree of consumer interaction, on the other. The study also suggests implications for further research which are associated with identification of methodological components of holistic approach in business process management and their adaptation to modern realia of Ukraine's economy, as well as the elaboration of practical guidelines to implement the holistic approach in building the company marketing mix. The background for the development of small and medium-

sized enterprises has been analyzed together with identifying its future trends in the context of economy stabilization. Regression analysis was carried out for small, medium and large enterprises. It is argued that small and medium-sized businesses need specific organizational forms and adequate financial support to operate effectively, it is also important to find optimal patterns of cooperation between SMEs and other sectors of the economy, in particular, with large corporations and the government. In this context, the option of implementation of international best practices should be considered.

Keywords: *management intellectualization; holistic development; business processes; enterprise; holistic approach; factors and conditions of holistic development; sustainable development.*

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси, які відбуваються в теперішніх ринкових умовах спричиняють потребу в обґрунтуванні нових концептуальних засад функціонування та управління всіх складових бізнес-процесів на підприємстві. Сучасні інформаційні складові спонукають до інтелектуалізації та взаємодії підприємства з діловими партнерами та споживачами на ринку, в зв'язку з цим відбувається посилення конкурентної боротьби на ринку, що призводить до поступової зміни стратегії підприємства із традиційної на клієнтоорієнтовану. Стратегічні цілі підприємства повинні формуватися із розумінням самої політики підприємства, адже застосування холістичного підходу, на відміну від класичного, який орієнтувався на підприємство як відкриту систему із відповідним набором елементів, розглядає підприємство як складну багатогранну систему єдиного цілого, що потребує комплексних рішень. В сучасних умовах господарювання бізнес потребує переходу на інноваційну модель розвитку, яка ґрунтується на комплексному управлінні всіма підрозділами підприємства із залученням інновацій, розробок нової техніки і технології, що забезпечить ефективність функціонування підприємства в ринкових умовах. В сучасному бізнес-середовищі набувають актуальності та популярності холістичні підходи до управління підприємством, які передбачають застосування інноваційно-інтелектуальних методів управління, комплексного підходу до формування стану підприємства та вироблення оптимальних рішень підприємства щодо розвитку бізнес-процесів. Саме тому, актуальним є дослідження інтелектуалізації управління холістичним розвитком бізнес-процесів на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми управління холістичним розвитком на підприємстві було присвячено досить багато наукових праць вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як Ф. Котлер, К. Келлер, які займалися проблемами адаптації та застосування холістичного підходу. В російській та українській економіці значний внесок зробили Р. Уфимцев, О. Козлова, Ю. Робул, Т. Загорна, О. Криковцев та інші. Формування теоретичних основ управління холістичним розвитком підприємства зробили такі науковці як: О. Ареф'єва, В. Прохорова, С. Петровська, І. Мягих, Т. Лепейко, В. Святненко, Х. Снігур, І. Токмакова та ін. Разом з тим ряд питань щодо визначення концептуальних основ процесу управління холістичним розвитком бізнес-процесів підприємства в сучасній науковій літературі досліджені недостатньо повно. Особливої актуальності набуває дослідження інтелектуалізації управління компонентами холістичного розвитку бізнес-процесів підприємства.

Мета дослідження. Сформулювати основні підходи до інтелектуалізації управління холістичним розвитком бізнес-процесів на підприємстві та визначити основні фактори й умови, що сприяють підвищенню ефективності управління холістичним розвитком всіх типів підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Ключовими інструментами системи холистичного управління на підприємстві є інтелектуалізація як бізнес-процесів, так і основних складових комерційно-виробничої діяльності на постійній основі. Інтелектуалізація управління може відбуватись в єдиному просторі господарювання підприємства із використанням інформаційного забезпечення, побудованого на інноваційно-технологічній модульній платформі, елементи якого взаємодіють між собою задля підтримання ефективності управлінських рішень, що сприятиме можливості застосування холистичного управління на підприємстві. А тому, інтелектуалізація управління бізнес-процесами потребує якісних перетворень, а саме:

- підвищення технологічної оснащеності на підприємстві, що сприятиме збору необхідної інформації для взаємодії компонентів системи управління на підприємстві;

- посилення взаємодії елементів системи управління холистичним розвитком (побудовану на використанні інтенсивного обміну необхідної інформації), що дозволить здійснювати більшу керованість підрозділами і забезпечити зважене прийняття управлінських рішень;

- обґрунтування ефективних методів управління підприємством повинно досягатись на основі оцінювання перспективних напрямів діяльності, які базуються на своєчасній реакції підприємства до впливу зовнішнього середовища, разом з тим, отримана інформація має проходити декілька визначених фільтрів, що дозволять створити всі передумови для підвищення ефективності управління.

Процес інтелектуалізації управління холистичним розвитком бізнес-процесів потребує постійної модернізації техніки та технології, застосування інновацій в усіх ланках підприємства, починаючи від бізнес-процесів постачання та закінчуючи бізнес-процесами реалізації на підприємстві. Інтелектуалізація полягає в формуванні довгострокових цілей та є орієнтиром для прийняття рішень, які повинні забезпечити ефективне функціонування підприємства на ринку та постійній взаємодії наукових розробок, впровадження інновацій для технологічного оновлення підприємства. Інтелектуалізація управління холистичним розвитком базується на розробці, використанні та в прийнятті рішень в процесі управління, а саме: «знань інтелектуальних інформаційних технологій, що обумовлює необхідність: проведення аналізу результатів, отриманих за основними напрямками штучного інтелекту з точки зору застосування їх в системах управління; встановлення вимог до знань, використовуваним в інтелектуальних системах управління; визначення джерел формування знань, способів їх подання та використання; розробка інтелектуальних технологій прийняття рішень, заснованих на знаннях» [13].

На думку Т. Загорної, холистичний підхід включає в себе чотири основні компоненти маркетингу: інтегрований, маркетинговий, внутрішній і соціально-відповідальний компоненти. Проте потрібно також врахувати, що на підприємстві значний вплив має його економічний потенціал, який відображає різні стадії ринкової взаємодії підприємства і використання ресурсів. При формуванні інтелектуалізації холистичного підходу бізнес-процесів економічний потенціал характеризує стан підприємства під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і застосовується для оцінки його діяльності. Тому покращення та вдосконалення ефективності економічного потенціалу дає змогу пристосуватись підприємству до змін середовища та забезпечити належні умови функціонування на ринку. Схематично основні компоненти холистичного підходу представлені на рис. 1.

Економічний потенціал підприємства повинен поєднувати всі стадії функціонування підприємства і використання ресурсів, а саме: економічні ресурси (природні, трудові, капітал, підприємницькі здібності), фактори виробництва (ресурси, які залучені у

виробничий процес), доходи, розподілені за факторами виробництва, ринкові ресурси, а також науково-технічні, управлінські, інформаційні. За результатами проведеного дослідження, можна стверджувати, що формування потенціалу напряму залежить від сфери бізнесу. А отже, існують відповідні фактори зовнішнього середовища, які впливають на успішність функціонування підприємства в довготривалій перспективі. Тому в залежності від типу виробництва, саме фактори зовнішнього середовища мають значний вплив на ту складову потенціалу підприємства, яка найменш захищена і піддається впливу факторів. Головним параметром для вибору оптимального напряму розвитку економічного потенціалу підприємства повинна стати адаптація підприємства до зовнішніх умов, а також підвищення його можливостей та розвиток конкурентних переваг. Для забезпечення підвищення економічного потенціалу підприємства першочерговим завданням є покращення його ресурсних можливостей, технологічне оновлення процесу виробництва, інноваційний розвиток його структурних елементів, підвищення кваліфікації кадрового складу, покращення якості продукції, інтелектуалізація бізнес-процесів на підприємстві, що забезпечить підвищення його конкурентоспроможності та додасть гнучкості підприємству при змінах зовнішнього середовища, а також допоможе зростанню його результативної діяльності.

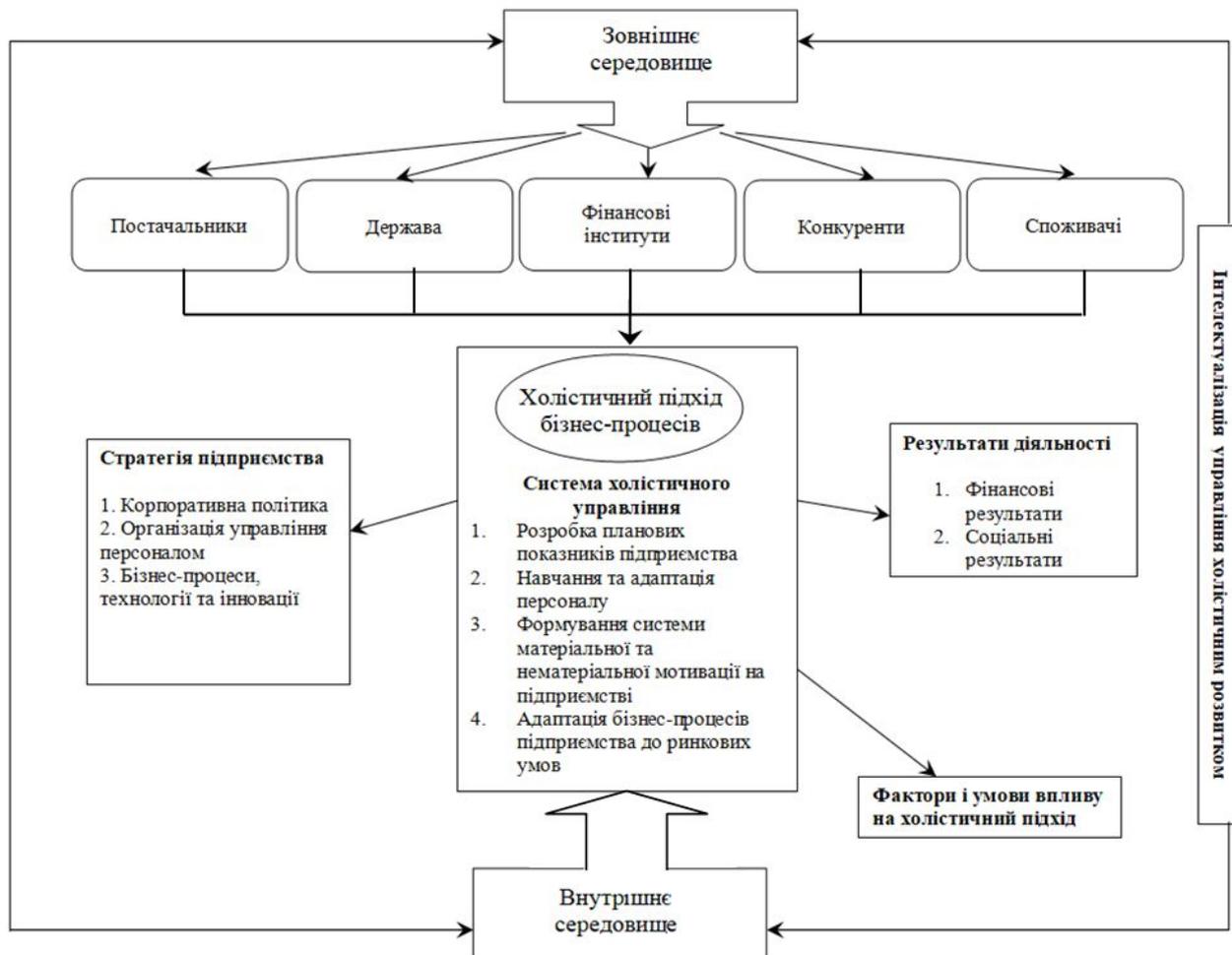


Джерело: розроблено автором на основі [6].

Рис. 1. Основні компоненти хо́лістичного підходу бізнес-процесів підприємства

Сучасні умови господарювання характеризуються зростанням агресивності зовнішнього середовища, що приводить до важко прогнозованої динаміки ринку. У цих умовах великого значення набуває використання в управлінні підприємств, ідей і технологій синергізму як елементу стратегічного управління розвитком при розробці мети, оцінці потенціалу і стратегічної позиції підприємства, її конкурентної переваги, виборі і прийнятті переважної стратегії, розробці стратегічного проекту, реструктуризації підприємства для адаптації до прийнятої стратегії, моніторингу. Враховуючи вище зазначене, автором

пропонується економічна модель холістичного підходу до управління бізнес-процесами на підприємстві, яка зображена на рис. 2.



Джерело: розроблено авторами.

Рис. 2. Економічна модель холістичного підходу до управління бізнес-процесами на підприємстві

На думку С.В. Петровської, «одним з перших стратегічних рішень, що приймаються менеджментом компанії, повинно бути визначення ринку на якому вона може провадити конкурентну боротьбу на підставі проведення сегментації ринку, що досліджується, тобто розділення ринку на чітко позначені групи споживачів. Вони розрізняються за певними характеристиками щодо доходів, рівня життя, споживчою поведінкою, частотою задоволення потреб, то підприємство може використовувати специфічні маркетингові дослідження, рекламні заходи. Здатність сегментувати ринок – одне з самих головних умінь, яким повинна володіти фірма. Найбільшу цінність такі вміння набувають в умовах нестабільної економіки. Звертатися тільки до тих сегментів, де компанія має кращі компетенції та кращу ефективність маркетингової діяльності – найкоротший шлях до успіху на ринку. Вибір найбільш привабливих для компанії сегментів має базуватися на її потенціалі» [9].

Проте на нашу думку, концепція інтелектуалізації управління холістичним розвитком бізнес-процесів має досить складну взаємодію, яка поєднує елементи і принципи формування холістичного управління, на які має значний вплив ряд факторів, а саме:

- забезпечення високого рівня якості продукції, сервісу й швидкості обслуговування;

- єдине маркетингове управління на всіх рівнях і узгодження інтересів суб'єктів ринку;
- досягнення конкурентних переваг;
- взаємодія між різними суб'єктами ринку;
- цілісність процесу маркетингового управління на всіх рівнях;
- корпоративну культуру.

Формування інтелектуалізації управління холістичним підходом бізнес-процесів на підприємстві потребує поєднання чотирьох елементів: бізнес-процеси постачання, бізнес-процеси виробництва, бізнес-процеси реалізації, бізнес-процеси управління, що дають змогу максимізувати прибуток і забезпечити стабільність підприємства. Кожен ключовий бізнес-процес на підприємстві повинен мати свою команду, що складається зі співробітників, залучених до виконання такого процесу, і які мають конкретні ролі, обов'язки і відповідальність. Основною функцією такої команди є постійне поліпшення самого процесу і забезпечення його виконання відповідно до розроблених методик. На рис.3 представлено формування холістичного підходу бізнес-процесів на підприємстві.



Джерело: розроблено авторами.

Рис. 3. Формування холістичного підходу бізнес-процесів на підприємстві

У процесі вдосконалення системи інтелектуалізації управління холістичним розвитком бізнес-процесів підприємства передбачає:

- повну або часткову реорганізацію організаційної структури управління;
- формування підрозділів, які б займалися інноваційним розвитком та інформатизацією інших елементів структури підприємства;
- запровадження системи постійного навчання співробітників, організація тренінгів, семінарів, майстер-класів, науково-практичних семінарів та консультацій;
- обов'язкове введення нематеріального стимулювання (соціальні пакети, кредитування, урахування регіональних або етнічних особливостей персоналу);
- запровадження додаткових видів матеріального стимулювання у форматі премій за різні нестандартні досягнення, наприклад, за ініціативність або за інноваційні досягнення (розробка нової продукції або покращення технологій виробництва);

– підняття на новий рівень корпоративної культури, проведення масових заходів (конкурсів ідей), утворення інноваційної атмосфери та позитивних соціально-психологічних умов для персоналу;

– адаптації бізнес-процесів до сучасних ринкових умов через вибір актуальних потребам товарів і послуг;

– забезпечення безперервного розвитку потенціалів підприємства (економічного, виробничого, фінансового, інноваційного, інтелектуального та інших потенціалів).

Для пріоритетного вирішення стратегічних завдань на підприємстві та з метою забезпечення інтелектуалізації бізнес-процесів на підприємстві, необхідною умовою є удосконалення системи управління в макроекономічному просторі. Процеси у макроекономічному середовищі відбуваються постійно і досить об'єктивно відображають зміну фінансово-економічної та соціальної кон'юнктури підприємства у галузях економіки, в якій функціонують різні типи підприємств: великі, середні та малі підприємства. Інтеграція на рівні галузі здійснюється у горизонтальному та вертикальному просторі.

Вертикальний простір потребує взаємопроникнення через відображення сутності економічного розвитку країни, галузі, підприємства. Для галузі доцільне використання в даному контексті її циклу життя (стадія створення, стадія зростання, стадія зрілості, стадія спаду), можливість удосконалення кожної з них на основі застосування цифрових технологій.

Горизонтальний простір полягає в взаємодії суб'єктів господарювання з урахуванням їх спільної діяльності, а також характеристика галузі з позиції системоутворюваної та її здатності до мультиплікації, з позиції формування потреби в інших галузях. Горизонтальний простір – це форма внутрішньогалузевої кооперації здебільшого однотипних або подібних суб'єктів господарювання, яка забезпечує кооперацію єдиного технологічного ланцюга.

Основними суб'єктами господарювання в горизонтальному та вертикальному просторі є представники малого та середнього бізнесу, які мають змогу більш швидкого адаптування до змін щодо удосконалення технологій при виробництві продукції та наданні послуг, підвищення їхньої якості. Саме малі та середні підприємства складають 60-80% загальної кількості підприємств в країнах із розвинутою економікою та здатні на бізнес-кооперацію, оновлення всіх видів ресурсів, отриманих на підставі впровадження інноваційних проєктів. Малі та середні підприємства роблять значний вклад до ВВП країн, разом з тим, що стосується України, то їхній внесок складає за останні п'ять років всього лише 15%, що є досить мало. Оскільки вони дають змогу створювати нові робочі місця та забезпечити соціальну відповідальність бізнесу. Втім, мають місце певні гальмівні процеси для розвитку малих та середніх підприємств, які не дозволяють як швидко створювати, так і переходити із галузі в галузь, у зв'язку з обмеженим доступом до джерел фінансових ресурсів та недостатньо активної підтримки державною політикою.

Можна визначити основні недоліки, які стосуються малих та середніх підприємств:

- підприємства мають велику залежність від змін законодавства, податкового та політичного становища, а тому мають нестабільне положення на ринку;

- неналежне фінансування, яке спричинюється тим, що підприємства знаходяться під загрозою втрати, а отже можливість кредитування стає обмеженою;

- виробничий процес на підприємстві застарілий, і технологічно неоновлений, в зв'язку із малим фінансуванням;

- підприємства в більшій мірі залежать від державної підтримки малого та середнього бізнесу, можливостей надання їм пільг та податкових канікулів;

- неможливість малих та середніх підприємств конкурувати з великими корпораціями, які мають більші можливості та конкурентні переваги;

- втрата своїх позицій та вихід з ринку.

Не малу роль відіграє малий та середній бізнес при виконанні своїх функцій:

- мобілізація фінансових, матеріальних та людських ресурсів;
- можливість швидко реагувати на зміни потреб споживачів;
- забезпечення створення нових робочих місць, подолання безробіття та є основою розвитку середнього класу;
- утримувати певну збалансованість галузей в регіоні;
- виступають рушієм запровадження інновацій та усуненню монополії.

Автором пропонується кореляційно-регресійна модель продукції (товарів, послуг) малих, середніх та великих підприємств.

У якості результуючого показника (Y) було обрано обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання для малих, середніх та великих підприємств, а у якості факторних величин наступні показники:

X1 – кількість найманих працівників у суб'єктів господарювання.;

X2 – кількість суб'єктів господарювання;

X3 – кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання;

Відповідного до малих, середніх та великих підприємств.

Проведені результати для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторних величин на обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання для **великих підприємств** подано у табл. 1.

Таблиця 1

Проведені результати для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторних величин X1, X2, X3, на обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання Y

	Y	X1	X2	X3
2010	1401596805,6	2400334	586	2400338
2011	1775829049,7	2448998	659	2449018
2012	1761086007,6	2484119	698	2484163
2013	1717391283,6	2383716	659	2383753
2014	1742507894,5	1915073	497	1915094
2015	2053189492,2	1708577	423	1708592
2016	2391454263,0	1586568	383	1586582
2017	2929516585,0	1560883	399	1560900
2018	3515839460,5	1574287	446	1574301

Також, важливого значення у технології проведення кореляційно-регресійного аналізу займає перевірка одержаної моделі на явище мультиколінеарності.

Для більш наочного подання, вхідні дані було зведено до кореляційної матриці, яка використовується для вимірювання сили взаємозв'язку між обраними факторними величинами та результативним показником (табл. 2).

Таблиця 2

Кореляційна матриця

	Y	X1	X2	X3
Y	1			
X1	-0,78392147	1		
X2	-0,64839237	0,96941	1	
X3	-0,78391774	1	0,969415	1

За даними значеннями можемо сказати, що показники X2 – X3 мають високий ступінь прямого лінійного взаємозв'язку.

Побудуємо регресію на основі статистичних даних в програмному комплексі MS Excel «Аналіз даних», табл. 3.

Таблиця 3

Регресія статистичних даних в програмному комплексі MS Excel

Regression Statistics									
Multiple R	0,956532097								
R Square	0,914953652								
Adjusted R Square	0,863925843								
Standard Error	252387349								
Observations	9								
ANOVA									
	df	SS	MS	F	Significance F				
Regression	3	3,42648E+18	1,14E+18	17,93049066	0,004164285				
Residual	5	3,18497E+17	6,37E+16						
Total	8	3,74498E+18							
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%	
Y	5473797414	473481695,5	11,56074	8,49524E-05	4256673968	6,69E+09	4,26E+09	6,69E+09	
X 1	29330949,24	12487136,21	2,348893	0,065650368	-2768256,27	61430155	-2768256	61430155	
X 2	18156412,31	4473901,379	4,058295	0,009745455	6655882,691	29656942	6655883	29656942	
X 3	-29337081,4	12487938,15	-2,34923	0,065622622	-61438348,3	2764186	-6,1E+07	2764186	

Побудована економіко-математична модель, яка має наступний вигляд:

$$Y = 5473797414,35 - 29330949,239 X_1 + 18156412,31 X_2 - 29337081,37 X_3.$$

Коефіцієнт множинної регресії $R = 0,956$ вказує на дуже щільний зв'язок між результативним показником та факторними величинами. Значення коефіцієнту детермінації R^2 отриманої кореляційно-регресійної моделі $R^2 = 0,914$, то залежність обсягу реалізованої продукції на 91,4% обумовлена обраними факторними величинами. Показники, що характеризують достовірність моделі регресії, наведено в табл. 4.

Таблиця 4

Показники, що характеризують достовірність моделі регресії

	df	SS	MS	F	Значущість F
Регресія	3	3,42648E+18	1,14E+18	17,93049066	0,004164285
Залишок	5	3,18497E+17	6,37E+16		
Разом	8	3,74498E+18			

З огляду на високі значення коефіцієнтів множинної регресії та детермінації, дана залежність є достатньо закономірною. Показник дисперсії, значущості F та показника F-статистики свідчить про достатній рівень достовірності результатів оцінювання, дані представлено в табл. 5.

Стандартна помилка вказує на ймовірність значного відхилення від середніх значень. Тобто, розрахунок кожного фактору може відрізнятися від справжніх значень. А значення критерію Стьюдента показують, що лише кількість суб'єктів господарювання (X2) є досить надійним фактор при побудові моделі. Побудова економіко-математичної моделі *для малих підприємств*, доцільна була б при проведенні регресійного аналізу на основі таких даних подано у табл. 6.

Таблиця 5

Таблиця коефіцієнтів кореляції

Показники	Стандартна помилка	t-критерій Стьюдента	P – значення
Y-перетин	473481695,5	11,56073712	8,49524E-05
X 1	12487136,21	2,348893193	0,065650368
X 3	4473901,379	4,058295159	0,009745455
X 3	12487938,15	-2,349233399	0,065622622

Таблиця 6

Проведені результати для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторних величин X1, X2, X3, на обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання Y

	Y	X1	X2	X3
2010	779197875,7	3032987	2161999	4958609
2011	807777042,2	3036654	1679902	4441970
2012	916287611,4	2950681	1578878	4285169
2013	933717719,7	2843882	1702201	4291173
2014	981300032,3	2420796	1915046	4115146
2015	1318974151,5	2098081	1958385	3838749
2016	1651982037,2	2227072	1850034	3871758
2017	2067799291,6	2393277	1789406	3956331
2018	2496947692,2	2603135	1822671	4173665

Також зведемо вхідні дані за допомогою кореляційної матриці, табл. 7.

Таблиця 7

Кореляційна матриця

	Y	X1	X2	X3
Y	1			
X1	-0,51602052	1		
X2	-0,01539918	-0,24244	1	
X3	-0,52788568	0,863773	0,278389	1

Як бачимо з наявних даних, фактори не мають високого ступеня прямого лінійного взаємозв'язку. Побудуємо регресію на основі статистичних даних, табл. 8.

Як бачимо з розрахованих показників, коефіцієнт множинної регресії $R = 0,606$, що вказує на слабкий зв'язок між результативним показником та факторними величинами. Значення коефіцієнту детермінації R^2 отриманої кореляційно-регресійної моделі $R^2 = 0,367$, отже залежність обсягу реалізованої продукції на 36,7% обумовлена обраними факторними величинами, що є достатньо для коректного аналізу. Даний аналіз свідчить, що малі підприємства мають незначний обсяг реалізованої продукції.

Аналогічну ситуацію можемо спостерігати при кореляційно-регресійному аналізі впливу факторних величин X1, X2, X3, на обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання Y для середніх підприємств, на основі таких даних, табл. 9.

Таблиця 8

Регресія статистичних даних в програмному комплексі MS Excel

Regression Statistics									
Multiple R	0,606304826								
R Square	0,367605542								
Adjusted R Square	-0,01183113								
Standard Error	619645649,8								
Observations	9								
ANOVA									
	df	SS	MS	F	Significance F				
Regression	3	1,11597E+18	3,72E+17	0,968819216	0,476294015				
Residual	5	1,9198E+18	3,84E+17						
Total	8	3,03577E+18							
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%	
Y	1902697788	4864116783	0,39117	0,711784772	-1,0601E+10	1,44E+10	-1,1E+10	1,44E+10	
X 1	13715,43316	18412,37581	0,744903	0,489840531	-33615,0856	61045,95	-33615,1	61045,95	
X 2	15386,70795	20015,91155	0,768724	0,476778315	-36065,8307	66839,25	-36065,8	66839,25	
X 3	-15347,9459	19255,47024	-0,79707	0,461566225	-64845,7079	34149,82	-64845,7	34149,82	

Таблиця 9

Проведені результати для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторних величин X1, X2, X3, на обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання Y

	Y	X1	X2	X3
2010	1415851797,7	3412542	21343	3413843
2011	1618849106,0	3272262	21059	3273528
2012	1782445148,8	3185469	20551	3188201
2013	1683344056,5	3051803	19210	3054150
2014	1735894250,1	2764138	16618	2766431
2015	2184376795,5	2630914	15510	2632690
2016	2683303555,3	2648255	15113	2649985
2017	3314956081,6	2621738	15254	2623807
2018	3954017476,9	2782419	16476	2784464

Також зведемо вхідні дані за допомогою кореляційної матриці, табл. 10.

Таблиця 10

Кореляційна матриця

	Y	X1	X2	X3
Y	1			
X1	-0,657935702	1		
X2	-0,681784953	0,9906	1	
X3	-0,658001587	0,999999	0,990728	1

Можемо спостерігати аналогічну ситуацію, що і при складанні кореляційної матриці під час аналізу обсягів реалізованої продукції для великих підприємств, тобто показники X2 – X3 мають високий ступінь прямого лінійного взаємозв'язку. Побудуємо регресію на основі статистичних даних, табл. 11.

Таблиця 11

Регресія статистичних даних в програмному комплексі MS Excel

Regression Statistics									
Multiple R	0,703245912								
R Square	0,494554813								
Adjusted R Square	0,191287701								
Standard Error	786960448,3								
Observations	9								
ANOVA									
	df	SS	MS	F	Significance F				
Regression	3	3,03E+18	1,00994E+18	1,630756	0,29476405				
Residual	5	3,1E+18	6,19307E+17						
Total	8	6,13E+18							
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%	
Y	1639471423	8,95E+09	0,183244051	0,861805	-2,136E+10	2,46E+10	-2,1E+10	2,46E+10	
X 1	-269535,55	745778,2	-0,361415166	0,732559	-2186619,4	1647548	-2186619	1647548	
X 2	-757951,513	985446,9	-0,769144958	0,47655	-3291123,4	1775220	-3291123	1775220	
X 3	274197,5552	751189,4	0,365017869	0,730029	-1656796,3	2205191	-1656796	2205191	

Як зазначалося раніше з розрахованих показників, коефіцієнт множинної регресії $R = 0,703$, що вказує на зв'язок між результативним показником та факторними величинами. Значення коефіцієнту детермінації R^2 отриманої кореляційно-регресійної моделі $R^2 = 0,494$, отже залежність обсягу реалізованої продукції на 49,4% обумовлена обраними факторними величинами. Даний аналіз свідчить, що середні підприємства мають незначний обсяг реалізованої продукції.

За результатами проведеного дослідження, можна зробити висновок, що середні та малі підприємства мають великий відсоток нереалізованої продукції, а отже лише великі підприємства, в достатньому обсязі можуть реалізовувати продукцію (товари, послуги), що свідчить про недостатній розвиток малого та середнього бізнесу в Україні.

Отже, потрібно зосередитись на розвитку малого та середнього підприємництва, оскільки в ринковій економіці вони надають не тільки свободу вибору, а й додаткові робочі місця та забезпечують швидку окупність витрат, швидко реагують на зміни споживчого попиту, беруть активну участь у вирішенні виробничо-економічних проблем економіки. Для формування дієвого ринкового середовища для розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва повинна здійснюватись збалансована державна підтримка по галузям, яка повинна створювати сприятливі умови для функціонування через податкову, митну, грошово-кредитну політику, та інші заходи.

Висновки. Інтелектуалізація управління холістичним розвитком бізнес-процесів підприємства має вагомий вплив на послідовність реалізації процесу управління підприємством, адже зазнає певних трансформаційних змін. Основа холістичного підходу інтелектуалізації управління підприємством полягає у формуванні бізнес-процесів через використання модульної архітектури, яка забезпечить оперативне, тактичне та стратегічне управління завдяки адаптації до змін, що досягається шляхом використання інноваційних технологій та розробок. Застосування холістичного підходу щодо управління бізнес-процесами на підприємстві дає можливість вчасно реагувати на динаміку змін якісної складової зовнішнього середовища, використовувати в повній мірі наявний потенціал підприємства та забезпечувати інтелектуалізацію розвитку. Постійне впровадження бізнес-процесів для малих та середніх підприємств допоможе їм функціонувати на ринку та

реалізовувати достатній обсяг конкурентоспроможної продукції на ринку, партнерство із великими підприємствами через поєднання як вертикального, так і горизонтального просторів комерційно-виробничої діяльності.

References

Література

1. Kotler, F., Keller, K.L. (2009). Marketing-menedzhment [Marketing Management]. 12th ed. St. Petersburg: Piter. 816 p. [in Russian].
2. Ufimtcev, R. (2006). Effekt babochki v marketinge [Butterfly Effect in Marketing]. &Strategii [&Strategies], No. 8, P. 45–52 [in Russian].
3. Kozlova, O.A. (2011). Metodologiya vzaimodeistvii kontseptcii marketinga kak osnova kholisticheskogo marketinga [The methodology of interactions of marketing concepts as the basis of holistic marketing]. Ekonomika i upravlenie [Economics and Management], No. 4 (77), P. 130–133 [in Russian].
4. Krikovtcev, A.A. (2011). Kholisticheskii marketing v sisteme biznes-vzaimodeistvii predpriatii [Holistic marketing in the system of business interactions of enterprises]. Marketynh i menedzhment innovatsii [Marketing and innovation management], No. 4, Vol. 1, P. 85–89 [in Russian].
5. Robul, Yu.V. (2011). Kholistychna kontseptsiaa efektyvnosti marketynhu [Holistic Concept of Marketing Effectiveness]. Marketynh i menedzhment innovatsii [Marketing and Innovation Management], No. 4, Vol. 2, P. 124–130 [in Ukrainian].
6. Zahorna, T.O., Stasiuk, A.N. (2012). Kontseptsiaa kholistychnoho marketynhu: dzherela problematyky ta elementy [The concept of holistic marketing: sources of problems and elements]. Marketynh i menedzhment innovatsii [Marketing and innovation management], No. 2, P. 32–38 [in Ukrainian].
7. Arefieva, O.V. (2012). Kontseptualni osnovy adaptivnoho upravlinnia funktsionuvanniam ta rozvytkom pidpriemstv [Conceptual bases of adaptive management of enterprise functioning and development]. Ekonomika ta upravlinnia [Economics and management], No. 3, P. 74–77 [in Ukrainian].
8. Prokhorova, V.V. (2015). Oriientovanorefleksyvnyi pidkhid shchodo upravlinnia restrukturyzatsiinymy protsesamy na mashynobudivnykh pidpriemstvakh [Oriented reflexive approach to the management of restructuring processes at machine-building enterprises]. Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi [Problems of systematic approach in economics], Vol. 53, P. 135–140 [in Ukrainian].
1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 816 с.
2. Уфимцев Р. Эффект бабочки в маркетинге / Р. Уфимцев // &Стратегии. – 2006. – № 8. – С. 45–52.
3. Козлова О. А. Методология взаимодействия концепций маркетинга как основа холистического маркетинга / О. А. Козлова // Экономика и управление. – 2011 – № 4 (77). – С. 130–133.
4. Криковцев А. А. Холистический маркетинг в системе бизнес-взаимодействий предприятий / А. А. Криковцев // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. 1. – С. 85–89.
5. Робул Ю. В. Холістична концепція ефективності маркетингу / Ю. В. Робул // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. 2. – С. 124–130.
6. Загорна Т. О. Концепція холистичного маркетингу: джерела проблематики та елементи / Т. О. Загорна, А. Н. Стасюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 32–38.
7. Ареф'єва О. В. Концептуальні основи адаптивного управління функціонуванням та розвитком підприємств / О. В. Ареф'єва // Економіка та управління. – 2012. – № 3. – С. 74–77.
8. Прохорова В. В. Орієнтованорефлексивний підхід щодо управління реструктуризаційними процесами на машинобудівних підприємствах / В. В. Прохорова // Проблеми системного підходу в економіці. – 2015. – Вип. 53. – С. 135–140.

9. Petrovska, S.V. (2015). Systemnyi pidkhd u marketynhovii diialnosti [A systematic approach in marketing]. Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy, P. 115–120. Retrieved from: http://ecofin.at.ua/monografy_01_2015.pdf#page=115 [in Ukrainian].
9. Петровська С. В. Системний підхід у маркетинговій діяльності [Електронний ресурс] / С. В. Петровська // Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy. – 2015. – С. 115–120. – Режим доступу: http://ecofin.at.ua/monografy_01_2015.pdf#page=115.
10. Lepeiko, T.I., Barkova, K.O. (2019). Obhruntuvannia teoretychnykh zasad zviazku orhanizatsiinoi kultury ta stratehii pidpryiemstva [Rationale for the theoretical foundations of the relationship between organizational culture and enterprise strategy]. Intelpekt XXI [Intellect XXI], No. 3, P. 66–73 [in Ukrainian].
10. Лепейко Т. І. Обґрунтування теоретичних засад зв'язку організаційної культури та стратегії підприємства / Т. І. Лепейко, К. О. Баркова // Інтелект ХХІ. – 2019. – № 3. – С. 66–73.
11. Sviatnenko, V.Yu. (2018). Vykorystannia kholistychnoho marketynhu yak umova efektyvnoho upravlinnia promyslovym pidpryiemstvom [Using holistic marketing as a condition for effective management of an industrial enterprise]. ScienceRise, No. 12, P. 30–35 [in Ukrainian].
11. Святненко В. Ю. Використання холістичного маркетингу як умова ефективного управління промисловим підприємством / В. Ю. Святненко // ScienceRise. – 2018. – № 12. – С. 30–35.
12. Snihur, Kh.A. (2016). Kholistychna model upravlinnia personalom [Holistic Model of Personnel Management]. Ekonomika ta derzhava [Economy and State], No. 12, P. 47–50 [in Ukrainian].
12. Снігур Х. А. Холістична модель управління персоналом / Х. А. Снігур // Економіка та держава. – 2016. – № 12. – С. 47–50.
13. Tokmakova, I.V. (2015). Intelktualni tekhnolohii udoskonalennia adaptivnoho upravlinnia na zaliznychnomu transporti [Intelligent Technologies for Improving Adaptive Rail Control]. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti [Bulletin of the Economics of Transport and Industry], Vol. 50, P. 309–313 [in Ukrainian].
13. Токмакова І. В. Інтелектуальні технології удосконалення адаптивного управління на залізничному транспорті / І. В. Токмакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 50. – С. 309–313.

УДК 338.486.1:339.9

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.9

Наталія В. Кулак, Любов В. Мурована
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
ФРАНШИЗА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЕДЕННЯ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У статті проаналізовано світові тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Здійснено аналіз наукових дискусій щодо терміну франчайзинг, запропоновано визначення терміну франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі. Здійснено дослідження статистичних показників прибутковості світового ринку туризму. У процесі дослідження стану світового та вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу обґрунтовано наявність позитивних перспектив використання франчайзингових систем у готельно-ресторанному бізнесі України. Проведено наукове дослідження якісних та кількісних показників прибутковості франчайзингових компаній, що діють на ринках розвинутих країн світу. Проаналізовано результати діяльності франчайзингових мереж готельно-ресторанного бізнесу Європи та Сполучених Штатів Америки. Представлено світових лідерів застосування франчайзингу у власній підприємницькій діяльності. Результати дослідження довели пряму залежність високої прибутковості готельно-ресторанного бізнесу від кількості франчайзерів, задіяних у цій сфері. Здійснено аналіз правових особливостей регулювання відносин франчайзингу в різних країнах світу. Виявлено якісний та кількісний склад франчайзингових компаній, які здійснюють свою діяльність у галузі готельно-ресторанного бізнесу України. З'ясовано проблеми, що існують у сфері національного законодавства щодо визначення та правового регулювання інституту франчайзингу. Виокремлено фактори взаємовигідності системи франчайзингу для франчайзера та франчайзі. Розкрито причини, що гальмують процес впровадження у вітчизняний готельно-ресторанний бізнес практики використання франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг; франчайзі; франшиза; комерційна концесія; договір франчайзингу; інвестиційна діяльність; готельно-ресторанний бізнес; міжнародний досвід; підприємницька діяльність; світовий туризм.

Наталья В. Кулак, Любовь В. Мурованая
Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина
ФРАНШИЗА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ
ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

В статье проанализированы мировые тенденции развития туризма и гостинично-ресторанного бизнеса. Осуществлен анализ термина франчайзинг, предложено определение термина франчайзинг в гостинично-ресторанном бизнесе. Проведено исследование статистических показателей прибыльности мирового рынка туризма. В процессе исследования состояния мирового и отечественного гостинично-ресторанного бизнеса обосновано наличие положительных перспектив использования франчайзинга в гостинично-ресторанном бизнесе Украины. Представлено исследование качественных и количественных показателей доходности франчайзинговых компаний, действующих на рынках развитых стран мира. Проведено исследование результатов деятельности франчайзинговых сетей гостинично-ресторанного бизнеса Европы и Соединённых Штатов Америки. Выявлены мировые лидеры по применению франчайзинга в предпринимательской деятельности. В результате исследования доказана прямая зависимость высокой доходности гостинично-ресторанного бизнеса от количества франчайзеров, задействованных в этой отрасли. Осуществлен анализ правовых особенностей регулирования отношений франчайзинга в

разных странах мира. Рассмотрены проблемы, существующие в сфере национального законодательства, касающиеся терминологии правового регулирования института франчайзинга в целом. Определены факторы взаимной выгоды системы франчайзинга для франчайзера и франчайзи. Раскрыты причины, замедляющие процесс внедрения в отечественный гостинично-ресторанный бизнес практики использования франчайзинга.

Ключевые слова: франчайзинг; франчайзи; франшиза; коммерческая концессия; договор франчайзинга; инвестиционная деятельность; гостинично-ресторанный бизнес; международный опыт; предпринимательская деятельность; мировой туризм.

Nataliia V. Kulak, Liubov V. Murovana
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**THE FRANCHISE AS AN EFFECTIVE TOOL IN MANAGING
HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

The article explores the global trends in the development of tourism and hotel and restaurant business, provides insights to the basic franchising concept and offers a definition of the term franchising in the hotel and restaurant business. A statistical analysis of profitability indicators of the global tourism market has been performed. The results of the world and domestic hotel and restaurant industry survey have validated positive prospects for the implementation of franchising in the hotel and restaurant business in Ukraine. The research findings demonstrate qualitative and quantitative profitability indicators for the franchising companies operating in the global developed markets, in particular, the franchising networks performances in the hotel and restaurant sectors in Europe and the US have been investigated. The world top franchise business leaders have been identified. The study results have verified a strong correlation between high profitability in the hotel and restaurant industry and the number of franchisors engaged in this sector. An overview of the specifics of franchising relations legal regulation across countries is provided along with revealing the major challenges in the national legislation domain as to the basic terminology of legal regulation of franchising as a whole. A special emphasis is placed on mutual benefits the franchise system provides for a franchisor and a franchisee. The reasons behind the slowing down of the franchising process implementation practices in the domestic hotel and restaurant business settings are revealed.

Keywords: franchising; franchises; franchise; commercial concession; franchising contract; investment activities; hotel and restaurant business; international experience; business, world tourism.

Постановка проблеми. Важливим соціально-економічним чинником що всебічно впливає на економічний та політичний стан сучасних країн є індустрія туризму. Туризм формує імідж країни, сприяє розвитку економіки, впливає на політичний рейтинг країни у міжнародних відносинах.

У 2019 році туристичний сектор світової економіки склав 9126,7 млрд дол. США. Загальна щільність населення, що працює у світовій сфері туризму у 2019 році склала 325,8 млн осіб [23]. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) до 2030 року кількість міжнародних туристських прибуттів в усьому світі має збільшитися до 1 млрд 800 млн подорожуючих щорічно [22].

Зростання потоку туристів створює підґрунтя для стрімкого розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу та спонукає бізнесменів впроваджувати інноваційні управлінські технології, які мають забезпечити швидке повернення вкладених у підприємницьку діяльність інвестицій. Існує достатня кількість інструментів, що створюють умови для якісного підвищення ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Одним з таких інструментів є франчайзинг. Франчайзингова система відносин побудована на передачі за договором франчайзингу компанією (франчайзер) своїх прав (франшиза) на використання бренду, систем виробництва, системи маркетингу, системи управління [11]. Таким чином франчайзинг відіграє роль засобу, за допомогою якого відбувається здійснення підприємницької діяльності на основі об'єднання фінансових, матеріальних та інтелектуальних засобів юридичних та фізичних осіб, які є суб'єктами підприємницької діяльності. В Україні, порівняно із іншими розвинутими країнами світу, відносно недавно почали використовувати франчайзинг в підприємницькій діяльності. Питання використання організаційних, інноваційних та правових аспектів франчайзингу розглядали в своїх наукових працях наступні вітчизняні та закордонні вчені: В. Анін, О. Данніков, К. Паливода, М. Пивоваров, О. Александров, Є. Васильєва, Г. Домарадзька, Е. Ковшар, В. Кифяк, І. Килимник, І. Рикова, В. Савач, С. Сосна, Г. Цірат та ін.

На ринку України найбільша кількість підприємств, що діють на основі договору франчайзингу належить до сфери громадського харчування.

Так, на ринку ресторанного бізнесу України задіяно близько 55% від усіх брендів, що функціонують на вітчизняному ринку на основі франчайзингу.

Ринок готельних послуг, що діє на основі договорів франчайзингу представлено в Україні головним чином іноземними компаніями та дорівнює приблизно 5% від загальної кількості всіх підприємств, що функціонують на основі франчайзингу. Близько половини франчайзингових підприємств є представниками ресторанного бізнесу.

Недостатньо дослідженими залишаються сьогодні питання оцінювання економічних результатів та проблем застосування у підприємницькій діяльності франчайзингу. Існує потреба вивчення результатів та фінансових показників використання франчайзингової системи в сфері готельно-ресторанного бізнесу світовими лідерами з метою застосування їхнього досвіду в Україні.

Мета статті. Метою статті є дослідження франчайзингу як ефективного інструментарію управління сферою готельно-ресторанного бізнесу і з'ясування перспектив використання франчайзингу в якості засобу підвищення дохідності готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Основні матеріали дослідження. У теперішній час готельно-ресторанний бізнес в усьому світі перетворився на індустрію гостинності, що забезпечує великі валютні надходження за рахунок розвитку індустрії туризму.

Готельно-ресторанні послуги займають значну нішу в індустрії туризму і саме вони безпосередньо впливають за сукупну якість туристичних послуг. Згідно каталогу сайту Franchise Group (мережа сайтів Franchise Direct) у 2019 році серед 500 самих успішних мереж підприємств готельно-ресторанного бізнесу Європи (табл. 1), діючих на засадах договору франчайзингу – 12,4% складають мережі готельно-ресторанної сфери, з них 3,4% – це готельні мережі, 9,0% мережі ресторанного бізнесу (рис. 1).

Серед самих успішних франчайзингових мереж готельно-ресторанного бізнесу Європи за результатами 2019 року 42,0% мереж мають американське походження (рис. 2).

Згідно рейтингу німецької компанії Statista GmbH лідерами франчайзингових мереж Європи станом на липень 2019 року є мережі ресторанного бізнесу. 80% лідерів вказаного рейтингу є американськими компаніями (рис. 2).

Статистика доводить, що франчайзинг став одним з найбільш ефективних інструментів розвитку і розширення бізнесу. За даними Opportunity Bulletin – каталогу пропозицій по франчайзингу в США впродовж кожних восьми годин в створюється нова франшизна точка, а на одного франчайзера доводиться в середньому 230 франшизних точок.

Таблиця 1

Провідні франчайзингові мережі готельно-ресторанного бізнесу Європи у 2019 р.
 за версією мережі сайтів Franchise Direct

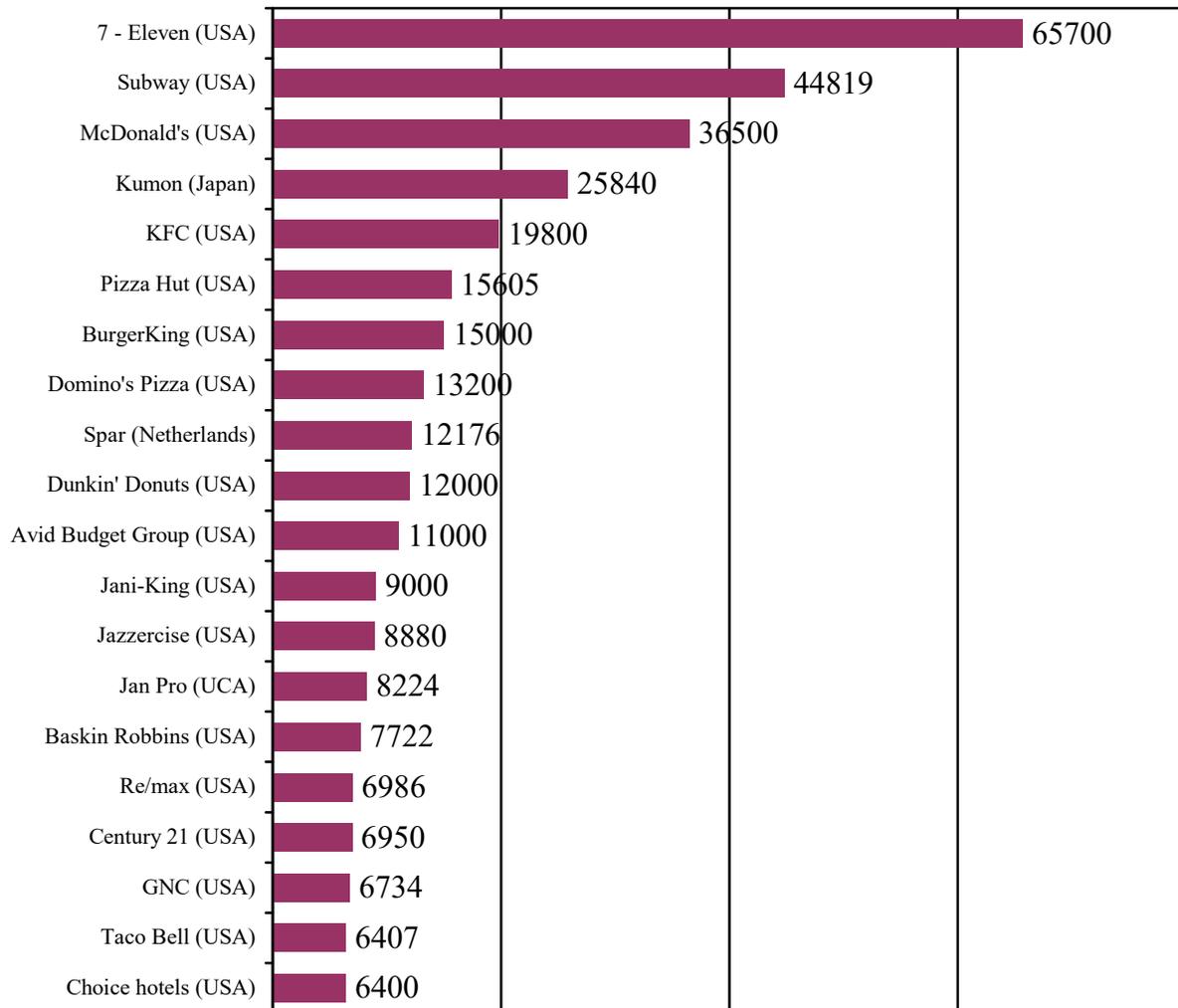
Місце у рейтингу	Назва підприємства	Сфера діяльності	Країна	Кількість підприємств
3	McDonald's	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	США	36500
5	KFC	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	США	19955
6	Піца ХАТА	Мережа ресторанів	США	15605
8	Domino's Pizza	Мережа ресторанів	США	13200
9	Spar	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	Нідерланди	12176
10	Dunkin 'Donuts	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	США	12000
19	Taco Bell	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	США	6407
20	Choice hotels	Мережа готелів	США	6400
22	InterContinental Hotels Group (IHG)	Мережа готелів	США	5063
29	Papa John's Pizza	Мережа ресторанних закладів швидкого обслуговування	США	4208

Джерело: [15].



Джерело: [15].

Рис. 1. Географія походження капіталу провідних франчайзингових мереж готельно-ресторанного бізнесу Європи за версією рейтингу Franchise Direct



Джерело: [16].

Рис. 2. Рейтинг найкращих іноземних франчайзингових мереж ресторанного бізнесу за версією компанії Statista GmbH

Асоціація малих підприємств США фіксує факт того, що за п'ять років 85% знову відкритих малих підприємств припиняють своє існування, в той час показники припинення діяльності по малим підприємствам, які ведуть бізнес по франчайзингу – складають лише 16% [21].

Міжнародна асоціація франчайзингу оприлюднила висновки, щодо тенденцій розвитку сфери франчайзингу в США. Згідно цих даних впродовж 2013–2017 років середньорічне зростання показників зайнятості в секторі франчайзингу склали 2,6%, що на 20% вище, ніж на підприємствах в масштабах всієї економіки США. Кількісний склад франчайзингових підприємств збільшився на 1,7%, а франчайзинговий сектор склав близько 3% від ВВП США в умовних одиницях.

У 2016 році франшизи в США принесли 868,1 млрд дол. США. У 2007 році, грошовий внесок франшизи в США був значно нижче – 675 млрд дол. США. Різниця доводить, що франшизи стають все більш популярним інструментом підприємців. Станом на 2019 рік було створено 7,6 млн робочих місць, та 13,3 млн робочих місць були підтримано завдяки франшизам [20].

Головною тенденцією, в рамках якої відбувається подальший розвиток франчайзингових мереж у міжнародному масштабі, є глобалізація та створення транснаціональних корпорацій, які мають замкнутий цикл надання туристичних послуг. Більшість таких компаній виникла на основі франчайзингових компаній.

Так, у туристичній сфері США діє велика кількість корпорацій економічна успішність яких створена завдяки використанню франчайзингу.

Корпорації Cendant Corporation (рік заснування 1998) виникла на основі готельної франчайзингової компанії HFS. Обсяг реалізованого станом на початок 2019 року туристичного продукту складає 20 млрд дол. США, а прибуток перед оподаткуванням – 3 млрд дол. США. Компанія Hospitality Services є складовою частиною корпорації Cendant Corporation та франчайзодавцем другої в світі за розміром готельної мережі (біля 6500 готелів), що співпрацює з такими брендами, як Days Inn, Howard Johnson, Ramada, Travelodge, Super 8 Motels, Wingate Inn [32]. Найбільші готельні мережі світу мають в своїй основі капітал із США: Sheraton, Holiday Inn, Marriott, Ramada.

Широко відомі також Transzauz Fort (Великобританія), Accor, Clab Medintrens (Франція), Gionle Sole (Іспанія) [32].

У США франчайзинг у сфері швидкого харчування і ресторанів сумарно займає 26% від загального ринку франчайзингу. Найбільша франчайзингова мережа швидкого харчування Subway налічує близько 20 тис. франшизних точок, McDonald's – близько 10 тис. [1].

Лідером європейських країн в сфері франчайзингу є Франція яка за останні 10 років подвоїла кількість франчайзингових мереж. У 2017 році Франція вже має 1976 франчайзингових мереж, 74 102 пункти продажу франшиз та понад 670 000 співробітників (прямі і непрямі робочі місця) і оборот 59,55 млрд євро [17].

Наведені вище факти підтверджують тезу про те, що франчайзинг є ефективною формою організації бізнесу, яка в значній мірі зменшує підприємницькі ризики малого та середнього бізнесу і створює сприятливі умови для скорочення термінів окупності інвестицій.

В результаті проведеного дослідження, з'ясовано, що США, Канада, Китай, Корея, Японія, Австралія, Німеччина, Франція, Великобританія є світовими лідерами використання франчайзингу. До найбільш відомих та активних світових франчайзингових систем сфери готельно-ресторанного бізнесу цих країн відносять:

1. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу (США) – Burger King (швидке харчування), Domino's Pizza (доставка піци), McDonald's (швидке харчування), Pizza Hut (швидке харчування), Comfort Inn (готелі), Holiday Inn (готелі), Quality Hotel (готелі), Yum Restaurants (ресторан KFC) [10].

2. Готельну мережу «ACCOR» (Франція) – 700 готелів на 80 тис. номерів;

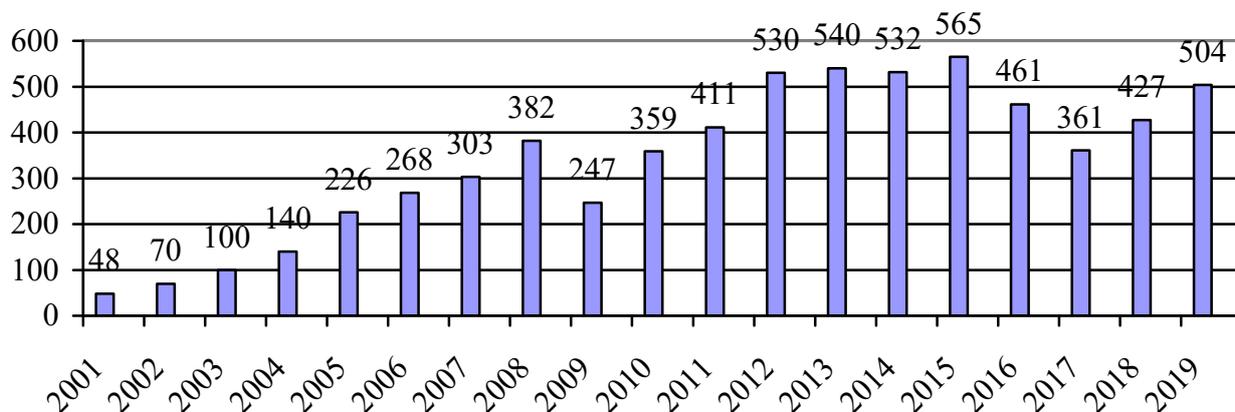
3. Готельну мережу «Transthouse Fort» (Велика Британія) – 800 готелів на 75 тис. номерів.

4. Готельну мережу «ClubMeditrans» (Франція) – 243 готелів на 61 тис. номерів.

5. Готельну мережу «Соль» (Іспанія) – 133 готеля в Європі на 34 тис. номерів.

Вітчизняний готельно-ресторанний бізнес має реальну перспективу зайняти гідне місце у міжнародній індустрії гостинності (рис. 3). Франчайзинг може стати саме тим інструментом, який допоможе оперативно адаптувати вітчизняний готельно-ресторанний бізнес до міжнародного туристичного ринку.

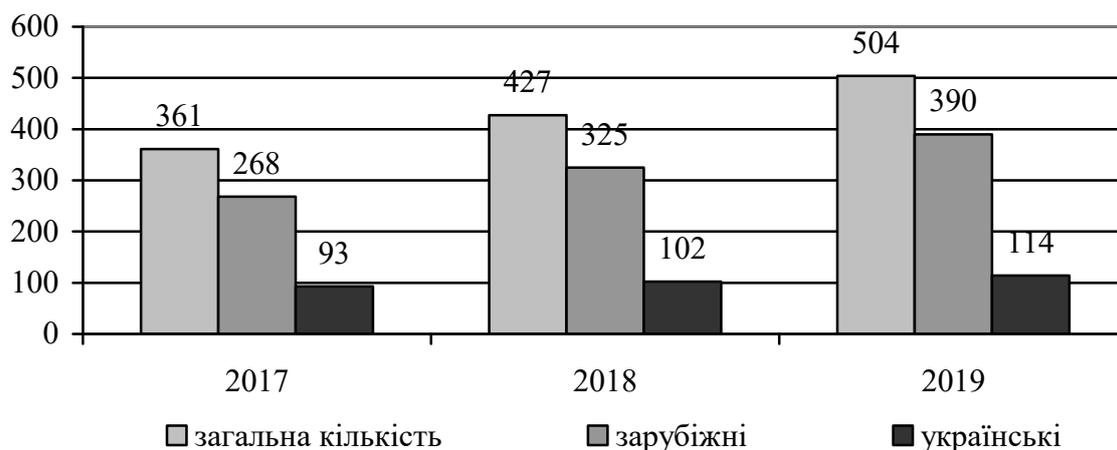
Ресторанний бізнес, побудований на засадах використання франчайзингу представлено в Україні наступними закладами харчування: Джигит, Франс.уа, Pizza Celentano Ristorante, Salateira, Fornetti, Lviv Croissants, Aroma Kava, Aroma Kava, Aroma Kava, Coffelat, Druzi, Gemini espresso club, FreshLine, Сімейна пекарня, Black Honey, Black Honey, «Віденські Булочки» та ін.



Джерело: [15].

Рис. 3. Динаміка змін кількості франчайзерів в Україні 2001–2019 рр.

Ринок готельних послуг, що діє на основі договорів франчайзингу представлено в Україні головним чином іноземними компаніями: Holiday Inn Choice Hotels International, Hilton, Marriott, Best Western, Ramada Inn, Radisson.



Джерело: [15].

Рис. 4. Походження франчайзингових брендів України

Вищевказані цифри та факти свідчать про те, що вітчизняний ринок має незадіяні ніши для створення конкурентоспроможної сфери готельно-ресторанного бізнесу, що вимагає нових наукових досліджень щодо з'ясування шляхів підвищення ефективності зазначеного виду підприємницької діяльності, адже ринок готельно-ресторанного бізнесу України є привабливим для міжнародних франчайзингових систем.

Сучасна економічна наука визначає франчайзинг як «змішану форму великого і дрібного підприємництва, за якої великі корпорації, «батьківські» компанії (франчайзери) укладають договір із дрібними (франчайзі) на право, привілей діяти від імені франчайзера. При цьому дрібна фірма зобов'язана провадити свою діяльність лише у формі, визначеній великою фірмою, протягом певного часу і в певному місці. Франчайзер зобов'язується постачати франчайзі товари, технологію, надавати всіляке сприяння в бізнесі» [7].

І. Рикова трактує франчайзинг як «форму господарської інтеграції бізнесу, при якому одна компанія (франчайзер) продає іншій компанії, яка є юридично самостійною (франчайзі),

право виступати під своєю торговою маркою, використовувати ноу-хау, виробничу систему і бізнес-технології [9].

О. Данніков дає визначення франчайзингу як «механізму передачі чи продажу ліцензії на торговий знак (марку) або технологію відомої фірми на певних комерційних умовах іншій особі, яка отримує виключні права на певні форми виробничо-збутової діяльності» [2].

Найбільш вживаним в економічній науковій спільноті є визначення, яке трактує франчайзинг як «таку форму організації та ведення бізнесу, при якій один із підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і передає права на ведення бізнесу у відповідності із цією моделлю іншому підприємцю (франчайзі) на визначеній території та на протязі визначеного часу» [11].

Крім наукових підходів до визначення франчайзингу необхідно враховувати і нормативне визначення цього поняття, адже саме законодавча база формує головні принципи застосування франчайзингу.

Вперше нормативно-правове визначення договору франчайзингу отримав у Регламенті Комісії (ЄС) 1988р. Згідно із зазначеним документом франчайзингова угода означає «угоду, за якою одна сторона, франчайзер, надає іншій стороні, франчайзі, в обмін на пряму або непряму фінансову винагороду, право на використання франшизи з метою збуту певних типів товарів та / або послуг. Договір франчайзингу включає в себе зобов'язання, пов'язані з: використанням загального імені або вивіски й уніфікованого представництва контрактних приміщень та / або транспортних засобів; спілкуванням франчайзера з франчайзі з приводу ноу-хау; безперервним наданням франчайзером франчайзі комерційної або технічної допомоги протягом строку дії договору» [13].

У Європейському Кодексі Етики Франчайзингу Європейської франчайзингової федерації франчайзинг визнається, як «система збуту товарів і/чи послуг і/чи технології, яка заснована на тісних та довготривалих відносинах між юридично і фінансово незалежними підприємцями, франчайзером та індивідуальним франчайзі, в якій франчайзер надає франчайзі право та накладає обов'язки вести підприємницьку діяльність у відповідності із концепцією франчайзера. Право зобов'язує та дає можливість франчайзі в обмін на пряме чи опосередковану винагороду, використовувати торгову назву і/чи торгову марку і/чи марку для послуг, ноу-хау, ділові і технічні методи та інші права промислової і/чи інтелектуальної власності, які супроводжуються довготривалою комерційною та технічною допомогою в рамках структури і термінів письмового франчайзингового договору» [3].

Міжнародна асоціація франчайзингу акцентує увагу на визначені договору франчайзингу, який я їх думку є «тривалими відносинами, при яких франчайзер передає виключні права, основані на ліцензійному погодженні займатись підприємницькою діяльністю плюс допомогу в навчанні, маркетингу, управлінні в обмін на фінансову компенсацію від франчайзі» [14]. Німецька асоціація франчайзингу трактує франчайзинг як «систему збуту, яка за будується на партнерстві, де франчайзер передає за винагороду право франчайзі продавати продукцію або надавати послуги під його ім'ям» [14]. Французька федерація франчайзингу «франшизу трактує як співпрацю між підприємством-франчайзером і одним або декількома підприємствами франчайзі, при цьому підприємство-франчайзер розпоряджається товарним знаком, знаком обслуговування, вивіскою, ноу-хау, які франчайзі повинен використовувати шляхом однакової експлуатації під контролем франчайзера» [18].

В українському законодавстві відсутнє визначення франчайзингу як правової категорії. Аналогом служить таке поняття як комерційна концесія. Згідно із ст. 1115 Цивільного кодексу України комерційна концесія – це підприємницька діяльність, яка оформлюється договором довгострокового ділового співробітництва.

Правове регулювання комерційної концесії здійснюється Цивільним кодексом України (далі – ЦКУ) (глава 76), Господарським кодексом України (далі – ГКУ) (глава 36), інтелектуальним законодавством, законами сфери захисту прав споживачів, нормами про відповідальність за якість товару та ін. В якості недоліків законодавства, яке регулює питання комерційної концесії фахівці – практики визначають факт того, що один і той же вид правовідносин в ЦКУ та ГКУ має різницю у визначеннях. ЦКУ і ГКУ містять вимогу про обов'язкову письмову форму договору франчайзингу, а при цьому ГКУ додатково вимагає, щоб договір був укладений у вигляді «єдиного документа». Законодавець не розшифровує поняття єдиного документа. У зв'язку з тим, що невідповідність письмової форми договору франчайзингу ЦКУ передбачає його нікчемність, а ГКУ – його недійсність, законодавець додатково ускладнює регулювання договору комерційної концесії тим, що вимагає здійснення його державної реєстрації, яка неможлива з причин відсутності відповідного механізму.

Повертаючись до договору франчайзингу, як інструменту підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу необхідно зазначити, що існують наступні фактори взаємовигідності системи франчайзингу для її учасників (табл. 2).

Таблиця 2

**Фактори взаємовигідності системи франчайзингу
 в сфері готельно-ресторанного бізнесу**

Для франчайзі	Для франчайзера
1. Можливість створити власний бізнес із мінімальним початковим капіталом. 2. Гарантований завдяки вже розрекламованого товарного знаку імідж серед споживачів. 3. Економія ресурсів на залученні управлінського менеджменту шляхом використання фахівців, які навчаються за рахунок франчайзера. 4. Гарантованість постійної інформаційної та технологічної підтримки. 5. Економія фінансів та часу за рахунок відсутності затрат на розробку рекламної стратегії, навчання, відсутність необхідності самостійно проводити маркетингові дослідження, розробляти і реєструвати власний товарний знак та торгову марку, пошуку партнерів. 6. Доступ до міжнародної системи бронювання перспектива придбання основних фондів у франчайзера. 7. Спрощення доступу до кредитування за рахунок можливості отримати франчайзера в якості фінансового гаранту кредитної угоди; 8. Збереження фінансової та юридичної незалежності. 9. Доступ до гарантованої системи поставок; 10. Можливість самостійного прийняття управлінських рішень. 11. Отримання постійної актуальної інформаційної підтримки. 12. Доступ до детально розробленої технології ведення бізнесу, який вже довів свою успішність. 13. Наявність певного захисту від конкурентів на території франчайзингової угоди.	1. Можливість розширити поле діяльності власного бізнесу. 2. Можливість збільшити обсягів продаж. 3. Можливість при мінімальних затратах отримати додатковий прибуток. 4. Зменшення витрат на утримання управлінської ланки, завдяки менеджменту франчайзі. 5. Постійне оновлення інформаційної бази якісних управлінців. 6. Реклама торгової марки за рахунок франчайзі. 7. Можливість отримати прибуток від надання в оренду франчайзі нерухомості, обладнання, інтелектуального продукту. 8. Скорочення термінів окупності капіталу. 9. Розвідка нових ринків збуту за рахунок франчайзі.

Джерело: складено авторами.

Висновки. Щодо договору франчайзингу, то проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що франчайзинг сфери готельно-ресторанного бізнесу по суті є договором, за допомогою якого створюються мережа підприємств готельно-ресторанного бізнесу, що об'єднані єдиною торговою маркою, уніфікованим стилем, однаковими умовами функціонування, однаковими формами, методами та стратегією ведення бізнесу керовані метою надання якісних послуг, та отримання прибутку.

Результати досліджень встановили, що визнаним лідером сфери готельно-ресторанного бізнесу є Сполучені Штати Америки. Серед Європейських країн лідерами сфери готельно-ресторанного бізнесу є Франція, Німеччина, Великобританія, які активно використовують у своїй діяльності договори франчайзингу.

Договір франчайзингу містить великі перспективи для розвитку вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу, оскільки спрощує вітчизняним підприємствам ведення бізнесу завдяки наявності у франчайзера апробованої стратегії ведення та розвитку бізнесу, наявності досвідченого кадрового складу, вільних фінансових та інтелектуальних ресурсів, можливостей користування інноваційними розробками франчайзера, а також вже розрекламованого бренду.

Серед причин, які гальмують процес впровадження у вітчизняний готельно-ресторанний бізнес практики використання франчайзингу треба назвати недосконале законодавче регулювання франчайзингу, відсутність належного захисту прав інтелектуальної та приватної власності.

References

Література

1. Kovshar, E.A. (2019). Gostinichnyi i restoranni biznes: ucheb.-metod. posobie dlia studentov [Hotel and restaurant business: textbook.-method. manual for students: in 2 parts]. Minsk: BGTU. Part 1. 201 p. [in Russian].
1. Ковшар Е. А. Гостиничный и ресторанный бизнес: учеб.-метод. пособие для студентов специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование»: в 2 ч. / Е. А. Ковшар. – Минск: БГТУ, 2019. – Ч. 1. – 201 с.
2. Dannikov, O.V. (2008). Problemy pobudovy ta funktsionuvannia franchaizynhovykh system v Ukraini [Problems of construction and operation of franchising systems in Ukraine]. Marketynh v Ukraini [Marketing in Ukraine], No. 5, P. 62–69 [in Ukrainian].
2. Данніков О. В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / О. В. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5. – С. 62–69.
3. Yevropeiska franchaizynhova federatsiia (Kodeks etychnoi povedinky) [European Franchising Federation (Code of Ethics)]. Retrieved from: <https://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu> [in Ukrainian].
3. Європейська франчайзингова федерація (Кодекс етичної поведінки) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu>.
4. Kyfiak, V.F. (2007). Formuvannia rekreatsiinoturystychnoho klasteru ta yoho vplyv na pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia sferoiu rekreatsii i turyzmu [Formation of a recreational-tourist cluster and its influence on improving the efficiency of the management of the sphere of recreation and tourism]. Materials of the III scientific-practical conference "Information technologies in the management of the tourism and resort-recreational economy". Berdiansk: AUIT "ARIU". P. 76–80 [in
4. Кифяк В. Ф. Формування рекреаційно-туристичного кластеру та його вплив на підвищення ефективності управління сферою рекреації і туризму / В. Ф. Кифяк // Матеріали III наук.-практ. конференції "Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою". – Бердянськ: АУІТ "АРИУ", 2007. – С. 76–80.

Ukrainian].

5. International Franchise Association. Retrieved from: <http://www.franchise.org>.

6. European Franchise Federation. Retrieved from: <http://www.eff-franchise.com>.

7. Pyvovarov, M.H. (2007). Franchaizynh ta perspektyva yoho rozvytku v Ukraini [Franchising and the prospect of its development in Ukraine]. Derzhava ta rehiony. Ser.: Ekonomika ta pidpryemnytstvo [State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship], No. 2, P. 192–195 [in Ukrainian].

8. Raizberg, B.A., Lozovskii, L.Sh., Starodubtceva, E.B. (2017). Sovremennyi ekonomicheskii slovar [Modern Economic Dictionary]. Moscow: INFRA-M. 512 p. [in Russian].

9. Rossiiskaia assotiatciia franchaizinga [Russian Franchising Association]. Retrieved from: www.rarf.ru [in Russian].

10. Rykova, I.V. (2004). Mirovoi opyt franchaizinga [World experience of franchising]. Marketolog [Marketer], No. 4, P. 5–10 [in Russian].

11. Sosna, S.A., Vasileva, E. (2005). Franchaizing. Kommercheskaia kontsessiia [Franchising. Commercial concession]. Moscow: Akademkniga. 375 p. [in Russian].

12. British Franchise Association. Franchise Industry Research: bfa/NatWest Franchise Survey. Retrieved from: <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchisingindustryresearch>.

13. Commission Regulation (EEC) No 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of franchise agreements. Official Journal, L. 359, 28/12/1988, P. 0046–0052. Retrieved from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31988R4087>.

14. Deutscher Franchise Verband e. V. Der Begriff «Franchising», 2006. Retrieved from: www.dfv-franchise.de.

15. Franchise Group. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises-report-introduction-and-overview>.

5. International Franchise Association [Electronic resource]. – Retrieved from: <http://www.franchise.org>.

6. European Franchise Federation [Electronic resource]. – Retrieved from: <http://www.eff-franchise.com>.

7. Пивоваров М. Г. Франчайзинг та перспектива його розвитку в Україні / М. Г. Пивоваров // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2007. – № 2. – С. 192–195.

8. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 512 с.

9. Российская ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rarf.ru.

10. Рыкова И. В. Мировой опыт франчайзинга / И. В. Рыкова // Маркетолог. – 2004. – № 4. – С. 5–10.

11. Сосна С. А. Франчайзинг. Коммерческая концессия / А. С. Сосна, Е. Васильева. – М.: Академкнига, 2005. – 375 с.

12. British Franchise Association. Franchise Industry Research: bfa/NatWest Franchise Survey [Electronic resource]. – Retrieved from: <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchisingindustryresearch>.

13. Commission Regulation (EEC) No 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of franchise agreements [Electronic resource] // Official Journal. – L. 359. – 28/12/1988. – P. 0046–0052. – Retrieved from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31988R4087>.

14. Deutscher Franchise Verband e. V. Der Begriff «Franchising», 2006 [Electronic resource]. – Retrieved from: www.dfv-franchise.de.

15. Franchise Group [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises->

16. Franchise Direct. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.co.uk/top500/article/franchisestatisticsfortheeuropeanunion/4>.

17. French Federation of Franchising. Retrieved from: <https://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/chiffres-clefs>.

18. Innovation in Franchising Some illustrations from the French franchising chains. Retrieved from: http://www.escpeurope.eu/conferences/marketing/2008_cp/Materiali/Paper/Fr/Perrigot_Martinez.pdf.

19. Stats Franchise Europe. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises-report-introduction-and-overview>.

20. The International Franchising Association has announced. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/a-look-at-how-franchises-impact-the-economy>.

21. US Small Business Association. Retrieved from: <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis#section-header-5>.

22. World Tourism Organization. Retrieved from: Режим доступу: www.unwto.org/data.

23. WTTC Global Economic Impact and Issues-2019. Retrieved from: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>.

report-introduction-and-overview.

16. Franchise Direct [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.franchisedirect.co.uk/top500/article/franchisestatisticsfortheeuropeanunion/4>.

17. French Federation of Franchising [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/chiffres-clefs>.

18. Innovation in Franchising Some illustrations from the French franchising chains [Electronic resource]. – Retrieved from: http://www.escpeurope.eu/conferences/marketing/2008_cp/Materiali/Paper/Fr/Perrigot_Martinez.pdf.

19. Stats Franchise Europe [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises-report-introduction-and-overview>.

20. The International Franchising Association has announced [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/a-look-at-how-franchises-impact-the-economy>.

21. US Small Business Association [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis#section-header-5>.

22. World Tourism Organization [Electronic resource]. – Retrieved from: Режим доступу: www.unwto.org/data.

23. WTTC Global Economic Impact and Issues-2019 [Electronic resource]. – Retrieved from: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>.

УДК 658.5:338.5

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.10

Євгенія В. Міщук

Криворізький національний університет, Україна

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА БЕЗ УРАХУВАННЯ БЕЗПЕКИ ЙОГО СТЕЙКХОЛДЕРІВ

У сучасних дослідженнях недостатньо розробленим залишився такий підхід до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, який, з одного боку, не враховував би вплив безпеки його стейкхолдерів, а з іншого – у разі необхідності дозволив би поєднати обидві оцінки. Метою дослідження є вдосконалення методології оцінювання рівня економічної безпеки підприємства без урахування впливу безпеки його стейкхолдерів. Для вирішення поставлених завдань використовувались такі методи дослідження: узагальнення – для аналізу поглядів економістів на об'єкт дослідження та формулювання висновків контент-аналізу первинних джерел; аналіз і синтез – для з'ясування основних наукових категорій дослідження та уточнення індикаторів економічної безпеки. Обґрунтовано, що для оцінювання рівня економічної безпеки більш доцільним видається показник нестачі прибутку до оподаткування (*earnings before tax, EBT*), оскільки з аналітичного погляду, він містить усі ті переваги, що й чистий прибуток, але при цьому відрізняється такою характеристикою, як порівнюваність. Запропоновано визначати величину нестачі EBT як суму недоотриманого прибутку до оподаткування, якої не бракує для того, щоб індикатори кожного складника економічної безпеки підприємства дорівнювали своїм спеціально установленим значенням. Уточнено індикатори економічної безпеки відповідно до її декомпозиції, яка розглядається в розрізі безпеки поточних економічних інтересів, що представлена ієрархічною структурою, та безпеки інтересів підприємства у стратегічному періоді. При цьому акцентовано увагу на виключенні із наведеної ієрархії безпеки будь-якої групи стейкхолдерів. Запропоновано показник оцінювання рівня економічної безпеки підприємства та відповідна шкала переведення отриманих значень у лінгвістичні терміни. Для оцінювання економічної безпеки у стратегічному періоді запропоновано застосовувати показник нестачі грошової доданої вартості підприємства. Розроблений підхід не передбачає оцінювання витрат на забезпечення безпеки стейкхолдерів, що дозволяє визначити рівень економічної безпеки безпосередньо самого підприємства. Застосування такого підходу в практичній діяльності економічних служб підприємств (у т.ч. служб економічної безпеки) сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень. Це обумовлюється тим, що отримана інформація на підставі запропонованого підходу дозволить об'єктивно врахувати вплив тих чи інших заходів на порушення економічних інтересів підприємства без урахування витрат на забезпечення безпеки стейкхолдерів.

Ключові слова: лімінальна величина; нестача величини прибутку до оподаткування (EBT); складники економічної безпеки підприємства.

Евгения В. Мищук

Криворожский национальный университет, Украина

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЗ УЧЁТА БЕЗОПАСНОСТИ ЕГО СТЕЙКХОЛДЕРОВ

В современных исследованиях недостаточно разработанным остался такой подход к оцениванию уровня экономической безопасности предприятия, который, с одной стороны, не учитывал бы влияние безопасности его стейкхолдеров, а с другой – в случае необходимости позволил бы совместить обе оценки. Целью исследования является совершенствование методологии оценивания уровня экономической безопасности

предприятия без учёта влияния безопасности его стейкхолдеров. Для решения поставленных задач использовались такие методы исследования: обобщение – для анализа взглядов экономистов на объект исследования и формулирование выводов контент-анализа первичных источников; анализ и синтез – для выяснения основных научных категорий исследования и уточнения индикаторов экономической безопасности. Обосновано, что для оценивания уровня экономической безопасности более целесообразным представляется показатель недостатка прибыли до налогообложения (*earnings before tax, EBT*), поскольку с аналитической точки зрения, он содержит все те преимущества, что и чистая прибыль, но при этом отличается такой характеристикой, как сопоставимость. Предложено определять величину недостатка EBT как сумму недополученной прибыли до налогообложения, которой не хватает для того, чтобы индикаторы каждой составляющей экономической безопасности предприятия равнялись своим специально установленным значениям. Уточнены индикаторы экономической безопасности в соответствии с её декомпозицией, которая рассматривается в разрезе безопасности текущих экономических интересов и представлена иерархической структурой, а также безопасности интересов предприятия в стратегическом периоде. При этом акцентировано внимание на исключении из приведённой иерархии безопасности любой группы стейкхолдеров. Предложен показатель оценки уровня экономической безопасности предприятия и соответствующая шкала перевода полученных значений в лингвистические термины. Для оценивания экономической безопасности в стратегическом периоде предложено применять показатель недостатка денежной добавленной стоимости предприятия. Разработанный подход не предусматривает оценивание затрат на обеспечение безопасности стейкхолдеров, что позволяет определить уровень экономической безопасности непосредственно самого предприятия. Применение такого подхода в практической деятельности экономических служб предприятий (в т. ч. служб экономической безопасности) будет способствовать повышению эффективности управленческих решений. Это объясняется тем, что полученная информация на основании предложенного подхода позволит объективно учесть влияние тех или иных мероприятий на нарушение экономических интересов предприятия без учёта расходов на обеспечение безопасности стейкхолдеров.

Ключевые слова: лиминальная величина; недостаток величины прибыли до налогообложения (EBT); составляющие экономической безопасности предприятия.

Ievgeniia V. Mishchuk

Kyryvi Rih National University, Ukraine

METHODOLOGY FOR ASSESSING THE LEVEL OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY WITHOUT BEYOND THE STAKEHOLDERS SECURITY PERSPECTIVE

*The modern literature review has identified a certain research gap in developing an approach to assess the level of enterprise economic security that would not take into account the impact of its stakeholders security, on the one hand, but would provide it, if necessary, on the other – to combine both assessment methods. The purpose of this study is to improve the methodology for assessing the level of enterprise economic security beyond the context of considering its stakeholders security perspective. To attain the objectives set in the study, the following research methods have been employed: generalization – to explore different economic concepts and approaches to view the object of study and develop conclusions behind the content analysis of primary sources; analysis and synthesis – to interpret the key research categories and specify the economic security indicators. It argued that for assessing the level of economic security, from analytical perspective, the EBT deficit indicator (*earnings before tax*) seems more appropriate, since it offers all the advantages of net profit, but at the same time is characterized by the benefit of*

its comparability. It is suggested to calculate the EBT value deficiency as the amount of lost profit before tax, which is insufficient to ensure that the indicators of each component of the enterprise economic security are equal to their reference or established values. The study also specifies the economic security indicators subject to its decomposition, which is considered in terms of company current economic interests security and is presented by a hierarchical structure, as well as the overall enterprise security in the strategic period. Moreover, a special focus is placed that any stakeholders group has to be excluded from the above security hierarchy. The study offers an indicator to assess the level of enterprise economic security and an appropriate scale for transforming the obtained values into linguistic terms. To evaluate economic security in the strategic period, the use of the company cash value added indicator is suggested. The developed approach does not assume cost assessment needed to ensure stakeholders security which allows measuring the so called net economic security. The application of this approach in business practices of company structural units (including economic security services) will contribute to enhancing management decisions effectiveness, since the information available through the use of the proposed approach will provide an objective background to evaluate the effects from a number of activities against violation of the enterprise economic interests without taking into account the costs for ensuring the stakeholders security.

Keywords: *liminal values; lack of earnings before tax (EBT) value; components of enterprise economic security.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. За нашим переконанням, певна частина безпеки стейкхолдерів, при чому не тільки внутрішніх, але й зовнішніх, є складником економічної безпеки підприємства. Зокрема, безпека будь-якої групи стейкхолдерів включає ту частину, що залежить від діяльності даного підприємства (внутрішня економічна безпека стейкхолдерів) і ту, яка не залежить від неї (зовнішня економічна безпека стейкхолдерів підприємства). При цьому загальна безпека внутрішніх стейкхолдерів та власників більшої мірою залежить від даного підприємства, ніж безпека інших груп стейкхолдерів. Отже, оцінювання рівня економічної безпеки підприємства є інтегральним та залежить від рівня економічної безпеки окремо підприємства – без стейкхолдерів (надалі – безпека підприємства у вузькому значенні), внутрішньої (залежної) економічної безпеки стейкхолдерів підприємства та зовнішньої (незалежної) економічної безпеки стейкхолдерів підприємства. Проте методологія такого оцінювання повинна дозволяти визначати рівень економічної безпеки підприємства відокремленого від рівня безпеки його стейкхолдерів. Такий підхід не отримав належного висвітлення у науковій фаховій літературі.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Зокрема, О.В. Нусінова, О.В. Молодецька, пропонуючи комплексне оцінювання соціально-економічної та фінансової безпеки [1; 2], не дивлячись на ряд позитивних та вартих великої уваги пропозицій, все ж не розмежували оцінку безпеки підприємства від оцінки безпеки його стейкхолдерів, яка за своєю суттю, криється у запропонованій ними соціально-екологічній безпеці. Водночас, слід указати на вагомість теоретичних і практичних надбань у галузі економічної безпекології, які зробили С.Б. Довбня і Н.Ю. Гічова [3], М.Ю. Журавель, Т.В. Полозова, О.В. Стороженко [4], Л.Г. Квасній, О.Я. Щербан [5], О.Ю. Ярова, Л.П. Артеменко [6], В.Є. Глушков, Р.М. Редько [7], Ю.Є. Чирва, О.М. Нестеренко [8], а також багато інших як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. На необхідність урахування інтересів стейкхолдерів при оцінці діяльності підприємства вказують більшість учених, серед яких А.В. Череп, С.В. Северина [9]. Проте не достатньо розробленим залишився такий підхід до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, який би, з одного боку, не враховував вплив безпеки його стейкхолдерів, а з іншого боку, дозволяв у разі необхідності поєднати обидві оцінки.

Невирішені частини дослідження. Не дивлячись на велику кількість існуючих методик оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, більшість із них включає два роди індикаторів: ті, які характеризують економічні інтереси безпосередньо підприємства (як юридичної особи, яка веде підприємницьку діяльність) і ті, які відображають інтереси стейкхолдерів цього підприємства. Не заперечуючи того факту, що загальна економічна безпека підприємства залежить від безпеки його стейкхолдерів, вважаємо доцільним розмежувати їх оцінку з метою формування аналітичної інформації, яка сприятиме більш виваженому прийняттю управлінських рішень, що впливають на економічні інтереси підприємства.

Мета дослідження. Метою статті є удосконалення методології оцінювання рівня економічної безпеки підприємства без урахування впливу безпеки його стейкхолдерів.

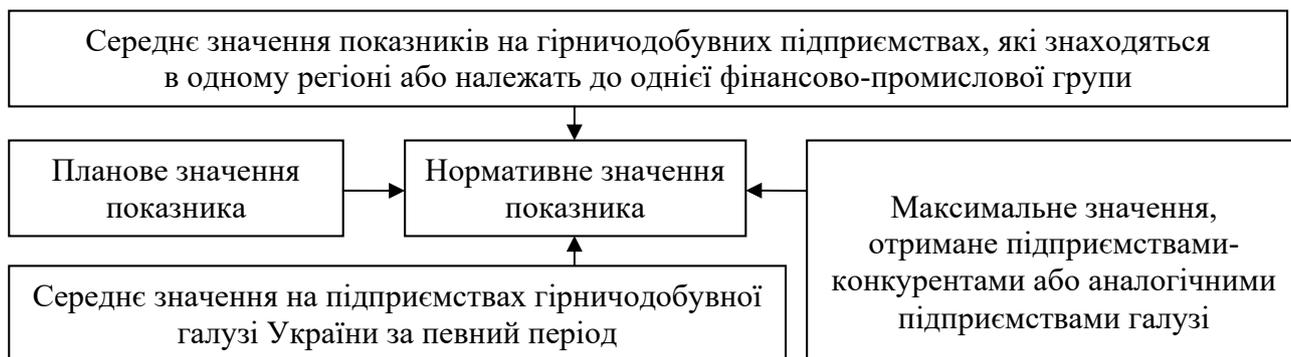
Виклад основних результатів та їх обґрунтування. З метою оцінювання рівня економічної безпеки підприємства необхідно обрати відповідні критерії. Очевидно, що оцінювання рівня економічної безпеки підприємства повинне базуватися на такому показнику, який є ключовим при плануванні, аналізі та контролі за діяльністю підприємства. Такий підхід слугуватиме передумовою практичного застосування пропонованого підходу до оцінки економічної безпеки підприємства. Без сумніву, одним із таких показників є прибуток підприємства. Однак факт отримання підприємством абсолютної суми прибутку не є однозначним свідченням досягнення того чи іншого рівня економічної безпеки. З урахуванням цього, окремими науковцями пропонується визначення величин нестачі чистого та операційного прибутку [1, с. 98–99], а також недоотриманої величини EBITDA [2, с. 100, с. 113]. Погоджуючись у цілому з таким підходом, вважаємо доцільним зробити ряд зауважень. Зокрема, серед усіх показників прибутку для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства (у вузькому значенні) більш доцільним видається показник нестачі EBT (прибутку до оподаткування), оскільки з аналітичної точки зору він містить усі ті переваги, що й чистий прибуток, але при цьому він відрізняється такою характеристикою, як порівнюваність. Остання характеризує те, що результати, отримані на основі його розрахунку можна використовувати для співставлення аналогічних даних серед підприємств із різними режимами оподаткування. Окремо зауважимо, що ми розглядаємо дві ролі прибутку. Диференціюючи у структурі безпеки фінансово-економічних інтересів підприємства безпеку фінансової спроможності (що оцінюється нами через інтегральний показник імовірності банкрутства) та безпеку достатності операційного прибутку, слід розрізняти, відповідно роль прибутку в імовірності настання банкрутства та його роль у можливості забезпечення розвитку підприємства. Кожен вид, підвид економічної безпеки підприємства характеризується притаманним йому індикатором. Приклад такого індикатора для безпеки фінансової спроможності: показник Z імовірності банкрутства.

З урахуванням запропонованих методик у роботах [1; 2], для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства (у його вузькому значенні) нами пропонується визначити величину нестачі EBT як суму недоотриманого прибутку до оподаткування, яку не вистачає для того, щоб індикатори кожного складника економічної безпеки підприємства дорівнювали своїм спеціально установленим значенням (нормативним, критичним, еталонним, граничним, пороговим, заданим, плановим, рекомендованим, бажаним).

Стосовно останнього вважаємо необхідним підкреслити, що індикатори, які характеризують ті чи інші види (підвиди) економічної безпеки є різними і, очевидно, що ці відмінності проявляються в економічному сенсі самих показників, методиках їх підрахунку та, відповідно, інтерпретації інформації, отриманої на основі оцінених за їх допомогою значень. Здебільшого, для такої інтерпретації застосовуються порівняння отриманого під час розрахунків значення, яке, переважно, називають фактичним, із конкретним, раніше розробленим й установленим значенням. Таке установлення відбулося або ученими, на

основі проведених ґрунтовних наукових досліджень, або провідними фахівцями-працівниками підприємств на основі досвіду та практики, що склалася за певний проміжок часу. У більшості випадків, науковці та практики ці установлені значення (залежно від індикатора) називають нормативними, еталонними та/або рекомендованими. Крім цього, у фаховій економічній літературі часто зустрічаються такі їх назви як граничні, порогові величини та критичні значення. При цьому усі перелічені назви можуть бути застосовуваними до одних й тих самих значень показників (індикаторів).

Крім того, не всі індикатори мають раніше встановлені порівнювані значення, загально визнані науковою спільнотою. Це пояснюється багатьма причинами, серед яких те, що значення одних із них залежать від безлічі змінюваних чинників і відрізняються залежно від приналежності підприємств до різних галузей, організаційно-правових форм, фази економічного циклу тощо; значення других – можуть бути рекомендованими тільки фахівцями-практиками і тільки для конкретного підприємства, урахувавши його специфіку та інше, а установлені значення інших залежать від мети аналізу тощо. Зокрема, значення, яке для одного підприємства є нормативним, для іншого таким може і не бути (яскравий приклад: норматив коефіцієнту абсолютної ліквідності для торгівельних і промислових підприємств). Більше того, нормування є складним науковим процесом, а це не завжди враховується, про що свідчить установлення в якості нормативних значень простих середніх арифметичних величин певного показника за ряд періодів або подібні значення (наприклад, такі, які наведені авторами праці [1, с. 97; 2], рис. 1).



Джерело: складено автором на основі інформації із [1, с. 97; 2].

Рис. 1. Види значень показника, що називають нормативними у фаховій літературі

Відтак для коректного відображення результатів нашого дослідження вважаємо потрібним уточнити застосовувані в ньому поняття. В якості продовження процесу термінотворення, для подолання лексичних складнощів, пропонуємо використовувати термін «лімінальна величина» показника (індикатора) (походить від латинської мови, а саме: від слова *limina* – порогова величина) під якою розуміємо мінімально необхідне значення, яке відповідає межі, установленій ретроспективно або прийнятій аналітиком на момент оцінки та досягнення якого характеризує перехід до якісно іншого результату. Підсумовуючи відмітимо, що нормативні, критичні, граничні, еталонні величини в одних випадках можуть бути ототожненими, а в інших – набувати різного змістового наповнення, але у цілому, на нашу думку, їх доцільно називати лімінальними, що найповніше та узагальнено відображає їх сенс.

Відзначимо, що в тому випадку, коли у періоді оцінювання фінансовим результатом діяльності підприємства до оподаткування був збиток, тобто фактичне значення показника ЕВТ (ЕВТф) є від’ємним:

$$EVT_{\phi} < 0, \quad (1)$$

то констатується наявність небезпеки, що, своєю чергою, робить недоцільним подальші розрахунки рівня економічної безпеки.

Для визначення рівня економічної безпеки вважаємо доцільним врахування саме нестачі величини EVT. Тому при перевищенні фактичного значення над лімінальними, для подальших розрахунків приймається умова:

$$\text{якщо } EVT_{\text{л}} < EVT_{\phi}, \text{ то } \Delta EVT_{\text{ін}} = 0. \quad (2)$$

При цьому лімінальним значенням показника EVT є сума його фактичного значення та нестачі, отриманої внаслідок недосягнення відповідними індикаторами економічної безпеки підприємства власних лімінальних значень (табл. 1).

Таблиця 1

Індикатори безпеки поточних економічних інтересів підприємства

Назви видів економічної безпеки та відповідні їм індикаторів	Визначення індикаторів
1. Безпека фінансово-економічних інтересів	
1.1. Економічна безпека фінансової спроможності	
Індикатор: – Модель Спрінгейта	Модель Спрінгейта
1.2. Безпека достатності прибутку EBIT	
Індикатор: – абсолютна сума EBIT	абсолютна сума EBIT
2. Безпека економіко – виробничих інтересів	
2.1. Безпека техніко-технологічних інтересів	
2.1.1. Безпека майнового стану	
Індикатори: - коефіцієнт оновлення основних засобів	Відношення первісної вартості основних засобів, що введені у звітному періоді до первісної вартості основних засобів на кінець звітного періоду
- коефіцієнт придатності основних засобів	Відношення залишкової вартості основних засобів до первісної вартості основних засобів
- фондвіддача	Відношення обсягу випуску продукції в грошовому вираженні (не виручка, а обсяг) до первісної вартості основних засобів
2.1.2. Безпека рентабельності основних засобів	
Індикатор – рентабельність основних засобів	Відношення чистого прибутку до первісної вартості основних засобів
2.2. Безпека енергетичних інтересів	
2.2.1. Безпека енергоефективності	
Індикатори: – коефіцієнт енергомісткості продукції	Відношення суми енерговитрат до обсягу випуску продукції у грошовому вираженні
– частка енергетичних витрат у собівартості продукції	Відношення суми енерговитрат до собівартості продукції
2.2.2. Безпека енергозабезпеченості	
Індикатор: – коефіцієнт відповідності фактичних обсягів поставок енергоресурсів обсягам, заявлених в укладених договорах	Відношення фактичних обсягів поставок енергоресурсів обсягам, заявлених в укладених договорах

Закінчення табл. 1

Назви видів економічної безпеки та відповідні їм індикаторів	Визначення індикаторів
Безпека матеріало-сировинних інтересів	
2.3.1. Безпека ефективності використання матеріало-сировинних ресурсів	
Індикатори: - коефіцієнт матеріаломісткості продукції	Відношення суми матеріальних витрат до обсягу випуску продукції у грошовому вираженні
- питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції	Відношення суми матеріальних витрат до собівартості продукції
- рентабельність матеріальних витрат	Відношення суми ЕВТ до матеріальних витрат
2.3.2. Безпека матеріало-сировинного забезпечення	
Індикатори: – коефіцієнт відповідності фактичних обсягів поставок матеріальних ресурсів обсягам, заявлених в укладених договорах	Відношення фактичних обсягів поставок матеріальних ресурсів обсягам, заявлених в укладених договорах;
- коефіцієнт оборотності матеріало-сировинних запасів	Відношення виручки від реалізації продукції до середньорічної вартості матеріало-сировинних запасів
3. Безпека економіко-інформаційних інтересів	
3.1. Безпека інформації	
Індикатори: - коефіцієнт фінансування інформаційних служб підприємства	Відношення витрат на фінансування інформаційних служб до загальних витрат підприємства
- коефіцієнт досвіду роботи персоналу, що забезпечує безпеку інформації	Відношення чисельності працівників, що мають доступ до комерційної таємниці, що працюють на підприємстві більше трьох років до загальної кількості працівників, що мають доступ до комерційної таємниці
3.2. Безпека інформаційної системи	
Індикатори: - коефіцієнт відношення продуктивності праці до поточної суми витрат на утримання інформаційної системи	Відношення продуктивності праці до поточної суми витрат на утримання інформаційної системи на належному рівні
- недоотримання 10% рентабельності діяльності унаслідок використання застарілої інформаційної системи	Рентабельність діяльності як відношення ЕВТ до операційних витрат. В якості ліміальної величини – середнє значення рентабельності між підприємствами, на яких функціонує SAP
4. Безпека кадрових інтересів	
4.1. Безпека ефективності використання персоналу	
Індикатори: - продуктивність праці	Відношення випуску продукції у грошовому вираженні до середньооблікової чисельності персоналу
- рентабельність витрат на персонал	Відношення прибутку ЕВТ до витрат на оплату праці
4.2. Безпека кадрового забезпечення	
Індикатор: – середній коефіцієнт забезпеченості персоналом	Середнє арифметичне з відповідних коефіцієнтів по структурним підрозділам підприємства

Джерело: складено автором з використанням загальновідомих економічних показників.

Отже, з урахуванням декомпозиції видів економічної безпеки, нами акцентовано увагу на тих індикаторах, які характеризують економічні інтереси підприємства. При цьому, на відміну від існуючих класифікацій, ми не виокремлюємо екологічні та соціальні види безпеки та відповідні їм індикатори. Пояснюємо це тим, що з точки зору кінцевої мети діяльності підприємства, а відтак одного із його ключових інтересів – отримання прибутку, їх забезпечення здійснюється, насамперед, в інтересах окремих груп стейкхолдерів, а не самого підприємства як самостійного господарюючого суб'єкта. Крім цього, на практиці, у більшості випадків, визначаючи шляхи отримання прибутку, такі заходи, як підвищення соціальних стандартів для працівників та покращення екологічних заходів, відсутні серед таких шляхів. Натомість, це види безпеки, які генерують додаткові витрати, чим зменшують можливий прибуток, що очевидно.

Підкреслимо, що нестача показника ЕВТ за певним видом (підвидом) економічної безпеки підприємства ($ЕВТ_{in}$, де i – порядковий номер індикатора, а n – порядковий номер виду (підвиду) економічної безпеки) характеризується додатною величиною, що відображає суму, якої не вистачає для забезпечення лімінального рівня цього виду (підвиду) безпеки, визначеного, своєю чергою, за умови дотримання відповідними індикаторами власних лімінальних значень. У такому разі виконується умова:

$$\Delta ЕВТ_{in} > 0. \quad (3)$$

Якщо за результатами розрахунків виявиться, що на підприємстві має місце надлишок величини ЕВТ, який характеризуватиметься нерівністю: $\Delta ЕВТ_{in} < 0$, то для подальших розрахунків щодо оцінки рівня економічної безпеки підприємства приймається умова:

$$\Delta ЕВТ_{in} = 0. \quad (4)$$

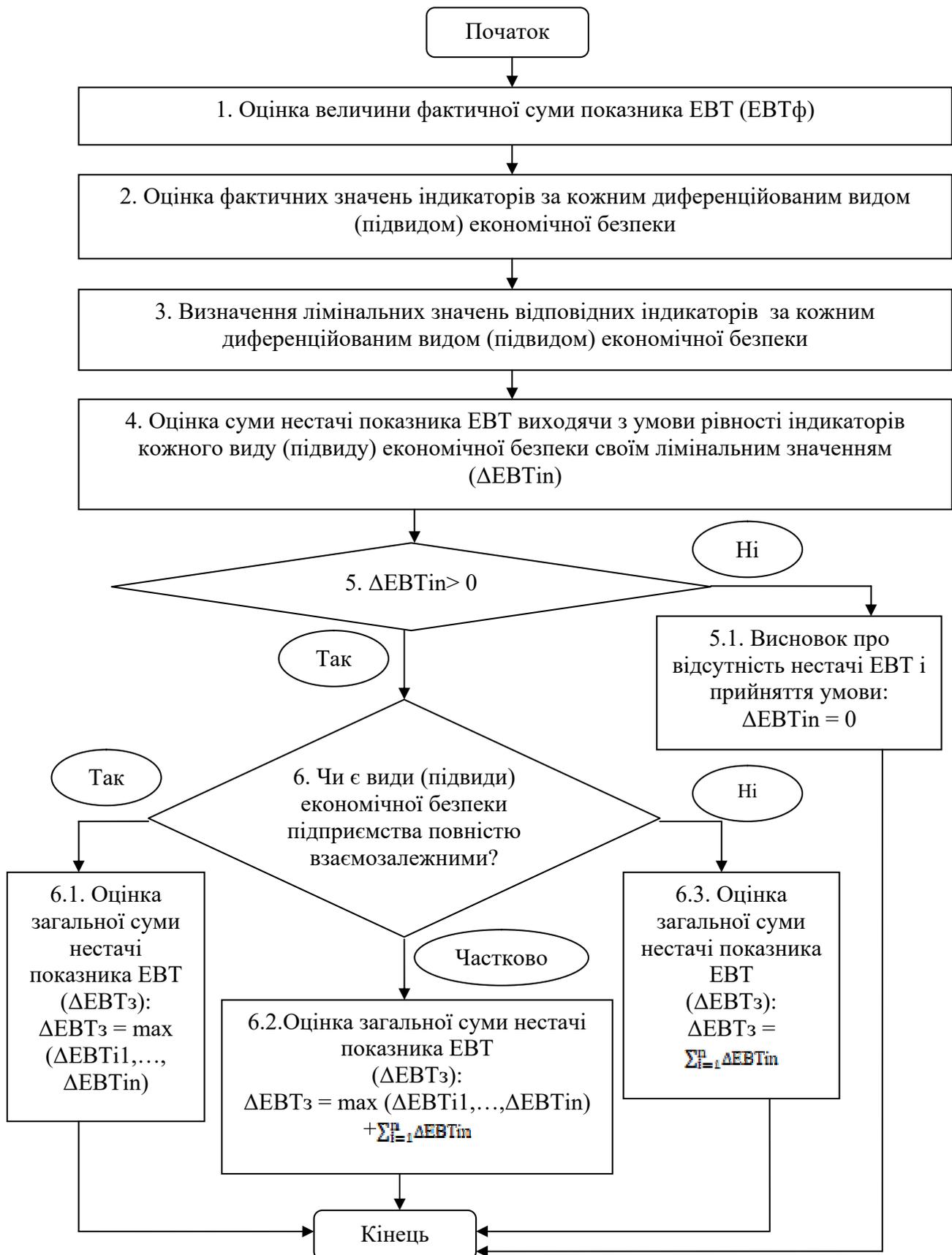
Оцінивши значення величин $\Delta ЕВТ_{in}$ для кожного виду економічної безпеки підприємства, важливо знайти загальну величину нестачі прибутку ($\Delta ЕВТ_3$). Для цього слід визначити: чи є взаємозалежними види (підвиди) економічної безпеки підприємства. Очевидно, що при знаходженні нестачі показника ЕВТ за підвидами у межах одного виду, які є взаємозалежними, загальна сума нестачі показника ЕВТ для цього виду економічної безпеки складатиме максимум із усіх розрахованих значень $\Delta ЕВТ_{in}$. У ситуації, коли потрібно знайти суму нестачі ЕВТ за різними видами економічної безпеки підприємства (наприклад, для безпеки фінансової спроможності та безпеки економіко-виробничих інтересів підприємства), то тут може бути два випадки: це може бути або максимальна величина, або сума нестач величин ЕВТ, або частково сума та частково максимум із наявних величин нестач ЕВТ. Для окремих видів безпеки, які прямо не пов'язані між собою (вважаємо, що повністю не залежними складники економічної безпеки один від одного бути не можуть, їх вплив завжди присутній, хоч і не явно), загальна величина нестачі ЕВТ характеризуватиметься сумою величин нестач цього показника, знайдених за цими прямо непов'язаними видами економічної безпеки підприємства. Відзначимо, що для досягнення лімінального рівня економічної безпеки підприємства важливо, щоб нестача ЕВТ була якнайменшою:

$$\Delta ЕВТ_3 \rightarrow \min. \quad (5)$$

Загальний алгоритм визначення нестачі величини ЕВТ доцільно відобразити наочно на рис. 1.

Після проведеної оцінки нестачі показника ЕВТ ($\Delta ЕВТ_3$) в остаточному вигляді лімінальне значення показника ЕВТ ($ЕВТ_{л}$) визначається таким чином:

$$ЕВТ_{л} = ЕВТ_{ф} + \Delta ЕВТ_3. \quad (6)$$



Джерело: розроблено автором.

Рис. 1. Алгоритм визначення загальної суми нестачі показника ЕВТ

Використовуваний нами методичний підхід для оцінки економічної безпеки застосовано науковцями-практиками О.М. Молодецькою та О.В. Нусіною [1; 2], але раніше за них, він використовувався різними вченими для оцінки фінансового стану та фінансової кризи підприємства (зокрема, [10]). Не змінюючи змісту існуючого підходу, ми в даній роботі використовуємо той же принцип, але відмінність полягає у застосуванні показника нестачі ЕВТ, а також інших складників та уточнених індикаторів економічної безпеки. Зміст цього концептуального підходу полягає у поступовому знаходженні нестачі ЕВТ за кожним видом (підвидом) економічної безпеки підприємства, при якому суб'єкт оцінювання рухається від найнижчих шаблів ієрархії безпосередньо до самої економічної безпеки підприємства.

Почнемо з найнижчих шаблів. По-перше, на самому найнижчому шаблі розробленої нами ієрархії економічної безпеки розташовані безпека майнового стану та безпека рентабельності основних засобів, які інтегруючись, утворюють безпеку техніко-технологічних інтересів підприємства. Нестача показника ЕВТ за цим складником знаходитиметься із виразу:

$$\Delta \text{ЕВТ(БТТІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БМС)}; \Delta \text{ЕВТ(БРФЗ)} \}, \quad (7)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БТТІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці техніко-технологічних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БМС)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці майнового стану підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БР)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці рентабельності основних засобів підприємства, грн.

По-друге, на найнижчому шаблі містяться також безпека енергоефективності та безпека енергозабезпеченості, які, інтегруючись, утворюють безпеку енергетичних інтересів підприємства. Відповідно, нестача показника ЕВТ за цим складником знаходитиметься із виразу:

$$\Delta \text{ЕВТ(БЕНІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БЕНЕ)}; \Delta \text{ЕВТ(БЕНЗ)} \}, \quad (8)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БЕНІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці енергетичних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БЕНЕ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці енергоефективності підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БЕНЗ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці енергозабезпеченості підприємства, грн.

По-третє, останні складники, що розташовані на найнижчому шаблі – це безпека ефективності використання матеріало-сировинних ресурсів та безпека матеріало-сировинного забезпечення. Дані складники є частинами безпеки матеріально-сировинних інтересів підприємства, нестача ЕВТ за якою визначається із виразу:

$$\Delta \text{ЕВТ(БМСІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БЕВМСР)}; \Delta \text{ЕВТ(БМСЗ)} \}, \quad (9)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БМСІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці матеріало-сировинних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БЕВМСР)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці ефективності використання матеріало-сировинних ресурсів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БМСЗ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці матеріало-сировинного забезпечення підприємства, грн.

На тому ж шаблі ієрархії економічної безпеки, що і узагальнюючі складники, наведені вище (зокрема, безпека матеріало-сировинних інтересів підприємства) нами розташовані економічна безпека фінансової спроможності та економічна безпека достатності прибутку ЕВІТ, які разом утворюють безпеку фінансово-економічних інтересів підприємства, яка, своєю чергою, посідає більш вищий щабель. Загальну нестачу ЕВТ доцільно визначати, виходячи із виразу:

$$\Delta \text{ЕВТ(БФЕІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БФС)}; \Delta \text{ЕВТ(Д}_{\text{ЕВІТ}}) \}, \quad (10)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БФЕІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці фінансово-економічних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БФС)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці фінансової спроможності підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(Д}_{\text{ЕВІТ}})$ – нестача суми ЕВТ по безпеці прибутку ЕВІТ, грн.

Більш складною є безпека економіко-виробничих інтересів підприємства, яка складається з безпеки техніко-технологічних інтересів, енергетичних інтересів, а також безпеки матеріало-сировинних інтересів. Оскільки ці підвиди безпеки пов'язані між собою, то відповідно нестача показника ЕВТ за безпекою економіко-виробничих інтересів є максимальною сумою, отриманою при визначенні раніше зазначених величин:

$$\Delta \text{ЕВТ(БЕВІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БТТІ)}; \Delta \text{ЕВТ(БЕНІ)}; \Delta \text{ЕВТ(БМСІ)} \}. \quad (11)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БЕВІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці економіко-виробничих інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БТТІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці техніко-технологічних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БЕНІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці енергетичних інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БМСІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці матеріало-сировинних інтересів підприємства, грн.

Нижчий (передостанній з кінця) щабель ієрархії займають безпека кадрового забезпечення та безпека ефективності використання персоналу, які інтегруються в безпеку кадрових інтересів підприємства вищого щабля ієрархії. Нестача ЕВТ за цим складником знаходиться як максимальна величина із наступних:

$$\Delta \text{ЕВТ(БКІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БКЗ)}; \Delta \text{ЕВТ(БЕВП)} \}, \quad (12)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БКІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці кадрових інтересів підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БКЗ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці кадрового забезпечення підприємства, грн;

$\Delta \text{ЕВТ(БЕВП)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці ефективності використання персоналу підприємства, грн.

Крім того, даний нижчий щабель ієрархії займають безпека інформації та безпека інформаційної системи, які є частинами безпеки економіко-інформаційних інтересів підприємства, за якої нестача ЕВТ визначається таким чином:

$$\Delta \text{ЕВТ(БЕІІ)} = \max \{ \Delta \text{ЕВТ(БІ)}; \Delta \text{ЕВТ(БІС)} \}, \quad (13)$$

де $\Delta \text{ЕВТ(БЕІІ)}$ – нестача суми ЕВТ по безпеці економіко-інформаційних інтересів підприємства, грн;

$\Delta EBT(БІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці інформації підприємства, грн.;

$\Delta EBT(БІС)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці інформаційної системи підприємства, грн.

Безпека економіко-інформаційних інтересів підприємства впливає на інші, попередньо розглянуті складники, оскільки сучасні інформаційні системи сприяють підвищенню не тільки якості управлінської праці, але й зростанню ефективності виробничих та інших бізнес-процесів.

Безпека поточних економічних інтересів підприємства узагальнює в собі усі розглянуті складники, а нестача ЕВТ, шукана для визначення її рівня, знаходиться за формулою:

$$\Delta EBT(БПЕІ) = \max \{ \Delta EBT(ФЕІ); \Delta EBT(БЕВІ); \Delta EBT(БКІ); \Delta EBT(БЕІІ) \}, \quad (14)$$

де $\Delta EBT(БПЕІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці поточних економічних інтересів підприємства, грн;

$\Delta EBT(БФЕІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці фінансово-економічних інтересів підприємства, грн;

$\Delta EBT(БЕВІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці економіко-виробничих інтересів підприємства, грн;

$\Delta EBT(БКІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці кадрових інтересів підприємства, грн;

$\Delta EBT(БЕІІ)$ – нестача суми ЕВТ по безпеці економіко-інформаційних інтересів підприємства, грн.

Отже, рівень економічної безпеки підприємства у вузькому сенсі – без стейкхолдерів ($P(ЕкБпв)$), пропонуємо визначати із виразу:

$$P(ЕкБпв) = 1 - \frac{\Delta EBT_z}{EBT_{л}}, \quad (15)$$

де $EBT_{л}$ – розрахункова лімінальна величина показника ЕВТ, що визначається сумою фактичного значення ЕВТ і його нестачею (ΔEBT_z), грн.

Водночас, застосовуючи замість ΔEBT_z суму нестачі ЕВТ по конкретному виду (підвиду) економічної безпеки підприємства, можна оцінити відповідну лімінальну величину:

$$EBT_{лі} = EBT_{ф} + \Delta EBT_{зі}, \quad (16)$$

де $EBT_{лі}$ – лімінальна величина ЕВТ, визначена для і-того виду (підвиду) економічної безпеки підприємства, грн;

$\Delta EBT_{зі}$ – нестача величини ЕВТ, визначена для і-того виду (підвиду) економічної безпеки підприємства, грн.

Відповідно, якщо в чисельнику та знаменнику даної формули замість загальних величин нестачі ЕВТ та її лімінальної величини використати значення, отримані по відповідному виду економічної безпеки підприємства у його вузькому сенсі – без стейкхолдерів, то можна оцінити рівень окремого виду економічної безпеки підприємства:

$$P(ЕкБпв)_{і} = 1 - \frac{\Delta EBT_{зі}}{EBT_{лі}}, \quad (17)$$

де $P(\text{ЕкБпв})_i$ – рівень i -того виду (підвиду) економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів, частки од.;

$\Delta\text{ЕВТ}_i$ – нестача величини ЕВТ, визначена для i -того виду (підвиду) економічної безпеки підприємства, грн.

Очевидно, що чим ближче до одиниці шукане значення рівня економічної безпеки підприємства, тим, відповідно, вищий цей рівень:

$$P(\text{ЕкБпв}) \rightarrow 1. \quad ()$$

Відтак для переведення у лінгвістичні терми отриманих значень як рівня економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів, так і її окремих складників, пропонуємо застосовувати одну й ту саму шкалу, яка розроблена із застосуванням методу Делфі (в якому експертами виступили фахівці економічних відділів та служб безпеки добувних підприємств м. Кривий Ріг):

- при $P(\text{ЕкБпв}) < 0$ – небезпека;
- при $0 \leq P(\text{ЕкБпв}) < 0,25$ – мінімальний рівень економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів;
- при $0,25 \leq P(\text{ЕкБпв}) < 0,5$ – низький рівень економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів;
- при $0,5 \leq P(\text{ЕкБпв}) < 0,75$ – середній рівень економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів;
- при $0,75 \leq P(\text{ЕкБпв}) \leq 1,0$ – високий рівень економічної безпеки підприємства без стейкхолдерів.

Вважаємо необхідним зауважити, що викладена оцінка є адекватною для безпеки поточних економічних інтересів підприємства. Розглядаючи безпеку економічних інтересів у довгостроковому періоді, у якості грошового показника оцінювання її рівня може бути використаний показник грошової доданої вартості (CVA) [11, с. 42]:

$$CVA = (\text{ЕВІТ} + \text{Dep}) - \text{ED} - \text{Taxes} - \text{WACC} * I, \quad (19)$$

де ЕВІТ – операційний прибуток, грн;

Dep, ED – бухгалтерська та економічна амортизація, відповідно, грн;

Taxes – податок на прибуток, грн;

WACC – середньозважені витрати на капітал, грн;

I – первісна вартість загального інвестованого капіталу, грн.

При цьому замість показника ЕВІТ, у його формулі доцільно визначити показник ЕВТ, оскільки, як загальновідомо:

$$\text{ЕВТ} = \text{ЕВІТ} - \text{ІРфт}, \quad (20)$$

де ІРфт – фактична сума відсоткових платежів (interest payments) підприємства у періоді t , грн.

Така заміна потрібна для подальшого коректного оцінювання. Отже, показник рівня економічної безпеки підприємства у стратегічному періоді ($P(\text{ЕкБпв})_c$) визначатиметься за формулою:

$$P(\text{ЕкБпв})_c = 1 - \frac{\Delta CVA}{CVA_t}, \quad (21)$$

де ΔCVA – нестача величини грошової доданої вартості, грн;
 $CVA_{л}$ – лімінальна величина грошової доданої вартості, грн.

Лімінальна величина грошової доданої вартості визначатиметься як сума її фактичної величини ($CVA_{ф}$) та нестачі:

$$CVA_{л} = CVA_{ф} + \Delta CVA. \quad (22)$$

На величину нестачі грошової доданої вартості у першу чергу впливатиме загальна нестача суми ЕВТ, а також зміна величини первісної вартості загального інвестованого капіталу. Останнє обумовлене необхідністю додаткового інвестування на придбання основних засобів виробничого призначення, більш сучасної інформаційної системи тощо, що необхідно для досягнення відповідними індикаторами економічної безпеки (насамперед, таких її складників як безпеки економіко-виробничих інтересів та економіко-інформаційних інтересів) своїх лімінальних значень. Дані капіталовкладення, своєю чергою, призведуть до зміни суми амортизації, що в кінцевому підсумку вплине на величину нестачі грошової доданої вартості:

$$\Delta CVA = f(\Delta EBT; \Delta I; \Delta Dep; \Delta ED). \quad (23)$$

Для інтерпретації отриманих значень за формулою 21, доцільно застосувати шкалу, аналогічну до наведеної вище і розробленої для показника оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Таким чином, при недосягненні економічною безпекою підприємства належного рівня, грошова додана вартість буде недоотриманою.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, нами враховано, що під час фінансово-господарської діяльності підприємств унаслідок різних обставин їх економічні інтереси порушуються. Останнє впливає на рівень економічної безпеки та проявляється у невиконанні її відповідними індикаторами лімінальних значень. Своєю чергою, таке невиконання призводить до появи нестачі певної суми прибутку. У зв'язку із цим запропоновано при оцінюванні рівня економічної безпеки застосовувати показник нестачі прибутку ЕВТ. Обґрунтовано, що в показнику грошової доданої вартості узагальнюється вплив нестачі прибутку ЕВТ. Тому для оцінювання безпеки економічних інтересів підприємства у стратегічному періоді запропоновано використовувати коефіцієнт, чисельником якого є величина нестачі грошової доданої вартості. Розроблений підхід не передбачає оцінку витрат на забезпечення безпеки стейкхолдерів, що дозволяє визначити рівень економічної безпеки безпосередньо самого підприємства. Застосування даного підходу в практичній діяльності економічних служб підприємств (у т.ч. служб економічної безпеки) сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень. Це обумовлюється тим, що отримана інформація на підставі запропонованого підходу, дозволить об'єктивно врахувати вплив тих чи інших заходів на порушення економічних інтересів підприємства без урахування витрат на забезпечення безпеки стейкхолдерів. Напрямок подальших досліджень є розробка методики оцінки економічної безпеки підприємства з урахуванням впливу різних груп стейкхолдерів.

References

Література

- | | |
|--|---|
| 1. Nusinova, O.V., Molodetska, O.M. (2011). Kompleksna otsinka sotsialno-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv: monohrafiia [Comprehensive assessment of the socio-economic security of enterprises: monograph]. Kryvyi Rih: Dionis (FOP Cherniavskiy D.O.). 240 p. [in Ukrainian]. | 1. Нусінова О. В. Комплексна оцінка соціально-економічної безпеки підприємств: монографія / О. В. Нусінова, О. М. Молодецька. – Кривий Ріг: Діоніс (ФОП Чернявський Д.О.), 2011. – 240 с. |
|--|---|

2. Nusinova, O.V. (2011). Otsinka finansovoï bezpeky pidprijemstv, monografija [Assessment of financial security of enterprises]. Kryvyi Rih: Dionis (FOP Cherniavskiy D.O.). 192 p. [in Ukrainian].
3. Dovbnia, S.B., Hichova, N.Iu. (2008). Diahnostyka rivnia ekonomichnoi bezpeky pidprijemstva [Diagnostics of the level of economic security of the enterprise]. *Finansy Ukrainy – Finance of Ukraine*, No. 4, P. 88–97 [in Ukrainian].
4. Zhuravel, M.Iu., Polozova, T.V., Storozhenko, O.V. (2014). Kliuchovi zadachi ekonomichnoi bezpeky pidprijemstva [The key tasks of the economic security of the enterprise]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu imeni V.V. Dokuchaieva – Bulletin of the Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev*, No. 7, P. 105–112 [in Ukrainian].
5. Kvasnii, L.H., Shcherban, O.Ia. (2015). Doslidzhennia funktsionalnykh skladovykh ekonomichnoi bezpeky pidprijemstv sfery turystychnykh posluh [Study of the functional components of the economic security of enterprises in the sphere of tourism services]. *Stalyi rozvytok ekonomiky – Sustainable development of the economy*, No. 4 (29), P. 76–80 [in Ukrainian].
6. Yarova, O.Iu., Artemenko, L.P. (2016). Struktura ekonomichnoi bezpeky pidprijemstva v umovakh kryzy [The structure of the economic security of the enterprise in a crisis]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut" – Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*, No. 13, P. 257–263 [in Ukrainian].
7. Hlushkov, V.Ie., Redko, R.M. (2012). Ekonomichna bezpeka pidprijemstva yak dynamichna katehoriia [Economic security of an enterprise as a dynamic category]. *Zbirnyk naukovykh prats VNAU – Collection of scientific papers VNAU*, No. 4 (70), Vol. 2, P. 47–52 [in Ukrainian].
8. Chyrva, Yu.Ye., Nesterenko, O.M. (2016). Metodychni zasady mekhanizmu upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu pidprijemstva [Methodical basis of the mechanism of management of economic security of the enterprise]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, No. 6 (33), P. 150–153 [in Ukrainian].
9. Cherep, A.V., Severyna, S.V. (2012). Vrakhuvannia interesiv steikkholderiv pry upravlinni efektyvnistiu
2. Нусінова О. В. Оцінка фінансової безпеки підприємств: монографія / О. В. Нусінова. – Кривий Ріг: Діоніс, 2011. – 192 с.
3. Довбня С. Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С. Б. Довбня, Н. Ю. Гічова // Фінанси України. – 2008. – № 4. – С. 88–97.
4. Журавель М. Ю. Ключові задачі економічної безпеки підприємства / М. Ю. Журавель, Т. В. Полозова, О. В. Стороженко // Вісник Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 7. – С. 105–112.
5. Квасній Л. Г. Дослідження функціональних складових економічної безпеки підприємств сфери туристичних послуг / Л. Г. Квасній, О. Я. Щербан // Сталій розвиток економіки. – 2015. – № 4 (29). – С. 76–80.
6. Ярова О. Ю. Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи / О. Ю. Ярова, Л. П. Артеменко // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2016. – № 13. – С. 257–263.
7. Глушков В. Є. Економічна безпека підприємства як динамічна категорія / В. Є. Глушков, Р. М. Редько // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: економічні науки. – 2012. – № 4 (70). – Том 2. – С. 47–52.
8. Чирва Ю. Є. Методичні засади механізму управління економічною безпекою підприємства / Ю. Є. Чирва, О. М. Нестеренко // Молодий вчений. – 2016. – № 6 (33). – С. 150–153.
9. Череп А. В. Врахування інтересів стейкхолдерів при управлінні

- diialnosti pidpriemstva [Considering the interests of stakeholders in the management of enterprise performance]. Mizhnarodna ekonomichna polityka – International Economic Policy, Part 1, P. 596–602 [in Ukrainian].
10. Marchenko, O.M. (2006). Otsinka ta rozvytok systemy upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpriemstva [Evaluation and development of the enterprise financial security management system]. Visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu imeni I. Franka – Bulletin of the Ivan Franko Lviv State University, Vol. 3, P. 30–39 [in Ukrainian].
11. Olsen, E., Joiner, M., Hansell, G., Banducci, B. (1996). Shareholder Value Metrics. Boston Consulting Group Report. Boston: Boston Consulting Group. 102 p. [in English].
- ефективністю діяльності підприємства / А. В. Череп, С. В. Северина // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Спец. вип.: у 2 ч. – Ч. 1. – С. 596–602.
10. Марченко О. М. Оцінка та розвиток системи управління фінансовою безпекою підприємства / О. М. Марченко // Вісник Львівського державного університету імені І. Франка. Серія економічна. – 2006. – Вип. 36. – С. 30–39.
11. Olsen E. Shareholder Value Metrics. Boston Consulting Group Report / E. Olsen, M. Joiner, G. Hansell, B. Banducci. – Boston: Boston Consulting Group, 1996. – 102 p.

УДК 336.279=111

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.11

Iryna M. Miahkykh, Mariana S. Shkoda
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
Andrii O. Radchenko
National Aviation University, Kyiv, Ukraine

FACTORS ENSURING ENTERPRISE FINANCIAL STABILITY IN TIMES OF CRISIS

The insufficiency or lack of available diagnostic instruments to predict the probability of a company bankruptcy is associated with the absence of practices to capture downturn trends in financial and business performances which translates into a dangerous process of latent transition from the company temporary local inability into the total failure to meet its obligations, that is, to a loss of financial stability. The fundamental premises of this study is to identify the factors that ensure financial stability of an enterprise. To attain the research objectives, the method of statistical analysis and logical generalization has been employed to consider a pull of enterprises that are losing their solvency and are on the verge of bankruptcy; a substrate approach was implemented to justify and group a range of internal and external factors affecting the enterprise financial stability. This article argues that a critical indicator in evaluation of a company performance is assessing its financial position which affects its competitiveness, and guarantees to all parties and business participants (both the enterprise and partners) that the realization of common economic interests will be effective. The company financial and economic position when its solvency remains constant over time together with an optimal ratio of equity to debt capital is a certain indicator of a company financial stability. Most analytical studies on enterprise financial stability view the amount, allocation and use of working capital as the most significant indicators, their accounting provides further opportunities to evaluate financial stability and financial position of an enterprise, as well as to identify potential problems and concerns that will lay the basis for choosing a relevant crisis management strategy aimed at designing and implementing effective pathways to respond to crisis. Undoubtedly, it is advisable to obtain an aggregated index that takes into account all the enterprise activities. Such index should include the following indicators: working capital availability; return on capital; independence on external financing. Thus, the essential factors in enhancing the enterprise financial management in a market environment are continuous planned analysis and timely diagnosis of changes and trends in the enterprise external and internal environment, as well as timely and maximum effective response to such changes to ensure financial stability and solvency of the enterprise. In the current business realia, characterized by a high level of economic uncertainty, achieving strategic financial goals and ensuring long-term financial stability of an enterprise is impossible without building an effective strategic financial management framework, the integral elements of which are the mechanisms and systems of risk management to prevent a drop in financial stability and mitigate shocks from external and internal environment negative effects on enterprise activity, as well as creating favourable environment for efficient decision making and planned actions to promote enterprise development.

Keywords: *financial stability; bankruptcy; crisis; finances; impact factors.*

Ірина М. Мягких, Мар'яна С. Шкода
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
Андрій О. Радченко
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна
**ФАКТОРИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ КРИЗИ**

Недостатність або повна відсутність на підприємстві доступних засобів діагностики ймовірності банкрутства унеможливорює фіксацію негативних результатів

фінансово-господарської діяльності, що робить прихованим процес переходу від тимчасових локальних проблем до стабільної загальної неспроможності підприємства виконувати свої зобов'язання, тобто до втрати фінансової стійкості. Фундаментальною основою цього дослідження є визначення факторів, що забезпечують фінансову стійкість сучасного підприємства. Для вирішення поставлених завдань використовувались такі методи дослідження: метод статистичного аналізу та логічного узагальнення – для розгляду кількості підприємств, що втрачають платоспроможність та опиняються на межі банкрутства; субстратний підхід – для обґрунтування та систематизації внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на фінансову стабільність підприємства. У статті доведено, що найвагомішою характеристикою оцінки діяльності підприємства є його фінансовий стан, який впливає на його конкурентоспроможність, а також гарантує сторонам ділових відносин (як підприємству, так і партнерам), що реалізація спільних економічних інтересів буде максимально ефективною. Фінансово-економічний стан підприємства, коли платоспроможність постійна в часі, а співвідношення власного і запозиченого капіталу є оптимальним для забезпечення його діяльності, і є визначеним станом фінансової стійкості. В аналітичних дослідженнях фінансової стійкості підприємства обсяг, розміщення й використання оборотних коштів є найбільш важливими показниками, врахування яких дає можливість проаналізувати фінансову стійкість і фінансовий стан підприємства, а також визначити причини можливих наявних проблем, що в подальшому стане базою для вибору антикризової стратегії, спрямованої на розробку й організацію ефективного виходу підприємства з кризового стану. Беззаперечно, доцільним є отримання комплексного показника, що враховує всі аспекти діяльності підприємства. Цей показник має охопити такі характеристики, як: наявність власного оборотного капіталу; доходність капіталу; незалежність від зовнішніх джерел фінансування. Отже, обов'язковими умовами вдосконалення управління фінансами підприємств у ринкових умовах господарювання є постійний аналіз і своєчасна діагностика змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, а також своєчасне та максимально ефективно реагування на такі зміни для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. У сучасних економічних реаліях, що характеризуються високим рівнем невизначеності, досягнення стратегічних фінансових цілей та забезпечення довгострокової фінансової стійкості підприємства неможливі без створення ефективної системи стратегічного фінансового менеджменту, невід'ємними елементами якої є механізми та системи управління ризиками зниження фінансової стійкості, мінімізації небажаного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства, створення умов для прийняття ефективних управлінських рішень та запланованих дій, спрямованих на подальший розвиток підприємства.

Ключові слова: фінансова стійкість; банкрутство; криза; фінанси; фактори впливу.

Ирина Н. Мягких, Марьяна С. Шкода

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина

Андрей А. Радченко

Национальный авиационный университет, г. Киев, Украина

ФАКТОРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Недостаточность или полное отсутствие на предприятии доступных средств диагностики вероятности банкротства препятствует фиксации негативных результатов финансово-хозяйственной деятельности, что делает скрытым процесс перехода от временных локальных проблем к стабильной общей невозможности предприятия выполнять

свои обязательства, то есть к потере финансовой устойчивости. Фундаментальной основой данного исследования является определение факторов, обеспечивающих финансовую устойчивость современного предприятия. Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: метод статистического анализа и логического обобщения – для рассмотрения количества предприятий, которые теряют платёжеспособность и оказываются на грани банкротства; субстратный подход – для обоснования и систематизации внутренних и внешних факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятия. В этой статье доказано, что весомой характеристикой оценки деятельности предприятия является его финансовое состояние, которое влияет на его конкурентоспособность, а также гарантирует сторонам деловых отношений (как предприятию, так и партнёрам), что реализация совместных экономических интересов будет максимально эффективной. Финансово-экономическое состояние предприятия, когда его платёжеспособность постоянна во времени, а соотношение собственного и заёмного капитала является оптимальным для обеспечения его деятельности и является определённым состоянием финансовой устойчивости. В аналитических исследованиях финансовой устойчивости предприятия объем, размещение и использование оборотных средств являются наиболее важными показателями, учёт которых даёт возможность проанализировать финансовую устойчивость и финансовое состояние предприятия, определить возможные причины существующих проблем, что в дальнейшем станет базой для выбора антикризисной стратегии, направленной на разработку и организацию эффективного выхода предприятия из кризисного состояния. Безусловно, целесообразным является получение комплексного показателя, учитывающего все аспекты деятельности предприятия. Такой показатель должен охватывать такие характеристики, как: наличие собственного оборотного капитала; доходность капитала; независимость от внешних источников финансирования. Итак, обязательными условиями усовершенствования управления финансами предприятий в рыночных условиях хозяйствования является постоянный анализ и своевременная диагностика изменений, происходящих во внешней и внутренней среде предприятия, а также своевременное и максимально эффективное реагирование на такие изменения для обеспечения финансовой устойчивости и платёжеспособности предприятия. В современных экономических реалиях, характеризующихся высоким уровнем неопределённости, достижение стратегических финансовых целей и обеспечение долгосрочной финансовой устойчивости предприятия невозможны без создания эффективной системы стратегического финансового менеджмента, неотъемлемыми элементами которой являются механизмы и системы управления рисками снижения финансовой устойчивости, минимизации отрицательного влияния внешней и внутренней среды на деятельность предприятия, создание условий для принятия эффективных управленческих решений и запланированных действий, направленных на дальнейшее развитие предприятия.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; банкротство; кризис; финансы; факторы влияния.

Formulation of the problem. The basis of the economy, which reflects the success of the state's economic policy, is the financial stability (independence and solvency) of individual enterprises of various sectors of the economy and forms of ownership.

The insufficiency or complete absence at the enterprise of available means of diagnosing the probability of bankruptcy precludes the fixation of negative results of financial and economic activity, which makes the process of transition from temporary local to stable general inability to fulfill its obligations hidden, that is, to loss of financial stability.

Analysis of recent research and publications. Specific definition of this dynamic, complex concept worked domestic and foreign scientists: A.V. Grachev [10], S.S. Grinkevich [11], G.O. Kramarenko [4], Yu.S. Tsal-Fulko, Yu.A. Simekh [6], O.Ya. Basilinskaya [1], G.O. Partin [5], O.V. Posilkin [5], A.D. Sheremet [9], V.V. Kovalenko, O.V. Pavlovskaya, T.O. Frolova, A.I. Kovalev, L.A. Kostirko [12] and others. The authors' definition of the concept of financial stability of the enterprise are given in Table 1.

Table 1

The authors determine the concept of financial stability of an enterprise

№	Authors of the study	Definition by the author of the concept of financial stability of an enterprise
1	O.V. Posylkina	this is the financial condition of the FI, which is ensured by a high proportion of equity in the total amount of financial resources [3].
2	Yu.S. Tzal-Tzalko	this condition of the assets of the enterprise, guaranteeing him sufficient solvency [8].
3	Y.A. Simekh	these are the potential opportunities of the enterprise to return to a state of equilibrium in which the enterprise has a positive dynamics of functioning or does not go beyond the established boundaries [6].
4	G.O. Kramarenko	this is the economic condition of the enterprise, in which solvency maintains a tendency to stability, and the ratio of own and borrowed capital is in the range that ensures solvency [2].
5	A.D. Sheremet	financial stability depends on the results of the operating and financial and investment activities of the enterprise, and a stable financial condition, in turn, has a positive impact on the activities of the organization [9].

Separation of previously unresolved parts of a common problem. Unanimously recognizing the role of financial stability as an integral component of the financial condition of a successfully operating enterprise, scientists gravitate to its individual definitions, from which various indicators follow, so we need to pay more attention to factors that ensure the financial stability of an enterprise in crisis conditions.

The purpose of the article is to determine the factors that ensure the financial stability of the present enterprise.

Statement of the main material. Now, against the backdrop of a deep domestic crisis, launched systemic financial and economic problems, they have not been resolved for years, the extremely unstable political situation, the imperfection of the legal and tax laws, the number of enterprises is growing every year, they lose their solvency, are on the verge of bankruptcy, or even cross this border. This is confirmed by the analysis of indicators provided by the State Statistics Service of Ukraine (Table 2).

So, for example, from 586 in 2012 to 383 in 2018, the number of large enterprises in Ukraine has decreased and, in addition, the proportion of profitable ones has been decreasing in recent years among functioning enterprises. In 2019, the number of enterprises that are profitable is 69.7%, unprofitable – 30.3% of the total number of enterprises in 2019. That is, the real loss of business (not falsified and not caused by an attempt to slide to the threshold of profitability in order to minimize taxes and save on budget payments) is a fact of loss of financial stability and a harbinger of a high probability of bankruptcy, the risk factors of which are external and internal impact groups.

Table 2

**The number of enterprises that lose solvency and are on the verge
 of bankruptcy for 2012–2018**

Years	Number of enterprises, units				
	Large	Medium	Small	Profitable (% of the total)	Unprofitable (% of total)
2018	383	14 832	291 154	73,0	27,0
2017	423	15 203	327 814	73,3	26,7
2016	497	15 906	324 598	65,5	34,5
2015	659	18 859	373 809	65,0	35,0
2014	698	20 189	344 048	63,0	37,0
2013	659	20 753	354 283	63,5	36,5
2012	586	20 983	357 241	57,3	42,7

Source: developed by the author based on [13].

External factors are objective and inevitable:

- global economic crisis;
- political instability of society;
- a change in the foreign economic orientation of the state and the groundlessness of the economic policy of the government;
- deterioration of the socio-economic situation;
- imperfection of the legislative system;
- the presence of persistent crisis phenomena in investment policy;
- force majeure circumstances (natural disasters with severe economic consequences).

The internal subjective factors of influence on the financial stability of the enterprise should be determined, neutralized or their negative impact is minimized:

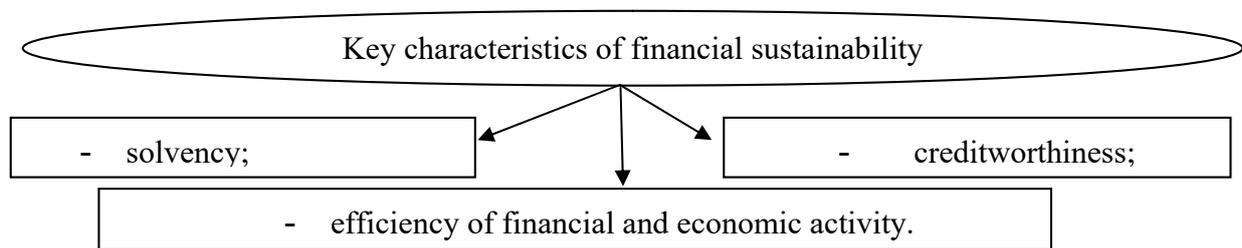
- timely and adequate should be a reaction to changes in the market environment;
- deficiencies in the economic policy of the enterprise identified and eliminated;
- the system of strategic planning and development of the enterprise has improved;
- the use of enterprise management tools should be flexible and effective;
- it is necessary to increase the technical and technological level of production (services);
- maintain the organization of labor at the proper modern level;
- minimize the level of all types of debts;
- coordinate the choice of investment projects and sources of financing;

A significant characteristic of evaluating the activity of an enterprise is its financial condition, affects its competitiveness, and guarantees to the parties of business relations (both the enterprise and partners) that the realization of bilateral economic interests will be most effective.

The financial and economic state of the company, when solvency is constant over time, and the ratio of equity to credit is provided and is a certain state of financial stability.

The theory of analysis of finance, entrepreneurship and enterprise economy, the term "stable financial position" is fundamentally recognized as a characteristic with its inherent not only quantitative, but also qualitative financial indicators, on the basis of which the principles of developing methods for evaluating the profitability, business level of an enterprise and its financial development indicators are formulated.

Positive indicators of "financial stability" (by the way, a rather roomy concept in which "plateau" and "creditworthiness", as well as a comprehensive assessment of the state of the company are its components) are the basis for stable functioning and development of potential (Figure 1).



Source: Developed by [9, 12, 14].

Figure 1. *Key characteristics of financial stability of the enterprise*

Now, in a market economy, the priority is the task of managing financial stability and this is the main task of financial management. The financial stability of domestic business entities is directly dependent on the global competitiveness of manufactured goods and provided services, which is usually not high enough, it is in Ukraine that the production rate prevails over the pace of implementation.

A fall in investment in commodity savings provokes a reduction in sales and, consequently, leads to a decline in company incomes, the level of profit decreases significantly, the liquidity of enterprises falls, and there is a threat of mass bankruptcy.

The way out of the situation should be sought in the intensification of innovation, the search and implementation of new and latest technologies and changes in the organization of production.

Of course, it is possible to influence financial stability exclusively through the management of internal (subjective) factors:

- optimization of the ratio of fixed / variable costs;
- change in the direction or expansion of activities and the range of finished products;
- effective management of assets not subject to circulation;
- structuring of capital;
- the variability of the choice of tactical and strategic decisions in the management of the achieved result;
- finding, self-development and launch of other, more technologically advanced models, will lead to increased competitiveness of products;

The solution of these factors is a priority, despite their full or partial dependence on the enterprise. When working on external and internal factors, the level of the measure of influence, the degree of use and control should be taken into account. Management team and marketers at different levels of management need to have a clear understanding of the extent of the influence of factors and forms of control.

The financial potential of the enterprise (on which financial stability is directly dependent) is a combination of resource indicators of various origins (own, credited and attracted) that can be used to finance current expenses or work for the future and the rationality of their use.

For banks, business partners, and control authorities, the availability of information on the degree of financial stability of an enterprise is the basis for determining its prospective opportunities, providing an appropriate level of financial independence, and making generalized forecasting of the future financial condition.

The requirement of market relations is the possession of background information on the financial condition of the enterprise itself, its partners and competitors.

Creditworthiness, as one of the components of financial stability, is the ability to timely and fully repay loans granted, the ability to situationally accumulate finances from various sources and

on favorable (acceptable) terms, as well as characterizing the current financial condition of the enterprise and determining the vector of forecasted changes (prospects).

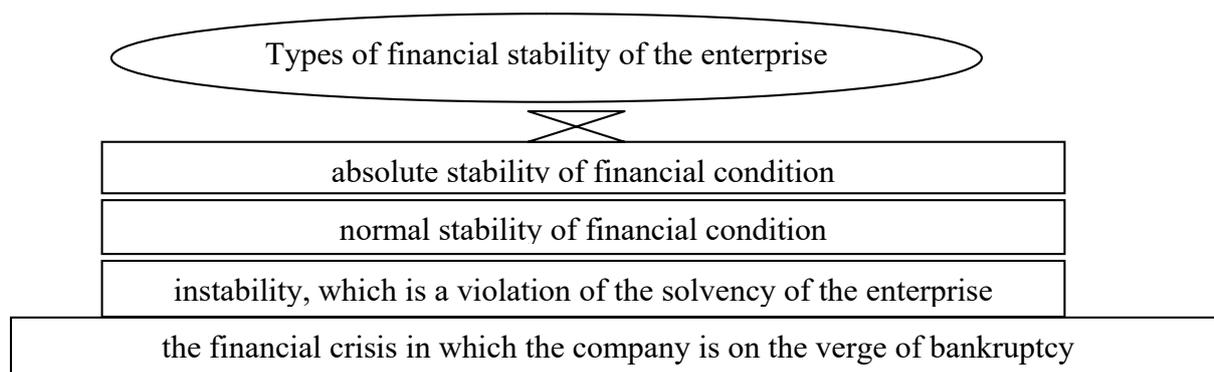
With a steady trend towards a drop in profitability, a deficit of funds, a decrease in solvency and liquidity, a full assessment of the financial stability of the enterprise is necessary, the primary issue of which is the ratio of the growth rate of turnover (sales volume) to the growth of total assets. An increase in the turnover of such assets is proportionally dependent on a stable growth rate.

In analytical studies of the financial stability of the enterprise, the volume, placement and use of working capital are the most significant indicators, accounting for which makes it possible to analyze the financial stability and financial condition of the enterprise, to determine the causes of problems. What in the future will become the basis for choosing a crisis management strategy aimed at developing and organizing an effective way out of a crisis?

Of course, it is advisable to obtain a comprehensive indicator that considers all the activities of the enterprise. In this indicator, such characteristics as: presence of own working capital should be combined; profitability; independence from external sources of financing.

The selection and justification of the criteria for evaluating the obtained actual indicators is ambiguous. There is a variability of the selected criteria (standard, standard and dynamics). A combined approach is considered effective, which is formed and determined under the influence of the dynamics and normative values of financial ratios selected for rapid assessment of the financial condition of an enterprise. There are four types of financial stability of an enterprise (Figure 2):

- absolute – when own working capital is enough to ensure reserves and costs;
- normal – in the case when the supply of reserves and costs is covered by its own working capital and at the expense of long-term loans;
- instability – shaky solvency – not only own working capital, but also long-term loans, to which short-term loans and borrowings are added, are not enough to ensure reserves and costs.
- crisis financial condition – the limit of bankruptcy, since cash, short-term securities and receivables of the enterprise do not cover its payables and past due loans.



Source: Developed by [9, 12, 14].

Figure 2. *Types of financial stability of the enterprise*

When developing a long-term perspective of the financial stability of the enterprise, within the acceptable risk level, the mandatory management principle is the financial security and stability of the enterprise.

Conclusions and offers. So, the prerequisites for improving the financial management of enterprises in a market economy are constant analysis and timely diagnosis of changes in the external and internal environment of the enterprise, as well as timely and maximum effective response to such changes to ensure financial stability and solvency of the enterprise.

The current business environment, characterized by a high level of economic uncertainty, achieving strategic financial goals and ensuring long-term financial stability of the enterprise is impossible without creating an effective strategic financial management system, an integral element of which is the mechanisms and systems of risk management to reduce financial stability and minimize the negative impact of external and internal environment on enterprise activity, creation of conditions for efficient on decisions of management decisions and planned actions of enterprise development.

References

Література

1. Burda, A.I. (2009). Metodichni pidkhody do otsiniuvannya vplyvu skladnykiv triady potentsialu na stalyi rozvytok pidpryemstva [Methodical approaches to assessing the impact of the components of the triad of potential on the sustainable development of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU Ukraine], Vol. 19.12, P. 141–153 [in Ukrainian].
1. Бурда А. І. Методичні підходи до оцінювання впливу складників тріади потенціалу на сталий розвиток підприємства / А. І. Бурда // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.12. – С. 141–153.
2. Kramarenko, H.O. (2007). Finansovyi analiz i planuvannya: navch. posib. [Financial Analysis and Planning: A Tutorial]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury. 90 p. [in Ukrainian].
2. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування: навч. посіб. / Г. О. Крамаренко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 90 с.
3. Posylkina, O.V. (2002). Finansovyi analiz i diahnostyka diialnosti khimiko-farma-evtychnykh pidpryemstv [Financial analysis and diagnostics of activity of chemical-pharma-eutical enterprises]. Kharkiv: Vyd-vo NFAU. 50 p. [in Ukrainian].
3. Посилкіна О. В. Фінансовий аналіз і діагностика діяльності хіміко-фарма-евтичних підприємств. – Х.: Вид-во НФАУ, 2002. – 50 с.
4. Pavlovska, O.V., Prytuliak, N.M., Nevmerzhytska, N.Yu. (2002). Finansovyi analiz: navch.-metod. posib. dlia samost. vyvch. dysts. [Financial analysis: a study guide for independent study of disciplines]. Kyiv: KNEU. 388 p. [in Ukrainian].
4. Павловська О. В. Фінансовий аналіз: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2002. – 388 с.
5. Partyn, H.O. (2010). Osoblyvosti vplyvu osnovnykh chynnykiv na finansovu stiikest pidpryemstva v umovakh finansovo-ekonomichnoi kryzy [Features of the influence of the main factors on the financial stability of the enterprise in the conditions of financial and economic crisis]. *Zbirnyk naukovykh i tekhnichnykh prats Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy* [Collection of scientific and technical works of the National Forestry University of Ukraine], No. 10, P. 276–279 [in Ukrainian].
5. Партин Г. О. Особливості впливу основних чинників на фінансову стійкість підприємства в умовах фінансово-економічної кризи / Г. О. Партин // Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України. – 2010. – № 10. – С. 276–279.
6. Simekh, Yu.A. (2007). Vyznachennia poniattia konkurentostiikist pidpryemstva [Definition of the concept of enterprise competitiveness]. *Visnyk Mizhnarodnoho slovianskoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky* [Bulletin of the International Slavic University. Series: Economic Sciences], Vol. X, Is. 1, P. 12–16 [in Ukrainian].
6. Сімех Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю. А. Сімех // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія: Економічні науки. – 2007. – Т. X. – № 1. – С. 12–16.
7. Usatiuk, K.K. (2011). Finansova stiikest pidpryemstva [Financial stability of the enterprise].
7. Усатюк К. К. Фінансова стійкість підприємства / К. К. Усатюк // Науковий

- Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine], P. 196–200 [in Ukrainian].
8. Tsal-Tsalko, Yu.S. (2008). *Finansovyi analiz: pidruchnyk* [Financial analysis: a textbook]. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury. 566 p. [in Ukrainian].
9. Sheremet, A.D., Negashev, E.V. (2016). *Metodika finansovogo analiza deiatelnosti kommercheskikh organizatsii* [Methods of financial analysis of the activities of commercial organizations]. 2nd ed., rev. and add. Moscow: INFRA-M. 208 p. [in Russian].
10. Grachev, A.V. (2006). *Finansovaia ustoichivost predpriiatia: analiz, otsenka i upravlenie v rynochnoi ekonomike: nauchnoe izdanie* [Financial stability of the enterprise: analysis, evaluation and management in a market economy: scientific publication]. Moscow: Delo i Servis. 544 p. [in Russian].
11. Hrynkevych, S.S. (2008). *Ekonomichni osnovy stratehichnoho upravlinnia finansovoіu stiikistiu pidpriemstva v umovakh rynkovykh peretvoren* [Economic bases of strategic management of financial stability of the enterprise in the conditions of market transformations]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU Ukraine], Vol. 18.5, P. 110–114 [in Ukrainian].
12. Kostyrko, L.A. (2008). *Diahnostyka finansovo-ekonomichnoi stiikosti pidpriemstva: monohrafiia* [Diagnosis of financial and economic sustainability of the enterprise: monograph]. 2nd ed., rev. and supp. Kharkiv: Faktor. 336 p. [in Ukrainian].
13. *Diiialnist pidpriemstv* [Activity of enterprises]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html [in Ukrainian].
14. Arefieva, O.V., Miahkykh, I.M., Shkoda, M.S. (2019). *Diagnostics of external environment effects upon enterprise competitive positions in the context of its economic security*. *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic sciences*, No. 3, P. 8–17. DOI: 10.30857/2413-0117.2019.3.1.
15. Goncharenko, I. (2017). *Development of competitive personnel for small and medium enterprises*. *Management*, Is. 26, P. 42–53. DOI:10.30857/2415-3206.2017.2.4.
- вісник НЛТУ України. – 2011. – С. 196–200.
8. Цал-Цалко Ю. С. *Фінансовий аналіз: підручник* / Ю. С. Цал-Цалко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.
9. Шеремет А. Д. *Методика фінансового аналізу діяльності комерційних організацій* / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 208 с.
10. Грачев А. В. *Финансовая устойчивость предприятия: анализ, оценка и управление в рыночной экономике: научное издание* / А. В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 544 с.
11. Гринкевич С. С. *Економічні основи стратегічного управління фінансовою стійкістю підприємства в умовах ринкових перетворень* / С. С. Гринкевич // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2008. – Вип. 18.5. – С. 110–114.
12. Костирко Л. А. *Діагностика фінансово-економічної стійкості підприємства: монографія* / Л. А. Костирко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2008. – 336 с.
13. *Діяльність підприємств* [Електронний ресурс] // *Державна служба статистики України*. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html.
14. Arefieva O. V. *Diagnostics of external environment effects upon enterprise competitive positions in the context of its economic security* / Olena V. Arefieva, Iryna M. Miahkykh, Mariana S. Shkoda // *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic sciences*. – 2019. – No. 3. – P. 8–17. DOI: 10.30857/2413-0117.2019.3.1.
15. Goncharenko I. *Development of competitive personnel for small and medium enterprises* / I. Goncharenko // *Менеджмент – Management*. – 2017. – Is. 26. – P. 42–53. DOI:10.30857/2415-3206.2017.2.4.

УДК 331.101

DOI: 10.30857/2413-0117.2019.5.12

Анастасія С. Тугова

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна
АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ УКРАЇНИ
ЯК ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано динаміку сприятливості умов ведення вітчизняного бізнесу як ключової характеристики рівня розвитку підприємницької діяльності. Розглянуто поняття «стимул», «стимулювання» та «економічне стимулювання». Проведено аналіз доходу найбільш високооплачуваних топ-менеджерів та чистого прибутку найбільших вітчизняних державних підприємств. Одним із ключових вимог розвитку економіки держави є високий рівень життя населення, а саме високий рівень його доходу. Заробітна плата – основне джерело доходу найманого персоналу. При цьому для роботодавця заробітна плата, як і будь-яка матеріальна винагорода, з одного боку, виступає стимулюючим інструментом персоналу для досягнення цілей підприємства, а з іншого – є елементом витрат виробництва. Отже, проблема формування оптимальної системи економічного стимулювання охоплює інтереси всіх учасників трудового процесу: найманих працівників, роботодавців і держави в цілому. Топ-менеджер є одним з найважливіших елементів трудового капіталу підприємства, витрати на оплату якого являють собою особливий вид інвестицій у загальній структурі системи стимулювання. Вітчизняне законодавство дає можливість власникам бізнесу не розкривати дані про премії та оклади своїх топ-менеджерів. На сьогоднішній час практика роботи державних підприємств дозволяє виплачувати топ-менеджерам премії та при цьому не розкривати критерії таких виплат, і як наслідок, премії можуть отримувати керівники збиткових підприємств.

Ключові слова: стимулювання; топ-менеджер; індекс ведення бізнесу; заробітна плата; дохід; чистий прибуток.

Анастасія С. Тугова

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця,
Украина

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ
УКРАИНЫ КАК ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализирована динамика благоприятности условий ведения отечественного бизнеса как ключевой характеристики уровня развития предпринимательской деятельности. Рассмотрены понятия «стимул», «стимулирование» и «экономическое стимулирование». Проведён анализ дохода самых высокооплачиваемых топ-менеджеров и чистой прибыли крупнейших отечественных государственных предприятий. Одним из ключевых требований развития экономики государства является высокий уровень жизни населения, а именно высокий уровень его дохода. Заработная плата – основной источник дохода наёмного персонала. При этом для работодателя заработная плата, как и любое материальное вознаграждение, с одной стороны, выступает стимулирующим инструментом персонала для достижения целей предприятия, а с другой – является элементом издержек производства. Таким образом, проблема формирования оптимальной системы экономического стимулирования охватывает интересы всех участников трудового процесса: наёмных работников, работодателей и государства в целом. Топ-менеджер является одним из важнейших элементов трудового капитала предприятия, затраты на оплату которого представляют собой особый вид инвестиций в общей структуре системы стимулирования. Отечественное законодательство даёт

возможность владельцам бизнеса не раскрывать данные о премиях и окладах своих топ-менеджеров. В настоящее время практика работы государственных предприятий позволяет выплачивать топ-менеджерам премии и при этом не раскрывать критерии таких выплат, в результате чего премии могут получать руководители убыточных предприятий.

Ключевые слова: стимулирование; топ-менеджер; индекс ведения бизнеса; заработная плата; доход; чистая прибыль.

Anastasiia S. Tutova

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

INSIGHTS TO ECONOMIC INCENTIVES FOR UKRAINIAN TOP MANAGERS AS A DRIVER OF EFFECTIVE BUSINESS PERFORMANCE

The article explores the dynamics of creating favorable environment for doing business in Ukraine as a key characteristic of business development. The study offers interpretations to the concepts of «incentive», «stimulation» and «economic incentive» along with presenting a salary survey of the highest paid top executives and the net profit of the largest domestic state-owned companies. One of the basic challenges for the national economy development is achieving high standards of living, in particular high income of citizens. Salary is a major source of income for hired personnel. However, for an employer, remuneration, as well as any type of material reward is a stimulating tool for staff to attain the company goals, on the one hand, and an element of production costs, on the other. Thus, building an optimal system of economic incentives accommodates the interests of all stakeholders in the labor process: employees, employers and the government as a whole. A top manager is one of the most critical elements of the company human capital, while personnel costs is a specific type of investment in the overall structure of the incentive system. The national legislation allows business owners not to disclose data on bonuses and salaries of their top managers. To date, the common practice of state-owned enterprises in paying bonuses to top executives is not to disclose the criteria of such remunerations which eventually might lead to a situation when heads of loss-making enterprises can receive bonuses.

Keywords: incentive; top manager; ease of doing business index; salary; income; net profit.

Постановка проблеми. Дослідження питання стимулювання персоналу має не тільки теоретичне, але і практичне значення. Фінансові результати діяльності підприємства та рівень їх конкурентоспроможності залежить від багатьох факторів. Серед них одним з ключових аспектів є економічне стимулювання персоналу, яке визначає ефективність його роботи, забезпечує збереження кадрової бази та формує бажання персоналу підвищувати свою кваліфікацію.

Сучасні тенденції вказують на необхідність впровадження нових механізмів удосконалення стимулювання менеджерів стратегічного рівня управління підприємств, в основу яких буде покладено об'єктивність, передбачуваність, адекватність, своєчасність, значущість та справедливість. В свою чергу це дозволить підприємствам забезпечити зростання якості праці вищого керівництва та буде основою позитивних зрушень ефективності діяльності підприємств.

Євроінтеграційний напрямок України стимулює вітчизняні підприємства підвищувати конкурентоспроможність. Для забезпечення вдалої реалізації цього курсу є необхідність, перш за все, дослідити сучасні тенденції економічного стимулювання топ-менеджерів, що є основою ефективної діяльності вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Сучасні наукові дослідження активно розвиваються в області оплати праці та економічного стимулювання персоналу.

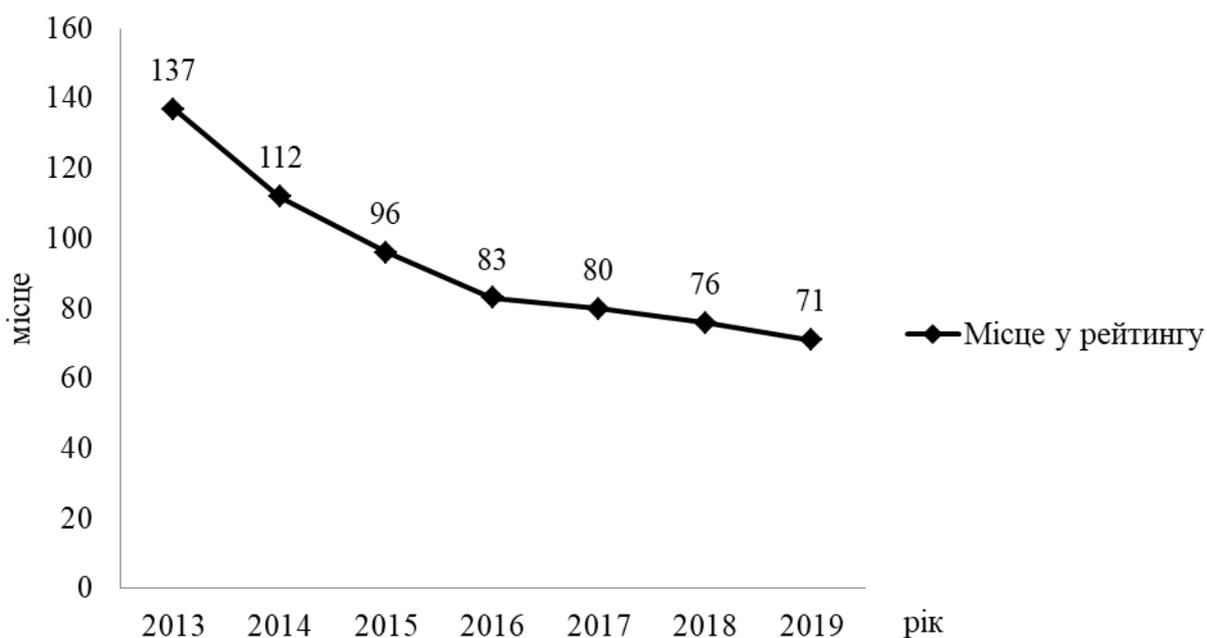
Дослідженню проблемних аспектів оплати праці та стимулювання персоналу присвятили свої наукові праці такі видатні вчені сьогодення та минулого, як Д.П. Богиня, В.М. Гриньова, М.С. Дороніна, А.М. Колот, О.М. Красносова, В.Д. Лагутін, Н.Д. Лук'яненко, Л.А. Лутай, Г.В. Назарова, В.С. Пономаренко та ін. та інші.

Проблематику стимулювання персоналу у своїх роботах досліджували такі зарубіжні вчені-економісти Г. Емерсон, Ф. Тейлор; всесвітньо відомі автори теорій мотивації – К. Альдерфер, В. Врум, Д. Мак-Грегор, А. Маслоу.

Слід акцентувати увагу, що економічне стимулювання топ-менеджерів недостатньо досліджено у роботах, як вітчизняних вчених, так і зарубіжних. За таких умов дослідження набуває особливої актуальності.

Мета дослідження. Враховуючи актуальність дослідження, за мету ставимо – визначити та узагальнити основні сучасні тенденції економічного стимулювання топ-менеджерів в Україні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Досвід розвинутих країн світу свідчить про те, що ключовим фактором економічного зростання є сталий розвиток підприємницької діяльності. Курс європейської інтеграції дозволив Україні покращити свої позиції в міжнародних рейтингах. Наглядно нам це демонструє динаміка сприятливості умов ведення бізнесу, а саме значення індексу ведення бізнесу від Світового банку (рис. 1). Мета цього індексу полягає у відображенні регуляторного навантаження на бізнес.



Джерело: [9].

Рис. 1. Індекс ведення бізнесу України за період 2013–2019 рр.

З рис. 1 очевидно, що протягом останніх років Україна істотно покращила свої позиції сприятливості умов ведення бізнесу. Так, починаючи з 2013 року до теперішнього часу Україна піднялась у рейтингу на 66 пунктів, що свідчить про полегшення умов ведення бізнесу.

Крім створення сприятливих умов ведення бізнесу на ефективність діяльності підприємства впливають і інші фактори. Особливе місце серед них посідає стимулювання персоналу.

Поняття «стимулювання» в економічній літературі трактується дуже широко. Зупинимося на декількох визначеннях (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття «стимулювання»

№	Автор	Поняття
1	Л.П. Владимірова	«система стимулів, які дозволяють підвищити результати праці персоналу, що в свою чергу забезпечує досягнення поставлених цілей підприємства» [1]
2	О.О. Гетьман	«система заохочень персоналу, яка дозволяє підвищити ефективність трудової діяльності на базі матеріальної чи не матеріальної винагороди» [2]
3	А.Я. Кибанов	«цілеспрямований вплив на поведінку персоналу за допомогою певних вимог і відповідній їм системі заохочень та покарань» [4].
4	А.Н. Леонтьєв	«це вплив, в першу чергу, на зовнішні обставини, за допомогою різних стимулів які в свою чергу спонукають персонал до певної поведінки» [5].
5	С.В. Шекшня	«це вплив на персонал за допомогою значимого предмета, об'єкта чи ситуації, що в свою чергу спонукає людину до певних дій» [11].

Аналіз тлумачень, які наведені у табл. 1, дозволяє зробити висновок, що існує декілька підходів до визначення поняття «стимулювання». Одні автори розглядають стимулювання як процес впливу, що спонукає персонал до певних дій, інші – як систему стимулів та заохочень, за допомогою яких відбувається вплив на поведінку персоналу.

Поряд із поняттям «стимулювання» вчені виокремлюють та досліджують категорію «стимул». Стимул – форма впливу на людину, її свідомість, що породжують у людині мотивацію до певних дій, у тому числі досягнення певних результатів праці [11].

Щодо управлінського персоналу, то стимулювання відзначається як функція керівництва, завдання якої полягає у створенні мотивів праці та впливу на працівника з метою зміни структури його цілісних орієнтацій та інтересів, а також формування та розвитку на цій основі трудового потенціалу [12].

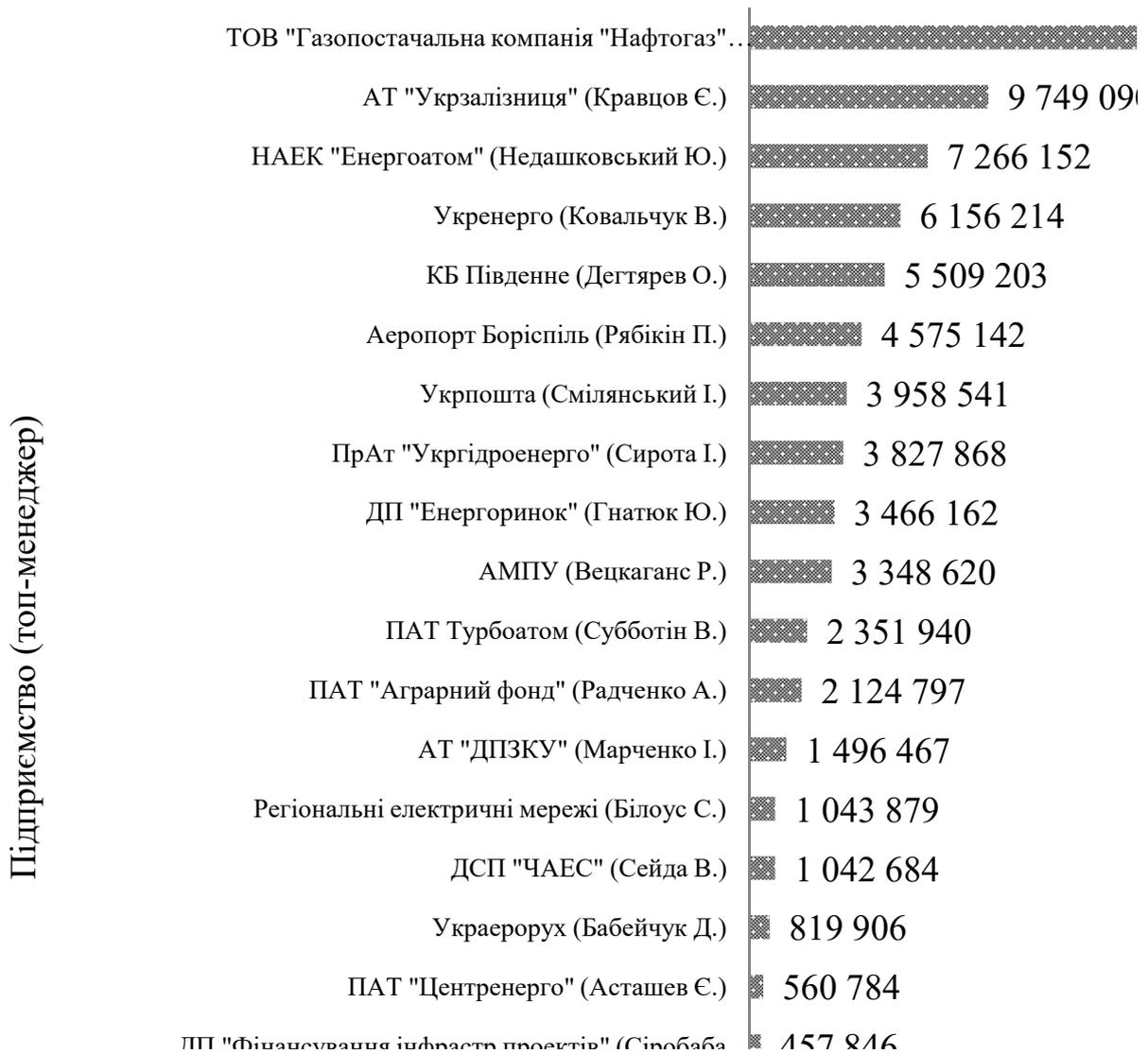
Для забезпечення зростання якості праці персоналу суттєве значення має економічне та неекономічне стимулювання. І хоча система стимулювання є комплексним процесом, економічне стимулювання необхідно оцінити окремо. Так, на думку деяких вчених, економічне стимулювання є найбільш вагомим та впливовим для працівника видом стимулювання [10].

Економічне стимулювання – це система заохочень (премій) і покарань (штрафів) та інших аналогічних заходів матеріального впливу, що спонукають окремих працівників і цілі колективи (підприємств, фірм, цехів) підвищувати ефективність своєї роботи, виконувати виробничі плани і інші економічні рішення [6].

Таким чином, рівень заробітної плати досі залишається ключовим інструментом економічного стимулювання персоналу. Економічне стимулювання менеджерів вищої ланки, відрізняється від стимулювання іншого найманого персоналу. Існуюча практика роботи державних підприємств дозволяє виплачувати топ-менеджерам премії, не розкриваючи критерії таких виплат, окрім того, премії можуть отримувати топ-менеджери збиткових підприємств.

Загальний річний дохід топ-менеджерів 20 найбільших державних підприємств України представлений на рис. 2.

Державні підприємства можуть не розкривати платникам податків дані про премії та оклади своїх топ-менеджерів. Чинне законодавство дає можливість власникам підприємств ставити свої корпоративні права вище громадського інтересу.



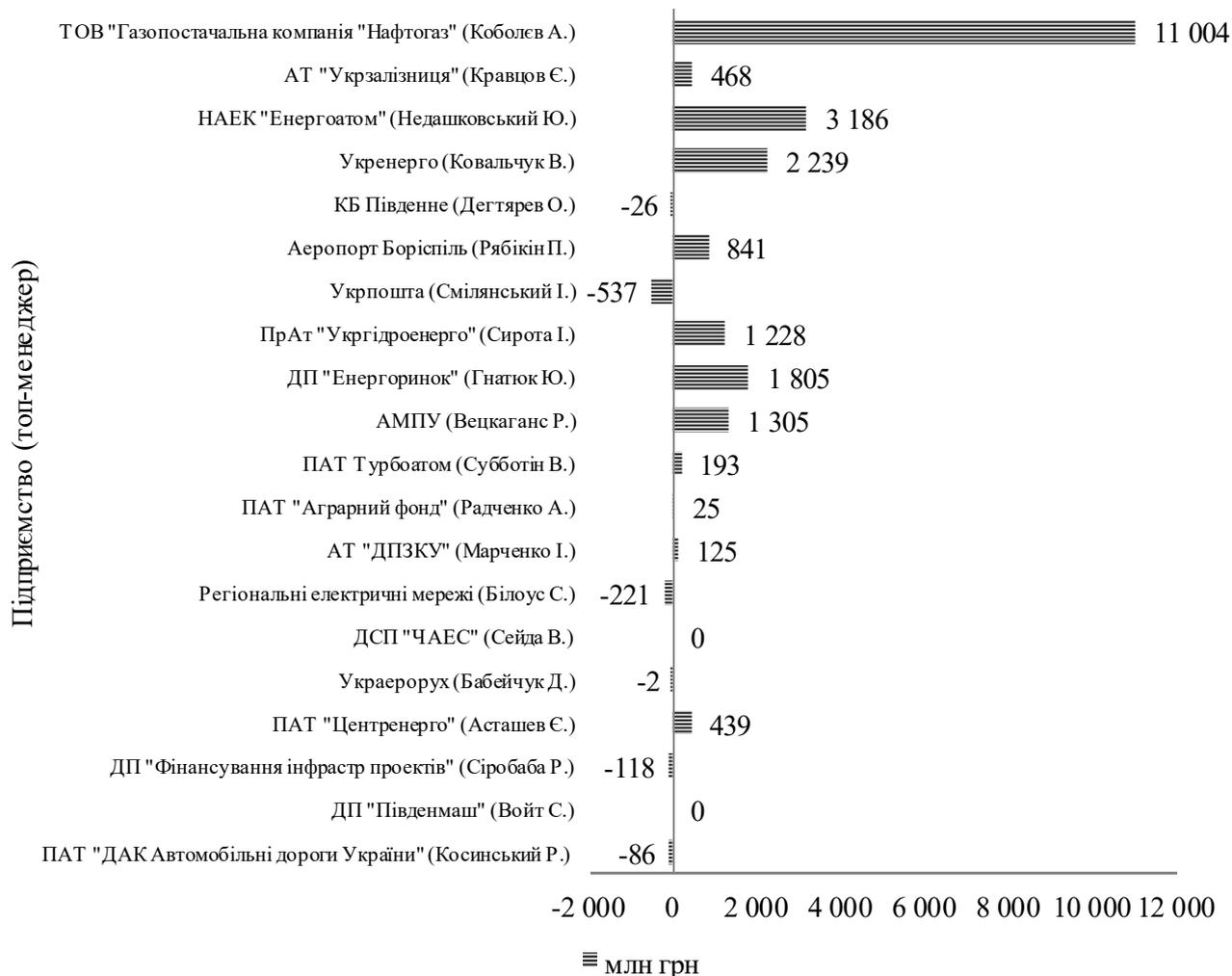
Джерело: складено автором на основі [8].

Рис. 2. Дохід топ-менеджерів найбільших державних підприємств України за 2018 р., грн

З рис. 2 очевидно, що найбільш високооплачуваними топ-менеджерами вітчизняних підприємств є Коболєв А.Є. – керівник НАК «Нафтогаз України» з річним доходом більше 19 млн грн, Кравцов Є.П. – голова правління АТ «Укразалізниця», річний дохід якого перевищує 9 млн грн, а також Недашковський Ю.О. – президент ДП «НАЕК «Енергоатом» з доходом більше 7 млн грн на рік.

Найнижчий дохід, як представлено на рис. 2, у Сіробаби Р.А. – керівника ДП «Фінансування інфраструктурних проєктів», річний дохід якого складає майже 500 тис. грн на рік, Войт С.М. – генеральний директор ДП «Південного Машинобудівного заводу» з річним доходом 400 тис. грн, та Косинський Р. – голова правління Державного агентства автомобільних доріг України з 350 тис. грн річного доходу за 2018 рік.

Для аналізу ефективності системи економічного стимулювання топ-менеджерів надано статистичні дані чистого прибутку державних підприємств України (рис. 3).



Джерело: складено автором на основі [8].

Рис. 3. Чистий прибуток найбільших державних підприємств України за 2018 р., млн грн

Отже, з рис. 3 очевидно, що 6 державних підприємств за результатами першого півріччя 2018 року були збитковими. Одне з них – Укрпошта, його збиток становив більше 530 млн грн, проте, топ-менеджер підприємства є одним із найбільш високооплачуваних керівників в Україні.

Аналіз отриманих результатів рис. 2 та рис. 3 свідчить про те, що частина підприємств, топ-менеджери яких є найбільш високооплачуваними в Україні, є збитковими, що свідчить про недопрацьовану систему економічного стимулювання та потребує подальшого вдосконалення.

Ефективна система економічного стимулювання топ-менеджерів підприємств повинна враховувати певні принципи, а саме: об'єктивність, передбачуваність, адекватність, своєчасність, значущість та справедливність [3]. Дотримання цих принципів, під час формування системи економічного стимулювання, надасть можливість вітчизняним підприємствам забезпечити зростання якості праці вищого керівництва та позитивних зрушень ефективності діяльності підприємств.

Висновки. У роботі проаналізовано індекс ведення бізнесу України. З результатів очевидно, що протягом останніх років Україна істотно покращила свої позиції сприятливості умов ведення бізнесу.

У статті наведено дані загального річного доходу топ-менеджерів найбільших державних підприємств України, а також подано дані чистого прибутку тих же державних підприємств. Практика роботи державних підприємств дозволяє виплачувати топ-менеджерам премії, не розкриваючи критерії таких виплат, окрім того, премії можуть отримувати топ-менеджери збиткових підприємств.

Ефективна система економічного стимулювання має базуватися на принципах об'єктивності, передбачуваності, адекватності, своєчасності, значущості та справедливості, що в майбутньому надасть можливість вітчизняним підприємствам забезпечити зростання якості праці вищого керівництва.

References

Література

1. Vladimirova, L.P. (2002). *Ekonomika truda* [Labor Economics]. 2nd ed., rev. and add. Moscow: Publishing house "Dashkov and K". 300 p. [in Russian].
1. Владимирова Л. П. *Экономика труда* / Л. П. Владимирова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. дом "Дашков и К", 2002. – 300 с.
2. Hetman, O.O., Shapoval, V.M. (2010). *Ekonomika pidpriemstva: navch. posib.* [Enterprise Economics: A Textbook]. 2nd ed. Kyiv. 488 p. [in Ukrainian].
2. Гетьман О. О. *Економіка підприємства: навч. посіб.* / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К.: ЦУЛ, 2010. – 488 с.
3. Hrynova, V.M., Tarasenko, A.A. (2010). *Stymuliuvannia pratsi v innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv mashynobuduvannia: monohrafiia* [Stimulating labor in the innovation activity of machine-building enterprises: a monograph]. Kharkiv. 164 p. [in Ukrainian].
3. Гриньова В. М. *Стимулювання праці в інноваційної діяльності підприємств машинобудування: монографія* / В. М. Гриньова, А. А. Тарасенко. – Харків, 2010. – 164 с.
4. Kibanov, A.Ia. (eds.) (2004). *Upravlenie personalom organizatsii: uchebnik* [Organization Human Resources: A Textbook]. 2nd ed., rev. and add. Moscow: Infra-M. 640 p. [in Russian].
4. Кибанов А. Я. *Управление персоналом организации: учебник* / ред. А. Я. Кибанов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2004. – 640 с.
5. Leontev, A.N. (2001). *Potrebnosti, motivy, emocii* [Needs, motives, emotions]. Moscow: Nauka. 234 p. [in Russian].
5. Леонтьев А. Н. *Потребности, мотивы, эмоции* / А. Н. Леонтьев. – М.: Наука, 2001. – 234 с.
6. Lopatnikov, L.I. *Obshcheekonomicheskii i ekonomiko-matematicheskii obiasnitelnyi slovar* [General economic and economic-mathematical explanatory dictionary]. Retrieved from: <http://lopatnikov.pro/?s=stimulirovanie> [in Russian].
6. Лопатников Л. И. *Общэкономический и экономико-математический объяснительный словарь* [Электронный ресурс] / Л. И. Лопатников. – Режим доступа: <http://lopatnikov.pro/?s=стимулирование>.
7. Official site of the State Statistics Committee of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Official site of NB Business magazine. Retrieved from: <https://nv.ua/biz/markets/rejting-zarplat-top-menedzherov-20-krupneyshih-goskompaniy-ukrainy-50014616.html> [in Ukrainian].
8. Офіційний сайт журналу НВ Бизнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.ua/biz/markets/rejting-zarplat-top-menedzherov-20-krupneyshih-goskompaniy-ukrainy-50014616.html>

9. The official site of the Doing business project. Retrieved from: <http://www.doingbusiness.org/ru/reports/global-reports/doing-business-2019> [in Ukrainian].
10. Potomkin, S.K., Kozlova, I.M., Yandola, K.O. (2009). Menedzhment [Management]. Kharkiv. 276 p. [in Ukrainian].
11. Shekshnia, S.V. (2006). Upravlenie personalom sovremennoi organizatsii [HR management of a modern organization] / S. V. Shekshnia. – M.: Binom, 2006. – 290 s. [in Russian].
12. Shchokin, H.V., Holovaty, M.F., Antoniuk, O.V. et al. (eds.) (2007). Menedzhment: katehoriialno-terminol. slov. [Management: a categorical and terminological dictionary]. Kyiv. 744 p. [in Ukrainian].
9. Офіційний сайт проекту Doing business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/ru/reports/global-reports/doing-business-2019>.
10. Потьомкін С. К. Менеджмент / С. К. Потьомкін, І. М. Козлова, К. О. Яндола. – Харків, 2009. – 276 с.
11. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации / С. В. Шекшня. – М.: Бинум, 2006. – 290 с.
12. Щокін Г. В. Менеджмент: катєгоріально-термінол. слов. / за ред. Г. В. Щокін, М. Ф. Головатий, О. В. Антонюк та ін. – Київ, 2007. – 744 с.

ЗАПРОШУЄМО ДО СПІВРОБІТНИЦТВА

Київський національний університет технології та дизайну видає з 1999 року періодичний науковий економічний журнал «Вісник КНУТД», серія «Економічні науки».

Журнал визнаний ВАК України фаховим з економічних наук. З моменту свого заснування журнал став сполучною ланкою між науковцями і практиками, які працюють у науково-дослідних закладах, вищій школі, економіці, державних установах України і зарубіжжя, між усіма тими, хто переймається проблемами розвитку економіки в ринкових умовах. Активна участь в наукових публікаціях на шпальтах журналу сприяє розвитку фундаментальних та прикладних досліджень з усіх напрямків економічних наук, посиленню впливу економіки на вирішення правових, політичних, соціальних, екологічних та інших проблем розвитку суспільства, входженню України в міжнародні економічні союзи.

Журнал є дуже цікавим для науковців, аспірантів, студентів, фахівців національного господарства, державних службовців.

Рубрики журналу «Вісник КНУТД», серія «Економічні науки»:

- **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**
- **МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ**
- **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ**
- **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА**

Періодичність видання – 6 раз на рік. Журнал видається українською, російською, англійською мовами, анотації – українською, російською і англійською мовами. Матеріали, що надходять для публікації в журналі, проходять рецензування з боку членів редакційної колегії, розглядаються та рекомендуються Вченою радою Київського національного університету технології та дизайну до друку.

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 4 к. 1409
тел./факс: +38 (044) 280-10-80

**Інформаційна довідка
ДО УВАГИ АВТОРІВ ЖУРНАЛУ
«Вісник Київського національного університету технологій та дизайну»
серія «Економічні науки»**

Редакційна колегія журналу «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну» приймає до розгляду наукові статті авторів за матеріалами досліджень і науково-технічних розробок. Подані статті розглядаються редакційною колегією журналу «Вісник КНУТД» і після отримання позитивної рецензії приймаються до публікації.

ПРАВИЛА ПОДАННЯ РУКОПИСІВ СТАТЕЙ

Для публікації автори подають в редакцію журналу:

1. **Рукопис статті** з анотаціями російською та англійською мовами, які розміщуються після тексту статті (роздрукований з електронного варіанта статті (файлу), підписаний авторами, в **2 (двох) примірниках**). Один примірник передається для редакторської роботи та рецензування.

2. **Електронний варіант статті** з анотаціями російською та англійською мовами, які розміщуються після тексту статті (файл на CD- або CD-RW-дисках). Файл статті повинен мати таку назву (англ. мовою): П.І.Б. (автора статті англ. мовою) Stat. **Наприклад: Karpenko Stat**

3. **Електронний файл та роздрукований варіант інформації про автора** (-ів) подається українською, російською та англійською мовами. Фото авторів обов'язкове, розмір 3x4, формат файлу jpg. Файл інформації повинен мати таку назву (англ. мовою): П.І.Б. (автора статті англ. мовою) Inform engl. **Наприклад: Karpenko Inform engl**.

Алгоритм оформлення авторських даних такий:

Алгоритм оформлення авторських даних:

	Англійською МОВОЮ	Українською МОВОЮ	Російською МОВОЮ
Прізвище, ім'я, по батькові			
Науковий ступінь			
Учене звання			
Посада			
Місце роботи (вищий навчальний заклад, кафедра без скорочень)			
ID (у системі наукової ідентифікації)			
ORCID (http://orcid.org/)			
ResearcherID (http://www.researcherid.com)			
Адреса надсилання видання			
Телефон			
Електронна адреса			
Фото автора			

4. **Рецензія** на статтю, підписана доктором наук за напрямом наукової діяльності (підпис рецензента повинен бути засвідчений установою).

5. **Оригінал платіжного документу**, який засвідчує оплату за публікацію. **Оплата здійснюється після рецензування та прийняття статті до друку.**

6. **Договір** з підписами авторів про те, що надіслана стаття не друкувалася і не подана до інших видань.

7. **Заява** на друк.

Вимоги до структури та оформлення матеріалів:

– прізвище, ім'я та по-батькові автора (співавторів) – повністю, без скорочень, вчене звання, вчена ступінь, точна назва посади та місця роботи (повна назва кафедри або іншого структурного підрозділу, без абревіатур), робоча та домашня поштові адреси з індексами, електронна адреса (дуже бажано особиста, а не кафедральна), робочий, домашній та мобільний номери телефонів, основні наукові інтереси (найчастіше – тематика дисертаційного дослідження);

– анотація трьома мовами (укр., рос., англ.); ключові слова – теж трьома мовами, 5-6 позицій (анотація повинна бути не менш як 1800 знаків, включаючи ключові слова);

– структура тексту статті: **постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх публікацій по проблемі; невирішені частини дослідження, мета дослідження, виклад основних результатів та їх обґрунтування; висновки та перспективи подальших досліджень;**

– всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом;

– всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела;

– всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела;

– посилання на підручники та науково-популярну літературу є небажаними;

– посилання на власні публікації є не бажаними і допускаються лише в разі нагальної потреби;

– якщо в огляді літератури або далі по тексту Ви посилаєтесь на прізвище вченого – його публікація має бути у загальному списку літератури після статті;

– вторинне цитування не дозволяється! Якщо Ви цитуєте Адама Сміта – то посилання має бути саме на Сміта, а не на автора, який читав Сміта;

– інтервал – 1,15; шрифт – 12 пт. Поля – по 2 см з кожного боку. Лише Microsoft Word, doc, docx. Шрифт – TimesNewRoman. Всі нетекстові об'єкти мають бути побудовані із застосування засобів Microsoft Word (Microsoft Excel Chart, Microsoft Equation тощо). При побудові графіків майте на увазі, що журнал є чорно-білим;

– у формулах – лише найрозповсюдженіші символи із стандартного набору;

– таблиці мають бути пронумеровані, кожна повинна мати назву;

– всі малюнки та графіки мають бути пронумеровані та мати назву;

– список джерел – не менше 10 позицій, мовами оригіналу, оформляється згідно з ДСТУ 8302:2015. У тексті рукопису посилання на літературу ставляться в квадратні дужки.

Окремо подається **References** списку літератури оформленого за вимогами:

транслітерація с укр – <http://www.slovyk.ua/services/translit.php>;

транслітерація с рус – <http://www.fotosav.ru/services/transliteration.aspx>.

Структура анотації (не менше 1800 знаків), що складаються з наступних розділів:

Вступ і мета дослідження: слід чітко описати логічне обґрунтування для проведення дослідження, виходячи з попередніх робіт по відношенню до досліджуваної. Цей розділ повинен закінчуватися твердженням конкретного питання, що вирішується або висунутою гіпотезою.

Далі слід вказати мету дослідження.

Методи дослідження: слід перерахувати використовувані методи, не вдаючись у великі методичні подробиці і позначити найбільш важливі результати.

Результати: слід перерахувати основні результати без вступу. У дужках слід додавати тільки основні статистичні дані. Не потрібно приводити **висновки**.

Висновки: необхідно надати ключові висновки якомога чіткіше. Можна включати короткий, більш загальне тлумачення результатів та/або конкретні рекомендації для подальших досліджень.

Редакція лишає за собою право на незначне редагування та скорочення, зберігаючи при тому головні висновки та авторську стилістику.

**СТАТТІ, ОФОРМЛЕНІ БЕЗ ДОТРИМАННЯ ЗАЗНАЧЕНИХ ВИМОГ,
РОЗГЛЯДАТИСЯ НЕ БУДУТЬ!**

Остаточний висновок щодо публікації схвалює редакційна колегія журналу та повідомляє автора (-ів) телефонним дзвінком або повідомленням по електронній пошті.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ: 01011, м. Київ-11, вул. Немировича-Данченка, 2,
корп. №4, кім. 4-1409, (044) 280-10-80

Статті приймаються на поштову скриньку: econ-vistnyk@knutd.edu.ua.

Банківські реквізити журналу «Вісник КНУТД» для перерахування оплати за публікацію наукової статті (вартість 1 стор. формату А4 коштує 60 грн):

Одержувач: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ отримувача: 02070890

Банк отримувача: ДКСУ у м. Києві

Код банку отримувача: 820172

Розрахунковий рахунок: **UA038201720313251003202003551**

Призначення платежу: П.І.Б. (автора (-ів) публікації) – за публікацію у журналі «Вісник КНУТД» Серія Економічні науки

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



Ареф'сва Олена Володимирівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки повітряного транспорту Національного авіаційного університету, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-5157-9970>

Scopus Author ID: 36068889000

Researcher ID: U-4226-2018

E-mail: lena-2009-19@ukr.net



Готра Вікторія Вікторівна

доктор економічних наук, професор, заступник декана з наукової роботи, економічний факультет Ужгородського національного університету, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-9063-3885>

E-mail: f-econ@uzhnu.edu.ua



Дмитрієва Оксана Іллівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та адміністрування Харківського національного автомобільно-дорожного університету, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-9314-350X>

E-mail: oksanahnadu@gmail.com



Забашта Євген Юрійович

аспірант Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

E-mail: ezabashta@i.ua



Іванова Зоя Олегівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

Scopus Author ID: 55338588500

E-mail: zoiavianova89r@gmail.com



Кулак Наталія Валеріївна

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри приватного та публічного права Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<http://orcid.org/0000-0001-8619-8975>

Researcher ID: Q-4516-2016

E-mail: kulak.nv@kmutd.edu.ua



Мельник Оксана Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії ДВНЗ Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-2836-8945>

Researcher ID: Z-5793-2019

E-mail: melnyko@kneu.edu.ua



Міщук Євгенія Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування Криворізького національного університету, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-4145-3711>

E-mail: tdutybz.077@gmail.com



Мурована Любов Вікторівна

асистент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-8638-5850>

E-mail: knutd_1@ukr.net



Мягих Ірина Миколаївна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-3868-9643>

Scopus Author ID: 56669971700

E-mail: mred_1965@i.ua



Ніфатова Олена Михайлівна

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-9325-6176>

Scopus Author ID: 57194712734

ResearcherID: Q-1893-2016

E-mail: helen_bykhova@live.ru



Онофрійчук Яна Іванівна

аспірант Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

E-mail: yana_onofrijchuk@ukr.net



Побережна Заріна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-6245-038X>

Researcher ID: T-8659-2018

E-mail: zarina_www@ukr.net



Синяньська Яна Миколаївна

аспірант Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-8623-0752>

E-mail: iii24@ukr.net



Солоненчук Іван Вікторович

аспірант Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-7945-351X>

E-mail: i.solonenchuk@gmail.com



Тутова Анастасія Сергіївна

аспірант Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, Україна

E-mail: tutova26@ukr.net



Шкода Мар'яна Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-7356-4320> Scopus Author ID: 53864082500

ResearcherID: P-9801-2016

E-mail: mlomova@ukr.net

ВІСНИК КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Комп'ютерний набір та макетування	Кривонос О. О.
Технічний редактор	Ганущак-Єфіменко Л. М.
Відповідальний за друкарські роботи	Підвольний В. М.

Підп. до друку 23.10.2019. Формат 60×84 1/8.
Ум. друк. арк. 8,59. Облік. вид. арк. 6,72. Наклад 100 пр. Зам. ____.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Немировича-Данченка, 2, м. Київ, 01601, Україна.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 993 від 24.07.2002 р.

BULLETIN OF THE KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN

Computer Typesetting & Modeling	Kryvonos O. O.
Technical Editor	Ganushchak-Yefimenko L. M.
Responsible for printing	Pidvolnyi V. M.

Printing proof 23.10.2019. Format 60×84 1/8.
Conditional sheet 8.59. Calculated sheet 6.72. Circulation 100 copies. Order N ____.

KNUTD Instant Printing Department.
Nemirovich-Danchenko Street, 2, Kyiv, 01601, Ukraine.

Certificate ДК № 993, 24.07.2002.



СЕРТИФІКАЦІЙНИЙ ЦЕНТР
«СТАНДАРТ»

СЕРТИФІКАТ

відповідності системи управління якістю

Цим сертифікатом посвідчується,
що система управління якістю стосовно:
організації та здійснення освітньої діяльності
та надання освітніх послуг

що здійснює
Київський національний університет технологій та дизайну (КНУТД)

Юридична адреса: Україна, 01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, буд. 2
Фактична адреса: Україна, 01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, буд. 2
Код ЄДРПОУ 02070890

згідно з чинними нормативними документами,
відповідає вимогам стандарту

ДСТУ ISO 9001:2015

«Системи управління якістю. Вимоги.»
(IDT, ISO 9001:2015)

Перевірка відповідності сертифікованої системи управління якістю вимогам зазначеного стандарту здійснюється шляхом періодичних наглядових аудитів

Сертифікат виданий Органом сертифікації
ТОВ «Сертифікаційний центр «СТАНДАРТ»,
Україна, 03680, м. Київ, вул. Желябова, 2, офіс 206,
тел.: (044) 456-24-16

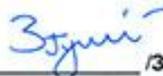


80045
ISO/IEC 17021

Сертифікат виданий
"07" липня 2017 р.
№0049-QM17
дійсний до
"06" липня 2020 р.



Директор ТОВ «СЦ «СТАНДАРТ»


/З.Д. Гуліна/

CERTIFICATE

QMSCERT®

QMSCERT, an accredited provider of third-party system certification organization for ISO 9001 quality management systems and acting in accordance with the requirements of ISO 17021 for registrars attests that:

KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN

2, NEMIROVICH-DANCHENKO STREET,
KYIV 01011 UKRAINE

with a scope of:

*Organization & Implementation of Educational Activities
& Provision of Educational Services*

has established a quality management system that is in conformance with the
International Standard

ISO 9001:2015

April 9th, 2021

Certification Period Ending

April 10th, 2018

Initial Certification Date

April 10th, 2018

Certification Date

IAF/EA Subsector: 37

For the QMSCERT Board

This certification is subject to Annual Surveillance Audits. The certification is valid (for three years) only if it is followed by the annual surveillance audits approval.

For information concerning the validity of the certificate, you can visit the site www.qmscert.com



Inspection - Certification

QMSCERT® N. 100418-10