

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ
НАУКОВЦІВ

**НАУКОВИЙ
ВІСНИК
№ 8 (260)**

Одеса – 2018

Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2018. – № 8 (260). – 216 с. – Мови: укр., рос., англ.

Збірник наукових праць «Науковий вісник Одеського національного економічного університету» заснований у 1994 р. Друковане наукове фахове видання

Засновник і видавець збірника наукових праць – Одеський національний економічний університет

Затверджено до друку Вченою радою Одеського національного економічного університету. **Протокол № 1 від 30 серпня 2013 р.**

Свідоцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації – **серія КВ № 20991-10791ПР від 18 серпня 2014 р.** (перереєстрація).

Періодичність видання – 10-12 разів на рік.

Мова видання – українська, англійська та російська.

Збірник включено до оновленого *«Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук»* (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 № 241)

Індексування і реферування:

Реферативна база даних «Україніка наукова»,

Український реферативний журнал «Джерело»,

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського,

Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru,

Google Scholar

Польська наукова бібліографія

Social Science Open Access Repository

Всеросійська база повнотекстових наукових публікацій «Порталус»

Електронний архів Одеського національного економічного

університету.

Збірник включено до наукометричної бази даних Російський індекс наукового цитування (РІНЦ) згідно договору № 428-07/2014 від 18.07.2014 р. – http://elibrary.ru/title_about.asp?id=51349

Адреса редакційної колегії: Україна, 65082, м. Одеса,
вул. Преображенська, 8, ОНЕУ
тел.: (0487) 32-77-95
E-mail: n.visnik.oneu@ukr.net

© Одеський національний економічний університет

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF
UKRAINE
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY
ALL-UKRAINIAN ASSOCIATION OF YOUNG
SCIENTISTS**

НАУКОВИЙ ВІСНИК
SCIENTIFIC BULLETIN

№ 8 (260)

Odessa - 2018

Collection of scientific papers «Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University»

Printed scientific specialized edition

Founder – Odessa National Economic University

The collection of scientific works "Scientific herald" was registered by the Presidium of the Higher Attestation Commission of Ukraine as of January 26, 2011, No. 1-05 / 1 as a scientific publication on economic sciences, dated February 23, 2011, No. 1-05 / 2 as a scientific publication on political sciences.

Approved by the Academic Council of the Odessa National Economic University. Protocol № 1 from August 30, 2013

Certificate of state registration of print mass media – KB № 20991-10791ПП от 18.08.2014

Frequency of output – 10-12 times a year.

Language of publication – Ukrainian, English and Russian.

Bulletin is licensed as academic, professional journal: «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» (№ 241, issued 09.03.2016)

Included in the scientific data base Russian Scientific Citation Index (RINC) under the agreement No. 428-07 / 2014 dated July 18, 2014 - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=51349

Contacts of Editorial and publisher:

65082 Ukraine, Odessa,
Preobrazhenska st., 8, ONEU, of. 317
Ukraine
(+38067) 5595764
n.visnik.oneu@ukr.net

© Odessa National Economic University

Редакційна колегія

Редакційна колегія затверджена Вченою радою Одеського національного економічного університету. Протокол № 9 від 15 травня 2018 р.

Головний редактор: **Балджи Марина Дмитрівна** – д.е.н., професор, Одеський національний економічний університет

Заступник головного редактора: **Рябіка Володимир Леонідович** – к.політ.н., Голова Українського національного комітету молодіжних організацій

Ректор Одеського національного економічного університету: **Звєряков Михайло Іванович** – д.е.н., професор, член-кореспондент НАН України

Проректор Одеського національного економічного університету: **Ковальов Анатолій Іванович** – д.е.н., професор

Науковий редактор: **Нездоймінов Сергій Георгійович** – к.е.н., доцент, Одеський національний економічний університет

Технічний редактор: **Гейко Людмила Михайлівна** – к.е.н., доцент, Одеський національний економічний університет

I. Економічні науки	II. Політичні науки	III. Історичні науки
<p>Амбрози Маріан Маріанович – проректор з науки, досліджень і міжнародних відносин, Вища Школа Міжнародного Бізнесу (Словацька Республіка)</p> <p>Волохова Ірина Семенівна – д.е.н., доцент (Україна)</p> <p>Єрмакова Ольга Анатоліївна – к.е.н., доцент (Україна)</p> <p>Зборіна Ірина Михайлівна – к.е.н., доцент, декан економічного факультету, Поліський державний університет (Республіка Білорусь)</p> <p>Карпов Володимир Анатолійович – к.е.н., доцент (Україна)</p> <p>Кетнер Карл Карлович – доктор економіки, професор Банківської вищої школи бізнесу і фінансів (Латвійська Республіка)</p> <p>Коваленко Вікторія Володимирівна – д.е.н., професор (Україна)</p> <p>Литовченко Ірина Львівна – д.е.н., професор (Україна)</p> <p>Марк-Бельська Рената – Phd, Вармінський та Мазурський університети в Ольштині (Республіка Польща)</p> <p>Марчева Анастасія – Phd, Стопанска академія "Димитър А. Ценов", м. Свиштов (Республіка Болгарія)</p> <p>Меджибовська Наталія Семенівна – д.е.н., професор (Україна)</p> <p>Семенова Валентина Григорівна – д.е.н., професор (Україна)</p> <p>Совік Людмила Єгорівна – д.е.н., доцент, професор (Республіка Білорусь)</p>	<p>Кармазіна Марія Степанівна – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Коваль Ігор Миколайович – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Маслов Юрій Костянтинівич – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Мілова Марія Іллівна – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Пахарєв Анатолій Дмитрович – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Пойченко Анатолій Михайлович – д.політ.н., професор (Україна)</p> <p>Попков Василь Васильович – д.філософ.н., професор (Україна)</p>	<p>Гончарук Тарас Григорович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Демін Олег Борисович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Панчук Май Іванович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Солдатенко Валерій Федорович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Стьопін Анатолій Опанасович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Хмарський Вадим Михайлович – д.істор.н., професор (Україна)</p> <p>Щербіна Надія Федорівна – к.е.н., доцент (Україна)</p>

Editorial board

The editorial board has been approved by the Academic Council of the Odessa National Economic University. Minutes No. 9 dated May 15, 2018

*Editor-in-Chief: **Baldzhy M. D.** – Doctor of Economics, Professor at the Department of Economics*

*Deputies of Editor-in-Chief: **Ryabika V. L.** – Candidate of Political Science (Ukraine)*

*Executive Secretary: **Geiko L. M.** – Candidate of Economics, Assistant Professor (Ukraine)*

*Scientific editor: **Nezdoyminov S. G.** – Candidate of Economics, Assistant Professor (Ukraine)*

I. Economics sciences	II Political sciences	III Historical sciences
<p>Ambrozy Marian M. – PhDr., CSc. Vice-Rector for Science, Research and International Relations, Higher School of International Business (Slovak Republic)</p> <p>Zveryakov M.I. – Doctor of Economics, Professor, Corresponding Member of NAS of Ukraine (Ukraine)</p> <p>Kovalev A.I. – Doctor of Economics, Professor (Ukraine)</p> <p>Volokhova I. S. – Doctor of Economics, Associate Professor (Ukraine)</p> <p>Ermakova O. A. – Candidate of Economic Science, Associate Professor (Ukraine)</p> <p>Zborina I. M. – PhD (Economic Sciences), Dean of the Faculty, Polesky state university (Republic of Belarus)</p> <p>Karpov V.A. – Candidate of Economics, Assistant Professor (Ukraine)</p> <p>Ketners Karlis K. – Doctor of Economics, Professor, BA School of Business and Finance (Latvia)</p> <p>Kovalenko V. – doctor of sciences, professor (Ukraine)</p> <p>Litovchenko I. – Doctor of Economics, Professor (Ukraine)</p> <p>Marks-Bielska R. – Phd, University of Life Sciences in Wroclaw, University of Warmia and Mazury (Poland)</p> <p>Marcheva A. - PhD, "Dimitar A. Tsenov" Economic Academy, Svishtov (Bulgaria)</p> <p>Medzhibovskaya N. S. - Doctor of Economics, Professor (Ukraine)</p> <p>Semenova V. G. - Doctor of Economics, Professor (Ukraine)</p> <p>Sauvik Lyudmila E. - Doctor of Economics, Associate Professor (Republic of Belarus)</p>	<p>Ambrozy Marian M. – PhDr., CSc. Vice-Rector for Science, Research and International Relations, Higher School of International Business (Slovak Republic)</p> <p>Karmazina M.S. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Koval' I.M. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Maslov Y. K. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Milova M.I. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Paharev A.D. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Poychenko A.M. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Popkov V. V. – Doctor of Political Science, Professor (Ukraine)</p>	<p>Goncharuk T. G. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Demin O.B. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Panchuk M.I. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Soldatenko V.F. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Stepin A.O. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Khmarskyi V.M. – Doctor of Historical Science, Professor (Ukraine)</p> <p>Shcherbina N.F. – Candidate of Historical Science, Assistant Professor (Ukraine)</p>

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Бистрова Анастасія

Проблеми сучасного транспортного комплексу в місті Одесі...13

Варданян Аїда, Маркітан Олександр

Конкурентні переваги підприємств ІТ-сектору.....32

Гейко Людмила, Мартинюк Альона

Перспективи розвитку підприємств з переробки дикорослих
недеревних рослин.....44

Іванченко Анастасія, Маркітан Олександр

Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств
роздрібної торгівлі.....56

Кифяк Олександр

Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку
туризму і рекреації в прикордонних регіонах.....68

Лисюк Аліса, Маркітан Олександр

Обґрунтування диверсифікації діяльності підприємства
роздрібної торгівлі.....84

Мариніч Ігор

Перспективи розвитку книжкової галузі в Україні.....97

Місько Ганна, Титаренко Ірина

Стратегія розвитку управління ПРАТ «Київстар» на засадах
корпоративної соціальної відповідальності.....112

Разінкін Нікіта, Карпов Володимир

Роль інфраструктурних проектів у реалізації потенціалу
вітчизняного ринку електромобілів.....124

Середа Дмитро

Конкурентоспроможність як напрямок розвитку підприємства в
сфері торгівлі й надання послуг.....137

Скідан Владислав, Карпов Володимир

Роль інновацій у покращенні платоспроможності комунальних
підприємств.....151

Чабанова Арина

Успішна стратегія розвитку веб-студії в Україні.....162

Челядник Віталій, Балджи Марина

Дослідження безробіття в Україні та Одеській області.....173

Шевчук Антон Михайлович

Підвищення капіталізації банківської системи України шляхом
макропруденційного регулювання національного банку
України.....**190**

НАШІ АВТОРИ.....**212**

CONTENTS

ECONOMIC SCIENCES

<i>Bystrova Anastasiya</i> PROBLEMS OF MODERN TRANSPORT COMPLEX IN ODESSA.....	13
<i>Vardanyan Aida, Markitan Aleksandr</i> COMPETITIVE ADVANTAGES OF IT SECTOR ENTERPRISES.....	32
<i>Geiko Liudmyla, Martyniuk Alona</i> PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN PROCESSING OF DIGESTALLY WILD NON-TIMBER PLANTS.....	44
<i>Ivanchenko Anastasiia, Markitan Alexander</i> DIRECTIONS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF RETAIL TRADE ENTERPRISES.....	56
<i>Kyfyak Oleksandr</i> TOURIST DESTINATIONS AND THEIR IMPACT ON THE FUNCTIONING OF THE TOURISM AND RECREATION MARKET IN THE BORDER REGIONS.....	68
<i>Lyisuk Alisa, Markitan Alexander</i> THE JUSTIFICATION OF THE DIVERSIFICATION ACTIVITIES OF THE RETAIL ENTERPRISE.....	84
<i>Marinich Igor</i> PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BOOK INDUSTRY IN UKRAINE.....	97
<i>Misko Hanna, Titarenko Irina</i> STRATEGY OF DEVELOPMENT OF PJSC "KYIVSTAR" MANAGEMENT BASED ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.....	112
<i>Razinkin Nikita, Karpov Vladimir</i> THE ROLE OF INFRASTRUCTURE PROJECTS IN THE IMPLEMENTATION OF THE POTENTIAL IN THE PETROLEUM MARKET OF ELECTRIC MOBILES.....	124
<i>Sereda Dmytro</i> COMPETITIVENESS AS A DIRECTION OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TRADE AND SERVICE PROVISION.....	137

<i>Skidan Vladislav, Karpov Vladimir</i>	
THE ROLE OF INNOVATION IN IMPROVING THE SOLVENCY OF UTILITIES.....	151
<i>Chabanova Arina</i>	
SUCCESSFUL STRATEGY OF WEB-STUDIO DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	162
<i>Cheliadnyk Vitalii, Baldzhy Maryna</i>	
STUDY OF UNEMPLOYMENT IN UKRAINE AND ODESSA REGION.....	173
<i>Shevchuk Anton</i>	
ECONOMIC CAPITAL IN RISK MANAGEMENT OF THE BANK.....	190
AUTHORS	212

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Быстрова Анастасия

Проблемы современного транспортного комплекса в городе
Одессе.....13

Варданян Аида, Маркитан Александр

Конкурентные преимущества предприятий ИТ-сектора.....32

Гейко Людмила, Мартынюк Алёна

Перспективы развития предприятий по переработке
дикорастущих недревесных растений.....44

Иванченко Анастасия, Маркитан Александр

Пути повышения конкурентоспособности предприятий
розничной торговли.....56

Кифяк Александр

Туристические дестинации и их влияние на функционирование
рынка туризма и рекреации в приграничных регионах.....68

Лысюк Алиса, Маркитан Александр

Обоснование диверсификации деятельности предприятия
розничной торговли.....84

Маринич Игорь

Перспективы развития книжной отрасли в Украине.....97

Мисько Анна, Титаренко Ирина

Стратегия развития управления ЧАО «Киевстар» на основе
корпоративной социальной ответственности.....112

Разинкин Никита, Карпов Владимир

Роль инфраструктурных проектов в реализации потенциала
отечественного рынка электромобилей.....124

Серета Дмитрий

Конкурентоспособность как направление развития предприятия
в сфере торговли и оказания услуг.....137

Скидан Владислав, Карпов Владимир

Роль инноваций в улучшении платежеспособности
коммунальных предприятий.....151

Чабанова Арина

Успешная стратегия развития веб-студии в Украине.....162

<i>Челядник Виталий, Балджи Марина</i>	
Исследование безработицы в Украине и Одесской области....	173
<i>Шевчук Антон Михайлович</i>	
Экономический капитал в системе риск-менеджмента банка..	190
НАШИ АВТОРЫ	212

**ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ТРАНСПОРТНОГО
КОМПЛЕКСУ В МІСТІ ОДЕСИ**

Розглянуті основні складові транспортної системи країни та питання ефективності функціонування транспортної системи на прикладі міста Одеси. Виявлено та оцінено рівень стану транспортної інфраструктури, за умов управління транспортним комплексом. Окреслено напрями розвитку транспортної інфраструктури з огляду на її значення у процесі реалізації національних економічних інтересів. Зроблені висновки щодо рівня розвитку, ступеню зносу, зниження рівня використання за останні роки, а також суттєвого відставання від аналогічних показників розвинених європейських країн. Виявлено проблеми розвитку транспортного комплексу Одеського регіону та запропоновано напрями їх вирішення. Також у статті досліджується теоретичні питання вдосконалення управління системою транспортного обслуговування регіонів України. Виявлений ряд проблем розвитку автотранспортного комплексу регіонів. Визначені завдання, які повинна забезпечити сучасна система регіонального управління автотранспортним комплексом. У роботі показано, що важливу роль у розвитку транспортних перевезень відіграють саме міжнародні транспортні коридори, тому що являють собою комплекс наземних та водних транспортних магістралей із відповідною інфраструктурою на визначеному напрямку, включаючи допоміжні споруди, під'їзні шляхи, прикордонні переходи, сервісні пункти, вантажні та пасажирські термінали, устаткування для управління рухом, організаційно-технічні заходи, законодавчі та нормативні акти, які забезпечують перевезення вантажів та пасажирів на рівні, що відповідає вимогам Європейського співтовариства. Проведений аналіз функціонування транспортно-дорожнього комплексу України показав, що він представляє собою складну організаційно-

технічну систему, яка вимагає нових підходів до управління окремими її елементами, зокрема міжнародними вантажними перевезеннями. Вирішення цих проблем дозволить транспортно-дорожньому комплексу України стати реальною частиною європейської транспортної системи.

Ключові слова: транспортна інфраструктура, ринкові відносини, транспортні послуги, потенціал, транспортний комплекс, проблеми.

Быстрова Анастасия

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА В ГОРОДЕ ОДЕССЕ

Рассмотрены основные составляющие транспортной системы страны и вопрос эффективности функционирования транспортной системы на примере города Одессы. Выявлены и оценены уровень состояния транспортной инфраструктуры, вследствие управления транспортным комплексом. Определены направления развития транспортной инфраструктуры с учетом ее значения в процессе реализации национальных экономических интересов. Сделаны выводы относительно уровня развития, степени износа, снижение уровня использования за последние годы, а также существенного отставания от аналогичных показателей развитых европейских стран. Выявлены проблемы развития транспортного комплекса Одесского региона и предложены направления их решения. Также в статье исследуется теоретические вопросы совершенствования управления системой транспортного обслуживания регионов Украины. Выявлен ряд проблем развития автотранспортного комплекса регионов. В работе показано, что важную роль в развитии транспортных перевозок играют именно международные транспортные коридоры, потому что являются собой комплекс наземных и водных транспортных магистралей с соответствующей инфраструктурой на определенном направлении, включая вспомогательные сооружения, подъездные пути, пограничные переходы, сервисные пункты, грузовые и пассажирские терминалы, оборудование, для управления движением,

организационно технические мероприятия, законодательные и нормативные акты, которые обеспечивают перевозку грузов и пассажиров на уровне, что отвечает требованиям Европейского содружества. Проведенный анализ функционирования транспортно дорожного комплексу Украины показал, что он представляет собой сложную организационно техническую систему, которая требует новых подходов к управлению отдельными ее элементами, в частности международными грузовыми перевозками. Решение этих проблем позволит транспортно дорожному комплексу Украины стать реальной частью европейской транспортной системы.

Определены задачи, которые должна обеспечить современная система регионального управления автотранспортным комплексом.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, рыночные отношения, транспортные услуги, потенциал, транспортный комплекс, проблемы.

Bystrova Anastasiya

PROBLEMS OF MODERN TRANSPORT COMPLEX IN ODESSA

Considered are the main components of the transport system of Ukraine and the issue of efficiency of functioning of the transport system of Odesa. Identified and assessed the level of transport infrastructure, provided mismanagement transport complex. Outlined areas of transport infrastructure because of its importance in the implementation of national economic interests. However, the list of specific resources, transport is not a guarantee of successful implementation of the country's transit potential. In particular, for example, in the mid-1990s for balanced transit policy, Ukraine has lost part of the transit flows that were reoriented from Ukraine to Belarus and Baltic countries. In recent years the situation has not improved. The problems of development of a transport complex of Odesa region are exposed and directions of their solution are offered. In the article probed theoretical questions of perfection of management the system of a transport maintenance of regions of Ukraine. The row of problems of development of motor transport

complex of regions is exposed. Tasks which the modern system of regional management a motor transport complex must provide are certain. The work shows that an important role in the development of transport is played by international transport corridors, because they are a complex of land and waterways with appropriate infrastructure in a definite direction, including auxiliary structures, access roads, border crossings, service points, cargo and passenger terminals, equipment for traffic management, organizational and technical measures, legislative and regulatory acts that ensure the carriage of goods and passengers at the level of response gives the requirements of the European Community. The conducted analysis of the functioning of the transport and road complex of Ukraine has shown that it represents a complex organizational and technical system, which requires new approaches to the management of its individual elements, in particular, international freight transport. The solution of these problems will allow the Ukrainian transport and road complex to become a real part of the European transport system.

Key words: transportation infrastructure, market, transports services, potential transit flows, transport complex, problems.

Постанова проблеми. Транспортна галузь належить до найважливіших інфраструктурних елементів будь-якої країни. Рівень розвитку транспорту та ефективність його функціонування визначають економічне зростання держави, умови життя населення, забезпечення національної безпеки, можливості інтеграції країни до світової економіки. Саме тому транспорт завжди знаходиться у центрі економічної політики держави, його розвиток забезпечується через виконання відповідних національних і галузевих програм, реалізацію міжнародних угод та проектів. Як правило, транспортну галузь формують різні його види: залізничний, автомобільний, водний, повітряний (разом з космічним), трубопровідний. Особливо розглядається міський та промисловий (виробничий), а також індивідуальний транспорт. Глобалізаційні процеси в економіці базуються на міжнародній інтеграції транспортних галузей, раціональному сполученні різних видів транспорту, забезпеченні ефективних транзитних перевезень, координації функціонування всіх транспортних галузей всередині кожної країни. Зростають вимоги до якісних характеристик

транспортного обслуговування, які включають параметри швидкості, своєчасності, ритмічності, безпеки, економічності та екологічності функціонування національних транспортних систем. Особливості географічного розташування України на стику європейського та азійського континентів дають їй значні переваги в наданні експортних транспортних послуг на засадах організації та здійснення транзитного переміщення вантажів та пасажирів, водночас вимагаючи виконання міжнародних вимог до зазначених процесів і обов'язковість забезпечення технічних та технологічних умов їх здійснення.

Перехід економіки країни до ринку та формуванню ринкових відносин вимагає динамічного і збалансованого розвитку всіх ланок національної економіки, включаючи транспортну інфраструктуру. В даний час транспортна інфраструктура висувалася і посіла одне з пріоритетних місць серед основних чинників, що визначають ефективне функціонування економіки країни і стала найважливішою умовою її подальшого розвитку. На сьогодні транспортна інфраструктура знаходиться в економічній кризі, через транспортну залежності країни, фізичного і морального зносу матеріально-технічної бази, диспропорцій і нерівномірностей розміщення виділяємих інвестицій, відсутності ринкового механізму функціонування та управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам забезпечення ефективності функціонування транспортних систем України присвячено ряд праць вітчизняних вчених, а саме: М.І. Данька, В.Л. Диканя, Н.В. Якименко, Г.П. Кірпи, Г.П.Ващенко, О.Г. Дейнеки, Ю.С. Бараша, Л.Ю. Яцківського, В.Д. Зеркалова та інших вчених. Таким чином, дослідженню інфраструктури та її значення у сучасній економіці приділяється достатньо уваги у науковій літературі, проте неповною мірою висвітленими залишаються проблеми виявлення місця та ролі транспортної інфраструктури у транспортній системі та у процесі реалізації національних економічних інтересів держави, що і зумовило інтерес до дослідження зазначених питань.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження транспортної інфраструктури як одного із провідних компонентів економіки України на прикладі м. Одеси, оцінка стану транспортної галузі та виявлення проблем за умов

неналежного управління транспортним комплексом, а також визначення напрямів розвитку транспортної інфраструктури.

Інформаційною базою для таких прогнозів можуть бути концепції, стратегії, програми розвитку економіки, зовнішньої торгівлі, транспортних галузей країн, що є або мають стати учасниками транзитних перевезень територією України [1].

Географічне розташування держави може розглядатися як один з економічних ресурсів, що робить її ланкою транзитної системи певного територіального простору і визначає її транзитний статус на цьому просторі. З цієї точки зору Україна є чи не “найбагатішою” країною євразійського континенту, оскільки перетин на її території осей Захід – Схід (Європа – Азія) та Північ – Південь (Балтика – Чорне море) надає нашій країні широкі можливості одержання як геоекономічних, так і геополітичних вигод. Згідно з оцінками провідних експертів світу, Україна володіє найбільшим в Європі показником транзитності – 3,75 [3].

Особливої актуальності дослідження сучасного стану та перспектив співробітництва України з іншими державами в сфері транспортної галузі набувають в умовах економічної кризи, дефіциту ресурсів розвитку, уповільнення або припинення економічного зростання, коли джерелом цього зростання можуть стати фінансові ресурси, одержані в результаті успішної реалізації транзитних можливостей території, котрими володіє Україна на правах свого геополітичного та геоекономічного розташування. У різних країнах світу розвиток транспортної системи відбувається по-своєму, але має багато спільних рис. Наприклад, як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, види транспорту, їхні основні фонди належать або державі, або приватним компаніям. Так, у США залізниці належать кільком монополіям, а у Великій Британії, Франції, Німеччині, Індії, Аргентині, Бразилії, Мексиці, Індонезії, Туреччині та інших країнах вони є власністю держави. В переважній більшості держав світу залізниці не довіряються приватним компаніям [2].

Останнім часом потреби в транспортних послугах тільки зростають. Значна частина об'єктів інфраструктури виходить з ладу, стала технічно непридатною, морально застаріває. Незважаючи на загальну адаптацію транспорту до ринкових

умов, стан транспортної галузі і рівень її розвитку в даний час не можна вважати задовільним. Системною проблемою транспортної галузі є невідповідність між низьким рівнем її розвитку, ефективністю та якістю функціонування і зростаючим попитом економіки і суспільства на транспортні послуги. Це проявляється в наступному [4]:

1) стан транспортної мережі не відповідає існуючому і перспективному вантажо- і пасажиропотоку;

2) транспортні технології не відповідають сучасним вимогам ефективного функціонування транспорту, перешкоджають задоволенню зростаючого попиту на якісні транспортні послуги, відбувається зниження собівартості перевезень, не має оптимального використання існуючої транспортної інфраструктури;

3) рівень доступності та якість транспортних послуг не відповідають потребам населення країни. Громадський пасажирський транспорт у містах і в приміських зонах не в змозі забезпечити попит на якісні пасажирські перевезення. Значна частина сільських населених пунктів країни не забезпечена зв'язком по дорогах з твердим покриттям з опорною транспортною мережею;

4) спостерігається істотне відставання темпів розвитку дорожньої мережі від темпів автомобілізації суспільства. Сьогодні близько третини протяжності автомобільних доріг працюють у режимі перевантаження, особливо на підходах до великих міст;

5) основні фонди всіх видів транспорту оновлюються недостатніми темпами, в результаті їх знос досяг 55-70 % і продовжує зростати. Це тягне за собою зниження рівня безпеки транспортного процесу, зростання транспортних витрат і може стати причиною виникнення дефіциту провізних та пропускних можливостей в окремих елементах транспортної системи;

6) зберігається певна залежність зовнішньої торгівлі від іноземних комунікацій і перевізників, не до кінця використовується транзитний потенціал. Потужності портової інфраструктури не дозволяють забезпечувати переробку зовнішньоторговельних вантажів в портах;

7) показники безпеки транспортного процесу, в першу чергу дорожнього руху, не відповідають світовому рівню.

Загальний збиток від таких негативних наслідків транспортної діяльності, як аварійність, забруднення навколишнього середовища, втрати економіки та суспільства від перевантаження транспортних комунікацій;

8) значно загострилися проблеми забезпечення транспортної безпеки та антитерористичної стійкості транспортної системи. Проблема в цілому і окремі її аспекти створюють загрозу обмеження економічного зростання та реалізації соціальних програм розвитку країни. Щоб удосконалити транспорту інфраструктуру країни в цілому, потрібно розпочати з великих міст, таких як Одеса, який має достатньо великий транспортний потік.

Географічне розташування області на вході до внутрішніх водних шляхів, розгалужена потужна транспортна система, до складу якої входять всі види транспорту (залізничний, морський, річковий, автомобільний, авіаційний та трубопровідний), наявність судноплавних водних артерій – все це відіграє провідну роль для виконання та нарощування вантажоперевезень і розвитку Одеського транспортного вузла.

Одеський морський торговельний порт є самим найбільшим портом на всій території країн СНД і має велике економічне значення в торговельних міжнародних відносинах між країнами. Безперервно в одеський порт приходять морські вантажі з країн, що мають вихід до Чорного моря. Щорік через морський порт проходить порядку 20-30 мільйонів тонн різних вантажів. Через одеський порт активно транспортується вугілля, метали, нафтопродукти, деревина, продовольчі товари, а також різна продукція для промислової галузі. У Одесі також знаходиться база риболовецького флоту.

Одеський порт визнаний базовим круїзним портом України і є одним з найбільших пасажирських терміналів Європи. у зв'язку з тим, що Одеса розташовується на побережжі Чорного моря і має статус міста-курорту, одній з високодоходних і важливих галузей економіки, тут також перетинаються головні залізничні і автомобільні магістралі країни, що йдуть з різних її областей і напрямів.

Через місто проходять важливі залізничні магістралі, що поєднують північні області України з південними областями України. У місті діють залізничний вокзал, потужний

залізничний вантажний вузол, міжнародний аеропорт, порт, автовокзал, а також розвинута мережа автомобільних магістралей [3].

Основні проблеми міста, які потребують вирішення:

- відсутність формалізованої системи співпраці міської ради з державними та приватними транспортними підприємствами водного та залізничного транспорту;
- неорганізований транспортний простір, перевантаження магістралей міста;
- високий рівень викидів в атмосферне повітря пересувними транспортними засобами;
- низька пропускна здатність транспортних магістралей центральної частини міста;
- великі обсяги пасажиропотоку в години «пік»: до 500 тис. пасажирів протягом 1-1,5 год. у вечірній та вранішній час;
- велика довжина маршрутів;
- застарілий трамвайний парк;
- відсутність Центрів координації транспортних та вантажних потоків усіх видів;
- відсутність системного, комплексного підходу до проектування та впровадження логістичних потужностей;
- необхідність підтримки просторових проєктів з державного бюджету.

Вихід України на новий етап розвитку припускає зміну галузевого підходу на територіальний, більшою мірою який відповідає вимогам державного типу державного устрою й умовам роботи підприємств у ринковому середовищі. Регіонам у цей час передано рішення значної частини завдань по керуванню економікою й соціальною сферою. Недооцінка регіонального аспекту аналізу й регулювання економіки видаляє державну політику від дотримання балансу державних і територіальних інтересів. Саме від ефективності функціонування регіональних комплексів багато в чому залежить рівень добробуту суспільства в цілому.

Існує тісний взаємозв'язок між розвитком транспортної системи й просторовим розподілом економічної активності. При цьому надійна, що стійко розвивається транспортна система є інструментом, що здатний внести істотний вклад у зміну економічної й соціальної нерівності регіонів. В умовах

реформування економіки процесу функціонування транспортної діяльності властивий характер саморегулювання. Швидкоплинність економічних процесів і невизначеність зовнішнього середовища викликає необхідність контролю державних органів за діяльністю транспортного ринку. Цей контроль укладається в зіставленні тенденції розвитку транспортної системи й тенденції розвитку всієї соціально-економічної системи регіону й, як слідство, у коригувальному впливі на транспортну систему.

В умовах ринкової економіки державне регулювання припускає створення керуючих структур, розподіл між ними функцій і повноважень і визначення порядку їхньої взаємодії.

Державне регулювання транспортної діяльності повинне здійснюватися на державному й регіональному рівнях [2].

З огляду на вітчизняний і закордонний досвід, основними об'єктами державного регулювання можуть бути:

- система експлуатації транспортних засобів;
- система обслуговування клієнтури транспортних підприємств;
- безпека руху;
- вплив транспорту на екологічну обстановку. У країнах з розвинутою ринковою економікою, де воля підприємництва розглядається як основний принцип функціонування транспортної діяльності, транспортні підприємства є об'єктом постійної уваги з боку держави, причому правомірність і необхідність такого положення визнана як транспортниками, так і суспільством [3].

Одним з найбільше «ринкових» секторів економіки є вантажні перевезення. Розвиток ринків товарів і послуг, дрібного й середнього бізнесу, розширення роздрібної торгівлі, фермерських господарств об'єктивно розширюють сферу застосування вантажного автомобільного транспорту.

Реалізація ринкових перетворень сприяла розукрупненню спеціалізованих автотранспортних підприємств й істотному росту чисельності господарюючих суб'єктів.

На вітчизняному транспорті зберігається ряд проблем, які в умовах росту економіки України і її реструктуризації можуть сповільнити здійснення соціально-економічної політики держави.

Застосування логістики на транспорті, так само як і на виробництві або в торгівлі, перетворює контрагентів і конкуруючі сторони в партнерів, взаємодоповнюючих один одного в транспортному процесі. Чим вище рівень організованості логістичних посередників, тим вище ступінь інтеграції регіонального транспортного простору.

Потенціал сучасних логістичних послуг в Україні оцінюється приблизно в 15 млрд. дол., з них частка сектора перевезень й експедирування вантажів всіма видами транспорту становить 55%, сектора складських послуг – 13%, сектора послуг з інтеграції й керування ланцюгами поставок – 32%.

Логістична система регіону містить у собі наступні компоненти: транспортні підприємства, транспортні комунікації, що обслуговують ремонтні підприємства, оптові торговельні посередники, товарні біржі, банки, транспортно-складські комплекси, логістичні парки, транспортні вузли, термінали, вокзали, станції, порти, обчислювальні центри, підприємства зв'язку, інформаційні й телекомунікаційні системи, а також логістичні підрозділи підприємств й організацій зі своїми транспортними засобами й службами. В утвореному «транспортному просторі» постійно циркулюють матеріальні, інформаційні й фінансові потоки, що забезпечують функціонування регіональної соціально- економічної системи як єдиного цілого.

Регіональне транспортне обслуговування повинне являти собою транспортно-інформаційний простір, у якому діють транспортні засоби, обладнані сучасною телекомунікаційною технікою, що забезпечує постійний зв'язок з логістичними центрами. Інформація необхідна для реалізації функцій керування, планування й ефективного контролю транспортного процесу.

Сучасний стан транспортного комплексу регіону не повною мірою відповідає інноваційному соціально-економічному сценарію регіону. Не вирішений ряд системних завдань:

1. Регіональна нерівномірність розвитку транспортної інфраструктури.
2. Інфраструктурні обмеження росту.
3. Високе зношування основних фондів.

4. Низька частка участі приватного капіталу в інвестиційних проектах по розвитку транспортної інфраструктури.

5. Відсутність законодавчих актів, що стимулюють інноваційно-інвестиційні процеси.

6. Відсутність розробок пріоритетних напрямків розвитку науки, техніки й технології, переліку критичних технологій для економіки й соціальної сфери регіону.

7. Низький рівень функціонування системи інформування інноваційних інвесторів. Саме на транспорті найбільше повно відбилися всі проблеми економічного й соціального розвитку нашого суспільства за останні роки. Вони носять державний, регіональний, галузевий, фінансово-економічний характер: гостро відчуються проблеми несумлінної конкуренції, падіння попиту на послуги, недосконалості податкового законодавства.

З огляду на вищевикладене, можна зробити висновок про те, що розвиток транспортної системи регіону України обумовлено особливостями господарського комплексу, галузевою й територіальною структурою виробництва, місцем регіону в національному й міжнародному подолу праці, географічним положенням і рядом інших факторів.

Регіональна нерівномірність розвитку транспортної інфраструктури позначається на обмеженні розвитку єдиного економічного простору країни в цілому. Тому перед підприємствами автомобільного транспорту виникає безліч принципова нових завдань, виконання яких неможливо без істотної зміни всієї системи керування автомобільним транспортом регіону.

У сформованих умовах автотранспортні підприємства мають потребу в нових сучасних моделях і методах керування, які забезпечили б їм ефективність, конкурентноздатність і стійке положення на ринку [4].

Сучасна система регіонального керування автотранспортним комплексом покликана забезпечити:

- створення економічних умов, що стимулюють прискорене відновлення рухливого складу всіх видів транспорту;

- підвищення доступності і якості послуг транспортного комплексу;
- випереджальний розвиток транспортної галузі в порівнянні з іншими галузями економіки регіону;
- реалізацію програмно-цільового підходу при плануванні й виконанні регіонального бюджету, посилення цільового характеру фінансування транспортних проектів;
- баланс інтересів держави й регіону, бізнесу й громадських організацій у стійкому розвитку транспортного комплексу;
- поліпшення інвестиційного клімату й розвиток ринкових відносин на транспорті;
- успішний розвиток підприємств в умовах мінливих вимог клієнтури й розвитку конкуренції;
- скоординований розвиток інфраструктури всіх видів транспорту на основі інноваційних транспортно-логістичних технологій;
- стабілізацію й розвиток внутрішнього середовища підприємств, заснованої на зсуві акцентів, раніше орієнтованих на твердий централізований контроль над бізнесами-процесами, до процесного керування, заснованого на залученні в досягнення стратегічних цілей всіх категорій працівників.

Виявлено ряд проблем розвитку автотранспортного комплексу регіону:

1. Існуюча нормативно-правова база не стимулює розвиток транспортно-логістичного комплексу на основі впровадження інноваційних технологій, спрямованих на забезпечення сучасних вимог екологічності, безпеки, якості транспортних послуг.

2. Невідповідність режимів оподаткування специфіці функціонування господарюючих суб'єктів вантажного автотранспорту (прикладом є: транспортний податок, нарахування якого ставить у нерівне положення автотранспортні підприємства з підприємствами інших сфер діяльності; єдиний податок на поставлений дохід дає спрощення й пільги по оподаткуванню суб'єктам малого бізнесу, але одночасно вводить значні диспропорції між останніми й великими підприємствами); непрозорість фінансових потоків і низький рівень податкової дисципліни.

3. Проведена політика лібералізації автотранспортних послуг з боку держави виражена в зниженні значимості такого механізму законодавчого регулювання, як система ліцензування по більшості видів автотранспортних послуг. Державне регулювання на основі ліцензування повинне визначати правила й порядок допуску на ринок автотранспортних послуг, тим самим створювати механізм контролю за виконанням законодавства в області автомобільного транспорту, забезпечувати виконання автотранспортниками встановлених стандартів при здійсненні технічної експлуатації транспортних засобів і перевізного процесу. Досвід розвинених країн підтверджує той факт, що більшість із них повернулося до твердої регламентації транспортних послуг.

4. Застарілі технології комерційної діяльності. Підвищення ефективності керування регіоном неможливо без впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій. Тому пріоритетним завданням розвитку економіки й забезпечення національної безпеки сьогодні стає формування єдиного інформаційного середовища і єдиних правил роботи організацій на ринку транспортних послуг, що дозволить забезпечити створення опорної транспортної мережі, на базі якої буде здійснена можливість розгортання мережі взаємопов'язаних логістичних центрів.

5. Низький рівень менеджменту в сфері керування автотранспортними перевезеннями. Традиційний, переважний до останнього часу, «фінансово-орієнтований» менеджмент сьогодні уступає новому «інноваційному» менеджменту, що припускає постійну перебудову системи з метою реалізації обраних стратегій, що сприяють домінуючому росту нефінансових і некількісних оцінок бізнесу. Фінансовий же успіх повинен розглядатися як побічний ефект від успішно реалізованої стратегії.

6. Відсутність методології стратегічного розвитку системи транспортного обслуговування регіону на ринку вантажних автотранспортних послуг виявило необхідність розробки комплексу організаційно-економічних методів керування як основу формування транспортної політики на рівні регіону.

Доцільно наголосити на тому, що Україна має усі передумови для створення потужної системи транзитних перевезень на міжнародному рівні і, як наслідок, збільшення обсягу транзиту вантажів. Так, наша держава має низку переваг перед іншими європейськими країнами, оскільки територією України проходять найкоротші сухопутні, морські та повітряні шляхи сполучення, що зв'язують Європу та країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Міждержавний транзит українською територією – це великий, але досі нереалізований національний ресурс. Розташування України у центрі Європи, на перехресті головних транспортних напрямів континенту, обумовило проходження через її територію міжнародних транспортних коридорів, напрям яких збігається зі старовинними транзитними шляхами Схід – Захід та Південь – Північ.

Головним етапом здійснення якісних та ефективних міжнародних вантажних перевезень є етап вибору перевізника, від діяльності якого залежить кінцевий результат транспортного процесу доставки. Слід відмітити, що за складних кризових умов багато перевізників змушені були піти з ринку, але «на плаву» залишаються найбільші і найсильніші, що здійснюють майже 60% усіх перевезень вантажів та пасажирів. Дослідження показують, що важливу роль у розвитку вантажних перевезень відіграють саме міжнародні транспортні коридори, тому що являють собою комплекс наземних та водних транспортних магістралей із відповідною інфраструктурою на визначеному напрямку, включаючи допоміжні споруди, під'їзні шляхи, прикордонні переходи, сервісні пункти, вантажні та пасажирські термінали, устаткування для управління рухом, організаційно-технічні заходи, законодавчі та нормативні акти, які забезпечують перевезення вантажів та пасажирів на рівні, що відповідає вимогам Європейського співтовариства.

Отже, транспорт – найважливіша ланка у сфері економічних стосунків. Він бере участь у створенні продукції та доставці її споживачам, здійснює зв'язок між виробництвом та споживанням, між різними галузями господарства, між країнами та регіонами. Він впливає на розвиток господарства і як споживач металу, енергії, деревини, гуми, інших продуктів. Проаналізовані складові транспортної системи України дають

уявлення про потенційні можливості країни щодо організації руху транзитних потоків. Однак наявність переліку певних ресурсів транспорту ще не є гарантією успішної реалізації країною її транзитного потенціалу. Зокрема, наприклад, в середині 1990-х років через не виважену транзитну політику Україна втратила частину транзитних потоків, які були переорієнтовані з України на Білорусь та країни Балтії. За останні роки ситуація не покращилась.

Проаналізувавши сучасний стан ресурсної складової транзитного потенціалу України, можна зробити висновки щодо недостатнього рівня розвитку, значного ступеню зносу, зниження рівня використання за останні роки, а також суттєвого відставання від аналогічних показників розвинених європейських країн. Можна зробити висновки про певне значення для розвитку транзитного потенціалу країни лише морського транспорту, значення річкового є дуже незначним. Реалізація транзитного потенціалу всіх видів транспорту в більшому ступені залежатиме від динаміки комбінованих перевезень (перш за все змішаних перевезень із залізничним транспортом).

Отже, транзитний потенціал нашої держави повинен не тільки номінально визначати місце України в системі міжнародних зв'язків на євразійському континенті, але й ефективно реалізовуватися, нарощуватися і сприяти розвитку усіх пов'язаних з ним сфер економіки країни, зокрема промисловості, сфери послуг, транспортного комплексу, який відіграє у цьому процесі провідну роль.

Таким чином, стан транспортної інфраструктури та проблеми її розвитку на сучасному етапі перетворюються у серйозну перешкоду на шляху реалізації національних інтересів держави як у цілому, так і за окремими її елементами. Розвиток транспортної інфраструктури – важливий напрям соціально-економічного прогресу, підвищення ефективності виробництва. При цьому успішне вирішення багатьох проблем визначається ефективністю механізму управління транспортним комплексом.

Основна мета транспорту – сучасне, якісне та повне задоволення потреб народного господарства та населення у перевезеннях, підвищення ефективності його роботи. Проте з цими функціями транспортна інфраструктура не завжди є

адекватною нинішнім вимогам. Координувати необхідно не лише розвиток інфраструктурних галузей у цілому, а й побудову інфраструктури для різних видів транспорту, а також враховувати при розширенні міської транспортної інфраструктури у відповідності із раціональними принципами міського будівництва та планування землекористування.

Для України основними пріоритетами сьогодні є модернізація та комплексний розвиток транспортної мережі, у тому числі – у полосі основних транспортних коридорів, підвищення пропускної спроможності автодорожньої мережі, ліквідація «вузьких місць» на під'їздах до великих міст, а також формування безпечної та ефективної опорної транспортної мережі, місцевих шляхів сполучення, створення комунікацій, що забезпечують освоєння природних ресурсів. Реалізація стратегії розвитку та розміщення транспортної інфраструктури з метою вирішення проблеми повного, своєчасного, безперебійного та якісного задоволення швидкозростаючого попиту споживачів послуг з можливими мінімальними витратами потребує пріоритетного, випереджаючого і прискореного її формування. Транспортна інфраструктура в рамках будь-якого регіону повинна гарантувати необхідні умови для функціонування і розвитку основних галузей виробництва та забезпечувати максимально ефективне використання економічного та виробничого потенціалу. Кожна країна або регіон повинна мати таку транспортну інфраструктуру, яка повністю задовольняла б попит даної території в транспортних послугах. перед підприємствами автомобільного транспорту виникає безліч принципова нових завдань, виконання яких неможливо без істотної зміни всієї системи керування автомобільним транспортом регіону. У сформованих умовах автотранспортні підприємства мають потребу в нових сучасних моделях і методах керування, які забезпечили б їм ефективність, конкурентоздатність і стійке положення на ринку . Сучасна система регіонального керування автотранспортним комплексом покликана забезпечити:

- створення економічних умов, що стимулюють прискорене відновлення рухливого складу всіх видів транспорту;

- підвищення доступності і якості послуг транспортного комплексу;
- випереджальний розвиток транспортної галузі в порівнянні з іншими галузями економіки регіону;
- реалізацію програмно-цільового підходу при плануванні й виконанні регіонального бюджету, посилення цільового характеру фінансування транспортних проектів;
- баланс інтересів держави й регіону, бізнесу й громадських організацій у стійкому розвитку транспортного комплексу;
- поліпшення інвестиційного клімату й розвиток ринкових відносин на транспорті;
- успішний розвиток підприємств в умовах мінливих вимог клієнтури й розвитку конкуренції;
- скоординований розвиток інфраструктури всіх видів транспорту на основі інноваційних транспортнологістичних технологій;
- стабілізацію й розвиток внутрішнього середовища підприємств, заснованої на зсуві акцентів, раніше орієнтованих на твердий централізований контроль над бізнесами-процесами, до процесного керування, заснованого на залученні в досягнення стратегічних цілей всіх категорій працівників.

Висновки. В результаті дослідження виявлено ряд проблем розвитку автотранспортного комплексу регіону, які потребують негайного вирішення.

Існуюча нормативно-правова база не стимулює розвиток транспортно-логістичного комплексу на основі впровадження інноваційних технологій, спрямованих на забезпечення сучасних вимог екологічності, безпеки, якості транспортних послуг.

Невідповідність режимів оподаткування специфіці функціонування господарюючих суб'єктів вантажного автотранспорту (прикладом є: транспортний податок, нарахування якого ставить у нерівне положення автотранспортні підприємства з підприємствами інших сфер діяльності; єдиний податок на поставлений дохід дає спрощення й пільги по оподаткуванню суб'єктам малого бізнесу, але одночасно вводить значні диспропорції між

останніми й великими підприємствами); непрозорість фінансових потоків і низький рівень податкової дисципліни.

Проведена політика лібералізації автотранспортних послуг з боку держави виражена в зниженні значимості такого механізму законодавчого регулювання, як система ліцензування по більшості видів автотранспортних послуг. Державне регулювання на основі ліцензування повинне визначати правила й порядок допуску на ринок автотранспортних послуг, тим самим створювати механізм контролю за виконанням законодавства в області автомобільного транспорту, забезпечувати виконання автотранспортниками встановлених стандартів при здійсненні технічної експлуатації транспортних засобів і перевізного процесу. Досвід розвинених країн підтверджує той факт, що більшість із них повернулося до твердої регламентації транспортних послуг.

Застарілі технології комерційної діяльності. Підвищення ефективності керування регіоном неможливо без впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій. Тому пріоритетним завданням розвитку економіки й забезпечення національної безпеки сьогодні стає формування єдиного інформаційного середовища

Сучасний етап економічного й соціального росту української ринкової економіки характеризується реорганізацією всієї структури керування, глобалізацією й інтеграцією господарських зв'язків економічних суб'єктів і вимагає переосмислення підходів до організаційно-економічних методів керування регіоном, у тому числі його інфраструктурної складової – регіональним транспортним комплексом. Удосконалення механізму керування розвитком транспортної інфраструктури є умовою підвищення ефективності реалізації стратегії стійкого соціально- економічного розвитку регіону.

Література

1. Арбузов А. Україна стала “камнем на дорозі” європейського транзиту [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ru/2/110/all/2009/10/24/175461>.

2. Концепція розвитку транспортно- дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020

року [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://www.niss.gov.ua/Monitor/januar2009/22.htm>

3. Стратегічний план розвитку міста Одеса до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://odesa.gov.ua/images/stories/1.pdf>

4. Ткаченко А. М. Логістика і територіальний розвиток // Управління сучасним містом. – 2012. – № 1.3 (9). – С. 9-17.

5. Юхновський І. Р. Транспортний комплекс України. Залізничний транспорт: Проблеми та перспективи / за ред. І.Р.Юхновського. – К.: ФАДА, ЛТД, 2010. – 288 с.

1. Arбузов А. Ukray`na stala “kamnem na doroge” evropejskogo tranzy`ta [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://news.finance.ua/ru/ /2/110/all/2009/10/24/ 175461>.

2. Konczepciya rozvy`tku transportno- dorozhn`ogo kompleksu Ukrayiny` na seredn`ostrokovy`j period ta do 2020 roku [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/januar2009/22.htm>

3. Strategichny`j plan rozvy`tky micta Odeca do 2020 roky [Elektronny`j recyrc]. – Rezhy`m doctyпу: <http://odesa.gov.ua/images/stories/1.pdf>

4. Tkachenko A. M. Logicty`ka i tery`torial`ny`j rozvy`tok // Upravlinnya cychasny`m mictom. – 2012. – # 1.3 (9). – С. 9-17.

5. Yuxnovs`ky`j I. R. Transportny`j kompleks Ukrayiny`. Zalizny`chny`j transport: Problemy` ta perspekty`vy` / za red. I.R.Yuxnovs`kogo. – К.: FADA, LTD, 2010. – 288 с.

28.08.2018

УДК 334.716:005.57

JEL Classification: D410

Варданян Аїда, Маркітан Олександр

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-СЕКТОРУ

В сучасному світі конкуренція на всіх рівнях є основною умовою, за якою працює ринковий механізм. Вона забезпечує

розмаїтість асортименту, високу якість товарів та послуг, стабільне зростання економіки, а також сприяє розвитку інноваційних галузей, в тому числі сфери інформаційних технологій.

Саме орієнтація на ІТ – сектор забезпечує економічне зростання майже всіх розвинених країн і деяких країн, що розвиваються. Враховуючи глобальний характер продукції ІТ – сектору, при наявності стійких конкурентних переваг він може також стати однією із провідних галузей економіки України. Незважаючи на швидкі темпи зростання, український ІТ-ринку у світовому масштабі залишається невеликим і складає близько 1% від загальносвітового показника. При цьому його зростання відбувається в першу чергу не за рахунок збільшення частки України, а за рахунок зростання загального обсягу світового ринку.

В Україні в ІТ – секторі намагаються функціонувати безліч розробників та посередників. Це можна пояснити дуже високим рівнем прибутковості в галузі, а також постійною наявністю «блакитних океанів». Велика динамічність ринкових процесів в ІТ – секторі змушує операторів ринку постійно інвестувати кошти в нові наукові дослідження і розробки, систематично здійснювати аналіз ринку та приділяти підвищену увагу діяльності конкурентів.

Проте є низка чинників, що негативно впливають на конкурентний стан вітчизняного ІТ- сектору. Зокрема, тільки за останні 5 років з України виїхали працювати за кордон більш ніж 10 тис. фахівців в сфері ІТ, деякі з них й перевезли власний бізнес. Основною причиною цього правова незахищеність ІТ - бізнесу від тиску з боку органів державної влади. Означена ситуація відлякує також іноземних інвесторів, які все частіше вкладають гроші у вітчизняні розробки лише за умови переїзду закордон проектної команди. Ще одна проблема – відсутність стратегії розвитку галузі та програми освіти, яка б відповідала сучасним запитам ринку.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, інформаційні технології, попит та пропозиція, інновації.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF IT SECTOR ENTERPRISES

In the modern world, competition at all levels is a prerequisite for the market mechanism to operate. It provides variety of assortment, high quality of goods and services, stable economic growth, as well as promotes the development of innovative industries, including the field of information technology.

It is the orientation of the IT sector that provides economic growth for almost all developed countries and some developing countries. Taking into account the global nature of the products of the IT sector, in the presence of stable competitive advantages, it can also become one of the leading sectors of the Ukrainian economy. Despite the rapid growth, the Ukrainian IT market remains globally small and stands at around 1% of the global rate. At the same time, its growth is not primarily due to an increase in the share of Ukraine, but due to the growth of the total volume of the world market.

In Ukraine, the IT sector attempt to involve many developers and inter mediators. This can be explained by the very high level of profitability in the industry, as well as the constant presence of “blue oceans”. The great dynamism of market processes in the IT sector forces market operators to constantly invest in new research and development, systematically carry out market analysis and focus on competitors.

However, there are a number of factors that negatively affect the competitive position of the domestic IT sector. In particular, only over the past 5 years, more than 10,000 IT specialists left to work abroad, some of them moved their own businesses. The main reason for this legal insecurity of IT business is the pressure from the state authorities. This situation also frustrates foreign investors, who are increasingly investing in domestic development only if the project team moves abroad. Another problem is the lack of a strategy for the development of the industry and an education program that would meet current market demands.

Key words: competition, competitiveness, competitor and advantages, information technologies, IT, supply and demand, innovations.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ИТ – СЕКТОРА

В современном мире конкуренция на всех уровнях является основным условием функционирования рыночных механизмов. Она обеспечивает разнообразие ассортимента, высокое качество товаров и услуг, стабильность национальной экономики, а так же способствует развитию инновационных отраслей, в том числе сферы информационных технологий.

Именно ориентация на ИТ – сектор обеспечивает экономическое процветание почти всех развитых стран и некоторых развивающихся. Учитывая глобальный характер продукции ИТ – сектора, при наличии устойчивых конкурентных преимуществ он может стать одной из ведущих отраслей экономики Украины. Несмотря на быстрые темпы роста, украинский ИТ – рынок в мировом масштабе остаётся небольшим и занимает не более 1% общемирового. При этом его возрастание происходит в первую очередь не за счёт увеличения доли Украины, а за счёт увеличения общего объёма мирового рынка.

В Украине в ИТ – секторе пытаются функционировать множество разработчиков и посредников. Это можно объяснить очень высоким уровнем прибыльности отрасли, а так же постоянным наличием «голубых океанов». Большая динамичность рыночных процессов в ИТ – секторе вынуждает операторов рынка постоянно инвестировать деньги в научные исследования и разработки, систематически осуществлять анализ рынка и уделять внимание деятельности конкурентов.

Однако есть ряд факторов негативно влияющих на конкурентное состояние отечественного ИТ- сектора. В частности, только за последние 5 лет из Украины выехали за рубеж более 10 тыс. специалистов в сфере ИТ, некоторые из них перевезли и собственный бизнес. Основной причиной этого является слабая правовая защищенность ИТ – бизнеса от давления со стороны органов государственной власти. Данная ситуация отпугивает иностранных инвесторов, которые все чаще вкладывают деньги в отечественные разработки только

при умови переїзду всієї проектної команди. Ще одна проблема – відсутність стратегії розвитку галузі та програми освіти в ІТ – сфері, яка б відповідала сучасним вимогам ринку.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспособність, конкурентні переваги, інформаційні технології, запит та пропозиція, інновації.

Постановка проблеми. Одним з характерних рис постіндустріальної економіки є безпрецедентний за своїми темпами розвиток інформаційних технологій, а також знаходження ними якісно нового місця у суспільстві. ІТ – сектор вже не розглядається як певна структура, що обслуговує інші галузі національної економіки. В якості основного ресурсу інформаційні технології виглядають навіть важливішими ніж праця чи капітал. Крім того, продукція ІТ – сектору займає все більшу частку вітчизняного експорту, внаслідок власної високої конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням теорії та методології конкурентоспроможності підприємства та управління конкурентними перевагами присвячено роботи таких дослідників як М. Портер, Р.А. Фатхутдінов, О.Г. Янковий, В.А. Карпов, А.І. Ковальов. В той самий час дослідження щодо сфери інформаційних технологій знайшли своє відображення у роботах О.А. Більовській, С. А. Горбаченко, Б.О. Ходакевича та інших.

Завданням дослідження є оцінка поточного стану та кон'юнктурних тенденцій вітчизняного ІТ – ринку, діагностика механізмів конкурентної боротьби, ідентифікація конкурентних переваг українських розробників, визначення їхніх можливостей та перспектив на зовнішніх ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції, яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг),

що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність [1, с. 14].

На макrorівні конкуренція є одночасно важелем для розвитку всіх сфер економіки і навіть суспільства в цілому, а також певним захисним механізмом для споживачів, яким забезпечує асортимент товарів та послуг за доступними цінами.

На рівні окремих підприємств та галузей, ще М. Портер визначав конкуренцію як безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [2, с. 35].

Останнє є особливо важливо для інноваційних сегментів національної економіки, таких як ІТ – сектор. Обсяг світового ринку ІТ- послуг у 2017 році перевищив 3,5 трлн дол., з яких більш ніж 40% припадають на США.

Конкурентна боротьба на цьому ринку є напруженою, динамічною та непередбачуваною. Постійно існує ймовірність того, що один з операторів ринку запропонує технологічну інновацію, і внаслідок цього всі попередні розробки стануть абсолютно нецікаві споживачам. Однак через деякий проміжок часу інші розробники запропонують власні варіанти нового продукту з використанням цінових та нецінових методів конкурентної боротьби. Відтак будь-яке підприємство ІТ – сектору має постійно слідкувати за ситуацією на ринку та гнучко реагувати на зміни.

Серед функцій конкуренції у ІТ- секторі можна виокремити наступні.

1. Вартісна – виявлення або встановлення ринкової вартості кінцевого продукту.

2. Розподільна – розподіл прибутку в залежності від різних витрат інтелектуальної праці.

3. Регулююча – регулювання переливу коштів між окремими сегментами та розробниками.

4. Сануюча – очищення ринок від неконкурентоспроможних бізнес-одиниць.

5. Контрольна – стимулювання розробників знижувати витрати і ціни, збільшувати обсяги збуту, підвищувати якість продукту та сервісного обслуговування.

На рівні окремих підприємств, їхня конкурентоспроможність визначається як здатність випускати

конкурентоспроможну продукцію, яка має певні переваги стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами [3, с. 37].

В свою чергу конкурентоспроможність підприємств ІТ – сектору можна визначити, як реальну та потенційну спроможність, а також наявні для цього можливості підприємства вивчати та створювати попит і нові ринки, проектувати, виготовляти та реалізувати інноваційні продукти, які за своїми параметрами більш прийнятні для користувачів, ніж продукти конкурентів.

Означені тренди реалізуються на тлі слабкої ринкової позиції покупців. Адже, на відміну від товарів та послуг масового споживання, кожний продукт ІТ – сектору є в чомусь унікальним. Якщо рішення, що пропонувалися користувачам раніше, не змогли повністю задовольнити їхні потреби, вони стають ще більш актуальними в умовах відсутності продуктів – замінників. Відтак розробник, який першим запропонує необхідне рішення, отримає тверді конкурентні переваги і може диктувати ціни.

Український ІТ – сегмент сьогодні виступає чи не єдиним конкурентоспроможним сектором на високотехнологічних світових ринках. Це можна підтвердити за допомогою СВОТ – аналізу (табл. 1).

Масштаб інтенсивності конкуренції в ІТ – сфері визначається тим, наскільки швидко переваги в технологічних, маркетингових та фінансових аспектах втрачаються в результаті успішного відтворення інноваційних рішень конкурентами. В першу чергу це залежить від того, наскільки швидко конкуренти реагують на інновації розробника-піонера і наскільки динамічним та еластичним є попит. Проте існує небезпека того, що в деяких сегментах (наприклад, розробка CRM систем) учасники конкурентної боротьби спробують ухилитися від ризику, пов'язаного з вільною конкуренцією, вдаючись, до змови щодо цін.

Структура ІТ компаній України представлена різними групами підприємств, які відповідно до національної класифікації видів господарської діяльності поділяються на 6 основних груп.

СВОТ- аналіз ІТ – галузі України [4]

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Наявність людського капіталу високого рівня освіти за інформаційно-технологічним спрямуванням.</p> <p>2. Значний внутрішній ринок.</p> <p>3. Наявність декількох ІТ – кластерів, найпотужнішим з яких є Львівський.</p> <p>4. Низька вартість сторонніх послуг.</p> <p>5. Менші зарплати фахівців.</p> <p>6. Менші операційні витрати.</p>	<p>1. Низький рівень проникнення Інтернету.</p> <p>2. Слабкий рівень розвитку інфраструктури.</p> <p>3. Низька сукупна частка програмного забезпечення та послуг на ринку ІТ</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Ринок хмарних технологій який наразі знаходиться у фазі формування попиту, але вже демонструє експоненціальне зростання.</p> <p>2. Наявність напрацьованих зв'язків з зарубіжними партнерами та високий авторитет українських компаній</p> <p>3. Електронна комерція.</p> <p>4. Впровадження практики безлімітних ресурсів хмарних сервісів для бізнесу для скорочення капітальних інвестицій у власну інфраструктуру.</p> <p>5. Поширення та забезпечення віддаленої роботи (поза межами офісу) завдяки поширенню мобільних пристроїв і додатків.</p>	<p>1. Скорочення внутрішнього попиту на ІТ – товари і послуги внаслідок економічної кризи</p> <p>2. Скорочення ІТ- бюджетів українських підприємств, операторів зв'язку та крупних банків.</p> <p>3. Відплив людського капіталу («відплив мізків») з ІТ- сектору України в США та Європу.</p>

Найбільша кількість підприємств працює у сегменті консультацій та поставки програмного забезпечення, тобто в сфері розробки та супроводження програмних засобів. Іншими двома найбільшими групами також виступають компанії технічного обслуговування та забезпечення. Фактично вказані три групи об'єднують близько 81% всіх компаній, що дозволяє говорити про певну спеціалізацію України на міжнародному рівні, а отже й про наявність конкурентних переваг.

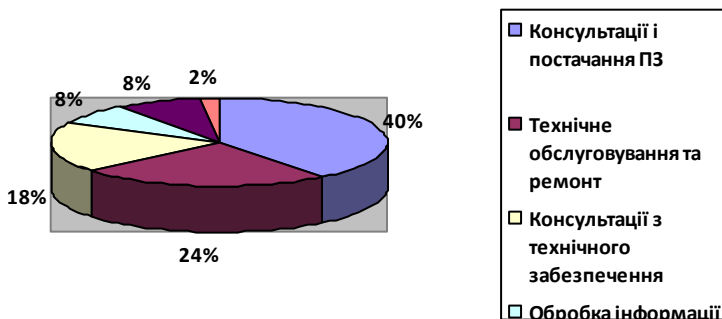


Рис. 1 Структура підприємств ІТ – сектору [5]

Пропозицію в ІТ – секторі забезпечують підприємства-виробники, ІТ підрозділи великих компаній, дрібні незалежні розробники, офшорні програмісти, підприємства, що розробляють ІТ – продукти для продажу або як напівфабрикати, посередники, постачальники систем «під ключ». Основним споживачем ПЗ є виробничий сектор, на частку якого доводиться більше 30% продажів та сфера послуг – 20%.

Найкращі конкурентні перспективи у вітчизняних підприємств спостерігаються у сегменті спеціалізованих ІТ – продуктів. По-перше, він є найменш монополізованим отже на ньому є більше можливостей для дрібних розробників. По-друге, основними споживачами спеціалізованих продуктів є бізнес – структури, які чітко відстежують залежність між коштами вкладеними у придбання ІТ-продуктів та збільшенням ефективності власної комерційної діяльності.

В ІТ-секторі конкурентні переваги складаються з наступних блоків:

1. Якісні характеристики: здатність кінцевого продукту правильно виконати набір передбачених функцій, необхідних

для задоволення вимог користувачів, надійність, простота використання, економія ресурсів і часу, супровід тощо.

2. Зручність інтерфейсу, тобто прийнятність продукту для користувачів.

3. Вимоги по обслуговуванню та навчанню користувачів: навчання (зокрема, із виїздом на підприємство), підтримка продукту, своєчасна реакція на скарги користувачів, систематичне оновлення.

4. Вимоги до ціни: ціна на ІТ – продукцію формується на підставі її реальної вартості для кожного конкретного споживача

5. Маркетингові заходи: тестування, забезпечення товарного виду, підготовку та випуск навчальних та інших інформаційних матеріалів, презентації та демонстрації, реклама, створення каналів збуту, розробка комерційних принципів роботи з дистриб'юторами.

Означені переваги наразі дозволяють вітчизняним підприємствам ІТ – сектору займати стійке конкурентне положення на міжнародних ринках. Однак подальшому розвитку заважає насамперед брак інвестиційних ресурсів. Зрозумілим є факт існування в Україні об'єктивних перешкод для залучення капіталу в будь-які сфери, але разом з цим слід звернути увагу на незворотність окремих економічних тенденцій. Фактично держава може опинитися у ситуації неможливості відновлення галузі внаслідок інтенсивної «бізнес міграції» підприємств ІТ – сфери.

Серед механізмів залучення інвестиційних ресурсів найбільш перспективними виглядають реалізація спільних інвестиційних проєктів та використання аутсорсингу.

З погляду ІТ, проєкт – це комплекс взаємопов'язаних заходів для створення інформаційного продукту протягом заданого часу при встановлених ресурсних обмеженнях. Проєктний підхід є доцільним для будь-яких розробок у ІТ – секторі та їхньої комерціалізації. З іншого боку не існує єдиних правил, які були б універсальними для управління будь-якими проєктами, це залежить від типу проєкту, особливостей країни або регіону, ступеню інновації та інших факторів. Тому менеджери повинні дуже чутливо реагувати на обставини в яких

проект здійснюється і в якому він буде функціонувати після реалізації [6, с. 85].

Що стосується аутсорсингу, на нього наразі орієнтовано близько 90% розробників на вітчизняному ринку. В даний час на ринку переважає придбання послуг ESP у вигляді разових замовлень і термінових проектів по впровадженню ІТ. У моделі класичного аутсорсингу (довгостроковий контракт з передачі частини бізнес-процесів) затребувані в основному послуги початкового рівня, такі як підтримка обладнання та ПЗ, управління корпоративними мережами тощо. З іншого боку, все більшим попитом починають користуватися послуги центрів обробки даних (Data Center) і забезпечення відновлення та безперервності бізнесу (disaster business recovery, business continuity), особливо з боку підприємств, що мають критичні для бізнесу додатки (mission critical), включаючи фінансовий сектор, небезпечні і безперервні виробництва [7]

Подальше покращення конкурентного стану вітчизняних підприємств ІТ – сектору залежить від наступних умов:

- налагоджених зв'язків із постачальниками необхідних компонентів інформаційних систем;
- професійна технічна та маркетингова підтримка;
- можливість навчання (онлайн та на місці) фахівців замовника;
- особистих контактів з керівництвом міністерств і відомств, обласних адміністрацій, керівниками підприємств і фінансових установ тощо.

Висновки. Вплив ІТ-сектору на економіку України постійно збільшується. Від нього зокрема залежить обсяг валютних надходжень в країну, створення нових робочих місць, формування середнього класу. Для зміцнення конкурентних позицій нашої країни на світовому ринку щорічні темпи зростання ІТ-послуг повинні перевищувати середньосвітовий рівень, забезпечуючи приріст не менше ніж 30-40% на рік.

В цьому контексті реалізація конкурентних переваг вітчизняних підприємств можлива за наступними напрямками: розробка індивідуальних продуктів, створення пакетів «масового користування», офшорне програмування та аутсорсінг.

Література

1. Конкуренентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. Ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ М. Портер. – Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. — 454 с.
3. Фатхутдінов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации М: Изд-во Эксмо, 2015, 544 с.
4. Феліксова Л.Ю. Формування міжнародної конкурентоспроможності ІТ – сектору України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4997>
5. Ходакевич Б.О. Перспективи розвитку національного ІТ – сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2015/29.pdf
6. Карпов В.А. Аналіз підприємницьких проєктів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А. – О: ОНЕУ ротапринт, 2013. – 241 с.
7. Більовська О.А. Конкуренентоздатність ІТ-галузі та ІТ-аутсорсингу в Україні: шляхи оптимізованого управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4161>

1. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva : ocinka rivnyta ta napryamy` pidvy`shhennya : [monografiya / za zag. Red. O. G. Yankovogo]. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
2. Porter M. Konkurentnaya strategy`ya: Metody`ka analy`za otraslej y` konkurentov/ M. Porter. – Per. S angl. – M.: Al`py`na By`znes Buks, 2015. — 454 s.
3. Fatxutdinov R.A. Upravleny`e konkurentosposobnost`yu organy`zacy`y` M: Y`zd-vo Эksmo, 2015, 544 s.
4. Feliksova L.Yu. Formuvannya mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti IT – sektoru Ukrayiny` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4997>

5. Kodakevy`ch B.O. Perspekty`vy` rozvy`tku nacional`nogo IT – sektoru [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2015/29.pdf

6. Karpov V.A. Analiz pidpry`yemny`cz`ky`x proektiv: navchal`ny`j posibny`k / Gorbachenko S.A., Karpov V.A. – O: ONEU rotapry`nt, 2013. – 241 s.

7. Bil`ovs`ka O.A. Konkurentozdatnist` IT-galuzi ta IT- outsorsy`ngu v Ukrayini: shlyaxy` opty`mizovanogo upravlinnya [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4161>

27.08.2018

УДК 338.45:330.15

JEL Classification: P420

Гейко Людмила, Мартинюк Альона

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ПЕРЕРОБКИ ДИКОРΟΣЛИХ НЕДЕРЕВНИХ РОСЛИН

Розглянуто діяльність лісового господарства. Досліджено економічне значення лісового господарства, а також напрямок вирощування дикорослих недревних рослин (продуктів). Розглянуто динаміку розвитку збирання дикорослих недревних продуктів України на основі аналізу статистичної інформації в Одеській області.

Досліджено значення очерету в промисловості, а також перспективи розвитку підприємств з використанням очерету в різних галузях. Розглянуто можливості використання та минулий досвід обробки очерету. Досліджено фактори розвитку підприємств з переробки дикорослих недревних рослин на прикладі ТОВ «УКРРІД», а також техніку та специфіку обробки дикорослих недревних продуктів, потребу в обладнанні та її якість, а також, необхідність в інших матеріальних ресурсах.

Проведено аналіз динаміки показників очерету звичайного, що видобувається у м. Вилкове. Досліджено

економічне значення впровадження матеріалу на прикладі зарубіжних країн, перспективи співпраці з країнами-сусідами та європейськими країнами. Розглянуто переваги українського очерета над очеретом інших зарубіжних країн. Проведено SWOT-аналіз ТОВ «УКРРІД» і виявлені його переваги, слабкі місця, можливості та загрози. Обґрунтована необхідність активно займатися просуванням продукту на європейський ринок, вести широку рекламну кампанію в Україні з розповсюдження екологічно чистих ресурсів у побуді населення і розробки відповідної стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: переробка очерету, стратегія підприємства, галузь дикорослих недревесних рослин, господарська діяльність, експорт, ефективна діяльність.

Гейко Людмила, Мартынюк Алёна

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ДИКОРАСТУЩИХ НЕДРЕВЕСНЫХ РАСТЕНИЙ

Рассмотрена деятельность лесного хозяйства. Исследовано экономическое значение лесного хозяйства, а также направление выращивания дикорастущих недревесных растений (продуктов). Рассмотрена динамика развития сбора дикорастущих недревесных продуктов Украины на основе анализа статистической информации в Одесской области.

Исследовано значение тростника в промышленности, а также перспективы развития предприятий с использованием тростника в различных отраслях. Рассмотрены возможности использования и прошлый опыт обработки камыша. Исследованы факторы развития предприятий по переработке дикорастущих недревесных растений на примере ООО «УКРРІД», а также технология и специфика обработки дикорастущих недревесных продуктов, потребность в оборудовании и ее качество, а также необходимость в других материальных ресурсах.

Проведен анализ динамики показателей камыша обычного, добываемого в г. Вилково. Исследовано

экономическое значение применения материала на примере зарубежных стран, перспективы сотрудничества со странами-соседями и европейскими странами. Рассмотрены преимущества украинского камыша над камышом других зарубежных стран. Проведен SWOT-анализ ООО «УКРРИД» и выявлены его преимущества, слабые места, возможности и угрозы. Оуюснована необходимость активно заниматься продвижением продукта на европейский рынок, вести широкую рекламную кампанию в Украине по распространению экологически чистых ресурсов и необходимость разработки соответствующей стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: переработка камыша, стратегия предприятия, отрасль дикорастущих недревесных продуктов, хозяйственная деятельность, экспорт, эффективная деятельность.

Geiko Liudmyla, Martyniuk Alona

PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN PROCESSING OF DIGESTALLY WILD NON-TIMBER PLANTS

The activity of forestry is considered. The economic value of forestry, as well as the direction of growing wild non-timber plants (products) has been investigated. The dynamics of the development of collection of wild non-timber products of Ukraine on the basis of analysis of statistical information in the Odessa region is considered. The importance of reeds in the industry, as well as prospects for the development of enterprises using reeds in various fields were explored. The possibilities of using and the past experience of cane processing are considered. The system of development on the example of company «UKRRID» was explored, as well as the technique and specifics of the processing of wild non-timber products, the need for equipment and its quality, as well as the need for other material resources.

The analysis of the dynamics of indicators of common reeds, produced in Vilkovo. The economic significance of the use of the material was studied on the example of foreign countries, the

prospects for cooperation with neighboring countries and European countries. The advantages of Ukrainian reeds over the reeds of other foreign countries are considered. A SWOT – analysis of UKRRID LLC was conducted and its advantages, weaknesses, opportunities and threats were identified. It justifies the need to actively engage in the promotion of the product on the European market, to conduct a wide advertising campaign in Ukraine for the dissemination of environmentally friendly resources and the need to develop an appropriate strategy for the development of the enterprise.

Key words: reed processing, enterprise strategy, branch of wild non-timber products, enterprise, economic activity, export, effective activity

Постановка проблеми. Прибирання очерету у водоймі (ставку, озері, річці) стає все більш актуальним завданням. Це пов'язано з тим, що розорювання водоохоронних зон річок призводить до збільшення замулювання водойм за рахунок пилового віднесення. В результаті цього водойми міліють і на мілинах починає активно виростати очерет, осока, сильно розмножуються водорості. Все це призводить до лавиноподібного процесу – чим більше очерету нарастає, тим більше біоматеріалу виявляється у воді, а навпаки, більше біоматеріалу – швидше замулюється і заболочується водойму [1].

Мета статті полягає в обґрунтуванні перспектив розвитку українських підприємств з переробки дикорослих недеревних рослин, що відкриваються перед ними у зв'язку із переорієнтацію потреб населення на натуральні продукти та ресурси, а також у дослідженні досвіду закордонної практики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом усього свого розвитку люди використовували дикорослі рослини для харчування, виготовлення одягу та побутових потреб. У сучасних умовах використання недеревних ресурсів також має велике значення і достатньо активно поширюється. При інтенсивному веденні лісового господарства на основі комплексного підходу фахівці лісового господарства повинні вміти раціонально використовувати існуючі ресурси. У зв'язку з цим особливо важливе значення набувають знання технологій побічних користувань, що можуть забезпечити комплексне і

невиснажливе використання лісових ресурсів та їх раціональну переробку.

Лісовими ресурсами є деревина технічна та лікарська сировина, кормові, харчові й інші продукти лісу, які використовують для задоволення потреб населення та виробництва. Крім деревини існують інші види ресурсів, які називають недеревною продукцією. Згідно другорядних лісових матеріалів і здійснення побічних лісових користувань в лісах України, до другорядних лісових матеріалів належать: пні, луб, кора, деревна зелень тощо. Побічні користування лісом включають випасання худоби, заготівлю сіна; розміщення пасік; добування деревних соків; збирання та заготівлю дикорослих плодів, горіхів, ягід, грибів, лікарських рослин і технічної сировини, лісової підстилки, очерету та ін. [2 с.10].

Протягом останніх років в лісах України спостерігається зростання обсягів спеціального використання недеревних ресурсів, зокрема заготівлі другорядних лісових матеріалів. Серед них не останнє місце займає очерет.

Очерет – це трав'яниста рослина (0,8-5 метрів заввишки), яка росте на лісових та низинних болотах, у плавнях. Часто утворює густі зарості. Тіньовитривала рослина. Цвіте в липні — вересні. Поширений по усій Україні. Заготівля провадиться у районах поширення. Промислова заготівля можлива у дельтах рік Дніпра та Дунаю. Запаси сировини великі.

Це цінна рослина застосовується в основному в будівельній індустрії, як матеріал з високими теплоізоляційними властивостями.

На даний час відомо, що очерет містить 10,8% мінеральних речовин, в основному з діоксиду кремнію. Оптимальна довжина снопа 1,5 - 2.2 м [3].

Ще кілька сот років тому нашими пращурами очерет використовувався для облаштування покрівлі. Але поступово з розвитком виробництва стали розроблятися нові матеріали для пристрою покрівлі і про очерет поступово забули. Спочатку його замінила черепиця, потім шифер і сталевий оцинкований лист. Але очерет є найбільш екологічно чистим матеріалом.

Очерет звичайний знаходить широке використання у господарстві [4]. Раніше його широко використовували у

целюлозно-паперовій промисловості для виробництва картону, целюлози.

Очерет використовувався і використовується у виробництві будівельних матеріалів. Доцільність цього підтверджується віковою практикою населення безлісних районів, де очерет був основним матеріалом не лише на селі, але й у міському будівництві. У промисловості він використовувався для виробництва очеретяних та гіпсоочеретяних плит, стіни з яких в 3-4 рази дешевші, ніж цегляні. Очерет знаходив застосування в хімічній та хіміко-фармацевтичній промисловості. З нього одержували фурфурол, кормові білкові дріжджі та інші продукти [5].

Для деяких населених пунктів і ряду адміністративних районів очерет залишається єдиним видом побутового палива.

Практичне значення для промисловості очерет звичайний має завдяки тому, що його зарості займають величезні площі, які вимірюються сотнями тисяч гектарів, на цих площах забезпечується щорічна висока врожайність рослин.

Збирають очерет у повній біологічній стиглості пізно восени і взимку за допомогою спеціальних машин (комбайнами). Щоб не завдавати травм кореневищам і молодим пагонам, під час ручної і особливо механізованої заготівлі сировини з обвалованих територій спускають воду у річки і в такий спосіб просушують ґрунт перед збиранням урожаю.

На ділянках, де очерет щороку не викошують, з часом нагромаджується багато відмерлих однорічних пагонів, так звані старники, що заважають розвитку молодих поколінь. Внаслідок цього різко знижується продуктивність очеретяних заростей. Щорічне скошування очерету сприяє підвищенню його врожайності на 10-15%, а випалювання — на 20-60%.

Щоб чітко окреслити перспективи збирання та обробки очерету для подальшого використання в межах країни, розглянемо кількісні та якісні параметри очерету звичайного, які представлені в таблиці 1.

Проаналізувавши висоту, діаметр та кількість рослин на 1 м² можна сказати про потенціал щодо підвищення щільності вирощування рослин. Динаміка параметрів очерету за період 2013-2017 рр. в Одеській області показана на рисунку 1.

Таблиця 1

Параметри очерету звичайного Одеської області
за 2017 р. [6]

Місцевість	Фітомаса, кг/м ²	Кількість рослин на 1 м ² , шт./м ²	Висота очерету, см	Діаметр стебла, мм
Жебріяньське	1,5	165	147	4,15
Північний	2,15	158	146,5	4,52
Шабаш	0,74	116	1,53	3,86
Прорвін	1,580	106	210	4,85
Приморське	2,13	207	173,5	4,01

Дані рис.1 свідчать, що показники очерета звичайного та його фітомасу на ділянках в м. Вілкове мають тенденцію до збільшення кількості щільності та фітомаси на м².

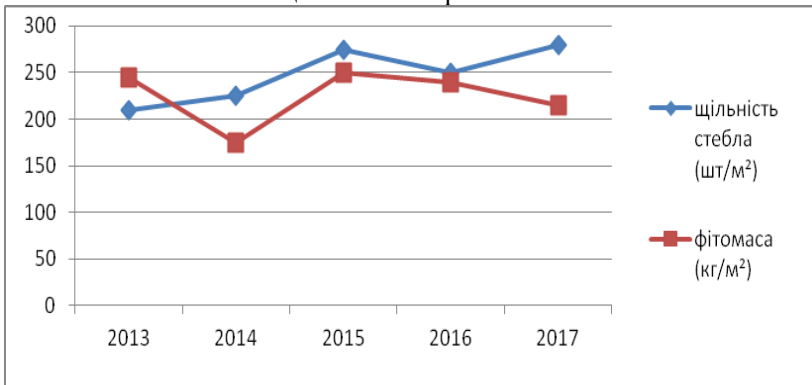


Рис.1. Динаміка показників очерету звичайного в м. Вілкове [7]

Це може бути пов'язано із освітленням у весняний період території, що призводить до збільшення рослин на 20-25 % і вище [7].

В останні роки виріс інтерес до очерету як до природного покрівельного матеріалу. Спочатку цей природний покрівельний матеріал став використовуватися будівельниками європейських країн. Але поступово він дійшов і до нас. Така

популярність зумовлена невисокою ціною матеріалу і його винятковими технічними характеристиками.

За кордоном, а саме, у Нідерландах дах покривають очеретом товщиною 35 см, який є природним теплоізолятором і краще ніж будь-який інший матеріал виконує своє призначення, так як дах з тростини не вимагає додаткової ізоляції. Це свого роду термос, який зберігає тепло взимку і прохолоду влітку. Для порівняння дах з очерету товщиною 30 см відповідає 10 см мінеральної вати закладені під дахом з черепицею.

Одним з підприємств, що займається видобуванням очерету в Одеській області, є ТОВ «УКРПІД». Це очеретна компанія, яка почала експортний очеретяний бізнес в Україні, поставивши перший український очерет з Вилкове в Голландію в 1999 році.

Очерет видобувається компанією в Біляївському, Овідіопольському та особливо в Кілійському районах Одеської області. Потім він, прямує для переробки та використання за кордон. Основним імпортером Одеського очерету є Голландія, з якої сировина потрапляє також до Бельгії, Франції, Італії, Люксембургу [8].

У Голландії сніп одеського очерету вагою більше 10 кг коштує \$ 25. Очерет активно використовується в Голландії і інших країнах при облаштуванні дахів. Очерет - відмінний терморегулятор, він добре зберігає тепло і не пропускає холод. Взимку в «очеретяних» будинках тепло, а влітку – прохолодно. Цю рослину з Одеського регіону європейці цінують за екологічну чистоту.

Очерет не є ліцензованим товаром, на нього немає мита. Тож бюджет районів і області не отримує митного податку від видобутку цієї рослини.

Почавши роботу в бізнесі з заготовки очерету, дуже швидко товариством було усвідомлено, що без хорошої, надійної техніки для косіння очерету розвиватися в цьому бізнесі практично неможливо.

Перші дві машини марки SEIGA були закуплені в Угорщині. Ці машини були занадто слабкими і не здатними вести роботу в важких умовах українських плавнів. Тому велику увагу підприємцями було приділено розвитку та вдосконаленню машин для прибирання очерету. З часом підприємство

розпочало займатися збіркою машин для косіння очерету. Постійно вдосконалюючи й поліпшуючи свої машини, підприємство в даний час може запропонувати кращі, ніж SEIGA, машини.

Займаючись очеретяним бізнесом, підприємці освоїли не тільки виробництво машин-комбайнів для викосу очерету, а й важливого елемента кожного очеретяного комбайна - шин для SEIGA машин. Таким чином, окрім основної діяльності з викосу та експорту очерету, ТОВ «УКРРІД» виготовляє та продає комбайни для прибирання очерету і шини для таких комбайнів. Сьогодні їхні шини досить надійні, доступні в Україні і не поступаються датським Soft truck systems 1200.

Їхні машини успішно працюють в важких умовах українських очеретяних територій. Вони високонадійні і майже повністю складаються з деталей, які легко доступні в Україні та країнах СНД. Це дозволяє проводити ремонт машин під час збирання очерету максимально швидко.

Якщо розглядати Одеський регіон та і всю країну взагалі, то високої конкуренції у сфері збирання дикорослих не деревинних ресурсів не існує. ТОВ «УКРРІД» – це єдине підприємство, яке займається збиранням дикорослиного очерету. На даний момент діючими конкурентами є зарубіжні, а саме європейські підприємства.

Це викликає необхідність провести SWOT–аналіз ТОВ «УКРРІД» і виявити його переваги, слабкі місця та можливості та загрози. Результати такого аналізу містяться у таблиці 2.

SWOT–аналіз показав, що підприємство має коло споживачів, які формують стабільний попит на продукцію, що означає наявність перспектив у майбутньому.

Діяльність підприємства є прибутковою. Головною перевагою ТОВ «УКРРІД» лишається природні умови вирощування очерету та його природна чистота.

На ринку України існує компанія, яка успішно працює на вітчизняному, а також білоруському та польському ринках і спеціалізується на покрівельних проектах великих розмірів і різної складності форм. Це компанія «Дах з очерету», яка забезпечує покриття дахів житлових будинків, туристичних споруд і об'єктів громадського харчування, музеїв під відкритим

небом, садиб, садових сараїв, господарських будівель, презентаційних об'єктів (ярмарок, виставок) та ін.

Таблиця 2

SWOT-аналіз ТОВ «УКРПІД»

Сила	Слабкість
<ul style="list-style-type: none"> - сприятливі кліматичні умови - висока родючість земель в регіоні - відносно невисокі витрати на видобуток очерету - унікальні властивості сировини природна чистота очерету, що видобувається - використання для видобутку очерету техніки власного виробництва 	<ul style="list-style-type: none"> значна кількість відходів від видобутку очерету екологічне забруднення середовища значний знос техніки, що використовується
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> виробництво нового виду продукції з відходів зменшення відходів модернізації праці робітників просування продукції на нові ринки застосування сучасного технологічного обладнання та обслуговування 	<ul style="list-style-type: none"> внутрішня конкуренція зростання податків нестабільність законодавства недосконалість пов'язаних з експортом очерету законів чуттєві зміни клімату зміна споживчих потреб населення зниження реальних доходів населення

Для цього вона самостійно постачає матеріали, що необхідні для укладення дахів з очерету (очерет, солому, герметики та ін.). При цьому використовують імпрегнацію зовнішньої частини даху з очерету з використанням протипожежного засобу AGMA FIRESTOP SG2-Н голандського виробництва. Вона активно переймає досвід ТОВ «УКРПІД».

Оскільки Україна багата на такий природний ресурс як очерет і більша її площа є лісовою, то у майбутньому потенційними конкурентами підприємства можуть стати

новостворювані і діючі підприємства в Полтавській, Харківській, Волинській, Івано-Франківській області та інших регіонів [8].

Щоб досягти нових висот ТОВ «УКРРІД» необхідно активно займатися просуванням свого продукту на європейський ринок, вести широку рекламну кампанію в Україні з розповсюдження екологічно чистих ресурсів у побуді населення, займатися пошуком виробництва нових товарів з відходів видобування очерету. Для цього розробити стратегію розвитку підприємства і скласти та реалізовувати проекти щодо її виконання.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Очерет звичайний є важливим компонентом екосистем, що забезпечує природне очищення водойм. У заростях очерету відбувається гніздування та харчування багатьох видів птахів, низка риб відкладає тут ікру та вирощує молодь. Угруповання очерету південного, незважаючи на його великі біологічні запаси, є дуже чутливими до порушень довкілля. Недотримання науково обґрунтованої технології викосу очерету загрожує погіршенням стану угруповань очерету, що може привести до погіршення якості сировини та часткової або повної втрати ресурсу; збідненням видового та кількісного складу птахів та інших тварин – мешканців очеретяних заростей; розвитком екологічно небезпечних процесів у водоймах та водно-болотних угіддях.

Україна має можливості для нарощування виробництва продукції з очерету, яка не буде завдавати шкоди довкіллю та буде стимулом для розвитку економіки в даній галузі. Проблема, яка існує на сьогоднішній день, вимагає комплексного вирішення: оптимізації системи машин; ефективного захисту рослин; оптимізації структури посівів.

На даний момент маючи високу якість продукції та збільшення попиту на очерет в країнах Європи, ТОВ «УКРРІД» слід направити розвиток компанії на створення нових взаємовідносин з іншими країнами, в першу чергу з Нідерландами, а також, з їх країнами-друзями, оскільки репутації наших діючих підприємств в першу чергу розповсюджується на країни-сусіди.

Література

1. Огляд соціально-економічного стану України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proconsulting.ua/base>

2. Недеревні ресурси: навч. посіб. / А.В. Мигаль, В.В. Бокоч. – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2017. – 128 с.

3. Дах з очерету [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://dah-z-ocheretu.pro/page-6.html>

4. Врожайність очерету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tuzlim.org.ua/wp-content/2017.pdf

5. Технологія застосування та переваги очерету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrreed.com

6. Рослинність Дунаю та її зміни під впливом кліматичних факторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://awsassets.panda.org/downloads/zhmud_elena.pdf

7. Економічні результати сільськогосподарського виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Партнери та потенційні споживачі підприємства «УКРПІД» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/gollandcy-i-francuzy-za-kamysh-6556/delo.ua>

9. Діяльність ТОВ «УКРПІД» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/contractor/analytics/?id=10568678&mode=all_years

1. Oglyad social`no-ekonomichnogo stanu Ukrainy` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://proconsulting.ua/base>

2. Nederevni resursy`: navch. posib. / A.V. My`gal`, V.V. Bokoch. – Uzhgorod: Vy`davny`cztvo UzhNU «Goverla», 2017. – 128 s.

3. Dax z ocheretu [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://dah-z-ocheretu.pro/page-6.html>

4. Vrozhajnist` ocheretu [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: tuzlim.org.ua/wp-content/2017.pdf

5. Texnologiya zastosuvannya ta prevagy` ocheretu [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: www.ukrreed.com

6. Rosly`nnist` Dunayu ta yiyi zminy` pid vply`vom klimaty`chny`x faktoriv [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://awsassets.panda.org/downloads/zhmud_elena.pdf

7. Ekonomichni rezul`taty` sil`s`kogospodars`kogo vy`robny`cztva [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Partnery` ta potencijni spozhy`vachi pidpry`yemstva «UKRRID» [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://delo.ua/business/gollandcy-i-francuzy-za-kamysh-6556/delo.ua>

9. Diyal`nist` TOV «UKRRID» [Elektronny`j resurs] . – Rezhy`m dostupu: https://youcontrol.com.ua/contractor/analytics/?id=10568678&mode=all_years

22.08.2018

УДК 338

JEL Classification: D410

Іванченко Анастасія, Маркітан Олександр

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті досліджено та проаналізовано сутність поняття «конкурентоспроможність» та "конкурентоспроможність підприємства". Приведено власне бачення поняття "конкурентоспроможність". Розглянуто погляди вчених на визначення конкурентоспроможності підприємства.

Досліджено основні фактори, від яких залежить конкурентоспроможність торговельних підприємств. Охарактеризовані основні риси конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. Позначено основні завдання в сфері підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Визначено основні організаційні заходи підвищення конкурентоспроможності. Показано основні шляхи вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств в сучасних економічних умовах. Сформульовано

важливі умови забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства.

Розглянуто поняття стратегії торговельного підприємства. Розглянуто та сформульовано етапи розробки конкурентних стратегій підприємств роздрібної торгівлі. Визначено мету конкурентної стратегії.

Обґрунтовано чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом стратегічного управління. Досліджено сучасні механізми підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом стратегічного управління. Надано рекомендації по вибору конкурентної стратегії в залежності від формату торговельного підприємства. Надано рекомендації по вибору конкурентної стратегії в залежності від періоду, впродовж якого стратегія діє.

Використання запропонованих заходів та стратегій дає змогу досягти єдності дій усіх складників і ланцюгів бізнес-процесів; упровадити ефективну систему управління конкурентоспроможністю з урахуванням клієнтоорієнтованої інноваційної спрямованості та викликів й запитів сьогодення; трансформувати конкурентну політику та конкурентний потенціал підприємства роздрібної торгівлі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, фактори конкурентоспроможності, підвищення конкурентоспроможності, роздрібна торгівля, ринок, торгове підприємство, стратегія, конкурентна стратегія.

Иванченко Анастасия, Маркитан Александр

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье исследованы и проанализированы определение понятия «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия». Приведено свое видение понятия "конкурентоспособность". Рассмотрены взгляды ученых на определение конкурентоспособности предприятия.

Исследованы основные факторы, от которых зависит

конкурентоспособность торговых предприятий. Охарактеризованы основные черты конкурентоспособности предприятий розничной торговли. Обозначены основные задачи в области повышения конкурентоспособности предприятий.

Определены основные организационные мероприятия по повышению конкурентоспособности. Показаны основные пути решения проблем повышения конкурентоспособности торговых предприятий в современных экономических условиях. Сформулированы важные условия обеспечения конкурентоспособности современного предприятия.

Рассмотрено понятие стратегии предприятия. Рассмотрены и сформулированы этапы разработки конкурентных стратегий предприятий розничной торговли. Определены цели конкурентной стратегии.

Обоснованно факторы повышения конкурентоспособности предприятия путем стратегического управления. Исследованы современные механизмы повышения конкурентоспособности предприятия путем стратегического управления. Даны рекомендации по выбору конкурентной стратегии в зависимости от формата торгового предприятия. Даны рекомендации по выбору конкурентной стратегии в зависимости от периода, в течение которого стратегия действует.

Использование предложенных мероприятий и стратегий позволяет достичь единства действий всех составляющих и цепей бизнес-процессов; внедрить эффективную систему управления конкурентоспособностью с учетом клиентоориентированной инновационной направленности и запросов настоящего; трансформировать конкурентную политику и конкурентный потенциал предприятия розничной торговли.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности, розничная торговля, рынок, торговое предприятие, стратегия, конкурентная стратегия.

DIRECTIONS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

The article studies and analyzes the definition of the notion “competitiveness” and “enterprise competitiveness”. Given his vision of the concept of "competitiveness". The views of scientists on the definition of enterprise competitiveness are considered.

The main factors that determine the competitiveness of trade enterprises are investigated. The main features of the competitiveness of retailers are characterized. Identifies the main tasks in the field of improving the competitiveness of enterprises.

The main organizational measures to improve competitiveness are defined. The main ways of solving the problems of increasing the competitiveness of trading enterprises in the current economic conditions are shown. Formulated important conditions for ensuring the competitiveness of modern enterprises.

The concept of enterprise strategy is considered. Considered and formulated stages of development of competitive strategies for retailers. Defined objectives of competitive strategy.

Reasonable factors to improve the competitiveness of enterprises through strategic management. The modern mechanisms of improving the competitiveness of the enterprise through strategic management are investigated. Recommendations are given for choosing a competitive strategy depending on the format of a commercial enterprise. Recommendations are given for choosing a competitive strategy depending on the period during which the strategy is in effect.

The use of the proposed activities and strategies allows to achieve unity of action of all components and chains of business processes; introduce an effective competitiveness management system taking into account the customer-oriented innovation orientation and the demands of the present; transform the competitive policy and competitive potential of a retailer.

Key words: competitiveness, factors of competitiveness, increase competitiveness, retail, market, trading company, strategy, competitive strategy.

Постановка проблеми. Сьогодні для вітчизняних підприємств роздрібно́ї торгівлі важливим завданням є підвищення свого конкурентного статусу, тобто здатності реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, яка перевершує за своїми якісно-ціновими та сервісним параметрами товари конкурентів і користуються переважним попитом споживачів. Щоб ефективно функціонувати в умовах жорсткої конкуренції, підприємства роздрібно́ї торгівлі мають завойовувати і утримувати конкурентні переваги. У зв'язку з цим ключовою умовою ефективного розвитку для кожного підприємства роздрібно́ї торгівлі є пошук шляхів підвищення їх конкурентоспроможності.

Аналіз наукових публікацій та стан наукового дослідження. Проблематику забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання досліджувала значна кількість зарубіжних вчених, зокрема: І. Ансофф, П. Друкер А., Г. Мінцберг, М. Мескон, М. Портер, Чендлер та багато інших. Серед вітчизняних науковців, які займалися даним питанням, можна виділити таких вчених, як: С.М. Ільчишина, С.М. Гайдар, К.В. Беляєва, І.Б. Садовську, Н.В. Сергійчука, А.О. Вознюка, О.Є. Бабина, О.П. Фещенко, В.М. Полозова, О.І. Іляш та ін. Однак в сучасних умовах визначення передумов конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі ще залишаються актуальними і тому потребують додаткового вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Виклад основного матеріалу. В умовах ринкових відносин підприємства роздрібно́ї торгівлі самостійно несуть відповідальність за результати своєї діяльності. Суб'єкти господарювання, які працюють в сфері роздрібно́ї торгівлі, функціонують в умовах підвищеного ризику, оскільки для забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності їм необхідні додаткові фінансові ресурси, які вони позичають із зовнішніх джерел фінансування. Крім цього, підприємствам роздрібно́ї торгівлі постійно необхідно діагностувати загрози зовнішнього середовища, які не залежать від їх фінансової діяльності. Торговельні підприємства змушені досліджувати

діяльність конкурентів (знати, які вони застосовують новітні методи управління, як вони мотивують своїх працівників до підвищення результатів діяльності, які методи маркетингу планують застосувати, чи використовують недоброчесні способи конкуренції) для того, щоб не втрачати своєї частки ринку і підвищувати перспективи подальшого розвитку. Для здійснення цих завдань підприємствам роздрібної торгівлі потрібно мати успішну фінансову діяльність як передумову збереження відповідного рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність як економічна категорія відображає ефективність функціонування підприємств роздрібної торгівлі, продуктивність використання всіх видів ресурсів. Щоб глибше зрозуміти сутність конкурентоспроможності, наведемо найбільш вдалі трактування цього поняття, сформульовані різними авторами.

Так, О.Г. Янковий вважає, що «конкурентоспроможність підприємства – це здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування» [1, с. 7].

З позиції С.Б. Алексєєва, «конкурентоспроможність підприємства – це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі» [2, с. 618].

В свою чергу В.Г. Шинкаренко та А.С. Бондаренко зазначають, що «конкурентоспроможність підприємства – це динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг» [3, с. 14].

Науковець Л. М. Калашникова вважає, що «конкурентоспроможність підприємства – це комплексне поняття, яке обумовлено системою і якістю управління, якістю продукції, широтою і глибиною асортименту, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним

використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товароруху і сервісу, іміджем фірми» [4, с. 15].

Щодо підприємств роздрібно́ї торгівлі, то в загальному вигляді конкурентоспроможність цих суб'єктів господарювання можна охарактеризувати як потенційну якість, яка включає:

1) здатність отримувати реальну оцінку очікувань цільової групи споживачів, а також просліджувати тенденції споживчої поведінки;

2) здатність організувати продаж продукції, результати якого відповідатимуть очікуванням цільової групи споживачів як найбільш корисного товару по відношенню ціна – якість;

3) здатність проводити ефективну поточну маркетингову політику;

4) здатність знаходити і створювати умови для зниження витрат на одиницю продукції, що продається;

5) здібність своєчасного оновлення управлінських технологій в сфері збуту та управління;

6) здатність планувати, організувати і проводити ефективну стратегію в сфері маркетингу на основі інновацій.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства роздрібно́ї торгівлі необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [5, с. 36].

До організаційних заходів, що здатні підвищити рівень конкурентоспроможності підприємств роздрібно́ї торгівлі, слід віднести:

1) забезпечення глибокого асортименту продукції;

2) забезпечення якості продукції та її параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;

3) виявлення переваг товару порівняно із замінниками;

4) виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;

5) виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;

б) диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі і збільшення його частки на ринку, можна досягнути за допомогою таких шляхів:

- 1) подати на ринок новий вид продукції;
- 2) знизити ціни на продукцію або послуги;
- 3) через рекламу представити привабливіший вид товару;
- 4) продавати товар через більшу кількість торгових представників;
- 5) провести заходи щодо всебічного зниження витрат;
- 7) вдосконалити обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу тощо.

Відзначимо, що рівень конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі залежить від елементів процесу реалізації товарів, ступеня ефективності використання всіх видів ресурсів, ефективності роботи підприємства та ін. Через те для досягнення стійкого положення на ринку необхідно створити й постійно удосконалювати механізм підтримки рівня конкурентоспроможності підприємства, ціллю якого є реалізація товарів і надання послуг, які спроможні витримати вплив конкуренції з аналогічними товарами та послугами.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі на тлі постійно зростаючих вимог до якості продукції пріоритетна увага має приділятися вдосконаленню політики в області якості, перетворенню якості на імператив конкурентоспроможності. Її головним завданням є створення та підтримання ефективної системи забезпечення якості товарів, які реалізуються.

Вирішення задачі забезпечення вищих параметрів реалізації представленого асортименту товарів високої якості передбачає підвищення ефективності цінової та сервісної політики, а також якості організації торговельного процесу.

Концептуальний підхід до підвищення ефективності сервісної політики базується на розгляді сфери сервісу як самостійного джерела конкурентних переваг. Стосовно підприємств роздрібною торгівлі під сервісом необхідно розуміти

підсистему організації, націлену на забезпечення надання споживачам комплексу послуг, пов'язаних із реалізацією продукції та забезпеченням торговельного процесу. Сервісна орієнтація посилюється в результаті посилення конкуренції між торговельними мережами. У цілому ефективність сервісної політики визначається впливом на обсяги реалізації та фінансові результати діяльності ритейлера.

Комплекс основних та додаткових торговельних послуг є індивідуальним для кожного ритейлера. Виходячи з переваг певного формату підприємств роздрібною торгівлі, сервіс має бути зорієнтованим на економію коштів і часу покупців, а також сприяти вдосконаленню ланцюжка цінностей, додаючи нові функції. Серед базових напрямів підвищення ефективності сервісної політики слід виділити:

- 1) формування індивідуальних стандартів обслуговування покупця та специфічну для підприємства концепцію якості надання кожної послуги;
- 2) створення переліку критично важливих послуг, обов'язкового на певному рівні розвитку ринку;
- 3) групування набору послуг з метою підвищення якості управління кожної групи;
- 4) формування стратегії розвитку інфраструктури послуг;
- 5) створення механізму індивідуалізації послуг у результаті розділу їх загального спектра;
- 6) підвищення якості сервісу на основі введення корпоративних стандартів обслуговування за всіма видами послуг [6, с. 81].

В умовах сучасного ринку кожному підприємству сфери торгівлі при плануванні своєї діяльності необхідно орієнтуватись на бажання споживачів вчасно отримувати товари та послуги високої якості. Тому варто відзначити, що система присутніх потреб на ринку багато в чому визначає засоби і методи реалізації стратегій та напрями розвитку підприємства роздрібною торгівлі в цілому.

Стратегія торговельного підприємства являє собою комплексну програму реалізації основних напрямів його розвитку на основі сформованих довгострокових цілей господарської діяльності, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, використання методів коригування сукупного

потенціалу при зміні умов зовнішнього середовища [7, с. 791].

Процес розробки конкурентних стратегій підприємств роздрібною торгівлі включає наступні етапи:

1. Оцінка позиції, яку займає підприємство на ринку.
2. Оцінка взаємодії внутрішніх та зовнішніх факторів.
3. Аналіз стратегічних альтернатив поведінки підприємства на ринку та його розвитку.
4. Вибір конкурентної стратегії, відповідно ситуації, що склалась на ринку і цілям торговельного підприємства.

Зазначимо, що мета конкурентної стратегії полягає у спроможності господарюючого суб'єкта виявити сильні та слабкі сторони, оцінити внутрішні ресурси та їх порівняння з аналогічним торговельним підприємством. При цьому універсальної конкурентної стратегії для усіх торговельних підприємств не існує, однак аналіз вітчизняної теорії і практики дозволяє виокремити типові конкурентні стратегії розвитку підприємств роздрібною торгівлі.

Так, конкурентоспроможні підприємства на довгострокову перспективу можуть застосовувати стратегії, що орієнтують господарюючий суб'єкт на радикальні дії за рахунок введення принципово нових товарів і послуг. Подібна стратегія є оптимальною для великих торговельних центрів, супермаркетів та універсамів. В свою чергу, для торгових мереж з даним рівнем конкурентоспроможності кращі стратегія горизонтальної диверсифікації, стратегії інтегрованого зростання. В результаті горизонтальної інтеграції будуть утворюватися так звані ланцюгові підприємства, які володіють однотипними магазинами, орієнтованими на середнього покупця з середньостатистичними потребами і можливостями у місті або регіоні. Це дозволить отримати вигідні умови закупівлі товарів і проводити єдину торгову політику. Диверсифікація сприяє збільшенню частки ринку підприємства за рахунок зростання товарообігу та кількості постійних покупців, що забезпечить оптимальний розподіл ресурсів і стабільність у зростанні рівня прибутковості.

Роздрібним торговельним підприємствам формату «Товари для дому» та спеціалізованим підприємствам рекомендується застосовувати стратегії скорочення (стратегії низьких витрат): підприємство закриває або продає один зі своїх

підрозділів (або видів бізнесу), щоб здійснити довгострокові зміни меж здійснення господарської діяльності.

Роздрібним торговельним підприємствам формату «Універсам» рекомендується застосовувати стратегії горизонтальної диверсифікації чи інтегрованого зростання. Можливості зростання цих підприємств проявляються у введенні нових товарів, застосуванні сучасних технологій, розширенні сфери діяльності за рахунок власного виробництва товарів і т.п.

У короткостроковому періоді роздрібним торговельним підприємствам рекомендуємо застосовувати стратегії концентрованого зростання, які характеризуються формуванням оптимального асортименту, розвитком послуг, пошуком нових ринків.

Висновки. Конкуреноспроможність підприємства роздрібною торгівлю доцільно розглядати як його здатність пристосовуватись до нових умов господарювання, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринку, максимально ефективно використовувати ресурси, якомога повно задовольняючи потреби клієнтів шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагуючи на зміну його кон'юнктури.

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлю можна віднести:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;
- обґрунтована рекламна політика; поглиблення асортименту продукції;
- покращення якісних характеристик продукції;
- оптимізація технології продажу;
- всебічне зниження витрат;
- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу тощо.

Література

1. Янковий О.Г. Конкуреноспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / О.Г. Янковий. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

2. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С.Б. Алексеев //

Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – 2004. – Вип. 191. – С. 614–619.

3. Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. - Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. - 186 с.

4. Калашникова Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции / Л. М. Калашников // Машиностроитель. – 2003. – №11. – С. 15–18.

5. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Борисюк, А. В. Єрьоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури (економічні науки): зб. наук. праць. – К. : НАУ. – 2012. – № 33. – С.36-41.

6. Чорна М. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі / М. Чорна // Схід. – 2010. – № 6 (106). – С. 76-82.

7. Шарко В.В. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі / В.В. Шарко // Молодий вчений. – 2017. – № 4. – С.788-793.

1. Yankovy`j O.G. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: ocinka rivnya ta napryamy` pidvy`shhennya: monografiya / O.G. Yankovy`j. – Odesa: Atlant, 2013. – 470 s.

2. Alekseev S.B. Teorety`chesky`e aspekty konkurentospobnosty` predpry`yaty`j / S.B. Alekseev // Ekonomika: problemy` teoriyi ta prakty`ky`. Zbirny`k naukovy`x prac`. – 2004. – Vy`p. 191. – S. 614–619.

3. Shy`nkarenko V.G. Upravleny`e konkurentospobnost`yu predpry`yaty`ya / V.G. Shy`nkarenko, A.S. Bondarenko. - Xar`kov: Y`zd-vo XNADU, 2003. - 186 s.

4. Kalashny`kova L. M. Konkurentospobnost` predpry`yaty`j y` y`x produkcy`y` / L. M. Kalashny`kov // Mashy`nostroy`tel`. – 2003. – #11. – S. 15–18.

5. Bory`syuk I. O. Osnovni napryamy` pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva / I. O. Bory`syuk, A. V. Yer`omenko // Problemy` pidvy`shhennya efekty`vnosti infrastrukury` (ekonomichni nauky`): zb. nauk. prac`. – K. : NAU. – 2012. – # 33. – S.36-41.

6. Chorna M. Strategiya` pidvy`shhennya

konkurentospromozhnosti pidpry`emstv rozdribnoyi torgivli / M. Chorna // Sxid. - 2010. - # 6 (106). - S. 76-82.

7. Sharko V.V. Zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpry`emstva rozdribnoyi torgivli / V.V. Sharko // Molody`j vcheny`j. – 2017. – # 4. – S.788-793.

21.08.2018

УДК 338.487+332.122:379.84+339.92

JEL Classification: L830

Кифяк Олександр

ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ

В статті, на прикладі туристичних дестинацій прикордонних областей Карпатського регіону, проаналізовано функціонування регіонального ринку туризму і рекреації. На основі аналізу ресурсного забезпечення визначено ареали туристичних дестинацій для розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, релігійного, спортивного та інших видів туризму. За аналізом відвідувачів та спостереженнями проведеними у літній період 2018 року встановлено поділ регіонального ринку туризму і рекреації за організаційними формами та підтверджено, що туристичний ринок став місцем не тільки широкого міжрегіонального обміну, але і міжнародним центром. В статті акцентується увага на важливому значенні для розвитку туризму та рекреації вигідного географічного та геополітичного розташування Карпатського регіону. Підкреслюється, що наявність кордонів з країнами Європейського союзу, розбудова міжнародних транзитних комунікаційних ліній відводить регіону значну роль в інтеграції України в Європейські структури та в міжнародному розподілі праці. На основі аналізу можливостей туристичних дестинацій встановлено основні компоненти, що стимулюють попит і пропозицію на туристичному ринку туризму і рекреації у прикордонних областях Карпатського

регіону. Визначено, що в залежності від мети подорожі, основними послугами в регіоні є рекреаційні в тому числі санаторно-курортні, спортивно-оздоровчі, культурно-пізнавальні, послуги етнічного, релігійного, ділового, науково-освітнього туризму. Акцентовано увагу на організацію транскордонного співробітництва у сфері туризму, зокрема, в межах єврорегіонів «Карпатський» і «Верхній Прут» та формування в'їзних туристичних потоків з території країн, що межують з прикордонними областями Карпатського регіону. Запропоновано різні методи та показники визначення значимості туристичних дестинацій та їх впливу на регіональний туристичний ринок.

Ключові слова: туристичні дестинації, ринок туризму і рекреації, прикордонний регіон, потенціал, ареал, компоненти.

Кифяк Александр

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ДЕСТИНАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ В ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ

В статье на примере туристических дестинаций приграничных областей Карпатского региона, проанализировано функционирование регионального рынка туризма и рекреации. На основе анализа ресурсного обеспечения определены ареалы туристических дестинаций для развития культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, религиозного, спортивного и других видов туризма. Анализ посетителей и наблюдения, проведенные в летний период 2018 года, способствовали установлению разделения регионального рынка туризма и рекреации по организационным формам и подтверждению того, что туристический рынок стал местом не только широкого межрегионального обмена, но и международным центром. В статье акцентируется внимание на важном значении для развития туризма и рекреации выгодного географического и геополитического положения Карпатского региона. Подчеркивается, что наличие границ со странами Европейского

союза, развитие международных транзитных коммуникационных линий отводит региону значительную роль в интеграции Украины в европейские структуры и в международном разделении труда. На основе анализа возможностей туристических дестинаций установлены основные компоненты, стимулирующие спрос и предложение на туристическом рынке туризма и рекреации в приграничных областях Карпатского региона. Определено, что в зависимости от цели путешествия, основными услугами в регионе есть рекреационные, в том числе санаторно-курортные, спортивно-оздоровительные, культурно-познавательные, услуги этнического, религиозного, делового, научно-образовательного туризма. Акцентировано внимание на организацию трансграничного сотрудничества в сфере туризма, в частности, в рамках еврорегионов «Карпатский» и «Верхний Прут» и формирование въездных туристических потоков с территории стран, граничащих с пограничными областями Карпатского региона. Предложены различные методы и показатели определения значимости туристических дестинаций и их влияния на региональный туристический рынок.

Ключевые слова: туристические дестинации, рынок туризма и рекреации, приграничный регион, потенциал, ареал, компоненты.

Kyfyak Oleksandr

TOURIST DESTINATIONS AND THEIR IMPACT ON THE FUNCTIONING OF THE TOURISM AND RECREATION MARKET IN THE BORDER REGIONS

The article analyzes the functioning of the regional tourism and recreation market on the example of tourist destinations of the border regions of the Carpathian region. On the basis of the analysis of resource support, the areas of tourist destinations for the development of cultural and cognitive, medical, recreational, religious, sports and other types of tourism are determined. According to the analysis of visitors and observations conducted in the summer of 2018, the division of the regional market of tourism

and recreation by organizational forms was established and it was confirmed that the tourism market has become a place not only for wide interregional exchange but also for the international center. The article focuses on the importance of the advantageous geographical and geopolitical location of the Carpathian region for tourism and recreation development. It is emphasized that the presence of borders with the countries of the European Union and the development of international transit communication lines gives to the region a significant role in Ukraine's integration into European structures and in the international division of labor. The main components that stimulate demand and supply on the market of tourism and recreation in the border areas of the Carpathian region are established on the analysis of the possibilities of tourist destinations. It is determined that, depending on the purpose of travel, the main services in the region are recreational, including sanatorium and resort, sports and recreational, cultural and cognitive, services of ethnic, religious, business, scientific and educational tourism. The attention is focused on the organization of cross-border cooperation in the field of tourism, in particular, within the Euroregions "Carpathian" and "Upper Prut" and the formation of inbound tourism flows from the territory of countries bordering the border regions of the Carpathian region. Different methods and indicators of determining the importance of tourist destinations and their impact on the regional tourism market are offered.

Key words: tourist destinations, market of tourism and recreation, border region, potential, area, components.

Постановка проблеми. Туризм і рекреація не тільки сприяють підвищенню якості життя населення, але й є вагомими каталізаторами соціально-економічного розвитку багатьох країн. За дослідженням Всесвітньої Ради по туризму і подорожам (WTTC) доля туризму у світовому ВВП у 2017 році склала \$8,3 трлн, або 10,4% . Туристична галузь забезпечує кожне десяте робоче місце в світі: у 2017 році їх було 313 млн [1].

Розглядаючи туристичні дестинації та регіональний ринок туризму і рекреації як територіальну туристично-рекреаційну систему, в межах якої відбувається обіг туристичних та рекреаційних послуг, необхідно зазначити, що елементами системи є не тільки природні рекреаційні ресурси,

пам'ятки історії, культури, архітектури, відповідна спеціальна інфраструктура, але й туристи і рекреанти, які формують попит на туристичні і рекреаційні послуги та суб'єкти туристичної і рекреаційної діяльності й інші підприємства і організації різної галузевої приналежності, які продукують та формують пропозиції різноманітних послуг спрямовані на задоволення потреб споживачів. Одночасно, регіональний ринок туризму і рекреації необхідно розглядати і як специфічну діяльність з виробництва і споживання туристично-рекреаційних послуг, що здійснюється в межах регіону та функціонує, по-перше, завдяки механізму взаємозв'язку попиту та пропозиції, по-друге, відносини на ньому регулюються конкуренцією продавців туристичних та рекреаційних послуг.

Проте, туристичні дестинації та їх вплив на функціонування регіонального ринку туризму і рекреації прикордонних територій досліджено недостатньо. Не враховуються транскордонні зв'язки, туристичні потоки з країн, що межують з регіонами України, можливості євро регіонів, використання транзитності прикордонних територій тощо. Сьогодні туристичні дестинації та й туристичний ринок прикордонних регіонів загалом, не спроможні до усунення екстерналій, які виникають в процесі функціонування підприємств інших галузей господарської діяльності. Відсутня система контролю якості туристичних послуг та ін..

Аналіз останніх досліджень. Функціонування регіонального ринку туризму і рекреації базується на положеннях галузевого підходу, де роль туризму зводиться до забезпечення надходжень в державний, регіональний та місцевий бюджети, створення нових робочих місць та вирішення проблеми зайнятості, визначення впливу туризму і рекреації на інші галузі господарювання та ін.

Українські та зарубіжні науковці акцентують постійну увагу на ефективності управління та використанні туристичних ресурсів, що є складовими туристичних дестинацій та дослідженні їх впливу на функціонування регіонального туристично-рекреаційного ринку, визначаючи при цьому показники які характеризують туристичну сферу регіону, місце і роль туризму та рекреації в соціально-економічному розвитку

територій, ресурсне, кадрове забезпечення, інвестиційну привабливість тощо.

При цьому, значна увага приділяється дослідженням туристично-рекреаційного потенціалу регіону чи окремих територій та його оцінці, від чого залежить формування туристичних дестинацій та ефективність функціонування регіонального ринку туризму і рекреації. Такі науковці, як М.Д. Балджи, В.Я. Брич, В.Г. Герасименко, П.В. Гудзь, В.Ф. Кифяк, С.В. Мельниченко, Т.І. Ткаченко та ін. в загальному вважають, що туристично-рекреаційний потенціал регіону чи будь-якої іншої території характеризується не тільки наявністю природних рекреаційних ресурсів, визначних пам'яток історії, культури, архітектури, але й розвитком загальної та спеціальної інфраструктури, геополітичним та географічним розміщенням регіону тощо.

Так, зокрема, М.Д. Балджи визначаючи перспективи розвитку заповідного туризму в Одеському регіоні стверджує, що «туризм, сьогодні в області не відіграє належної ролі в господарській діяльності, хоча природний потенціал для цього є досить значним. Недостатньо розвинута туристична інфраструктура та реклама, низька якість сервісу, відсутність маркетингових стратегій зумовлюють низьку привабливість турів» [2. с. 14]. Поряд з цим Т.І. Ткаченко, даючи визначення туристичної дестинації регіону або місцевості, що має унікальні або специфічні туристично-рекреаційні ресурси та є привабливими для подорожуючих, наголошує на важливості сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту та інших можливостей, які можуть бути використані для розвитку туристичної та рекреаційної діяльності в регіоні [3, с.173]. Дослідження туристично-рекреаційного потенціалу регіону проведені В.Г. Герасименко з групою науковців, свідчать, що «використання природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних, розважальних об'єктів, які можуть бути використані для організації туристично-рекреаційної діяльності, здатне підвищити потенціал регіону за рахунок припливу коштів від туристичних, оздоровчих та рекреаційних послуг для зовнішніх і внутрішніх споживачів, відновлення і забезпечення умов для ефективного функціонування капіталу» [4. с.14].

Одночасно, проблеми функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах, визначення впливу туристичних дестинацій та особливостей їх функціонування досліджувалися недостатньо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні туристична та рекреаційна діяльність вимагає визначення довгострокових перспектив в процесі розвитку наслідків глобальних змін на місцевому і регіональному рівнях. Це означає, що розвиток туризму має бути прогнозованим на майбутні періоди та спрямованим на збереження навколишнього середовища, ефективне використання природних ресурсів, охорону і підтримку пам'яток історії, культури, архітектури тощо. А для ефективного функціонування ринку туризму і рекреації прикордонних регіонів та посилення впливу туристичних дестинацій важливими є всебічне використання туристично-рекреаційного потенціалу, організація туристичних обмінів з прикордонних територій, організація транскордонної співпраці, розбудова прикордонної та придорожньої інфраструктури, створення спільних (з іноземним капіталом) туристичних підприємств, організація транзитного обслуговування тощо.

Цілі статті обумовлені з вищевказаними невирішеними проблемами і полягають у визначенні ареалів туристичних дестинацій, встановленні основних компонентів, що стимулюють попит і пропозицію на ринку туризму і рекреації у прикордонних областях, визначенні основних видів послуг туристичних дестинацій, організації транскордонного співробітництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. На прикладі прикордонних областей Карпатського регіону, за багатьма показниками, проаналізовано розвиток туризму і рекреації та його вплив на соціально-економічний стан регіону. Зокрема, проведений аналіз ресурсного забезпечення розвитку туризму в прикордонних територіях дає можливість стверджувати, що в регіоні за видами туризму функціонує багато туристично-рекреаційних дестинацій ареалами яких для розвитку культурно-пізнавального туризму виступають міста і історичні місцевості де проходили значні історичні події, серед яких найважливішими є міста Львів, Чернівці, Ужгород, Коломия,

Мукачеве, Хотин, Хуст, Свалява, Жовква, селища міського типу Золочів, Олесько, села Підгірці Свірж та інші місця де створені національні історико-культурні заповідники та збереглися визначні замкові споруди і фортифікаційні комплекси. Для розвитку лікувально-оздоровчого туризму ареалами є Трускавець, Моршин, Солотвино, Берегово, Східниця, Яремче, та ін., що обумовлюється наявністю та використанням лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей, чистого навколишнього середовища тощо. Ареалами релігійного туризму стали дерев'яні церкви внесені у список світової спадщини Юнеско та багато інших культових місць для відвідування паломниками [5. с. 86]. Це, зокрема, церква Святого Духа (с. Потелич), церква Собору Пресвятої Богородиці (с. Матків), церква Святої Трійці (с. Жовква), церква Святого Юра (м. Дрогобич) всі знаходяться у Львівській області. Церква Святого духа (м. Рогатин), церква Різдва Пресвятої Богородиці (с. Нижній Вербіж) на Івано-Франківщині та церкви Вознесіння Господнього (с. Ясіня), і Святого Михаїла (с. Ужок), що на Закарпатті. Для гірськолижних видів туризму ареалами є Буковель, Славське, Драгобрат, Воловець, Яблуниця, Мигово та інші місця представлені сплавами по гірських річках та іншими видами водного туризму.

На основі аналізу функціонування ринку туризму і рекреації Карпатського регіону встановлено, що станом на теперішній час регіональний ринок за організаційними формами поділяється на міжнародний (в'їзний і виїзний) та внутрішньо-регіональний і функціонує як сукупність цих складових, які розвиваються практично незалежно один від одного, де споживач задовольняє свої потреби в туристичних і рекреаційних послугах як на території регіону, так і далеко за його межами. За аналізом відвідувачів та спостереженнями проведеними у літній період 2018 року, туристично-рекреаційні дестинації прикордонних областей Карпатського регіону за масштабністю поділяються на дестинації в центрі яких, від туристичного об'єкта, до цілих міст і районів, що приваблюють вітчизняних та іноземних туристів. Це дозволяє зробити висновок, що регіональний ринок туризму і рекреації став місцем не тільки широкого міжрегіонального обміну, але і міжнародним центром. Тут зосереджений такий туристичний та

природно-рекреаційний потенціал який за своїми масштабами спроможний забезпечити як міжрегіональні так і міжнародні потреби. Характеризуючи туристично-рекреаційний потенціал регіонів України, відомий український вчений Руденко В.П. зазначає: "лише два найперспективніших у цьому відношенні регіони – Азовсько-Чорноморське узбережжя та Карпатський – дають змогу забезпечити в рік природними (в тому числі лікувальними) ресурсами рекреантів, чисельність яких у два з половиною рази перевищує сучасну чисельність населення України. Як свідчать отримані результати оцінки, головна роль у потенціалі природних рекреаційних ресурсів належить відпочинкові і туризму (72,8%). На санаторно-курортне лікування припадає 27,2%" [6, с. 106].

Не менш важливе значення для розвитку туризму та рекреації мають культурно-історична спадщина Карпатського регіону і його вигідне географічне та геополітичне розташування. Наявність кордонів з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією та Молдовою, розбудова міжнародних транзитних комунікаційних ліній, відводить Карпатському регіону значну роль в інтеграції України в Європейській структурі та в міжнародному розподілі праці, сприяє розширенню взаємовигідного співробітництва в різних сферах, зокрема, туризмі та залученню іноземних інвестицій в розбудову туристичної інфраструктури, запровадженню інноваційних моделей розвитку туризму в прикордонних регіонах.

Аналіз можливостей туристичних дестинацій прикордонних областей Карпатського регіону сприяв визначенню структурних компонентів функціонування туристично-рекреаційного ринку, які в сукупності формують пропозицію рекреаційних та туристичних послуг не тільки на регіональний туристично-рекреаційний ринок, але й на національний та міжнародний ринки.

Основними компонентами, що стимулюють попит і пропозицію на туристичному ринку туризму і рекреації у прикордонних областях Карпатського регіону є:

Основні:

- привабливі природно-рекреаційні ресурси та їх особливість;

- культурно-історична спадщина національного та міжнародного рівня та її неповторність;
- релігійні споруди та паломництво до них;
- вигідне геополітичне та географічне розміщення регіону;
- етнічні зв'язки;
- унікальні події, як основні заходи туристичного відвідування.

Інфраструктурні:

- заклади розміщення та харчування;
- санаторно-курортні та лікувальні установи;
- система транспортного обслуговування;
- об'єкти спорту та анімаційно-розважальної сфери;
- контрольно-пропускні пункти міжнародного, міждержавного та місцевого значення;
- заклади роздрібної торгівлі, побуту та інших супутніх послуг;
- промислові, сільськогосподарські та спеціально створені об'єкти, структури, сценарії.

Організаційні:

- туристичні оператори;
- туристичні агенти;
- туристи;
- екскурсанти;
- реклама і інформація;
- організація планування і управління у сфері туризму.

Наявність великої кількості туристично-рекреаційних дестинацій у прикордонних областях Карпатського регіону, які базуються на природних лікувально-оздоровчих ресурсах, об'єктах світової культурно-історичної спадщини, розвиненій туристичній та курортній інфраструктурі, соціальних, спортивних, розважальних та інших закладах, що мають високу атрактивність, сприяє генеруванню туристичного інтересу та реалізації його за допомогою регіонального ринку туризму і рекреації.

Дослідження структури туристичних та рекреаційних послуг туристичних дестинацій, що пропонуються та пропонуються на ринку в прикордонних областях Карпатського регіону підтверджують, що в залежності від мети подорожі,

основними послугами є рекреаційні в тому числі санаторно-курортні, спортивно-оздоровчі, культурно-пізнавальні, послуги етнічного, релігійного, ділового, науково-освітнього туризму. Так, у 2017 році за метою поїздки та видами туризму, 224634 туристи відвідали регіон для відпочинку та дозвілля, 54172 з метою лікування [7, с. 73].

Вагомими атракторами регіонального ринку туризму і рекреації Карпатського регіону та залучення до нього іноземних споживачів є також екологічно чисте середовище, добра транспортна доступність до рекреаційно-туристичних об'єктів, близькість до кордонів країн ЄС і як результат, у 2017 році всі країни, що мають кордони з областями регіону ввійшли в топ 10 іноземних держав громадяни яких найбільше перетинали кордон на в'їзд в Україну (рис.1).

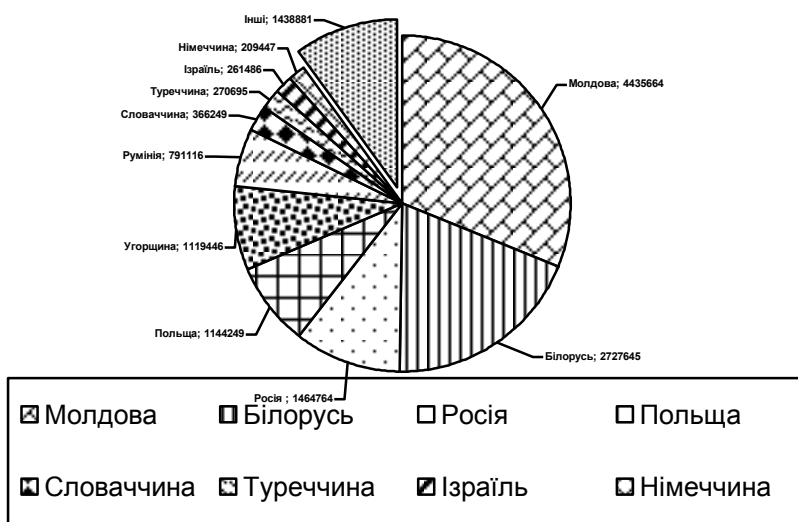


Рис 1. Топ 10 іноземних держав, громадяни яких найбільше перетинали кордон на в'їзд в Україну у 2017 році (побудовано за даними Державної служби статистики України)

Всього, за даними Державної статистичної служби України, у 2017 році Україну відвідало 14,3 млн. іноземців [8],

серед яких майже 55% громадяни країн-сусідів з Карпатським регіоном.

Важливу роль у розвитку туризму відіграють єврорегіони «Карпатський» та «Верхній Прут», які спрямовують свою діяльність на прискорення соціально-економічного розвитку регіонів, інфраструктурну підготовку для поглиблення співробітництва з Європейським Союзом, розвиток системи міжрегіональних зв'язків у сфері туризму тощо. Так, тільки на території єврорегіону «Карпатський» проживає близько 12 млн. осіб [9, с. 18] та ще 2,9 млн. осіб у межах єврорегіону «Верхній Прут», [10, с. 67], що активно можуть впливати на формування туристичних потоків.

Ресурс кордону є значним стимулюючим фактором функціонування туристичного ринку прикордонного регіону. Адже в результаті інтернаціоналізації господарювання, стрімкого зростання потоків товарів, капіталу, енергії, інформації, мешканців прикордонних регіонів, зростання впливу транскордонних суб'єктів в різноманітних сферах діяльності, спрощується переміщення ресурсів в місця більш ефективного їх використання.

Сьогодні, значимість туристичних дестинацій та їх вплив на регіональний туристичний ринок пропонується визначати різними методами, зокрема, бального оцінювання наявних природних рекреаційних ресурсів, сумарних показників пізнавальної цінності історико-культурних ресурсів окремої місцевості, кількісних показників закладів гостинності, транспортної доступності, тощо.

Так, українські фахівці С.П. Кузик та З.О. Касянчук для співставлення і порівняння оціночних параметрів історико-культурних ресурсів як окремих об'єктів, так і різних територій, пропонують користуватися коефіцієнтом пізнавальної цінності (K_p):

$$K_p = \frac{A}{A_{\max}}, \quad (1)$$

де A – сума балів пізнавальної цінності історико-культурних ресурсів окремої території (дестинації);

A_{\max} – максимально можлива сума балів.

Чим ближче Кр до 1, тим вища пізнавальна цінність історико-культурних ресурсів території [11, с. 72].

В.І. Мацола пропонує оцінювати рекреаційну значимість території за щільністю пам'яток історії та культури на 100 км² площі. При цьому пропонується визначати щільність пам'яток найвищого класу (загальнонаціонального і міжнародного значення).

Проте, такий підхід може використовуватись тільки для оцінки дестинацій на рівні адміністративно-територіальних одиниць країни або великих туристичних територій, а не для визначення історико-культурного туристичного потенціалу поселення, чи навіть окремого туристичного об'єкта.

Щодо використання кількісних показників забезпеченості готельною інфраструктурою туристичних дестинацій, то, для прикладу, за кількістю засобів розміщення в Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській та Чернівецькій областях число готелів, що функціонували у 2017 році складає 804 одиниці, або 32,5% від усіх готелів України, а чисельність розміщених майже 1,5 млн. осіб [7, с. 80].

Разом з тим, вище перерахованих показників впливу туристичних дестинацій на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах недостатньо. Це підтверджує опитування гостей 56 садиб сільського туризму у Чернівецькій області, проведене у серпні 2018 року, які вважають важливими для розвитку туризму рівень екологічної рівноваги, високий рівень безпеки, забезпеченість органічними продуктами харчування, якісне медичне обслуговування, висока тривалість життя, низька дитяча смертність, та інші показники, без яких не можна назвати регіон туристично-привабливим.

Визначальними для ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах є також показники чисельності іноземного та зарубіжного туристичних обмінів з прикордонних територій, кількості спільних (з іноземним капіталом) туристичних підприємств, що формують, просувають та реалізують транскордонні тури, значення надходжень вільноконвертованої валюти в регіон, кількісні та якісні показники розвитку прикордонної та придорожньої інфраструктури, рівень забезпеченості транзитного обслуговування тощо.

Регіональний туристичний ринок Карпатського регіону, необхідно розглядати як сукупність туристичних ринків прикордонних областей на територіях яких знаходяться туристично-рекреаційні дестинації, що різняться між собою за наявністю ресурсів, ступенем навантаження, рівнем агрегації та ступенем агломерації, видами туризму та цілями подорожі, тощо. І це важливо, адже туристичні ринки прикордонних областей, які є одиницями вищої ланки в адміністративно-територіальному поділі України, виступають в якості організованих інформаційних просторів, що дозволяють відслідковувати загальні тенденції розвитку.

Статистична інформація, зібрана на державному та обласному рівні доповнюється показниками стану туристичних ресурсів, оцінкою фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств і організацій, виплаченими податками в регіональний і місцевий бюджети та ін.

Ефективне використання основних компонентів туристичних дестинацій прикордонних областей Карпатського регіону, в процесі туристичної діяльності, може стати суттєвим джерелом доходів, в тому числі і для місцевих та регіональних бюджетів. Ці доходи можуть складатися в першу чергу з витрат туристів інших країн, інших регіонів України, а також в результаті зростання показників внутрішньо-регіонального туризму.

Перебуваючи тривалий час на території туристичної дестинації, туристи користуються товарами та послугами місцевих підприємств та підприємців, використовують місцевий транспорт та інші об'єкти соціально-культурного призначення. Це можна віднести до вторинних витрат, які також необхідно враховувати при розрахунку впливу туристичних дестинацій на ефективність функціонування регіонального ринку туризму і рекреації.

Висновки. Отже, функціонування туристично-рекреаційного ринку прикордонних областей Карпатського регіону має свої особливості та певні переваги. Необхідно зазначити, що туристичні послуги, вироблені в регіоні, і туристичні послуги, яких потребують жителі даного регіону, розвиваються досить автономно, оскільки основні чинники попиту та пропозиції на ці два види послуг принципово різні.

Так, попит на вироблені в регіоні послуги визначається, перш за все, їх якістю, в той час як зростання попиту населення на туристичні та рекреаційні послуги посилюється, в основному, з підвищенням рівня реальних доходів.

Визначення основних компонентів туристичних дестинацій, що стимулюють попит і пропозицію на туристичному ринку туризму і рекреації у прикордонних областях Карпатського регіону підтверджує привабливість туристичних дестинацій та їх вагомий вплив на функціонування ринку, а висока якість туристичних послуг, вироблених в регіоні стала важливою умовою зростання попиту на туристичні послуги, що, в цілому, сприяє формуванню туристичних потоків не тільки з інших регіонів України, але й з регіонів країн сусідів.

Необхідними умовами успішного розвитку туризму в прикордонних областях Карпатського регіону є формування якісного туристичного продукту, наявність конкретної маркетингової стратегії просування можливостей туристичних дестинацій на українському та міжнародному ринках, ефективні методи реалізації рекламно-інформаційної політики, створення єдиної системи професійної підготовки персоналу, залучення інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури.

Література

1. Вклад туризма в мировой ВВП в 2017 году составил более 10%, – исследование{Електронний ресурс} – Режим доступу:

https://biz.censor.net.ua/news/3058303/vklad_turizma_v_mirovoyi_vvp_v_2017_godu_sostavil_bole_10_issledovanie

2. Балджи М.Д. Перспективи розвитку заповідного туризму в Одеському регіоні // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 11 (231). – С. 5-16.

3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. – 463 с.

4. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.

5. Кифяк В.Ф. Розвиток міжнародного туризму як один з факторів становлення економіки України / В.Ф. Кифяк // Економіка України. – 1995. – Вип.7 (404). – С. 85-88.

6. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу // В.П. Руденко. – К.: Києво-Могилянська Академія; Чернівці: Зелена Буковина, 1999. – 567 с.

7. Статистичний збірник “Туризм та відпочинок у Чернівецькій області”. – Чернівці, 2018. – 90 с.

8. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули у 2017 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Химинець В.В. Потенціал сталого розвитку Карпатського євро регіону / В. В.Химинець // Економіст. – 2012. – №10. – С. 18-22.

10. Кифяк В.Ф. Функціонування євро регіону «Верхній Прут» та його роль в інтеграційних процесах України / В.Ф. Кифяк // Економіка України. – 2008. – Вип.6 (559). – С. 65-72.

11. Кузик С.П., Касянчук З.О. Оцінка туристської придатності території Карпат // С.П. Кузик, З.О. Касянчук // Карпати: український міст в Європу: проблеми і перспективи. – Львів, 1993.

1. Vklad tury`zma v my`rovoj VVP v 2017 godu sostavy`l bolee 10%, – y`ssledovany`e[Eelektronny`j resurs] – Rezhym`m dostupu:

https://biz.censor.net.ua/news/3058303/vklad_turizma_v_mirovoyi_vvp_v_2017_godu_sostavil_bolee_10_issledovanie

2. Baldzhy` M.D. Perspekty`vy` rozvy`tku zapovidnogo tury`zmu v Odes`komu regioni // Naukovy`j visny`k Odes`kogo nacional`nogo ekonomichnogo universy`tetu. – Nauky`: ekonomika, politologiya, istoriya. – 2015. – # 11 (231). – S. 5-16.

3. Tkachenko T.I. Staly`j rozvy`tok tury`zmu: teoriya, metodologiya, realiyi biznesu / T.I. Tkachenko. – К.: Ky`yivs`ky`j nacional`ny`j torgovel`no-ekonomichny`j universy`tet, 2009. – 463 s.

4. Ocinka tury`sty`chno-rekreacijnogo potencialu regionu: monografiya / za zag. red. V. G. Gerasy`menko. – Odesa : ONEU, 2016. – 262 s.

5. Ky`fyak V.F. Rozvy`tok mizhnarodnogo tury`zmu yak ody`n z faktoriv stanovlennya ekonomiky` Ukrainy` / V.F. Ky`fyak // Ekonomika Ukrainy`. – 1995. – Vy`p.7 (404). – S. 85-88.

6. Rudenko V.P. Geografiya pry`rodno-resursnogo potencialu //V.P. Rudenko. – K.: Ky`yev-Mogy`lyans`ka Akademiya; Chernivci: Zelena Bukovy`na,1999. – 567 s.

7. Staty`sty`chny`j zbirny`k “Tury`zm ta vidpochy`nok u Chernivecz`kij oblasti”. – Chernivci, 2018. – 90 s.

8. V'yizd inozemny`x gromadyan v Ukrainu za krayinamy`, z yaky`x vony` pry`bulu` u 2017 roci [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Xy`my`necz` V.V. Potencial stalogo rozvy`tku Karpats`kogo yevroregionu / V. V.Xy`my`necz` // Ekonomist. – 2012. – #10. – S. 18-22.

10. Ky`fyak V.F. Funkcionuvannya yevroregionu «Verxnij Prut» ta jogo rol` v integracijny`x procesax Ukrainy` / V.F. Ky`fyak // Ekonomika Ukrainy`. – 2008. – Vy`p.6 (559). – S. 65-72.

11. Kuzy`k S.P., Kasyanchuk Z.O. Oczinka tury`sts`koyi pry`datnosti tery`toriyi Karpat // S.P. Kuzy`k, Z.O. Kasyanchuk // Karpaty`: ukrayins`ky`j mist v Yevropu: problemy` i perspektyvy`. – L`viv, 1993.

28.08.2018

УДК 658.138:3

JEL Classification: D410

Лисюк Аліса, Маркітан Олександр

ОБҐРУНТУВАННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто та проаналізовано визначення поняття «диверсифікація» як напрямок стратегічного розвитку підприємства.

Проведено класифікацію напрямів диверсифікації діяльності торгових підприємств.

Розглянуто погляди вчених економістів на визначення стратегії діяльності підприємств. Надано власне бачення визначення стратегії диверсифікації у роздрібній торгівлі. Визначено можливі напрямки диверсифікації у роздрібній торгівлі.

Досліджено основні тенденції, які визначають стратегію розвитку торговельного підприємства у сучасних умовах.

Визначені проблеми та основні шляхи ефективного управління процесами диверсифікації на підприємстві в умовах жорсткої конкуренції на прикладі існуючого бізнесу.

Проаналізовано можливість максимізації прибутку при використанні стратегії диверсифікації на підприємстві.

Обґрунтовується напрямок диверсифікації сфер діяльності на прикладі роздрібної мережі «Алло». Перераховано можливі напрямки диверсифікації підприємства, яке займається торгівлею гаджетами.

Визначено, що найбільш доцільним напрямком диверсифікації могло би бути участь у проектах «розумний дім». Наведені докази про комерційну доцільність такого напрямку диверсифікації.

Оскільки ринок телефонії, побутової техніки та портативної техніки вже досить насичений, компанія має можливість оволодіти новим сегментом ринку, який вже знайшов своє місце у розвинених країнах та пропонує великий спектр товарів та послуг.

На прикладі підприємства роздрібної торгівлі ТОВ «Алло» було розроблено низку заходів для підвищення ефективності роботи із споживачами, розширення асортименту та закріплення ведучих конкурентних позицій на ринку з урахування проведення диверсифікації сфер діяльності.

Ключові слова: стратегія, диверсифікація, стратегія зростання, торгове підприємство, розширення, ризики диверсифікації, ефективне управління.

ОБОСНОВАНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье рассмотрено и проанализировано определение понятия «диверсификация» как направление стратегического развития предприятия. Проведена классификация направлений диверсификации торговых предприятий.

Рассмотрены взгляды ученых-экономистов на определение стратегии деятельности предприятий. Наведено собственное видение определения стратегии диверсификации в розничной торговле. Определены возможные направления диверсификации в розничной торговле.

Исследованы основные тенденции определяющие стратегию развития предприятия торговли в современных условиях. Определены проблемы и основные пути эффективного управления процессами диверсификации на предприятии в условиях жесткой конкуренции на примере действующего бизнеса. Проанализирована возможность максимизации прибыли при осуществлении стратегии диверсификации на предприятии.

Обосновывается направление диверсификации сфер деятельности на примере розничной сети «Алло». Перечислены возможные направления диверсификации предприятия, которое занимается торговлей гаджетами. Определено, что наиболее целесообразным направлением диверсификации могло бы быть участие в проектах «умный дом». Приведены доказательства коммерческой целесообразности такого направления диверсификации. Поскольку рынок телефонии, бытовой и портативной техники уже насыщенный, компания имеет возможность завладеть новым сегментом рынка, который уже нашел свое место в развитых странах и предлагает широкий спектр товаров и услуг.

На примере предприятия розничной торговли ООО «Алло» разработаны ряд предложений для повышения эффективной работы с потребителями, расширение ассортимента и укрепления ведущих конкурентных позиций на

рынке с учетом осуществления диверсификации сфер деятельности.

Ключевые слова: стратегия, диверсификация, стратегия роста, торговое предприятие, расширение, риски диверсификации, эффективное управление.

Lyisuk Alisa, Markitan Alexander

THE JUSTIFICATION OF THE DIVERSIFICATION ACTIVITIES OF THE RETAIL ENTERPRISE

The article examine sand analyzes the essence of the concept of “diversification” as a direction of strategic development of trade business. The paper classifies diversification of trade business according to modern conditions that are manifested.

Considered the academic-economist on the definition of the strategy of enterprises. The actual vision for defining the strategy of diversification in retail trade is provided. The possible directions of diversification in retail trade are determined.

The article determines problems and the main ways of effective enterprise management in fierce competition on the example of existing business. The opportunity to maximize enterprise profits using diversification strategy has been analyzed.

The direction of diversification of fields of activity on the example of the retail network "Allo" is grounded. The possible directions of diversification of the enterprise dealing with gadgets trade are listed. It was determined that the most expedient direction of diversification could be involved in the projects "smart home". The evidence of the commercial feasibility of such a diversification direction is presented. As the telephony, home appliances and portable equipment market is already saturated, the company is able to capture new market segments that have already found their place in developed countries and offer a wide range of products and services.

On the example of the retail company Allo Ltd., a number of measures were developed to improve the efficiency of work with consumers, expand the range and consolidate the leading competitive

positions in the market, taking into account the diversification of business activities.

Key words: strategy, diversification, growth strategy, trade business, expansion diversification risks, effective enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стаття присвячена розгляду особливостей стратегії розвитку у аспекті диверсифікації діяльності підприємства роздрібної торгівлі. Оскільки сьогодні роздрібна торгівля займає велику частку ринку в Україні та має досить жорстку конкуренцію, власникам бізнесу необхідно обирати таку стратегію, яка може максимізувати прибуток, задовольнити потреби споживачів та уникнути можливих ризиків.

Аналіз наукових публікацій з теми дослідження та виділення невирішених проблем. В українській і зарубіжній науковій літературі є велика кількість праць, присвячених окремим питанням диверсифікації. Методологічну і теоретичну основи досліджень в галузі диверсифікації склали праці і дослідження закордонних науковців А. Аакера, І. Ансоффа, А. Маршалла, Г. Мінцберга, А.М. Паск'є, М. Портера. Серед українських науковців, виділено праці: М. О. Багорка, І. А., М. Д. Корінко, О. І. Куцерубов, В. М. Лозюк, С. О. Ткаченко. Проаналізувавши дослідження науковців, що займалися питанням диверсифікації підприємства можна зробити висновок, що більшість публікацій присвячено саме діяльності виробничих підприємств, у той час як торгівлі підприємства (особливо роздрібні) не знайшли належної уваги у науковців

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення диверсифікації як потужного інструменту у стратегії розвитку підприємств роздрібної торгівлі. Визначити специфіку та особливості галузі що розглядається, а також передбачити можливі ризики при впровадженні стратегії диверсифікації.

Виклад основного матеріалу. Вибір стратегії розвитку є дуже важливим аспектом діяльності будь-якого підприємства, адже ринкове середовище постійно розвивається та породжує конкуренцію, нові технології та глобалізацію сучасної економіки. Кожне підприємство намагається максимізувати свої прибутки, вдосконалити систему управління, освоїти нові ринки збуту. Важливим напрямком розвитку та збалансованого

зростання підприємства є створення ефективної стратегії для утримання конкурентних переваг, зміцнення капіталу та максимізації прибутку.

Якщо підприємство має достатньо ресурсів для збільшення асортименту, впровадження інновацій та розширення спектру своєї діяльності то доцільним буде використання саме стратегії зростання.

За О.С. Віханським стратегія – це довгостроковий якісно спрямований розвиток організації, що стосується сфери, засобів і форм її діяльності, системи взаємовідносин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі [1, с. 220]. Також автор розглядає три групи стратегій зростання, кожна з яких також включає ряд стратегій:

- концентроване зростання: посилення позицій на ринку; розвиток ринку; розвиток продукту;
- інтегроване зростання: зворотна вертикальна інтеграція; вертикальна інтеграція, яка спрямована вперед;
- диверсифіковане зростання: центрована диверсифікація; горизонтальна диверсифікація; конгломеративна диверсифікація.

На сьогодні досить часто перевага надається стратегії розвитку, заснованій на диверсифікації діяльності господарюючої структури. У конкурентному середовищі, що формується, диверсифікація діяльності підприємств набуває широкого розповсюдження, у тому числі і в торгівлі. Така тенденція пов'язана у першу чергу із стратегією діяльності підприємства, яке прагне досягнути запланованих цілей в конкурентній боротьбі, у тому числі зменшити ризики, що дозволить стабілізувати фінансовий стан протягом певного періоду часу. До диверсифікації вдаються, коли на ринку виникає значна кількість однотипних підприємств, які прагнуть здобути конкурентні переваги і використовують її як інструмент конкурентної боротьби, що у свою чергу сприяє розвитку та посиленню конкуренції в галузі [2, с. 349].

Поняття «диверсифікація» походить від лат. *diversus* – різний та *facere* – робити. Аналіз визначень даного поняття, наведених у науковій літературі, показав, що переважна більшість із них відображає діяльність підприємств різних сфер

виробництва. Нижче наведено основні визначення диверсифікації у науковій літературі:

1. Одночасне ведення декількох видів бізнесу.
2. Одночасний розвиток декількох або багатьох не взаємопов'язаних технологічних видів виробництва або обслуговування, розширення асортименту виробництва або послуг; стратегія, яка передбачає вхід підприємства до нових для нього сфер бізнесу [5, с. 19];
3. Розширення діапазону економічної діяльності, пов'язане з проникненням підприємства до інших нових галузей виробництва, часто технологічно не пов'язаних з основною спеціалізацією цього виробництва [3, с. 71];
4. Спосіб розширення основного бізнесу з метою зростання або зниження ризику;
5. Розподіл капіталу між різними об'єктами вкладення з метою зниження ризику можливих утрат (як капіталу, так і доходів від нього), а також процес виходу підприємства у нові стратегічні зони господарювання, спрямований на розширення числа сфер діяльності на ринку нових продуктів, виробництво яких не пов'язане з основним виробництвом підприємства;
6. Поява у фірми нових напрямів діяльності, орієнтованих на нові ринки;
7. Розширення номенклатури та асортименту продукції, проникнення підприємницьких структур у нові для них галузі економіки.

Отже, було розглянуто 7 визначень поняття «диверсифікація» з чого видно, що теоретична основа тут не достатньо чітка та має відношення до економічних процесів в цілому на будь-якому підприємстві. Така позиція ускладнює пошук методології диверсифікації діяльності підприємства роздрібною торгівлі. З урахуванням вищезазначеного, пропонуємо наступне визначення поняття диверсифікації діяльності підприємства роздрібною торгівлі – це комплекс дій, які спрямовані на розширення видів діяльності підприємства та закріплення позицій на ринку, на основі використання наявних ресурсів ретейлу, залучення нових, ефективного управління для досягнення конкурентних переваг у бізнес-середовищі, зміцнення інвестиційного портфелю за рахунок перерозподілу

ресурсів та підвищення ефективності функціонування торговельних підприємств.

Диверсифікацію діяльності підприємницьких мереж у торгівлі доцільно класифікувати за рядом ознак. Зокрема, за характером діяльності слід розрізняти споріднену та не споріднену диверсифікацію. Споріднена диверсифікація передбачає активізацію присутності ретейловській мережі у новій сфері, що за своїми характеристиками, технологій та особливостями ведення бізнесу схожа на основний вид діяльності даної структури та базуються на використанні тих самих продуктів. Неспоріднена диверсифікація пов'язана з активізацією зусиль ретейловській мережі у новому бізнесі, що за своєю специфікою відрізняється від наявної сфери діяльності даної структури.

Диверсифікація діяльності торговельних підприємств охоплює ряд напрямів. У результаті досліджень у вітчизняній практиці діяльності торговельних підприємств виявлені напрями диверсифікації у технології торгівлі - передбачає диверсифікацію торгового обладнання, системи товаропостачання; організацію торгівлі, різноманіття методів продажу, формування графіку роботи під споживчий трафік, активізація продажів, розширення та вдосконалення асортименту; комбінування торговельної діяльності з іншими видами діяльності. Виявляється за напрямками: торгівля – виробництво, торгівля – заготівля, торгівля – послуги. Варто зауважити, що всі напрямки диверсифікації є взаємозалежними та взаємопов'язаними, бо спрямовані на досягнення основної мети торговельного підприємства – одержання максимального прибутку та задоволення потреб покупців. Якщо говорити про використання підприємствами роздрібною торгівлі стратегії диверсифікації, то можна виділити наступні основні напрями:

- відкриття мереж магазинів, гіпермаркетів, створення групи компаній, які пропонують споживачам різні товари та послуги;

- створення власного виробництва та розповсюдження товарів у межах своїх торгових точок та у партнерів;

- створення Інтернет-магазину з відповідної продукцією;

- відкриття додаткового виду бізнесу, який може бути як спорідненим та і не спорідненим з основним видом діяльності;

- виготовлення продукції на експорт та створення відповідного підрозділу.

Підприємці, що обирають стратегію диверсифікації як стратегію росту для свого торгового підприємства мають наступні цілі:

- залучення вільних фінансових ресурсів у нові напрямки для отримання більшого прибутку;

- забезпечення задоволення попиту споживачів за рахунок розширення або вдосконалення асортименту;

- залучення нових споживачів та формування лояльності до торгової марки;

- забезпечення росту фінансово-економічних показників;

- розподіл комерційних ризиків між різними видами діяльності;

- використання ефективних методів у боротьбі із компаніями-конкурентами.

Диверсифікація може здійснюватися в межах наявних ресурсів підприємницької мережі (наприклад, відкриття мережею магазинів з продажу побутової техніки та електроніки власного Інтернет-магазину аналогічної спеціалізації) та у результаті активізації процесів придбання, злиття та поглинання (наприклад, відкриття на місці колишніх магазинів, які входили до складу мережі-конкурента, нової мережі торговельних об'єктів). Так на прикладі підприємства роздрібної торгівлі ТОВ «Алло» було розроблено низку заходів для підвищення ефективності роботи із споживачами, розширення асортименту та закріплення ведучих конкурентних позицій на ринку. Оскільки пороги входження на зарубіжні ринки досить високі необхідним є розробка стратегії розвитку саме на території України, якісним прикладом такої стратегії є диверсифікація діяльності то рогового підприємства. Враховуючи умови економічного середовища та різні ресурси що є у розпорядженні підприємства.

У процесі дослідження роботи торговельних точок роздрібної торгівлі у ТОВ «Алло» були виявлені наступні проблеми у процесі обслуговування покупців, наявності товару та можливості його придбання:

- широка лінійка товарів різного призначення на відносно невеликій площі магазину;

- зниження продуктивності та ефективності обслуговування за рахунок неможливості запам'ятовування усіх характеристик такого великого асортименту;
- високі вимоги покупців до знань персоналу та вміння провести презентацію користування товаром;
- зацікавленість клієнтів у новому сегменті «розумний дім»;
- недостатня кількість товару сегменту «розумний дім» та відведення незначної площі у магазині;
- відсутність проведення тренінгів та занять по даному сегменту для персоналу;
- складна система замовлення деяких найменувань, включаючи продукцію «розумний дім»;
- висока конкуренція з іншими магазинами портативної та побутової техніки;
- великі витрати на рекламу продукції, яка присутня також у конкурентів;
- відсутність сервісу монтажу «розумного дому» при покупці даного товару.

Вищезазначені чинники є елементами, що не лише створюють умови ефективної організації торгівлі, але й впливають, у цілому, на культуру та рівень обслуговування покупців. Відповідно диверсифікація, спрямована на покращення умов праці та умов обслуговування покупців, сприяє формуванню конкурентних переваг, а в кінцевому результаті, сприяє інтенсифікації розвитку конкуренції між торговельними підприємствами.

Тому нами запропоновано впровадження нового сегменту ринку для торгово-роздрібної мережі «Алло» - «розумний дім». Оскільки ринок телефонії, побутової техніки та портативної техніки вже досить насичений, компанія має можливість оволодіти новим сегментам ринку, який вже знайшов своє місце у розвинених країнах та пропонує великий спектр товарів та послуг. Внутрішнє зростання передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів.

На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: створення продукції, подібної до існуючої:

- створення зовсім нової продукції;

- диверсифікація ринків;
- диверсифікація технологій.

Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку.

Мета внутрішньої диверсифікації полягає у створенні основи для забезпечення збереження підприємства у майбутньому. Компанія матиме можливість залучити вільні кошти у сегмент, відкрити новий магазин, створити підрозділ на підприємстві, який буде займатися розвитком, безперервним постачанням та вдосконаленням сервісу обслуговування покупців, також необхідним вважаємо створення монтажного підрозділу для надання повного спектру послуг споживачам. Зважаючи на те, що сегмент товарів «розумний дім» буде новий необхідним вважаємо залучення стратегії диверсифікації не тільки у освоєнні нового напрямку, а й у методах активізації продажів.

Сьогодні спостерігається непинне зростання насиченості ринку товарами та послугами в умовах трансформації ринку. У світовій практиці з метою активізації продажу фірми застосовують такі інструменти, як рекламу, візуальну викладку товарів, пропаганду, персональну торгівлю, зв'язок з громадськістю, додаткові послуги і спеціальні стимули. У вітчизняній торгівельній практиці, коригування ціни продажу, застосування виїзної торгівлі в місця інтенсивних потоків покупців, інтенсивна реклама, послуги, пов'язані з купівлею товару, тематичні виставки продажу, у тому числі із запрошенням спеціалістів виробника товару, проведення дегустації, спеціальні стимули, пропаганда тощо.

Продумана продуктово-асортиментна диверсифікація справляє істотний вплив на економіку підприємства, адже для її здійснення потрібно значно менше коштів порівняно з галузевою диверсифікацією і водночас вона дає змогу підвищити конкурентоспроможність продукції, збільшити її збут, завдяки повнішому задоволенню потреб споживачів, здійснювати гнучкішу цінову політику. У результаті

підвищується прибутковість виробництва, зміцнюється позиція підприємства на ринку, зростає його конкурентоспроможність.

Разом із тим, формування широко диверсифікованої торгівельної структури потребує високого рівня кваліфікації управлінського персоналу. Чим більше стратегічних бізнес-одиниць у різних сферах діяльності входить до складу корпоративної підприємницької структури, тим більш складним є процес координації та своєчасного виявлення проблем. Будь-який структурний підрозділ може отримати скорочення фінансово-економічних показників діяльності. За таких умов необхідно провести ефективний перерозподіл фінансових ресурсів між структурними елементами.

Слід розуміти, що диверсифікація діяльності є складним і багатогранним процесом, адже диверсифікація – це підхід до зниження ризиків у діяльності для забезпечення необхідного рівня економічної ефективності, але сам процес реалізації стратегії диверсифікації несе у собі нові потенційні ризики, які можуть вплинути на загальну економічну ефективність підприємства.

Необхідно окреслити основні ризики, які можуть виникнути внаслідок вибору стратегії розвитку у аспекті диверсифікації. Отже, процес диверсифікації діяльності підприємства роздрібної торгівлі незалежно від її напрямів і форм притаманні наступні ризики:

- незнання або недостатнє вивчення специфіки нового ринку та особливостей купівельної поведінки споживачів;
- погіршення загальної економічної ситуації у країні;
- загострення конкуренції за рахунок активізації наявних конкурентів і виходу на ринок нових суб'єктів підприємницької діяльності;
- не прогнозовані фінансові втрати в наслідок погіршення кон'юнктури обраного ринку;
- погіршення іміджу відомого бренду в разі негативних наслідків діяльності.

За таких умов важливості набуває ефективне управління диверсифікацією діяльності підприємницьких проєктів у торгівлі, під яким пропонуємо розуміти цілеспрямований вплив на процес впровадження нових стратегічно важливих. Напрямів діяльності, форм торгівлі з метою підвищення ефективності та

забезпечення стабільності функціонування сформованої корпоративної структури як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективах.

Висновки. У статті було розглянуто поняття стратегії диверсифікації діяльності підприємства роздрібної торгівлі, такий тип диверсифікації є дуже популярним на сьогодні оскільки торгівельні підприємства займають велику частку економіки України. Проаналізовано основні наукові дослідження методи, напрямки та ризики здійснення стратегії диверсифікації. Було виявлено, що питанню диверсифікації роздрібної торгівлі не приділено належної уваги, тому було нами було запропоноване поняття «диверсифікація у розрізі діяльності підприємства роздрібної торгівлі». На прикладі існуючого підприємства ТОВ «Алло» було розкрито сутність стратегії диверсифікації, шляхом розвитку бізнесу та освоєння нових видів товару.

Література

1. Виханский О. С. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – [3-е изд.]. – М. : Гардарика, 2002. – 528 с.
2. Стефаненко М. Методологічні засади розвитку торгівельних підприємств / М. Стефаненко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – Вип. 2. – С. 348-355.
3. Должанський І. З., Лозюк В. М. Диверсифікація товарної пропозиції торгового підприємства // Механізм регулювання економіки. – 2009. – Т. 2, № 4. – С. 70 – 78.
4. Скоробогатов М. М., Куцербубов О. І. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах / М. М. Скоробогатов, О.І. Куцербубов // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – 3 (25). – С. 18 – 21.
5. Кавун О. О. Диверсифікація діяльності підприємницьких мереж у торгівлі: сутність, форми, мотиви та ризики здійснення / О. О. Кавун // Проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 243-248.

1. Vy`xansky`j O. S. Menedzhment: uchebny`k / O. S. Vy`xansky`j, A. Y` . Naumov. – [3-e y`zd.]. – M. : Gardary`ka, 2002. – 528 s
2. Stefanenko M. Metodologichni zasady` rozvy`tku torgivel`ny`x pidpry`emstv / M. Stefanenko // Ekonomichna strategiya i perspekty`vy` rozvy`tku sfery` torgivli ta poslug. – 2011. – Vy`p. 2. – S. 348-355.
3. Dolzhans`ky`j I. Z., Lozyuk V. M. Dy`versy`fikaciya tovarnoyi propozy`ciyi torgovogo pidpry`emstva // Mexanizm regulyuvannya ekonomiky`. – 2009. – T. 2, # 4. – S. 70 – 78.
4. Skorobogatov M. M., Kucerubov O. I. Dy`versy`fikaciya yak ody`n iz shlyaxiv pidvy`shhennya efekty`vnosti diyal`nosti pidpry`emstv u suchasny`x umovax / M. M. Skorobogatov, O. I. Kucerubov // Ekonomichny`j visny`k Donbasu. – 2011. – # 3 (25). – S. 18 – 21.
5. Kavun O. O. Dy`versy`fikaciya diyal`nosti pidpry`emny`cz`ky`x merezh u torgivli: sutnist`, formy`, moty`vy` ta ry`zy`ky` zdijsnennya / O. O. Kavun // Problemy` ekonomiky`. – 2014. – # 2. – S. 243-248.

27.08.2018

УДК 338.012

JEL Classification: K230

Мариніч Ігор

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КНИЖКОВОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Книговидання як традиційна основа інформаційної сфери України, яка має давню книжну культуру, належить до стратегічних пріоритетів держави у гуманітарній сфері й потребує особливої політичної відповідальності.

Національне книговидання і книгорозповсюдження виконують основоположну функцію передусім у формуванні культурно-освітнього простору й духовного зростання нового покоління української нації, у розвитку й утвердженні мов етносів України та державної мови як вирішального етно-

консолідуючого чинника. Національне книговидання як стратегічна галузь є невід'ємною складовою національної безпеки й потребує державної підтримки.

Сьогодні у книжковій галузі України існує низка проблем. В умовах доволі низьких показників книгодруку, зниження читацького попиту на друковане видання, вихід на кінцевого споживача є стратегічно важливим завданням для кожного конкретного видавництва, а також і самого автора. Щоб викликати зацікавлення до випущеної літератури, видавцеві та авторові необхідна продумана ефективна стратегія з інформування споживачів про книги, формування за її допомогою позитивного іміджу видавництва і, зрештою, пропагування читання. Тому аналіз стану і перспектив у сфері книжкової промоції, визначення тенденцій у її розвитку є теоретичним та практичним питанням для нинішнього книжкового ринку та є надзвичайно актуальним.

У випуску книжкової продукції спостерігається орієнтація на одночасний друкований, цифровий та мобільний паблішинг; кросплатформність; створення мультимедіавидань, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо-, відеоефекти. Ефективність книговидання в європейських країнах забезпечує розвинена система розповсюдження книжкової продукції.

Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність діяльності, використовуючи такі бізнес-моделі та технології: друк на замовлення (*printondemand*); друк після продажу загального тиражу з наступним постачанням (*printposttrading*); краудфандинг (передплатна модель книговидання).

Подібні стратегії дають змогу ефективно використовувати матеріальні ресурси, уникнути складських витрат, налагодити плідну взаємодію зі споживачами. Сучасні комп'ютерні технології використовують і для маркетингових досліджень, реклами та пропаганди книжкової продукції; прямої взаємодії з читацьким середовищем; формування електронних бібліотечних систем.

Ключові слова: книжкова галузь, книжкова продукція, книготорговельні підприємства, друк на замовлення, друк після продажу, краудфандинг, стратегія.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BOOK INDUSTRY IN UKRAINE

Book publishing as the traditional basis of the information sphere of Ukraine, which has a long book culture, belongs to the strategic priorities of the state in the humanitarian sphere and needs special political responsibility. National book publishing and book distribution serve as a fundamental function, first of all, in the formation of the cultural and educational space and the spiritual growth of a new generation of the Ukrainian nation, in the development and consolidation of the languages of the ethnic groups of Ukraine and the state language as a decisive ethno-consolidating factor. National book publishing as a strategic industry is an integral part of national security and needs state support.

Today, the book industry in Ukraine has a number of problems. In the conditions of rather low indexes of book-book, reducing the reader's demand for a printed publication, the output to the end user is a strategically important task for each particular publishing house, as well as the author himself. In order to attract interest in the published literature, the publisher and author need a well thought-out effective strategy for informing consumers about books, forming a positive image of the publisher through it, and, finally, promoting reading. Therefore, an analysis of the state and prospects in the field of book promotion, identification of trends in its development is a theoretical and practical issue for the current book market and is extremely relevant.

The publication of book products focuses on simultaneous printing, digital and mobile publishing; crossformity; creating multimedia presentations that combine interactive illustrations, audio and video effects. The effectiveness of book publishing in European countries is ensured by a well-developed distribution system for book products.

Modern book publishers and booksellers increase their efficiency by using the following business models and technologies: print on order (printondemand); print after the sale of the general circulation with the subsequent delivery (printposttrading); crowdfunding (subscription model of book publishing). Such

strategies make it possible to efficiently use material resources, avoid warehouse costs, and establish fruitful interaction with consumers. Modern computer technologies are also used for marketing research, advertising and promotion of book products; direct interaction with the reader environment; the formation of electronic library systems.

Key words: book industry, book products, bookstore enterprises, printing on order, post-sale print, crowdfunding, strategy.

Маринич Игорь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КНИЖНОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ

Книгоиздания как традиционная основа информационной сферы Украины, которая имеет давнюю книжную культуру, относится к стратегическим приоритетам государства в гуманитарной сфере и требует особого политической ответственности. Национальное книгоиздания и книгораспространения выполняют основополагающую функцию прежде всего в формировании культурно-образовательного пространства и духовного роста нового поколения украинской нации, в развитии и утверждении языков этносов Украины и государственного языка как решающего этно-консолидирующего фактора. Национальное книгоиздание как стратегическая отрасль является неотъемлемой составляющей национальной безопасности и нуждается в государственной поддержке.

Сегодня в книжной отрасли Украины существует ряд проблем. В условиях довольно низких показателей книгопечатания, снижение читательского спроса на печатное издание, выход на конечного потребителя является стратегически важной задачей для каждого конкретного издательства, а также и самого автора. Чтобы вызвать интерес к выпущенной литературе, издателю и автору необходима продуманная эффективная стратегия по информированию потребителей о книгах, формирование с ее помощью положительного имиджа издательства и, наконец, пропаганда чтения. Поэтому анализ состояния и перспектив в сфере

книжной продвижения, определение тенденций в ее развитии является теоретическим и практическим вопросам для нынешнего книжного рынка и является чрезвычайно актуальным.

В выпуске книжной продукции наблюдается ориентация на одновременный печатный, цифровой и мобильный паблишинг; кроссплатформность; создание мультимедиа-видеанов, сочетающие интерактивные иллюстрации, аудио-, видеоэффекты. Эффективность книгоиздания в европейских странах обеспечивается развитой системой распространения книжной продукции.

Современные книжные издательства и книготорговые предприятия повышают эффективность деятельности, используя такие бизнес-модели и технологии: печать на заказ (printondemand) печать после продажи общего тиража с последующей поставкой (printposttrading) краудфандинг (подписная модель книгоиздания). Подобные стратегии позволяют эффективно использовать материальные ресурсы, избежать складских расходов, наладить плодотворное взаимодействие с потребителями. Современные компьютерные технологии используют и для маркетинговых исследований, рекламы и пропаганды книжной продукции; прямого взаимодействия с читательской средой; формирования электронных библиотечных систем.

Ключевые слова: книжная отрасль, книжная продукция, книготорговые предприятия, печать на заказ, печать после продажи, краудфандинг, стратегия.

Постановка проблеми. Розбудова української держави неможлива без розвитку національного книговидання, яке відіграє важливу роль у самоусвідомленні нації, формуванні культури, духовності та водночас є свідченням національно-культурного відродження українського народу. Книга була і залишається найефективнішим засобом передачі знань та ідей у їх єдності та цілісності, а читання книги – найактивніше сприяє виробленню універсальної та фундаментальної картини світу, формування різнобічного світогляду, глибинних переконань людини, стимулюванню її участі в житті суспільства. Численні засоби масової інформації не можуть у цих аспектах

конкурувати з книгою, так як дають короткострокову і фрагментарну інформацію про навколишній світ. Розвиток сучасних ЗМІ та інформаційних технологій повинен надавати нові можливості для розвитку книговидання.

В умовах розвитку інформаційного суспільства в Україні повинна формуватися державна політика, спрямована на розвиток вітчизняного книговидання з метою задоволення культурно-освітніх потреб суспільства; забезпечення захисту національного інформаційного простору; забезпечення конкурентоспроможності української книги на внутрішньому а в майбутньому і зовнішньому ринках шляхом використання суб'єктами видавничої справи нових технологій книговидання та поліпшення якості української книжкової продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В якості сучасних науковців, які досліджують перспективи розвитку вітчизняної книжкової галузі доречно віднести: Г.П. Грета, О.В. Афонін, А. Мураховський та ін. Досліджуючи український ринок книговидання та книгорозповсюдження фахівці підкреслюють необхідність вивчення закордонного досвіду та потребу впровадження інноваційних підходів для розвитку цього ринку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Залишаються невирішеними питання, пов'язані із сучасним розвитком книжкової галузі в Україні, впровадженні існуючих за кордоном методів і стратегій, що підвищують ефективність діяльності в даній царині

Формування завдання обумовлене оновленнями на книжковому ринку в Україні на основі прискіпливого аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Книговидання України досі має низькі показники випуску книжкової продукції. Впродовж 1993–2008 рр. показник випуску не перевищував двох книг на душу населення і за результатами 2008 р. становив 1,26 книги, а далі почав поступово зменшуватись Загальний випуск книжкової продукції з 2008 р., коли становив 58,2 млн прим. і 24040 назв видань, опустився до 24,9 млн. примірників в 2017 р. Кількість назв видань кожного року збільшується, але загальний тираж навпаки – зменшується, за виключення останніх двох років, але не досягаючи сприятливих років 2008, 2012 і 2013. Книжкова

продукція в Україні з кожним роком стає різноманітнішою, але загальна кількість примірників є недостатньою. Так, щоб досягнути рівня 1991 р., вітчизняні книговидавці повинні збільшити щорічний випуск ще на 80 млн прим. [4, с. 20].

Відзначається також зменшення середнього тиражу видання. Так, у 1991 р. він становив 23,3 тис. примірників, а у 2017 р. – 2,4 тис. Зниження тиражів є загальноосвітньою тенденцією. Для видавництва видання невеликого тиражу у 2–3 тис. примірників є більш безпечним та економічно вигідним. Точніше, собівартість такого примірника буде вищою, ніж у багатотисячника, але й вірогідність реалізації вища, що для вітчизняного видавця є вирішальним.

Книжковий ринок України заповнений продукцією з близького зарубіжжя. Аналіз статистичної інформації з даного питання свідчить, що у 2008 р. частка імпорту друкованої продукції становила близько третини загального товарообороту, а саме 105,8 млн дол., а в 2017 р. – 98,6 [5]. Роздрібний товарооборот книг, газет, журналів, друкованих та на електронних носіях за результатами 2017 р. становив 1764,9 млн. грн (близько 350 млн. дол.) [5].

У 2008 р. українською мовою було видано 16417 назв видань (68,3%) сукупним тиражем 32606,1 тис. прим. (56,1%); в 2010 р. – 14852 (65,8%); в 2013 р. – 16310 (62%); в 2016 р. – 14900 (70%); в 2017 р. – 15789 (71,6%), загальним тиражем 32859,7 тис. примірників (72,8%). Російською мовою в 2008 р. було видано 5748 назв видань (23,9%) сукупним тиражем 22534,9 тис. прим. (38,7%); в 2010 р. – 5554 (24,6%); в 2013 р. – 7198 (27,3%); в 2016 р. – 3964 (18,6%); в 2017 р. – 3889 (17,6%), загальним тиражем 9439 тис. примірників (20,9%).

Загальна кількість випуску книжкової продукції за останні два роки починає зростати, при чому перевага віддається україномовним виданням. Але найбільші показники простежуються в 2012 та 2013 роках. Протягом останніх років даний показник нестабільний, що, звичайно, є негативним явищем для українського ринку в умовах його наповнення імпортною продукцією. На кожного мешканця України в 2017 році видано всього 0,5 книги. Середній тираж одного україномовного видання становить 2 тис. екземплярів.

Такий стан справ, звичайно, виник у результаті впливу певних причин. Фінансова криза, низька платоспроможність населення, посилення податкового тиску та відсутність послідовної протекціоністської політики з боку держави, масивний імпорт книжкової продукції з Росії, зруйнована книгорозповсюджувальна мережа, використання технічно застарілого поліграфічного обладнання, залежність від імпортової сировини та слабо розвинена вітчизняна сировинна база, високі ставки по кредитах, брак коштів на придбання нового поліграфічного устаткування та сучасних матеріалів, повільне впровадження у виробництво новітніх технологій та ринкових методів управління є основними причинами теперішнього становища книговидання в Україні.

Узагальнюючи дослідження провідних учених-книгознавців [2, 6], можна виділити такі основні причини сучасного стану книжкового ринку в Україні:

1. Державна політика та законодавче поле.

В наукових працях виділено декілька етапів розвитку законодавчого поля у сфері книговидання:

I. 1990–1994 рр. – зародження нової правової бази;

II. 1995–2001 рр. – криза у книжковому законодавстві;

III. 2002–2003 рр. – стриманий оптимізм [7].

IV. з 2004 р. – період поступового відродження книговидання [6].

V. з 2015 р. – відновлювальний етап.

2. Фінансова криза 1990-х.

Безумовно фінансова криза 1990-х років мала визначальний вплив на тогочасний занепад книговидавничої справи. Низька платоспроможність населення, прагнення задовольняти первинні потреби і зниження інтересу до книги у споживачів, переорієнтація капіталу та бізнесу на більш прибуткові сфери, призвели до зниження обсягів продажу книжок, зменшення обігових коштів видавництв та поліграфічних фабрик, сприяли руйнації книготорговельних мереж. Зниження фінансових можливостей поліграфічних фабрик у свою чергу уповільнило оновлення парку технологічного обладнання, впровадження нових технологічних розробок, що призвело до морального та фізичного старіння поліграфічного устаткування.

3. Руйнація системи книгорозповсюдження.

Важливою складовою видавничої справи є книгорозповсюдження. Мало видати книгу, потрібно ще донести її до читача, доставити у всі куточки країни, щоб вона реалізувала свою інтелектуальну та товарну функцію.

Руйнація системи книгорозповсюдження негативно вплинула на функціонування книговидавничої справи в Україні, значно обмеживши можливості збуту книжкової продукції і уповільнивши розвиток галузі.

4. Технічна база галузі.

Розвиток книговидавничих технологій, нових видів матеріалів, вимог до швидкості та якості поліграфічного виконання ставлять нові завдання перед поліграфістами, стимулюють їх якнайефективніше використовувати свої трудові, фінансові та технічні ресурси. У цьому контексті важливим завданням є технічне переоснащення підприємств.

Державним бюджетом фінансування переоснащення поліграфічних підприємств не передбачено. Асортиментного ряду поліграфічних машин, що виробляються в Україні, недостатньо для забезпечення потреби в необхідному обладнанні. На підприємствах галузі головним чином використовуються імпортні дорогі машини.

5. Залежність від імпортної сировини.

Український видавничий ринок залежить від імпортної паперової сировини. Власні обсяги випуску паперу недостатні. Так, 2010 р. потреби видавців та інших споживачів офсетного паперу були задоволені лише на 12,1% вітчизняною продукцією, решта – близько 105 тис. т паперу – імпорт. Виробництво газетного паперу покриває потреби вітчизняних видавців лише на 20%. Постачальниками паперу в Україну є Росія, Німеччина, Словаччина, Польща [8, с. 17]. За даними Держкомстату, імпорт паперу та картону становить за результатами 2017 р. 1,3 млрд дол.

Підсумовуючи зазначимо, що книговидавнича справа на даному етапі перебуває у незадовільному стані. Основні показники випуску книжкової продукції малі і не задовольняють потреби споживачів. Книжковий ринок заповнений імпортною продукцією і обсяги імпорту щороку збільшуються. На сьогодні вітчизняна книга є малодоступною у віддалених куточках країни

і існуюча система книгорозповсюдження не задовольняє потреб споживачів. До нинішнього стану справ призвели об'єктивні причини, які зберігались упродовж років і мали серйозні наслідки. Серед таких факторів можна виділити: фінансову кризу 1990-х, тривалу відсутність пільг, руйнацію системи кригорозповсюдження, застарілу технічну базу галузі, залежність від імпоротної сировини. Для виправлення ситуації українське книговидання потребує виваженої державної політики, створення сприятливих умов для розвитку, запровадження комплексу заходів з його підтримки. Пошук шляхів виходу з ситуації, що склалася у вітчизняній книговидавничій справі, вимагає ретельного дослідження та подальшого розроблення.

Для аналізу книжкового ринку України обрано інформацію лише про внутрішній ринок країни, який за приблизними підрахунками забезпечує від 20 до 23 % усього книгоспоживання в державі, тоді як сукупний легальний, індивідуальний та нелегальний імпорт з Росії разом з піратськими виданнями становить приблизно 73-74% долі ринку.

Завдяки різноманітним ініціативам, включно зі звільненням від сплати податків, у 2008 році після періоду сталого росту і до початку міжнародної економічної кризи, котра почалася того ж року, розповсюдження книг досягло показника в середньому 1,26 книги на українця, тоді як річний випуск нових найменувань потроївся та знову досяг рівня 1990-х років – 21 500 нових публікацій та 1 326 нових видань у 2011 році. У наступному десятилітті після 2002 року спостерігався значний ріст показників видавничого сектора, починаючи від 11 651 нової публікації, 793 перевидань та сукупного тиражу 48 мільйонів примірників. 2008 рік ознаменував пік розвитку цієї галузі з показниками 22 825 нових публікацій, 1 225 перевидань та сукупного тиражу 58 мільйонів примірників. Після цього почалась економічна криза, яка завдала руйнівного удару цілій країні, а разом з тим видавничій сфері та іншим галузям промисловості. Тим не менше, до 2011 року світ побачило 21 500 нових видань та 1 326 перевидань, що загалом становило 47 мільйонів розповсюджених примірників. У 2011 році було офіційно зареєстровано 1 576 книговидавців, серед яких 484

випускали 10 чи більше публікацій на рік (у 2008 році ці цифри становили 1 792 та 454 відповідно). Середній тираж видань становив 3 800 примірників у 2002 році, тоді як у 2007 році – 3 100, у 2011 – 2 000. Для художніх видань тенденція була дещо іншою: з 1 500 примірників у 2002 до 2 500 у 2011 році. Проте ця цифра все ще значно поступалась показнику 2007 року, який становив 3 300 примірників. Зараз Україна, хоч і незначно, але нарощує книговидавництво, і це засвідчують результати починаючи з 2015 року. В 2015 році це було 19800 назв, сумарно 36,9 млн примірників всіх книжок – разом з підручниками для загальноосвітньої школи, навчальною, методичною, художньою літературою. У 2016 році ця кількість склала 21300 назв і 48,8 млн примірників.

Електронні книги почали набувати популярності в Україні з появою таких електронних пристроїв для читання, як *PocketBook*, з переважаючим форматом документів PDF, ePub та TXT, а також регіонально популярним FB2. Проте, піратські електронні книги все ще серйозно домінують на ринку порівняно з легальним ринком електронних книг, котрий починає поволі з'являтися в Україні.

Останніми роками відпускна ціна книги українських видавництв містила такі середні розміри витрат і рентабельності (рис. 1).

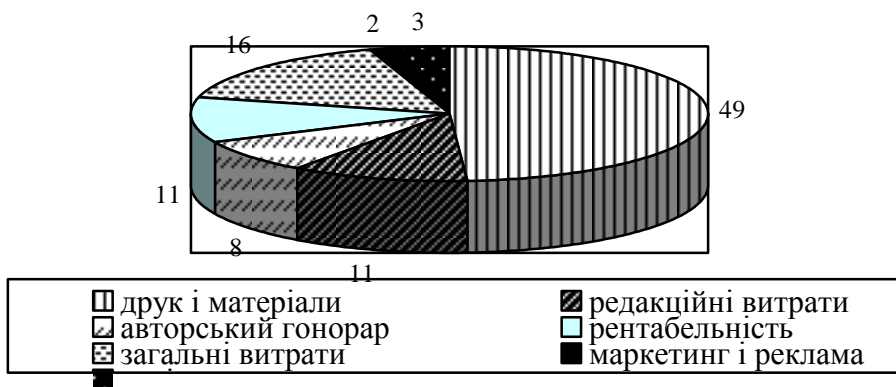


Рис. 1. Відпускна ціна книги зі статтями витрат і рентабельністю, у % (побудовано з даними [10])

Української Асоціації видавців і книгорозповсюджувачів оцінює внутрішній книжковий ринок так [9, 10]:

- книжки, видані українською, російською та мовами національних меншин — 20–23 %;
- книжки, імпортовані з усіх країн, крім Росії, — близько 5 %;
- книжки з Росії (імпортовані легально, контрабанда і піратське додрукування) — 73–75 %.

Експерти галузі оцінюють оборот роздрібної торгівлі книг в Україні приблизно у 750–800 мільйонів гривень. Приблизно 25 мільйонів примірників розповсюджують через канали роздрібної торгівлі, тоді як загальний обсяг книговидання в Україні становить приблизно 47 мільйонів примірників.

Частка вітчизняних видань на книжковому ринку в різні роки коливалась від 5–7 % до нинішніх 20–23 %, однак на ринку завжди переважали книжки російських видавництв.

Сумарний обсяг роздрібних продажів книжок розміщено на рис. 2.

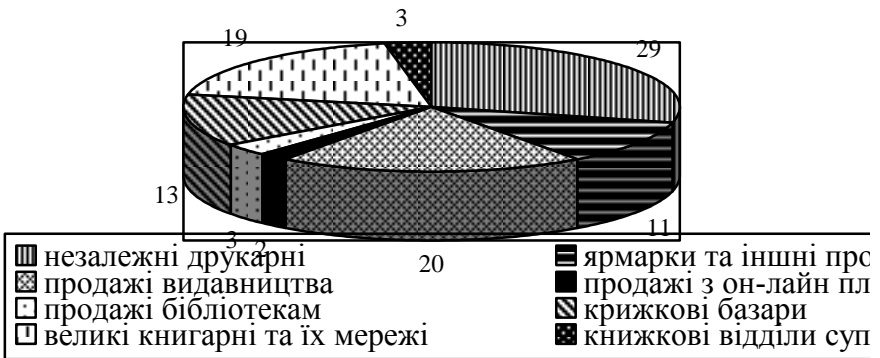


Рис. 2. Загальний обсяг продажу книжок, %
(побудовано з даними [10])

Аналізуючи стан розвитку даної галузі слід відзначити ряд значних проблем, які стримують розвиток книговидання, зокрема недостатній рівень державної підтримки даної галузі,

низька конкурентоздатність, низький рівень попиту українців на книжкову продукцію, зумовлений зростанням цін на книжкову продукцію, зменшенням реальних доходів населення (за даними Держкомстату питома вага витрат домогосподарств на задоволення культурних потреб (в т.ч. на придбання книг) та відпочинок за останні роки становить 2,4%). і відсутністю інтересу до книжкової продукції.

Висновки. Дослідження видавничого ринку України свідчить про те, що він неструктурований, в країні нема чіткої державної політики в царині книговидавництва. Рішення влади щодо формування видавничого сектору національної економіки як культурної індустрії європейського зразка були фрагментарними і не сприяли його розвитку.

Утім видавничий сектор України має значний інтелектуальний, організаційний, технологічний потенціал, реалізація якого могла б забезпечити досить швидкий розвиток ринку книги і надати йому рис культурної індустрії.

Для цього потрібно:

- створити управлінську структуру як громадського інституту (за прикладом Франції чи Польщі) або органу виконавчої влади, яка б працювала на розвиток національного книговидавництва та його структуризації;
- розробити державну комплексну програму популяризації книги і читання;
- забезпечити системне бюджетне фінансування бібліотек;
- надати суб'єктам видавничої справи доступ до кредитних ресурсів, створити законодавчі умови, за яких стане можливим залучення до книговидавництва інвестиційних ресурсів з інших сфер національного бізнесу;
- організувати системне і комплексне наукове дослідження книжкового ринку;
- гарантувати з боку держави захист прав автора та видавця і на ринку традиційної паперової книги, і в сфері електронних видань, системно боротись з виявами піратства;
- розробити законодавчий акт, який би обмежував торгівлю націнку на книжкову продукцію у роздрібній торгівлі, або встановити єдину роздрібну ціну в усіх точках продажу книжок.

Література

1. Грет Г. П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України / Г. П. Грет // Вісн. Львів. ун-ту. – Вип. 12. – 2012. – С. 105-116.
2. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. – К. : Кн. палата України, 2009. – 278 с.
3. Мураховський А. Держава всіляко підтримує розвиток книговидавничої галузі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=65823
4. Сенченко М. Книгодрукування трьох слов'янських країн: Україна, Білорусь, Росія // Вісник книжкової палати. – 2008. – № 3 – С. 3–9.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим дотупу: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
6. Кучина Н.І. Розвиток книговидавничої справи в незалежній Україні : автореф. дис... канд. іст. наук: 17.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. – К., 2007. – 20 с.
7. Копистинська І. М. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991–2003 рр.): Дис... канд. філол. наук / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2004. – 223 с.
8. Водолазька С. Українська поліграфія в статистичному вимірі // Друкарство. – 2005. – № 2. – С. 14–18.
9. Офіційний сайт Книжкової палати України. Випуск видавничої продукції в Україні в 2015 році [Електронний ресурс] / Книжкова палата України. – Режим доступу: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2015.
10. Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.uabooks.info.

1. Hret H. P. Knyhorozpovsyudzhennya v strukturi knyzhkovoyi spravy Ukrayiny / H. P. Hret // Visn. L'viv. un-tu. – Vyp. 12. – 2012. – S. 105-116.
2. Afonin O. V. Ukrayins'ka knyha v konteksti svitovoho knyhovoy-dannya / O. V. Afonin, M. I. Senchenko. – K. : Kn. palata Ukrayiny, 2009. – 278 s.
3. Murakhovs'kyy A. Derzhava vsilyako pidtrymuye rozvytok knyhovydavnychoyi haluzi [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=65823
4. Senchenko M. Knyhodrukuvannya tr'okh slov"yans'kykh krayin: Ukrayina, Bilorus', Rosiya // Visnyk knyzhkovoyi palaty. – 2008. – # 3 – S. 3–9.
5. Ofitsiynnyy sayt Derzhavnogo komitetu statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dotupu: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
6. Kuchyna N.I. Rozvytok knyhovydavnychoyi spravy v nezalezhniy Ukrayini : avtoref. dys... kand. ist. nauk: 17.00.01 / Kyyivs'kyy natsional'nyy universytet kul'tury i mystetstv. – K., 2007. – 20 s.
7. Kopystyns'ka I. M. Tendentsiyi suchasnoho vitchyznyanoho knyhovydannya: orhanizatsiynnyy, tematychnyy ta reklamno-promotsiynnyy aspekty (1991–2003 rr.): Dys... kand. filol. nauk / Kyyivs'kyy natsional'nyy un-t im. Tarasa Shevchenka. Instytut zhurnalistyky. – K., 2004. – 223 s.
8. Vodolaz'ka S. Ukrayins'ka polihrafiya v statystychnomu vymiri // Drukarstvo. – 2005. – # 2. – S. 14–18.
9. Ofitsiynnyy sayt Knyzhkovoyi palaty Ukrayiny. Vypusk vydavnychoyi produktsiyi v Ukrayini v 2015 rotsi [Elektronnyy resurs] / Knyzhkova palata Ukrayiny. – Rezhym dostupu: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2015.
10. Ukrayins'ka asotsiatsiya vydavtsiv ta knyhorozpovsyudzhuvachiv [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: www.uabooks.info.

28.08.2018

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ПрАТ «КІЇВСТАР» НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В роботі досліджено цілі та завдання управління, визначено розробку та запровадження поставлених завдань на довгострокову перспективу, які залежить від запровадженої системи та процесів стратегічного управління розвитком підприємства. У зв'язку із цим, ми проаналізували актуальні завдання, сформулювати стратегію розвитку та підвищити ефективність діяльності на підприємстві у відповідності з тенденціями стратегічного розвитку України.

Досліджуючи стратегічне управління, можемо зробити висновок, що такий процес ґрунтується на прийнятті комплексу управлінських рішень та їх процесів стосовно деталізації заходів в складі загального напрямку розвитку підприємства. Вибір і формування стратегії потребує досконалого вивчення поточних результатів діяльності, дослідження короткострокових цілей та постановка довгострокового стратегічного напрямку.

Опрацьовуючи суттєві складові стратегії управління, основною складовою є соціальна корпоративна відповідальність. Застосування правил та умов корпоративної соціальної відповідальності у сфері телекомунікацій має вагоме значення.

В роботі розглянуто соціальну відповідальність ПрАТ «Київстар». Систематизовано підходи науковців щодо визначення поняття «стратегія розвитку підприємства», висвітлено цілі сталого розвитку. Запропоновано власне бачення щодо важливості корпоративної соціальної відповідальності у формуванні стратегії розвитку підприємства. Доведено, що формування стратегії розвитку підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності обумовлена досягненням Цілей сталого розвитку до 2030 р. та «Стратегія розвитку України у період до 2020 року». Встановлено, що стратегія розвитку ПрАТ «Київстар» спрямована на досягнення цілей сталого розвитку № 4 «Забезпечення всеохоплюючої і

справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх» та ЦСР № 13 «Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками». Проаналізовано основні заходи, спрямовані на управління корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, підприємство, система, стратегія розвитку, стратегічне управління, управління, цілі сталого розвитку.

Misko Hanna, Titarenko Irina

STRATEGY OF DEVELOPMENT OF PJSC "KYIVSTAR" MANAGEMENT BASED ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

In this work, the goals and tasks of management are explored, the development and implementation of the tasks set for the long-term perspective, which depends on the implemented system and processes of strategic management of the development of the enterprise. In this regard, we have analyzed the actual tasks, formulate a strategy for development and increase the efficiency of the activities of the company in accordance with the trends of strategic development of Ukraine.

By exploring strategic management, we can conclude that such a process is based on the adoption of a complex of management decisions and their processes in relation to the detailed elaboration of measures in the general direction of enterprise development. The selection and formulation of a strategy requires a thorough study of current performance, short-term goals and a long-term strategic direction.

Working out the essential components of the management strategy, the main component is social corporate responsibility. Application of the rules and conditions of corporate social responsibility in the field of telecommunications is of great importance.

The work considers the social responsibility of PJSC "Kyivstar". The approaches of scientists to the definition of "enterprise development strategy" are systematized, the goals of

sustainable development are highlighted. We propose our own vision of the importance of corporate social responsibility in shaping the enterprise development strategy. It is proved that the formation of the strategy of enterprise development on the basis of corporate social responsibility is conditioned by the achievement of the goals of sustainable development until 2030 year and the Strategy of Ukraine's Development in the period up to 2020 year. It was established that the development strategy of PJSC "Kyivstar" aims at achieving the goals of sustainable development No. 4 "Ensuring comprehensive and equitable quality education and encouraging lifelong learning opportunities for all" and CSR No. 13 "Implementing Urgent Measures to Combat Climate Change and its Consequences » The main measures aimed at managing corporate social responsibility are analyzed.

Key words: corporate social responsibility, enterprise, system, development strategy, strategic management, management, goals of sustainable development.

Мисько Анна, Титаренко Ирина

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧАО «КИЕВСТАР» НА ОСНОВЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В работе исследованы цели и задачи управления, определены разработки и внедрения поставленных задач на долгосрочную перспективу, которые зависят от введенной системы и процессов стратегического управления развитием предприятия. В связи с этим, мы проанализировали актуальные задачи, сформулировать стратегию развития и повысить эффективность деятельности предприятия в соответствии с тенденциями стратегического развития Украины.

Исследуя стратегическое управление, можем сделать вывод, что такой процесс основывается на принятии комплекса управленческих решений и их процессов относительно детализации мероприятий в составе общего направления развития предприятия. Выбор и формирование стратегии требует досконального изучения текущих результатов

деятельности, исследования краткосрочных целей и постановки долгосрочного стратегического направления.

Изучая существенные составляющие стратегии управления, основной составляющей является социальная корпоративная ответственность. Применение правил и условий корпоративной социальной ответственности в сфере телекоммуникаций имеет большое значение.

В работе рассмотрена социальная ответственность АО «Киевстар». Систематизированы подходы ученых к определению понятия «стратегия развития предприятия», освещены цели устойчивого развития. Предложено собственное видение важности корпоративной социальной ответственности в формировании стратегии развития предприятия. Доказано, что формирование стратегии развития предприятия на основе корпоративной социальной ответственности обусловлена достижением Целей устойчивого развития до 2030 г. и «Стратегия развития Украины в период до 2020 года». Установлено, что стратегия развития АО «Киевстар» направлена на достижение целей устойчивого развития № 4 «Обеспечение комплексной и справедливой качественного образования и поощрения возможности обучения в течение всей жизни для всех» и ЦСР № 13 «Принятие неотложных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями». Проанализированы основные мероприятия, направленные на управление корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предприятие, система, стратегия развития, стратегическое управление, управление, цели устойчивого развития.

Постановка проблеми. Ефективний розвиток підприємства залежить від визначених цілей та завдань управління. Розробка та запровадження поставлених завдань на довгострокову перспективу залежить від запровадженої системи та процесів стратегічного управління розвитком підприємства.

Процес стратегічного управління ґрунтується на прийнятті комплексу управлінських рішень та їх процесів стосовно деталізації заходів в складі загального напрямку розвитку підприємства. Вибір і формування стратегії потребує

досконалого вивчення поточних результатів діяльності, дослідження короткострокових цілей та постановка довгострокового стратегічного напрямку.

Сьогодні в Україні діє «Стратегія розвитку України у період до 2020 року». Стратегічними цілями на 2013 – 2020 роки є посилення фундаментальних чинників сталого розвитку, а саме: створення сприятливих ринкових умов для суб'єктів ринку та інвесторів, сучасної інноваційної системи з посиленням віддачі від національної наукової сфери, поліпшення довкілля та якості життя з посиленням трудового потенціалу [5]. У зв'язку із цим перед підприємством постає актуальне завдання сформулювати свою стратегію розвитку та підвищити ефективність діяльності у відповідності з тенденціями стратегічного розвитку України. В умовах конкурентного ринку особливої актуальності для підприємства набуває формування стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням теорії та практики формування стратегії присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених, як: М. Мескона, Ф. Колера, М. Портера, І. Ансоффа, І. О. Бланка, П. Друкера, В.М. Геєця, В.Г. Герасимчука, Т.Ю. Адаєвої, Р.А. Фатхутдінова. Варто відзначити наукові роботи Н.К.Моїсеєвої, А.П. Міщенко, О.С. Виханського та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим, недостатньо висвітленим залишається питання щодо формування стратегії розвитку підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Метою статті є обґрунтування формування стратегії розвитку ПрАТ «Київстар» на засадах корпоративної соціальної відповідальності

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розкриття сутності поняття «стратегія розвитку» підприємства наведемо визначення науковців щодо поняття «розвиток».

Так, Ястремська О. М. під розвитком розуміє направлений процес зміни якісного стану об'єкта, що супроводжується перетвореннями його внутрішніх і зовнішніх зв'язків, забезпечує єдність досягнення стійкості та адаптивності системи об'єкта відповідно до вимог зовнішнього

середовища і таким чином забезпечує її життєдіяльність максимально тривалий період часу.

На думку А. Наливайка концепція стратегії розвитку фірми має визначальне значення для утримання або завоювання позиції фірми в галузі, що є метою конкурентної стратегії, ринкової поведінки і сфери інтересів бізнесу.

Отже, науковці визначаючи стратегію розвитку підприємств роблять акцент на набір правил, напрямок розвитку, спосіб дій, план та орієнтир, досягнення конкурентних переваг.

Ми притримуємося до точки зору М. Х. Мексона та визначимо стратегію розвитку підприємства, як план по отриманню прибутку та створенню умов для розвитку та закріплення позицій підприємства.

Проведемо систематизацію поняття «стратегії розвитку підприємства» (табл. 1).

Розглядаючи фірми, підприємства, корпорації, можна виділити спільну характеристику в сучасних умовах – це комплексне визначення стратегії розвитку. Система управління повинна будуватися таким чином, щоб стратегічне планування стосувалося економічного розвитку, інформаційного напрямку та соціальної відповідальності. Одна з важливих та суттєвих складових стратегії управління є соціальна корпоративна відповідальність.

Кожна компанія, не зважаючи на обсяги її діяльності має соціальну відповідальність перед суспільством та навколишнім середовищем. Розроблена стратегія напрямів розвитку корпорацій включає принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Відповідно до Міжнародного стандарту керівництву з соціальної відповідальності ISO 26000. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає наступні процедури і практики із семи аспектів діяльності [2]: організаційне управління, права людини, трудові відносини, чесна операційна діяльність, захист навколишнього середовища, питання захисту прав споживачів, розвиток місцевих громад і співпраця з ними.

З метою запобігання проблем економічного, екологічного та соціального характеру встановлено Цілі сталого розвитку, які окреслюють глобальні пріоритети та прагнення на період до 2030 р.

Систематизація поняття
«стратегія розвитку підприємства»

№	Автор	Трактування поняття «стратегія розвитку підприємства»
Акцент на визначення стратегії розвитку підприємства, як набір правил		
1	І. Ансофф	Стратегія є набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності.
Акцент на визначення стратегії розвитку, як напрямку розвитку, способів дій		
2	В. А. Винокуров	Стратегія являє собою систему управлінських рішень, що визначають перспективні напрями розвитку організації, сфери, форм і способів її діяльності в умовах навколишнього середовища та порядок розподілу ресурсів для досягнення поставлених цілей.
3	І. О. Виханський	Стратегія – це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до її цілей.
4	Г. Кіндрацька	Стратегія – як сукупність запланованих дій (сформована стратегія) і необхідних поправок у випадку непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення).
5	П. Дойль	Стратегія визначає напрямок, в якому рухається організація при виконанні поставлених задач.
Акцент на досягнення конкурентних переваг		
6	К. Омайс	Стратегія забезпечує визначення заходів, які націлені безпосередньо на розвиток сильних сторін організації по відношенню до конкурентів.
7	М. Портер	Стратегія – це спосіб реакції на зовнішні можливості та загрози, внутрішні сильні та слабкі сторони з метою досягнення довгострокових конкурентних переваг.
Акцент на план		
8	А. Томпсон і А. Стрікланд	Стратегія в загальному розумінні – план управління організацією, спрямований на зміцнення її позицій, задоволення споживачів та досягнення поставлених цілей.
9	А. Мескон	Стратегія – комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей.
10	Б. В. Прикіна, Л. В. Прикіна, Н. Д. Еріашвілі	Стратегія – це дослідження сценаріїв розвитку майбутнього організації; обґрунтована ідея, що дає перевагу в конкурентній боротьбі; стратегічна альтернатива з встановленням цілей; загальний всебічний план їх досягнення; комплексний план, призначений для здійснення місії організації як сукупність орієнтирів її діяльності.
Акцент на визначення стратегії розвитку підприємства, як на орієнтир		
11	М. К. Старовойтов	Стратегія компанії – це ідеологія розвитку, якісного конкретизування, як орієнтира та станів компанії, послідовності дій з їх досягнення в рамках сформованих цілей

До глобальних Цілей сталого розвитку відносяться [6]:

1. Подолання бідності у всіх її формах та усюди.
2. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки,

поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства.

3. Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх в будь-якому віці.

4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх.

5. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчат.

6. Забезпечення наявності та раціонального використання водних ресурсів і санітарії для всіх.

7. Забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх.

8. Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх.

9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям.

10. Скорочення нерівності всередині країн і між ними.

11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів.

12. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва.

13. Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками.

14. Збереження та раціональне використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку.

15. Захист та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад (розвертання) процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття.

16. Сприяння побудові миролюбного й відкритого суспільства в інтересах сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях.

17. Зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

Зазначені цілі повинні бути орієнтиром для підприємства

з питань того, як інтегрувати цілі сталого розвитку (ЦСР) до його стратегії, а також як оцінити та контролювати його внесок для досягнення цих цілей.

На рис. 1 наведено наше бачення важливості корпоративної соціальної відповідальності у формуванні стратегії розвитку підприємства. Ми можемо стверджувати, що для досягнення цілей сталого розвитку уряд України на засадах корпоративної соціальної відповідальності розробив Стратегію розвитку України. Виходячи із принципу ієрархії підприємства України розробляють свої стратегії розвитку виходячи зі стратегії розвитку України та задекларованих цілей сталого розвитку, які діють у межах соціальної відповідальності. Отже, необхідність формування стратегії розвитку підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності обумовлена досягненням Цілей сталого розвитку до 2030 р. та «Стратегія розвитку України у період до 2020 року».



Рис. 1. Формування стратегії розвитку підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності

Застосування правил та умов корпоративної соціальної відповідальності у сфері телекомунікацій має вагоме значення. ПрАТ «Київстар» – найбільший оператор України, який надає послуги зв'язку і передачі даних на основі широкого спектра мобільних і фіксованих технологій, в тому числі 4G. Абонентами компанії є понад 26 мільйонів клієнтів мобільного зв'язку і 810 тисяч клієнтів фіксованого широкосмугового Інтернету. Стратегія розвитку управління ПрАТ «Київстар» на засадах корпоративної соціальної відповідальності має особливу увагу. Основні засади в контексті корпоративної соціальної відповідальності є освітні та мотиваційні програми компанії. Протягом 20 років соціальна відповідальність є невід'ємною частиною діяльності ПрАТ «Київстар», і за ці роки компанія підтримала велику кількість людей, які потребували допомоги.

Соціальні ініціативи, які не залишає без уваги компанія - це дитяча безпека, розвиток освіти, безпека за кермом, підтримання здоров'я і здорового способу життя, благодійність, волонтерство.

Тільки за останні 2 роки (2016-2017 рр.) ПрАТ «Київстар» підтримав близько 75 благодійних та соціальних проєктів на загальну суму близько 18 млн грн, а понад 2 000 співробітників стали волонтерами.

Для ПрАТ «Київстар» корпоративна соціальна відповідальність є важливою складовою корпоративної стратегії управління та внеском в розвиток суспільства.

У напрямку корпоративної соціальної відповідальності ПрАТ «Київстар» проводить ряд системних програм, що відповідають місії компанії - покращувати життя, надаючи телекомунікаційні послуги найвищої якості, а саме:

- програма «Безпека дітей в інтернеті» спрямована на те, щоб захистити дітей від загроз Інтернету і зробити мережу безпечною територією освіти та розвитку;

- програма «Мобільна культура», метою якої є формування в суспільстві етики використання мобільних телефонів в громадських місцях, в школі та за кермом автомобіля;

- благодійна ініціатива «Для людей, для країни!» проводиться з метою надання можливостей для освіти і розвитку дітей з особливими потребами, надання допомоги

соціально незахищеним групам - дітям-сиротам, самотнім людям похилого віку та ветеранам;

- екологічна програма спрямована на скорочення споживання і захист природних ресурсів. З цією метою компанія реалізує практику «зеленого офісу», розробляє і пропонує клієнтам послуги, що допомагають економити природні ресурси, висаджує дерева;

- навчання і розвиток необхідних компетенцій співробітників, соціальна захищеність персоналу, забезпечення високого рівня заробітної плати, мотивація робочої атмосфери та робочі місця, що відповідають нормам українського законодавства про охорону праці;

- проект «Kyivstar Business Hub» спрямований на розвиток духу підприємництва і технологічних навичок у молоді, об'єднує громадян, які зацікавлені в розвитку власного бізнесу і хочуть дізнатися більше про застосування цифрових технологій в побудові ефективної бізнес-моделі;

- програма «Мобільне здоров'я» служить домашнім медичним консультантом за розділами: «Моя зірочка» (програма надає всю інформацію, необхідну майбутній мамі), «Перша мобільна допомога» (надання першої медичної допомоги у співпраці з лікарями клініки «Борис») та проект «Добре бачу» (спеціальний додаток пропонує лікувальні вправи для зменшення напруги очей і тренування очних м'язів, а також тест на зір);

- програма «Пошук дітей» діє на підставі меморандуму про співпрацю між представниками ПрАТ «Київстар» та Національною поліцією України.

Аналізуючи загальні положення та дії спрямовані на соціальну відповідальність, слід відзначити, що компанія «Київстар» вже кілька років займає лідируючі місця в рейтингах соціальновідповідальних компаній. Тому, може слугувати як прикладом для інших компаній у даній сфері та визначати власні стратегії управління діяльності.

Висновки із і перспективи подальших досліджень.

Отже, можна зробити висновок про те, що за результатом систематизації підходів науковців щодо сутності поняття «стратегія розвитку підприємства» встановлено, що вони

роблять акцент на набір правил, напрямок розвитку, спосіб дій, план та орієнтир, досягнення конкурентних переваг.

Визначено, що стратегія розвитку підприємства - це план по отриманню прибутку та створенню умов для розвитку та закріплення позицій підприємства.

Встановлено, що стратегія розвитку ПрАТ «Київстар» спрямована на досягнення цілей сталого розвитку № 4 «Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх» та ЦСР № 13 Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками. Стратегія розвитку ПрАТ «Київстар» на засадах корпоративної соціальної відповідальності обумовлена досягненням Цілей сталого розвитку до 2030 р. та «Стратегія розвитку України у період до 2020 року».

Література

1. Ансофф І. Стратегічне управління / Пер. з англ. - М.: Прогрес, 1989. - 519 с.
2. Керівництво з соціальної відповідальності ISO 26000: 2010. / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
3. Місько Г. А. Оцінювання економічної стратегії підприємств харчової промисловості: Дисертація на здобуття наук. ступеня к.е.н.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Місько Ганна Анатоліївна; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2012. – 254 с.
4. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivstar.ua>
5. Портер М. Стратегія конкуренції /Пер. з англ.. – К.: Основи, 1998.
6. Стратегія сталого розвитку «Україна - 2020». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuviar.gov.ua>.
7. Центр розвитку КСВ «Цілі сталого розвитку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr.org>

1. Ansoff I. Stratehichne upravlinnya / Per. z anhl. - M.: Prohres, 1989. - 519 s.
2. Kerivnytstvo z sotsial'noyi vidpovidal'nosti ISO 26000: 2010. / [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
3. Mis'ko H. A. Otsinyuvannya ekonomichnoyi stratehiyi pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti: Dysertatsiya na zdobuttya nauk. stupenya k.e.n.: spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti)» / Mis'ko Hanna Anatoliyivna; Odes'kyi natsional'nyy ekonomichnyy universytet. – Odesa, 2012. – 254 s.
4. Ofitsiyyny sayt PrAT «Kyivstar» [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.kyivstar.ua>
5. Porter M. Stratehiya konkurentsiyi /Per. z anhl.. – K.: Osnovy, 1998.
6. Stratehiya staloho rozvytku «Ukrayina - 2020». [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.nbuviar.gov.ua>.
7. Tsentр rozvytku KSV «Tsili staloho rozvytku» [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://csr.org>

22.08.2018

УДК: 656.13:338.49

JEL Classification: O220

Разінкін Нікіта, Карнов Володимир

РОЛЬ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПРОЕКТІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ

В останні роки використання електромобілів стає світовим трендом. Попит на цей вид транспорту швидко збільшується й в Україні, але потенціал ринку поки що достатньо обмежений у зв'язку з нерозвиненістю інфраструктури і низькою платоспроможністю населення.

У ціновому контексті з боку органів державної влади вже зроблено декілька важливих кроків, зокрема, скасовано мито на імпорт та ПДВ для електромобілів. Проте головним психологічним бар'єром для покупки електромобіля є вже не ціна, а відсутність належних умов для зарядки. Адже сучасні електромобілі вимагають створення спеціальної екосистеми для повноцінної експлуатації. Її учасниками є не тільки автовиробники та дилери, але й виробники і установники зарядних станцій, енергетичні підприємства, компанії з утилізації батарей тощо.

Вітчизняна зарядна інфраструктура значно поліпшилась за останні декілька років, а темпи зростання кількості зарядних станцій навіть вищі ніж в країнах Східної Європи. Проте наразі в країні менше ніж 2,5 тис. зарядних станцій в той самий час як поточні темпи розвитку ринку електромобілів вимагають щонайменш 10-15 тис. зарядних станцій.

Це стосується в першу чергу нестачі станцій для підзарядки електромобілів на основних магістралях країни. Адже поки що в Україні електромобіль є майже виключно транспортом для пересування в межах міста.

У переважній більшості випадків електромобіль заряджається або вдома вночі, або вдень біля офісу, тому головним елементом інфраструктури все ще є розетка. Внаслідок цього більшість покупців електромобілів мешкають у власних будинках з ділянкою, де можна зручно обладнати зарядний пристрій.

Значні темпи зростання кількості електромобілів в Україні стимулюють вітчизняний бізнес до інвестицій в інфраструктурні проекти. Однак їхній ефективній реалізації заважає низка проблем, серед яких відсутність нормативів щодо обладнання місць для зарядки електромобілів, зокрема у паркінгах, високі інвестиційні витрати на виробництво та встановлення станцій, можливе перевантаження електричних мереж, відсутність додаткового заохочення потенційних інвесторів.

Ключові слова: проект, інфраструктура, електромобілі, зарядна станція, інвестиції, сервіс.

РОЛЬ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ

В последние годы использование электромобилей становится общемировым трендом. Спрос на этот вид транспорта быстро увеличивается и в Украине, но потенциал рынка пока еще достаточно ограничен в связи с неразвитостью инфраструктуры и низкой платежеспособностью населения.

В ценовом контексте со стороны органов государственной власти уже сделано несколько важных шагов, например, отменена пошлина на импорт и НДС для электромобилей. Но главным психологическим барьером для покупателей является уже не цена, а отсутствие надлежащих условий для зарядки. Ведь современные электромобили требуют создания специальной экосистемы для полноценной эксплуатации. Её участниками являются не только автопроизводители и дилеры, но и производители зарядных станций, энергетические компании, предприятия, специализирующиеся на утилизации батарей.

Отечественная зарядная инфраструктура значительно улучшилась за последние несколько лет, а темпы её роста даже выше чем в странах Восточной Европы. Однако сейчас в стране функционирует не более 2,5 тыс. зарядных станций, в то время как темпы роста электромобилей требуют как минимум 10-15 тыс. зарядных станций.

Это касается, в первую очередь, нехватки зарядных станций на автомагистралях страны. Пока ещё в Украине электромобили являются исключительно транспортом для перемещения в пределах города.

В большинстве случаев электромобиль заряжается либо дома ночью, либо днём возле офиса, поэтому главным элементом инфраструктуры до сих пор является розетка. Вследствие этого, большинство покупателей электромобилей проживают в собственных домах с участком, где можно комфортно разместить зарядное устройство.

Значительные темпы роста количества автомобилей в Украине стимулируют отечественный бизнес инвестировать средства в инфраструктурные проекты. Однако их эффективной реализации мешает ряд проблем, среди которых отсутствие нормативов по обустройству мест для зарядки электромобилей, в частности, в паркингах, высокие инвестиционные затраты на производство и установку станций, возможная перегрузка электросетей, отсутствие дополнительных стимулов для потенциальных инвесторов.

Ключевые слова: проект, инфраструктура, электромобили, зарядная станция, инвестиции, сервис.

Razinkin Nikita, Karpov Vladimir

THE ROLE OF INFRASTRUCTURE PROJECTS IN THE IMPLEMENTATION OF THE POTENTIAL IN THE PETROLEUM MARKET OF ELECTRIC MOBILES

In recent years, the use of electric vehicles has become a global trend. Demand for this type of transport is rapidly increasing in Ukraine. It is specially noted that the market potential is still limited enough due to the underdeveloped infrastructure and low solvency of the population.

A mention should be made, in the price context, several important steps have already been taken by the state authorities. In particular, the import duty and VAT for electric cars have been abolished. However, the main psychological barrier to buying an electric vehicle is no longer the price, but the lack of proper conditions for charging. After all, modern electric vehicles require the creation of a special ecosystem for full exploitation. Its participants are not only automakers and dealers, but also manufacturers and installers of charging stations, power plants, companies for the disposal of batteries, etc.

The text gives valuable information on domestic charging infrastructure. It has improved considerably over the last few years. The growth rate of the number of charging stations is even higher than in Eastern Europe. However, there are currently fewer than 2,5 thousand charging stations in the country. At the same time as the

current rates of development of the market for electric cars require at least 10-15 thousand charging stations.

This applies in the first place to the lack of stations for recharging electric vehicles on the main highways of the country. As yet, in Ukraine, an electric car is a vehicle for traveling within the city. In most cases, it is recharged either at home at night or in the afternoon at the office. The main element of the infrastructure is still a socket. As a result, most electric vehicle buyers live in their own homes with a site where it is convenient to equip the charger.

Significant growth rates of electric vehicles in Ukraine stimulate domestic business to invest in infrastructure projects. However, their implementation is hampered by a number of problems. Among them is the lack of standards for equipment for charging electric vehicles. In particular in parking lots, high investment costs for the production and installation of stations, possible overload of electric networks, lack of additional incentives for potential investors, etc.

Key words: project, infrastructure, electric vehicles, charging station, investments, service.

Постановка проблеми. На ринку спостерігається ситуація, коли, незважаючи на стрімке зростання попиту на електромобілі, останні залишаються, скоріше даниною моді. Причиною цьому є в першу чергу слабка інфраструктура, яка нівелює всі зусилля автовиробників.

Щоб змінити поточну ситуацію необхідно постійно збільшувати загальну кількість зарядних станцій, їхню швидкість та сформувати якісну клієнтську підтримку для власників електромобілів. У разі виконання означених умов в Україні є всі шанси стати своєрідним Східноєвропейським хабом для прихильників електромобілів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам аналізу та управління інвестиційними проектами присвячено низку досліджень таких авторів як Р.Арчибальд, В.А. Карпов, В.Д. Шапіро. В той самий час на питаннях специфіки інфраструктурних проєктів зосереджено увагу таких авторів як С.А. Горбаченко та О.С. Маркітан. Декілька публікацій, зокрема В.С. Гіріна та Т. Полтавець присвячено й проблемам ринку електромобілів. З іншого боку сучасні технологічні трансформації і стрімке розширення сфери

використання електромобілів потребують окремих досліджень щодо перспектив побудови ефективної електрозарядної інфраструктури в Україні.

Завданням дослідження є аналіз основних тенденцій в сфері виробництва та продажу електромобілів, визначення сучасних вимог до їхнього енергозабезпечення, відповідно до вимог ринка, що розширюється надвисокими темпами, та розробка ефективної моделі створення інфраструктури для нормального функціонування електричного автопарку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки вирішальними чинниками розвитку та стійкої життєздатності підприємств будь-якої галузі є ефективність капіталовкладень в той чи інший інвестиційний проект. Відтак саме проекти є основою довгострокового планування підприємницької діяльності.

Найчастіше під терміном «проект» розуміють комплекс зусиль, здійснюваних з метою отримання конкретних унікальних результатів в рамках відведеного часу і в межах затвердженого бюджету, який виділяється на оплату ресурсів, що використовуються або споживаються в ході проекту [1]. З іншого боку, проект можна трактувати як комплекс взаємопов'язаних заходів, які розробляються з метою досягнення певної мети протягом заданого часу при чітких обмеженнях.

Проект передбачає наявність чіткого плану досягнення поставлених завдань, а також наявність системи повноважень і відповідальності за досягнення цілей на чолі з менеджером проекту [2, с. 39].

Будь-який інфраструктурний проект також спрямовується на досягнення певної мети або задоволення потреби. Означене спрямування припускає наявність бажаного результату та визначених термінів виконання. Тому мета проекту мають бути чітко сформульованою, обмеження – заданими, встановлені вимоги – здійснюваними, а результати - вимірюваними.

В цьому контексті важливо, що проект - це не технічна документація щодо побудови інфраструктурних об'єктів. Це перш за все комплекс дій або процесів, які спрямовані на практичне втілення нововведень. Вони можуть відноситись до

різних сторін діяльності структури, яка реалізує проект: створення нового продукту, освоєння нових ринків збуту, технічного переоснащення виробництва, застосування нової організаційної схеми, побудови інфраструктури тощо [3, с. 25].

Проекти мають певну специфіку в залежності від галузі, певні особливості має й електричний сегмент ринку автомобілів. Ринок електромобілів у світі набирає стрімких обертів. Їхня популярність зумовлена тим, що вони мають ряд переваг у порівнянні з автомобілями із двигуном внутрішнього згорання. Серед плюсів електрокарів можна виділити такі:

- дешева заправка (електромобілі споживають у середньому від 10 кВт на 100 км) та можливість заряджати електромобіль навіть від звичайної розетки;

- проста конструкція електромобіля, адже це дає змогу спростити і зробити найбільш зручним його експлуатацію та використання, а також полегшити ремонт;

- простота управління та дешева експлуатація (внаслідок відсутності коробки передач, двигуна внутрішнього згорання та різного виду насосів);

- повна відсутність шкідливих для здоров'я людини вихлопів, тобто електромобіль повністю безпечний для екології;

- електромобіль не створює сильного шумового забруднення, оскільки його структура містить набагато менше технічних деталей, здатних створювати шум, на відміну від традиційних авто;

- енергоефективність (коефіцієнт корисної дії паливного двигуна – 16 %, а коефіцієнт корисної дії електродвигуна – майже 85 %) [4].

За прогнозами фахівців, до 2030 року у світі буде у наявності щонайменш 160 млн. електромобілів. За статистикою серед країн, що впроваджують ініціативи щодо переходу на електромобілі вже декілька років чільне місце займають Японія, Норвегія, Китай, Франція, Великобританія, США. Наприклад, в Японії вже більше станцій для зарядки електромобілів, ніж традиційних АЗС (40 тис. проти 35 тис.), а у Норвегії частка електромобілів в загальному обсязі авторинку склала в 2017 році 29%, а уряд надає компенсації на придбання електроавтомобілів (рис. 1).

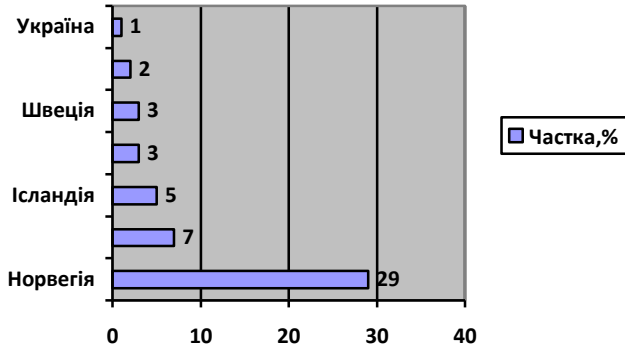


Рис. 1. Частка електромобілів в загальному обсязі авторинку в деяких країнах, % [5]

Що стосується України, більшість фахівців відзначає, що вона зробила певні кроки до переорієнтації на екологічно чистий транспорт і наразі входить до ТОП-5 держав за умовами для розвитку електромобілів.

Зокрема, з початку 2018 р. в Україні було скасовано сплату акцизу та податку на додану вартість (ПДВ) при ввезенні нових і вживаних електромобілів. Це очікувані кроки від держави, однак вони – лише початок, який має перетворитися на стратегію з розвитку інфраструктури для електротранспорту. Україна може скористатися досвідом інших країн у цьому питанні та, проаналізувавши їхні дії, вивести вірну формулу для себе.

На початок 2018 року в Україні зареєстровано майже 8 тис. електромобілів, що на 850 або на 30% більше ніж на початок 2017 року (рис. 2).

Тенденція стрімкого збільшення кількості електромобілів спостерігається й надалі і має певні територіальні особливості. Найбільший попит на електромобілі за даними сервісного центру МВС спостерігається в м. Києві, а також Одеській і Харківській областях. Далі йдуть Дніпропетровська, Львівська, Київська та Запорізька області. У той же час, найменшу кількість електромобілів зареєстровано в Луганській, Закарпатській, Житомирській та Чернівецькій областях.

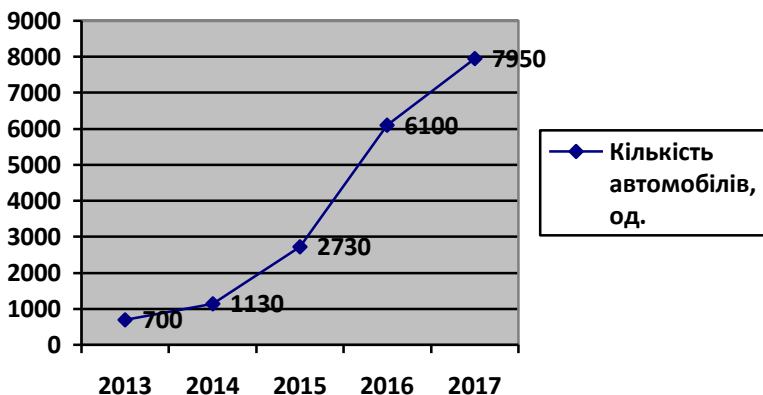


Рис. 2. Динаміка кількості електромобілів в Україні [5]

Найпопулярнішою маркою електромобілів в Україні від самого початку є «Nissan», на друге місце вже у 2017 році піднявся «BMW», вже трохи відстає від нього «Tesla». На четвертому місці опинився «Ford», а замикає Топ-5 ринку електромобілів «Fiat». Більшість електромобілів, що є об'єктами трансакцій в Україні потрапили в Україну після щонайменш дворічного використання закордоном. Наприклад, майже усі електромобілі «Nissan Leaf» ввезені з Європи та США. Є пропозиції й на первинному ринку, зокрема, це «BMW i3», «Renault Zoe» та «Hyundai IONIQ». Також в Україні планують випускати власні електромобілі. Інвестувати в означену галузь планують декілька відомих брендів

В той самий час на світовому рівні лідером за продажами у 2017 році був китайський «BAIC EC», тоді як «Tesla Model» 3 стрибнула з 9-го на 4 місце і має всі шанси наздогнати «Leaf». За регіонами: у Китаї продано 95 тис. автомобілів, у Європі майже 29 тис., а у США близько 25 тис. одиниць.

Станом на кінець 2017 року в Україні функціонує щонайменше 2,3 тис. зарядних станцій (рис. 3). З точки зору формування пропозиції, на ринку доступні, як іноземні («Schneider»), так і українські («e-line») пристрої.

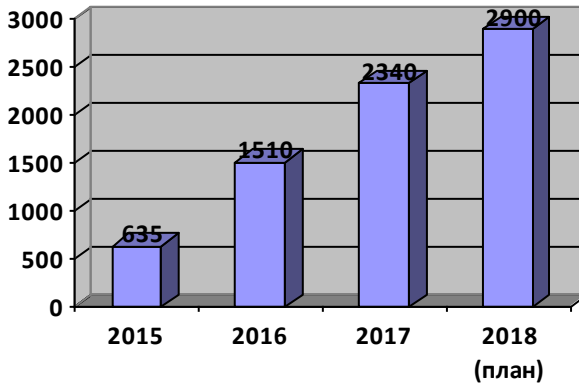


Рис. 3. Динаміка кількості зарядних станцій в Україні [5]

Незважаючи на масову появу зарядних станцій, їхньої кількості все ще недостатньо для комфортної подорожі країною. Якщо у великих містах, а саме у Києві, Одесі та Львові з цим краще, то у регіонах ситуація історично складніша.

Поточні темпи розвитку ринку електромобілів вимагають щонайменш 10-15 тис. зарядних станцій. Адже продаж електромобілів лише у 2017 році збільшився у 2,3 рази в порівнянні з 2016. Отже і темп зростання кількості зарядних станцій повинен бути відповідним та забезпечувати комфортне перебування як на трасі, так і в місті. І це з урахуванням того, що в середньому 60% власників заряджають авто вдома (рис. 4).

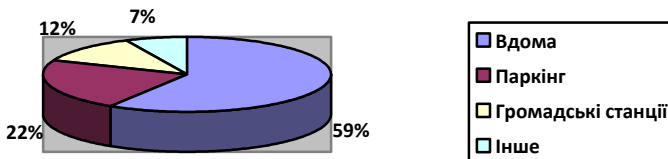


Рис. 4. Частка окремих місць зарядки електромобілів [5]

Негативним чинником є те, що близько 80% зарядних станцій є повільними. Зарядка найбільш розповсюдженої в

Україні моделі електромобіля «Nissan Leaf» на них може займати від 2 до 5 годин, що викликає постійні черги на станціях. Ситуація може змінитися лише з масовою появою на ринку швидких зарядних станцій потужністю від 50 кВт/год.

З метою покращення інфраструктури у 2018 році компанії «Renault», «BMW» та «Hyundai» створюють власну мережу швидкісних зарядок (суперчарджерів) по Україні. Є також декілька вітчизняних приватних команд, які працюють над поширенням інфраструктури для електромобілів, наприклад, «Go-to-U», яка розвиває мережу електричних зарядок у закладах HoReCa, або «ТОКА», яка будує мережу зарядних станцій під власним брендом.

Наразі а українському уряді обговорюють ідею пристосування усіх паркінгів в Україні для електромобілів до 2030 року. А у 2019 році планується оснастити зарядними станціями для електромобілів 5% усіх стоянок та місць для паркування. З іншого боку, при зарядці електромобілів від побутової мережі зростають перевантаження електричних мереж «останньої милі», що загрожує зниженням якості енергопостачання і ризиком локальних аварій мережі [6].

На державному рівні потрібно розробити певні нормативи чи обмеження задля сприяння будівництву зарядних станцій, зокрема, зобов'язати забудовників враховувати наявність паркінгів і виділені місця не тільки для інвалідів, але і для електромобілів, встановити норматив по зарядним пристроям для нових АЗС, сприяти обладнанню місць для зарядки електромобілів у торговельних та бізнес-центрах тощо.

В цьому контексті на локальному рівні потрібні публічні цивільні обговорення, обов'язково із залученням представників місцевої влади, виробників, дистриб'юторів та власників електромобілів. З обов'язковим залученням містобудівників, які знайомі з пакетом проблем у розвитку міст. Якщо мова йде про повільні зарядні станції, це оптимальне рішення для обладнання нічних паркінгів в житлових масивах. Тут потрібно враховувати інтереси забудовників, власників паркінгів, мережевих компаній, до яких зарядна станція може бути підключена і власників електромобілів.

Ще однією проблемою є високі інвестиційні витрати на виробництво та встановлення станцій, та відсутність

додаткового заохочення потенційних інвесторів або банківських установ. Для того щоб інвестори перейшли до активних дій в цьому сегменті ринку, необхідно прийняти законопроект щодо стимулювання розвитку електричного транспорту в Україні. Паралельно з цим необхідно вживати весь спектр заходів, щодо покращення інвестиційного клімату.

Висновки. Все більша частина глобального автомобільного ринку переходить від бензину на електромобілі або гібриди. Цей рух донедавна був доволі повільним, але його темпи пришвидшуються у геометричній прогресії. Головним стримуючим фактором при цьому є проблеми із зарядною інфраструктурою. Незважаючи на масову появу зарядних станцій, їхньої кількості все ще недостатньо для комфортної подорожі країною. Якщо у великих містах, а саме у Києві, Одесі та Львові з цим краще, то у регіонах ситуація набагато складніша.

Проте, завдяки наявним ресурсам, Україна має гарні перспективи у якості ринку збуту для електромобілів, промислової бази для їхнього виробництва, а також транзитної території та логістичного центру в процесі торгівлі електромобілями з Європи до Азії. Тому зарядна інфраструктура, як і ринок електромобілів будуть розвиватися паралельно, оскільки залежать одна від одного.

Література

1. Арчибальд Р. Управление высокотехнологичными программами и проектами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pmwebinars.ru/wp-content/uploads/2013/07/Rassel-D.-Archibald-Upravlenie-vyisokotekhnologichnymi-programmami-i-proektami.pdf>
2. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А. – О: ОНЕУ ротапринт, 2013. – 241 с.
3. Маркітан О.С. Управління проектами в підприємницьких структурах: навчальний посібник / Кучеренко В.Р., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Левинський С.В. – О: Астропринт, 2013. – 268 с.

4. Гірін В.С. Сучасний стан електромобільного транспорту та його перспективи в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iomining.in.ua/wp-content/uploads/GV/102/6.pdf>

5. Автомобілі з електричним серцем [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/longrids/electric-cars/>

6. Полтавець Т. Ринок електромобілів в Україні: становлення та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3013:rinok-elektromobiliv-v-ukrajini-stanovlennya-ta-perspektivi&catid=8&Itemid=350

1. Archybal'd R. Upravlenye vysokotekhnologichnyimi programmami y proektamy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://pmwebinars.ru/wp-content/uploads/2013/07/Rassel-D.-Archibald-Upravlenie-vyisokotekhnologichnyimi-programmami-i-proektami.pdf>

2. Horbachenko S.A. Analiz pidpryyemnyts'kykh proektiv: navchal'nyy posibnyk / Horbachenko S.A., Karpov V.A. – O: ONEU rotaprynt, 2013. – 241 s.

3. Markitan O.S. Upravlynya proektamy v pidpryyemnyts'kykh strukturakh: navchal'nyy posibnyk / Kucherenko V.R., Markitan O.S., Horbachenko S.A., Levyns'ky S.V. – O: Astroprynt, 2013. – 268 s.

4. Hirin V.S. Suchasnyy stan elektromobil'noho transportu ta yoho perspektyvy v Ukrayini [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://iomining.in.ua/wp-content/uploads/GV/102/6.pdf>

5. Avtomobili z elektrychnym sertsem [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.unian.ua/longrids/electric-cars/>

6. Poltavets' T. Rynok elektromobiliv v Ukrayini: stanovlennya ta perspektyvy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3013:rinok-elektromobiliv-v-ukrajini-stanovlennya-ta-perspektivi&catid=8&Itemid=350

27.08.2018

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ТОРГІВЛІ Й НАДАННЯ ПОСЛУГ

Українська економіка характеризується розвитком та загостренням конкуренції серед вітчизняних підприємств. Внаслідок цього керівники вітчизняних підприємств знаходяться в постійному пошуку нових інструментів управління та важелів підвищення конкурентоспроможності. В даний час, щоб функціонувати в умовах конкурентного середовища, підприємства освоюють нові види послуг чи форми бізнесу, висувають на перше місце не тільки своїх співробітників, але і борються за кожного клієнта. Вивчається ринок, здійснюється збір необхідної інформації, яка аналізується, після чого розробляються стратегії освоєння ринку. Таким чином, присвячена проблема конкурентоспроможності обґрунтовується необхідністю оперативного та ефективного застосування інструментів конкурентоспроможності, а також управління ними на сучасному підприємстві. Це підтверджується становищем вітчизняних підприємств, які змушені реагувати на зміни ринку впровадженням нових заходів підвищення власної конкурентоспроможності. У ринковій системі господарювання конкурентоспроможність, як економічна категорія, виступає ключовою, так як вона відображає економічні, науково-технічні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в товарах та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

В практиці господарювання активно реалізуються зазначити концепції, які найбільш вдало поєднували матеріальні ресурси підприємства та ті нематеріальні активи, ефект від ідентифікації й ефективного використання яких сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства. До них належать: концепція тотального управління якістю, концепція

кайзер, бенчмаркінг, концепція маркетингу взаємодії, ресурсна концепція. Реалізація тієї чи іншої концепції на підприємстві залежить від особливостей діяльності та управління, адже підприємство має самостійно вирішити який саме підхід необхідно використовувати для досягнення підвищення конкурентоспроможності.

В нашій країні особливої гостроти проблема забезпечення конкурентоспроможності набуває для підприємств агропромислового сектору та допоміжних галузей, адже цей напрямок діяльності є провідним.

Дослідження загального стану на ринку торгівлі сільськогосподарською технікою свідчать про зменшення купівлі нового обладнання; придбання підприємцями техніки, що була у використанні; створення й розвиток ремонтно-технічних підприємств, що спеціалізуються за певними видами та виробниками сільськогосподарської техніки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємства, торгівля, агропромисловий сектор, сільськогосподарська техніка, ринок.

Середа Дмитрій

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Украинская экономика характеризуется развитием и обострением конкуренции среди отечественных предприятий. В результате руководители отечественных предприятий находятся в постоянном поиске новых инструментов управления и рычагов повышения конкурентоспособности. В настоящее время, чтобы функционировать в умах конкурентной среды, предприятия осваивают новые виды услуг или формы бизнеса, выдвигают на первое место не только своих сотрудников, но и борются за каждого клиента. Изучается рынок, осуществляется сбор необходимой информации, анализируется, после чего разрабатываются стратегии освоения рынка. Таким образом, посвященная проблема конкурентоспособности обосновывается

необходимостью оперативного и эффективного применения инструментов конкурентоспособности, а также управления ими на современном предприятии. Это подтверждается положением отечественных предприятий, которые вынуждены реагировать на изменения рынка внедрением новых мер повышения собственной конкурентоспособности. В рыночной системе хозяйствования конкурентоспособность, как экономическая категория, выступает ключевой, так как она отражает экономические, научно-технические, производственные, организационные, управленческие, маркетинговые и другие возможности предприятия. Эти возможности реализуются в товарах и услугах, конкурируют с аналогами на внутреннем и внешнем рынках.

В практике хозяйствования активно реализуются отменить концепции, наиболее удачно сочетали материальные ресурсы предприятия и те нематериальные активы, эффект от идентификации и эффективного использования которых способствует повышению конкурентоспособности предприятия. К ним относятся: концепция тотального управления качеством, концепция кайзер, бенчмаркинг, концепция маркетинга взаимодействия, ресурсная концепция. Реализация той или иной концепции на предприятии зависит от особенностей деятельности и управления, ведь предприятие самостоятельно решить какой именно подход необходимо использовать для достижения повышения конкурентоспособности.

В нашей стране особую остроту проблема обеспечения конкурентоспособности приобретает для предприятий агропромышленного сектора и вспомогательных отраслей, ведь это направление деятельности является ведущим.

Исследование общего состояния на рынке торговли сельскохозяйственной техникой свидетельствуют об уменьшении покупки нового обладания; приобретение предпринимателями техники, бывшей в употреблении; создание и развитие ремонтно-технических предприятий, специализирующихся по определенным видам и производителями сельскохозяйственной техники.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятия, торговля, агропромышленный сектор, сельскохозяйственная техника, рынок.

**COMPETITIVENESS AS A DEVELOPMENT PLAN
OF THE ENTERPRISE IN THE FIELD OF TRADE AND
PROVISION OF SERVICES**

The Ukrainian economy is characterized by the development and exacerbation of competition among domestic enterprises. As a result, managers of domestic enterprises are constantly searching for new management tools and tools for increasing competitiveness. Currently, in order to function in the minds of a competitive environment, enterprises are developing new types of services or business forms, placing not only their employees in the first place, but also struggling for each client. Studying the market, collecting the necessary information that is analyzed, and then developing strategies for market development. Thus, the problem of competitiveness is justified by the necessity of operational and effective use of the tools of competitiveness, as well as their management in a modern enterprise. This is confirmed by the situation of domestic enterprises, which are forced to react to changes in the market by introducing new measures to increase their own competitiveness. In a market economy, competitiveness, as an economic category, is key, since it reflects the economic, scientific, technical, production, organizational, managerial, marketing and other capabilities of the enterprise. These opportunities are realized in goods and services competing with analogues in the domestic and foreign markets.

In the practice of management, actively implement the concepts that most successfully combine the material resources of the enterprise and those intangible assets, the effect of identification and effective use of which contributes to increasing the competitiveness of the enterprise. These include: the concept of total quality management, the concept of kaiser, benchmarking, the concept of marketing interaction, resource concept. Implementation of a concept in an enterprise depends on the specifics of activity and management, because the company has to decide on its own, which approach should be used to achieve increased competitiveness.

In our country, the problem of ensuring competitiveness is particularly acute for enterprises in the agro-industrial sector and auxiliary industries, as this is a leading activity.

Investigations of the general state in the market of agricultural machinery show a decrease in the purchase of new equipment; the acquisition of equipment by entrepreneurs in use; creation and development of repair and technical enterprises specializing in certain types and producers of agricultural machinery.

Keywords: competitiveness, enterprises, trade, agroindustrial sector, agricultural machinery, market.

Постановка проблеми. У ринковій системі господарювання конкурентоспроможність, як економічна категорія, виступає ключовою, адже вона відображає економічні, інноваційні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в товарах та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках. І в таких умовах головне завдання сучасних підприємств – забезпечити завоювання і збереження підприємством кращою частки ринку та домогтися переваги над конкурентами. Саме для цього необхідно підвищувати власну конкурентоспроможність. В науковій літературі поняття конкурентоспроможності підприємства висвітлюється як складне й багатогранне, а для оцінки ефективності діяльності підприємства на ринку воно є необхідним. Визначення конкурентоспроможності поєднує у собі великий комплекс економічних, правових та інших складових, що характеризують положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності широко висвітлювалось у закордонній та вітчизняній науковій літературі. Так, М.Г. Саенко надає наступне визначення: конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках,

за певний проміжок часу. Тобто, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку. В монографії «Конкурентоспроможність підприємства», під редакцією О.Г. Янкового, конкурентоспроможність підприємства розглядається як сукупність економічних відносин між господарюючими суб'єктами в умовах ринку, що носять динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за споживача на основі певних переваг своєї продукції чи надання послуг. П.А. Самуельсон визначає конкурентоспроможність підприємства як суперницькі стосунки між двома або кількома ринковими суб'єктами, що виявляються у вигляді прагнення кожного з них обійти інших у досягненні єдиної мети і одержати більш високий ефект. Існує багато визначень конкурентоспроможності, що свідчить про те, що не існує єдиного визначення конкурентоспроможності підприємства, тому що вчені розглядають дане поняття з різних сторін.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Але незважаючи про широке дослідження існуючого питання, існує потреба у дослідженні конкурентоспроможності підприємств у сфері торгівлі за окремими галузями й сферами діяльності.

Формування завдання обумовлено дослідженням конкурентоспроможності як напрямку розвитку підприємства в сфері торгівлі й надання послуг в агропромисловому комплексі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах посилення конкуренції на товарних ринках й ринках послуг для підприємств посилюється значущість вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності.

Підвищення конкурентоспроможності – вірний крок до успіху підприємства у сфері його діяльності [4, с.113]. Необхідною умовою для успішного функціонування будь-якого підприємства в ринковій економіці є ефективне використання його власних та залучених матеріальних та нематеріальних активів.

Нові умови господарювання промислових підприємств загострили конкуренцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Наслідки фінансово-економічної кризи, непослідовної політики уряду щодо захисту вітчизняного

виробника, високий рівень морального та фізичного зношування виробничих фондів в сукупності обумовили актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств.

В нашій країні особливої гостроти проблема забезпечення конкурентоспроможності набуває для підприємств агропромислового сектору та допоміжних галузей. Через високі вимоги до якості товарів, неякісний менеджмент, низьку активність й ефективність інноваційної діяльності, недосконалість бізнес-процесів, відсутність модернізації та інші причини велика кількість підприємств виявились неготовими до адекватної активної поведінки на ринку.

Вітчизняний ринок техніки для АПК є місцем взаємодії інтересів продавців і покупців технічних засобів для агропромислового комплексу, що пропонує аграрію машини, механізми, обладнання, устаткування, технологічні комплекси і лінії, які безпосередньо використовуються у сільському господарстві, харчовій і переробній промисловості для вирощування, збирання, зберігання та переробки продукції, а також для надання послуг з технічного сервісу. Основними учасниками ринку є сукупність підприємств-виробників матеріально-технічних ресурсів, торгово-посередницьких організацій і дилерів, сервісних підрозділів, а також інших формувань у сфері техніко-технологічного забезпечення, які займаються постачанням техніки для сільського господарства.

Зростання сільськогосподарського виробництва впродовж останніх років зумовило розширення попиту на сільськогосподарську техніку з боку аграріїв, що дало поштовх як розвитку ринку техніки, так і вітчизняного машинобудування та імпорту продукції від провідних світових компаній її виробників.

Ємність внутрішнього ринку сільськогосподарської техніки на сьогодні, за окремими експертними оцінками, може становити близько 9-10 млрд грн і навіть більше, з огляду на значний знос основних засобів та перспективи масштабного оновлення матеріально-технічного парку за умов стабілізації економічної ситуації в країні.

Важливою умовою відчутного поліпшення у технічному озброєнні товаровиробників є досягнення збалансованості ринку

сільськогосподарської техніки в Україні, оскільки прояв негативних явищ у сфері технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств, зокрема зменшення попиту на вітчизняну техніку, не вплинув на підвищення її якості, а низька ефективність державної підтримки поставок техніки по лізингу зумовила подорожчання машин, погіршення умов поставок для лізинго-одержувачів і, як наслідок, скорочення обсягів лізингу. На фоні зменшення обсягів виробництва та продажів вітчизняної сільськогосподарської техніки посилюється експансія на вітчизняний ринок іноземної техніки, у т. ч. вживаної, яка не лише фізично зношена, але й морально застаріла.

Нині постає потреба в дослідженні таких невирішених проблем: стимулювання вітчизняних товаровиробників сільськогосподарської техніки щодо розширення типорозмірних і модельних рядів; створення відповідної інфраструктури ринку, зокрема, інформаційної, структур з незалежної технічної та економічної експертизи, а на вторинному ринку – даними про фактичний виробіток, залишковий ресурс і попередні умови експлуатації техніки.

На внутрішньому ринку сільськогосподарської техніки трактори займають близько 25 % від загального обсягу вартості придбання технічних засобів. У цьому сегменті ринку, за даними аналізу статистичної інформації, у 2016 р. було придбано 1822 шт. тракторів всіх видів на суму 1,3 млрд грн. (табл. 1). При цьому трактори з потужністю менше 40 кВт становили лише 3,2 % від загальної їх кількості, де найбільша частка належала торговельній марці «Беларус».

Трактори потужністю від 40 до 60 кВт займали 11,7 % всіх продажів на ринку. Незаперечним лідером у цій групі також були трактори «Беларус» і «МТЗ», які разом становили 9 % від усіх продажів.

Найбільший сегмент ринку належав тракторам потужністю від 60 до 100 кВт — 42,9 % від усієї реалізованої техніки. У цій групі 31,9 % всієї техніки становили трактори марки «Беларус» і «МТЗ». Водночас, попит на трактори таких загальновідомих виробників зі світовим іменем, як Caterpillar, Case, Claas, Fendt, John Deere, New Holland та інших сягав менше 5 %.

Таблиця 1

Купівля сільськогосподарськими підприємствами
нових тракторів потужністю від 40 до 100 кВт у 2016 р.

Найменування	Кількість, од.	Середня ціна, грн. за шт.	
		2016 р.	2016 р. у % до 2015 р.
1	2	3	4
Трактори всіх видів	1822	716533,4	132,0
<i>Потужністю < 40 кВт</i>	59	152107,1	132,7
«Агромаш»	2	112526,5	87,7
«Беларус»	20	178116,1	108,8
«ХТЗ»	7	93500,0	67,8
Foton	7	129895,0	151,5
Інші	22	161187,2	134,6
<i>Потужністю від 40 до 60 кВт</i>	214	234441,7	145,1
«Агромаш»	5	151680,3	95,3
«Беларус»	108	186836,8	125,4
Кий	1	161667,0	102,1
«ХТЗ»	57	194704,7	131,5
Foton	5	300860,6	146,7
Linna	1	142000,0	-
Інші	39	426435,2	162,8
<i>Потужністю від 60 до 100 кВт</i>	781	313191,5	130,5
«Агротрон»	27	293107,1	131,7
«Агрофарм»	4	304041,8	226,6
«Беларус»	459	214178,6	117,6
Кий	16	215620,6	138,2
МТЗ	122	238419,2	136,7
ЮМЗ	1	221000,0	142,5
Sarraro	2	446351,0	-
Case	17	546140,8	72,8
Claas	4	1069880,0	86,4
Deutz-Fahr	1	653033,0	139,7
Fendt	1	2062818,0	-
John Deere	21	955171,8	149,2
Landini	2	312500,0	-
Massey Ferguson	2	896425	-
New Holland	30	590897,2	121,7
<i>Потужністю > 100 кВт</i>	768	1304396,5	126,5

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Значний сегмент ринку займали трактори з потужністю понад 100 кВт – 42,2 %, де лідерами продажу були John Deere і «ХТЗ», відповідно 172 і 154 шт., або 9,4 і 8,5 % усього їх обсягу. Вагому нішу на ринку займали трактори марки Case, яких вітчизняними аграріями було придбано 94 шт., або 5,2 % від усього обсягу купівлі тракторів сільськогосподарськими

підприємствами у 2016 році.

У сегменті зернозбиральних комбайнів найбільшу частку продажів на ринку забезпечили такі відомі світові бренди, як John Deere, Case, Claas і Tuscato, відповідно частка їх становила 16,7; 9,5; 8 і 6,5 %, що разом сягає майже 42 % (табл. 2).

Таблиця 2

Купівля сільськогосподарськими підприємствами
нових комбайнів у 2016 р.

Найменування	Кількість, од.	Середня ціна, грн. за шт.	
		2014 р.	2014 р. у % до 2013 р.
Комбайни зернозбиральні	336	2004757,3	130,4
Комбайни кукуруддозбиральні	16	2316876,0	193,5
Комбайни кормозбиральні	34	940778,4	140,4
Комбайни бурякозбиральні	5	2084180,0	46,7
Молотарки	10	627838,1	352,2

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України

Вантажні автомобілі – особливий сегмент ринку техніки для АПК. Серед товаровиробників різних організаційно-правових форм господарювання останніми роками найбільшим попитом користувалися автомобілі вантажопідйомністю від 5 до 20 т, яких було продано в 2016 р. 140 шт. середньою вартістю 481,7 тис. грн. У цій категорії найвищими були продажі вантажних автомобілів марки «КАМАЗ» – 87 шт., або 62,1 % і «МАЗ», відповідно 20 шт. і 14,3 %.

В цілому з урахуванням тенденцій останніх років, які безпосередньо пов'язані з підвищенням рівня концентрації землекористування і розвитком агрохолдингових об'єднань, попит на високопродуктивні трактори й іншу широкозахватну техніку, передусім іноземного виробництва, яка не виробляється в Україні, буде лише зростати.

Певне уповільнення темпів її продажу на ринку, зумовлене девальвацією національної валюти, є тимчасовим і в перспективі цей сегмент зберігатиме привабливість для виробників сільськогосподарської техніки.

На регіональному ринку технічних засобів, за даними аналізу інформації Державної служби статистики України, минулого року найбільші обсяги придбання тракторів здійснювалися аграріями Харківської, Кіровоградської, Одеської, Дніпропетровської, Вінницької, Полтавської, Миколаївської, Черкаської, Запорізької і Сумської областей, частка яких становила 72 % всього обсягу купівлі у цьому сегменті.

Варто окремо зазначити, що лідерами з продажу тракторів потужністю понад 100 кВт є регіони з високим і середнім розміром землекористування у сільськогосподарських підприємствах, зокрема Кіровоградська (1941 га) й Харківська (2003 га) області.

У нинішніх умовах диференціація сільськогосподарських підприємств за рівнем купівельної спроможності вимагає їх поділу за рівнем технічного забезпечення, що у свою чергу передбачає формування трьох сегментів ринку техніки:

- для першого сегменту доцільно запропонувати техніку, яка не поступається за якістю перед зарубіжними аналогами, але відрізняється від них нижчою ціною;

- для другого сегменту необхідна більш дешева техніка задовільної якості;

- для підприємств третього сегменту можливо придбання техніки лише із вторинного ринку.

Окрім того, в умовах, що склалися, первинний і вторинний ринки сільськогосподарської техніки повинні формуватися насамперед за рахунок модернізації та подовження експлуатаційного терміну.

В умовах зниження технічного забезпечення сільгосптоваровиробників першочергового значення набуває підтримка у працездатному стані МТП, своєчасний ремонт і відновлення технічних ресурсів, що передбачає розвиток системи комплексного інженерного сервісу.

У свою чергу необхідністю стало створення системи інформаційно-консультаційного та кадрового забезпечення сільськогосподарських товаровиробників.

Нині спостерігається негативна тенденція щодо забезпечення основними видами сільської техніки в господарствах корпоративного сектору аграрної економіки,

залежно від площі землекористування. Наведені розрахунки переконують, що із сукупності підприємств, які мали сільськогосподарські угіддя в обробітку у 2016 р. лише 30,3% із них були забезпечені тракторами, автомобілями – на 20,9% та зернозбиральними комбайнами – на 19,8%. У господарствах, які не мають у використанні сільськогосподарських угідь, забезпечення цими технічними ресурсами становило: трактори – 7%, автомобілі – 6,4%, зернозбиральні комбайни – 2,4%.

Результати групування переконують, що господарства із невеликим площею сільськогосподарських угідь в обробітку мають труднощі щодо забезпечення техніки. Так, у господарств з площею в обробітку до 50 га лише у 9,3% з них є в наявності трактори, 3,9% – автомобілі, 3,1% – зернозбиральні комбайни; у групі підприємств із площею обробітку від 50 га до 100 га – 20,2% мали трактори, 9,4% – автомобілі, 9,1% – зернозбиральні комбайни; у групі із площею обробітку від 100 га до 500 га спостерігається покращення у забезпеченні технічними ресурсами: 43,3% господарств мали трактори, 25,4% – автомобілі, 25,8% – зернозбиральні комбайни. Отже, економічно слабкі малі та середні сільськогосподарські підприємства не мають можливості купувати необхідні технічні засоби, що зумовлює потребу в організації пунктів прокату техніки. Такі пункти найчастіше організують на основі забезпечених технікою сільгосптоваровиробників, машинно-технологічних станцій, ремонтно-технічних організацій та агропостачання, які можуть виступати як спеціалізовані об'єкти інфраструктури для технічного обслуговування підприємств сільського господарства.

У матеріально-технічному постачанні сільськогосподарських товаровиробників важливе значення має розвиток вторинного ринку техніки та обладнання як один із варіантів ресурсозбереження в АПК.

Необхідність розвитку вторинного ринку зумовлена значним старінням і зношенням машинно-тракторного парку, інтенсивним списанням техніки, істотним скороченням обсягів поставок машин.

За умови покращення фінансового стану сільськогосподарських товаровиробників, на ринок буде надходити дедалі більше використаної техніки, що є

непрацездатною. Саме це може стати початком другого етапу становлення вторинного ринку сільськогосподарського ринку, для якого характерним стане еволюційний розвиток організаційно-функціональної структури, механізмів формування цін, способів продажу техніки та інших параметрів ринку.

За умови, що всі ринкові параметри набудуть збалансованого стану, розпочнеться третій, заключний, етап становлення вітчизняного ринку сільськогосподарської техніки, що була у використанні. Це означатиме, що вторинний ринок техніки набув стабільного режиму функціонування. Стабільне функціонування ринку такої техніки можна забезпечити за умови високої якості сервісних послуг, гарантій та помірних цін на неї. Важливого значення у цьому напрямі набуває розвиток РТП (ремонтно-технічних підприємств) як складового елементу інфраструктури ринку техніки.

Таким чином, дослідження загального стану на ринку торгівлі сільськогосподарською технікою свідчать про зменшення купівлі нового необхідного обладнання; придбання підприємцями техніки, що була у використанні; створення й розвитку ремонтно-технічних підприємств, що спеціалізуються за певними видами та виробниками сільськогосподарської техніки.

Висновки. У ринковій системі господарювання конкурентоспроможність, як економічна категорія, виступає ключовою, адже вона відображає економічні, інноваційні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в товарах та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках. І в таких умовах головне завдання сучасних підприємств – забезпечити завоювання і збереження підприємством кращою частки ринку та домогтися переваги над конкурентами. Саме для цього необхідно підвищувати власну конкурентоспроможність.

В нашій країні особливої гостроти проблема забезпечення конкурентоспроможності набуває для підприємств агропромислового сектору та допоміжних галузей, адже цей напрямок діяльності є провідним.

Дослідження загального стану на ринку торгівлі сільськогосподарською технікою свідчать про зменшення купівлі нового обладнання; придбання підприємцями техніки, що була у використанні; створення й розвиток ремонтно-технічних підприємств, що спеціалізуються за певними видами та виробниками сільськогосподарської техніки.

Література

1. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
3. Самуельсон П.А. Економіка : монографія / П. Самуельсон ; ред. О. Ліщишин. – Львів : Світ, 1993. – 495 с.
4. Алтухова І.М. Підвищення конкурентоспроможності підприємства. // Прометей, №2 – 2010. – С. 112-114.
5. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

1. Sayenko M.H. Stratehiya pidpryyemstva: pidruchnyk. – Ternopil': «Ekonomiczna dumka». – 2006. – 390 s.
2. Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: otsinka rivnya ta napryamy pidvyshchennya: monohrafiya / za zah. red. O. H. Yankovoho. – Odesa: Atlant, 2013. – 470 s.
3. Samuel'son P.A. Ekonomika : monohrafiya / P. Samuel'son ; red. O. Lishchyshyn. – L'viv : Svit, 1993. – 495 s.
4. Altukhova I.M. Pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva. // Prometey, #2 – 2010. – S. 112-114.
5. Sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: www.ukrstat.gov.ua.

21.08.2018

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ПОКРАЩЕННІ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Управління платоспроможністю є однією з найважливіших задач будь-якого підприємства. Це обумовлено насамперед необхідністю накопичення значних обсягів фінансових ресурсів для забезпечення нормального господарювання в умовах інфляційних тенденцій, нестабільності національної грошової одиниці, перманентної кризи у окремих галузях, збільшення ризику неплатежів контрагентів, нестабільності банківської системи, збільшення рівня безробіття.

Підтримка показників платоспроможності у межах нормативного рівня дозволяє підприємствам не тільки забезпечити стійке фінансове положення у короткостроковому періоді, але й створити умови для подальшого розвитку. Означена теза стосується підприємств всіх форм власності.

В цьому сенсі викликає занепокоєння, що в Україні спостерігається стійка тенденція щодо погіршення платоспроможності комунальних підприємств, які отримали у спадок від командно-адміністративної економіки цілий комплекс фінансових проблем. Візуально це виявляється у відсутності грошей на рахунках, порушенні термінів виплати заробітної плати, наявності затримок у розрахунках з постачальниками тощо.

Основними причинами поточного стану комунальних підприємств є застарілість принципів управління, відсутність коштів на модернізацію основних фондів, висока залежність від дотацій з місцевих бюджетів. Відтак існує нагальна потреба у знаходженні шляхів для покращення платоспроможності комунальних підприємств з метою подальшого їхнього перетворення у основні джерела наповнення місцевих бюджетів. Зокрема мова може йти про комплекс заходів, спрямованих на

забезпечення прискорення оборотності поточних активів комунальних підприємств.

Важливу роль при цьому відіграють різного роду інновації (технологічні, маркетингові, управлінські), що є результатом науково-технічної діяльності, оформленим як об'єкт інтелектуальної власності, матеріалізованим у виробничій сфері чи сфері послуг та затребуваним ринком.

Ключові слова: інновації, економічний аналіз, платоспроможність, ліквідність, комунальні підприємства.

Skidan Vladislav, Karpov Vladimir

THE ROLE OF INNOVATION IN IMPROVING THE SOLVENCY OF UTILITIES

Solvency management is one of the most important tasks of any enterprise. This is primarily due to the need to accumulate significant amounts of financial resources to ensure normal business in the context of inflationary tendencies, instability of the national currency, a permanent crisis in certain industries, an increase in the risk of non-payment of counter-parties, instability of the banking system, and an increase in unemployment.

Supporting solvency indicators within the regulatory level allows enterprises not only to ensure a stable financial position in the short term, but also to create conditions for further development. This thesis concerns enterprises of all forms of ownership.

In this sense, it is disturbing that in Ukraine there is a steady downward trend in the solvency of utilities, which inherited a whole complex of financial problems from the command and control economy. Visually, this is manifested in the lack of money in the accounts, violation of the terms of payment of wages, the presence of delays in settlements with suppliers and the like.

The main reasons for the current state of utilities are the outdated management principles as well as inefficiency of funds for the modernization of fixed assets, and high dependence on subsidies from local budgets. Therefore, there is an urgent need to find ways to improve the solvency of utilities in order to further transform them into the main sources of local budgets. In particular, we can talk

about a set of measures aimed at ensuring the acceleration and the development of the current assets of utilities.

An important role in this is played by various kinds of innovations (technological, marketing, managerial), which is the result of scientific and technical activity, designed as an object of intellectual property, materialized in the production sector or in the service sector of a demanded market.

Key words: innovation, economic analysis, solvency, liquidity, utilities.

Скидан Владислав, Карнов Владимир

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В УЛУЧШЕНИИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КОММУНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Управление платежеспособностью является одной из важнейших задач любого предприятия. Это обуславливается, прежде всего, необходимостью накопления значительных объемов финансовых ресурсов для обеспечения нормального хозяйствования в условиях инфляционных тенденций, нестабильности национальной денежной единицы, перманентного кризиса в отдельных отраслях, увеличение риска неплатежей контрагентов, нестабильности банковской системы, увеличение уровня безработицы.

Поддержка показателей платежеспособности в пределах нормативного значения позволяет предприятиям не только обеспечить устойчивое финансовое положение в краткосрочном периоде, но и создать условия для дальнейшего развития. Данный тезис касается предприятий всех форм собственности.

В этом смысле вызывает беспокойство, что в Украине наблюдается устойчивая тенденция ухудшения платежеспособности коммунальных предприятий, которые получили в наследство от командно-административной экономики целый комплекс финансовых проблем. Визуально это проявляется в отсутствии денег на счетах, нарушении сроков выплаты заработной платы, наличии задержек в расчетах с поставщиками.

Основными причинами текущего состояния коммунальных предприятий является архаичность принципов управления, отсутствие средств на модернизацию основных фондов, высокая зависимость от дотаций из местных бюджетов. Поэтому существует потребность в поиске путей для улучшения платежеспособности коммунальных предприятий с целью дальнейшего их преобразования в основных источников наполнения местных бюджетов. В частности, речь может идти о комплексе мер, направленных на обеспечение ускорения оборачиваемости текущих активов коммунальных предприятий.

Важную роль при этом играют различного рода инновации (технологические, маркетинговые, управленческие), являющиеся результатом научно-технической деятельности, оформленным как объект интеллектуальной собственности, материализованным в производственной сфере или сфере услуг и востребованным рынком.

Ключевые слова: инновации, экономический анализ, платежеспособность, ликвидность, коммунальные предприятия.

Постановка проблеми. В Україні комунальні підприємства є важливою складовою фінансового забезпечення сталого розвитку на муніципальному рівні, а також економічним базисом місцевого самоврядування. Проте, в процесі ринкових трансформаційних перетворень їм ще не повною мірою вдалося знайти своє місце в структурі національної економіки. Отже проблеми функціонування комунальних підприємств не втрачають своєї актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, що супроводжують діяльність комунальних підприємств на сучасному етапі знайшли своє відображення у наукових працях О. Герасимчук, О.О. Прокопенко, В.М. Нижник. Фінансовим проявом означених проблем є, в тому числі, й низька платоспроможність. Різні аспектами платоспроможності вивчали К.В. Орехова, Н. Б. Теницька. Серед заходів покращення платоспроможності важливе місце займає впровадження інновацій. Проте їхній вплив на діяльність комунальних підприємств все ще висвітлено недостатньо.

Завданням дослідження є аналіз основних аспектів діяльності комунальних підприємств на сучасному етапі,

визначення особливостей їхнього поточного фінансового стану, зокрема з погляду показників платоспроможності, розробка пропозицій щодо впровадження інновацій в межах комунального сектора.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Платоспроможність підприємства є однією із найважливіших умов його ефективного функціонування у мінливому конкурентному середовищі. Показники ліквідності та платоспроможності є визначальними для оцінки фінансового стану підприємства у короткостроковій перспективі на протигау «довгостроковим» показникам фінансової стійкості.

Під платоспроможністю підприємства прийнято розглядати його здатність в повному обсязі та у визначений термін розрахуватися за своїми зобов'язаннями за допомогою грошових ресурсів та інших активів і спроможність здійснювати безперервну фінансово-господарську діяльність [1]. А її основними ознаками є: наявність у підприємства в достатньому обсязі коштів на розрахунковому рахунку та відсутність простроченої кредиторської заборгованості.

З практичної точки зору платоспроможність підприємства насамперед залежить від ліквідності та чинників, що її визначають. Але паралельно існує низка специфічних аспектів платоспроможності: тривалість операційного та фінансового циклів, дотримання підприємством платіжної дисципліни, обґрунтованість та ефективність фінансового планування, швидкість обігу грошових коштів та прирівняних до них активів.

Щоб виявити причини проблем із платоспроможністю доцільно виокремлювати зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на неї. Зовнішніми є ті чинники, на які підприємство не може впливати взагалі або означений вплив є незначним. До них відносяться загальний стан економіки, науково-технічний прогрес, державна грошова, податкова, кредитна політика, амортизаційні норми, сталість фінансового та валютного ринків, соціокультурні, юридичні, демографічні, політичні, екологічні чинники.

Внутрішні чинники, в свою чергу, безпосередньо залежать від аспектів діяльності самого підприємства. Мова йде про структуру оборотних та необоротних активів, наявні

грошові кошти та їх еквіваленти, суму короткострокових зобов'язань, механізми управління ліквідністю підприємства, організацію управління персоналом, процеси фінансового планування, бізнес-моделі, що використовуються, технологічний рівень організації виробництва, маркетинг, цінову та збутову політики.

Для оцінки платоспроможності підприємства найважливіше значення мають результати аналізу грошових потоків, оскільки саме вони найбільш об'єктивно характеризують його фінансовий стан. При цьому основними об'єктами дослідження виступають чистий грошовий потік від інвестиційної, фінансової і операційної діяльності, а також сукупний грошовий потік.

Позитивне значення чистого грошового потоку по операційній діяльності та сукупного потоку є необхідною умовою фінансової стійкості. В свою чергу значення чистого грошового потоку від інвестиційної діяльності складно трактувати однозначно, адже його негативне значення може обумовлюватися здійсненням інвестиційних проектів, в той час як позитивне – поверненням раніше інвестованого капіталу. І нарешті чистий грошовий потік від фінансової діяльності є відображенням процесів руху позикового капіталу, зокрема отримання чи погашення банківських кредитів.

Серед заходів відновлення платоспроможності підприємства важливе місце займають інновації. Термін «інновація» як економічну категорію увів у науковий обіг австрійський учений Й.А. Шумпетер у своїй роботі «Теорія економічного розвитку» [2, с. 45]. Під «інновацією» він мав на увазі зміни з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості.

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», під інноваціями розуміються новостворені або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери [3].

В сучасному світі інновації виступають як доцільні та корисні зміни попереднього стану об'єктів, процесів, механізмів. У якості змін вони повинні отримати певне практичне застосування і мати кінцевий корисний ефект. Предметом означених змін можуть бути маркетинг, товари та послуги, технології, організація виробництва, мотивація, менеджмент.

Всебічне впровадження інновацій є доцільним для підприємств будь-якої форми власності, у тому числі й для комунальних. На законодавчому рівні суб'єктами господарювання у комунальному секторі вітчизняної економіки є суб'єкти, що діють на основі лише комунальної власності, а також суб'єкти, у статутному фонді яких частка комунальної власності перевищує 50% чи становить величину, яка забезпечує органам місцевого самоврядування право вирішального впливу на господарську діяльність.

Комунальні підприємства охоплюють практично всі основні сфери життєдіяльності людини і за призначенням та функціями поділяються на такі групи:

- санітарно-технічні;
- транспортні;
- комунальна енергетика;
- сфера обслуговування;
- підприємства та організації міського благоустрою.

Всі ці групи поєднують певні базові аспекти. Насамперед, комунальні послуги є залежними від розташування джерел ресурсів, оскільки місця виробництва послуг та їх споживання співпадають. Для більшості комунальних підприємств характерна колективна організація споживання у формі загальних систем обслуговування. Це обумовлює підвищене значення якості комунальної інфраструктури, зокрема, мережових споруд, а також необхідність управління ними на місцевому рівні.

Ще однією особливістю комунальних підприємств є специфічність критеріїв оцінювання ефективності їхнього функціонування. Адже самих економічних критеріїв ефективності (рентабельність, прибутковість, продуктивність) досить часто не вистачає. На перший план виходять якісні критерії обслуговування: комфортність, енергозбереження та

використання відновлювальних джерел, а також соціальні та екологічні чинники.

На відміну від підприємств інших галузей (зокрема виробництва чи сфери послуг), діяльність яких протягом року носить ритмічний характер, робота комунальних підприємств має чітко виражений сезонний характер і залежить від попиту споживачів у конкретні періоди не тільки року, але й навіть доби.

Фінанси комунальних підприємств виступають як складова частина місцевих фінансів, але їм притаманні певні специфічні ознаки, які впливають з особливостей форм власності і господарювання. Зокрема, оскільки майно комунальних підприємств перебуває у власності місцевого самоврядування, то для фінансування цих підприємств, крім власних джерел, залучаються кошти місцевих бюджетів, а також кошти, отримані в порядку перерозподілу. Відтак й прибуток комунальних підприємств визначається в процесі укладання місцевих бюджетів, як різниця між сумою валових доходів (які містять у собі суму отриманої дотації з місцевого бюджету) і видатків.

На діяльність комунальних підприємств вирішального впливу здійснює держава. Вона регламентує систему утворення тарифів комунальних установ, визначає норми споживання, затверджує тарифи для населення і промислових споживачів, встановлює соціальні стандарти та мінімальну заробітну плату тощо.

В свою чергу вплив фактору конкуренції у комунальному господарстві ще є досить незначним, адже ще зовсім недавно споживачі комунальних послуг жили у будинках прикріплених на баланс до відповідної комунальної установи. Й дотепер у більшості сегментів комунального господарства конкуренція відсутня.

Специфіка комунальних підприємств обумовлює високу фондомісткість цієї галузі. Зокрема питома вага основних фондів у загальній структурі основних і оборотних коштів підприємств в середньому складає 95%.

Якщо деталізувати означену структуру, то спостерігаються певні відмінності в залежності від сфери діяльності. Так, у більшості галузей комунального господарства

(водо-, газо-, електро-, тепlopостачання, каналізації) від 50 до 70% складають передаточні пристрої; у транспортних підприємствах - транспортні засоби (близько 50 %); у житловому господарстві – будинки та споруди (майже 90%).

Поганий стан функціонування комунальних підприємств зумовлений тим, що протягом останнього періоду рівень оновлення не відповідав потребам, тому можна виділити такі проблеми житлово-комунального господарства:

- високий рівень зношуваності устаткування в галузі;
- збільшення рівня збитковості окремих підприємств;
- відсутність ефективної цінової політики;
- недосконала тарифна політика;
- технічна відсталість;
- криза платоспроможності;
- незацікавленість інвесторів у вкладенні коштів у

житлово-комунальний комплекс [5].

Низька платоспроможність комунальних підприємств може бути як випадковою, тимчасовою, так і, найчастіше, хронічною. Причинами цього можуть бути: помилки в розрахунках планових обсягів виробництва і реалізації продукції, її собівартості; невиконання планових завдань виробництва і реалізації продукції внаслідок порушення її структури та асортименту, підвищення собівартості продукції; неплатоспроможність самих покупців і замовників; нестаток власних джерел фінансування підприємства; значне відволікання коштів у дебіторську заборгованість та у надлишкові виробничі запаси; нераціональна структура оборотних коштів та низька їх оборотність; інфляційні процеси тощо [6].

При розробці політики раціонального управління платоспроможністю підприємств комунального сектору потрібно насамперед сформувавши комплекс заходів, спрямованих на забезпечення прискорення оборотності окремих видів поточних активів. При цьому особливу увагу слід приділяти пошуку та мобілізації резервів збільшення реалізації продукції та послуг споживачам за рахунок введення в дію нових і кращого використання діючих виробничих потужностей, економного та раціонального використання матеріалів, палива, пального, електроенергії, підвищення продуктивності праці [7].

Відтак інноваційна діяльність комунальних підприємств може розглядатися як комплексний процес їхнього створення, використання і розповсюдження з метою більш повного задоволення потреб споживачів та збільшення показників фінансової ефективності, у тому числі й платоспроможності. При цьому важливо враховувати життєвий цикл інновацій з точки зору його мінімізації. Під життєвим циклом слід розуміти період часу, від виникнення ідеї щодо покращення будь-яких аспектів діяльності комунального сектору до її комерційного використання (від спалаху, коли спостерігається активний попит населення, до переходу інновації у розряд стандартних виробів, процесів, продуктів).

На комунальних підприємствах можна використовувати наступні способи організації інноваційної діяльності:

1. Інноваційна діяльність на основі внутрішньої організації. В цьому випадку інновація створюється і освоюється всередині підприємства спеціалізованими підрозділами на базі планування і моніторингу їхньої взаємодії по інноваційному проекту. Для комунального сектору це є не досить актуальним адже більшість бізнес – процесів є застарілими на занадто бюрократизованими.

2. Інноваційна діяльність на основі зовнішньої організації. В цьому контексті інновації здійснюються за допомогою контрактів на створення і освоєння інновації. Це є певно найкращий шлях особливо у випадку залучення відповідних іноземних організацій та участі у грантових проектах.

3. Інноваційна діяльність на основі діяльності венчурних підприємств. Тобто для реалізації інноваційного проекту створюється венчурна структура, яка залучає додаткові сторонні кошти. Альтернативою може стати викладення інноваційного проекту на краудфандингову платформу. Але обидва цих способи не є поки що реальними для вітчизняного комунального сектору.

На практиці об'єктами реалізації інновацій на базі комунальних підприємств можуть стати:

- інноваційні проекти;
- інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;

- інфраструктурні елементи;
- організаційно-технічні та програмні рішення.

Проте, перш ніж прийняти рішення щодо впровадження інновацій необхідно комплексно оцінити фінансовий стан кожного окремого комунального підприємства за допомогою усього спектру показників. Адже за обсягами ресурсів фінанси комунальних підприємств у багатьох країнах можна порівняти із місцевими бюджетами. Тому покращення платоспроможності та подальший розвиток комунального сектора спроможний забезпечити базис для фінансової стійкості всього місцевого самоврядування в Україні.

Висновки. В ринкових умовах зростає необхідність об'єктивного оцінювання фінансового стану комунальних підприємств, адже місцеві органи самоврядування повинні з'ясувати доцільність виділення коштів з місцевого бюджету конкретному підприємству для подальшого його функціонування.

Для покращення рівня платоспроможності комунальних підприємств в умовах ринкових трансформацій необхідно впровадження органами місцевої влади комплексу маркетингових, фінансових, технологічних заходів. Паралельно з цим важливим є залучення страхових та аудиторських компаній для покращення процесу планування та мінімізації ризиків. З іншого боку необхідно вдосконалювати діяльність місцевих органів влади щодо управління об'єктами соціальної сфери, переданими у комунальну власність задля максимізації ефективності, насамперед у контексті тарифної політики.

Література

1. Теницька Н.Б. Теоретичні аспекти оцінки платоспроможності підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/75.pdf>

2. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотку та економічного циклу / Й. А. Шумпетер; Видавничий Дім «Києво-Могилянська Академія» – Київ, 2011. – 242 с.

3. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

4. Нижник В. М. Проблеми та перспективи комунального обслуговування промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.pu.if.ua/index.php/mre/article/viewFile/2576/2672>

5. Герасимчук О. Проблеми фінансування комунальних підприємств в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/04/237.pdf>

6. Орехова К.В. Роль та місце ліквідності та платоспроможності підприємства в сучасному економічному середовищі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29210/26249>

7. Прокопенко О.О. Сучасні фінансові проблеми розвитку підприємств комунального господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Economics/75541.doc.htm

28.08.2018

УДК 658.5.012.2

JEL Classification: L190

Чабанова Арина

УСПІШНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВЕБ-СТУДІЇ В УКРАЇНІ

Актуальність даної теми полягає в тому, що розробка стратегії розвитку підприємства невіддільна від вирішення питань його перспективного функціонування. Саме ретельно продумана стратегія дозволяє керівництву підприємства щодня вирішувати не просто поточні завдання розвитку бізнесу, а й завдання, які працюють на головну мету й подальшу перспективу. У даній статті викладено матеріал про складання стратегії компанії на прикладі веб-студії.

На сучасному етапі розвитку економіки головним напрямком стратегії кожної компанії стає підвищення конкурентоспроможності для закріплення її позицій на ринку з метою отримання прибутку.

У статті представлена статистика кількості "живих" веб-студій України (2017-2018 рр.). За даними дослідження в Україні за 2018 р. виявили 886 діючих веб-студій. Саме стратегія розвитку дозволяє digital-агентств або вижити в умовах жорсткої конкуренції, або досягти конкурентних переваг на ринку.

В зв'язку з тим, що єдиної стратегії для всіх підприємств не існує, кожне з них розробляє свою стратегію на основі аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, можливості власного потенціалу, своїх цілей і місії.

Будь-яка стратегія повинна контролюватися керівництвом, яке в свою чергу, складає плани розвитку, ставить задачу перед підрозділами, розробляє систему стимулювання і мотивації співробітників. Для успішної діяльності компанії керівники більшу частину свого часу повинні присвячувати стратегічним завданням.

В дослідженні розглянуто поетапні кроки зі створення успішної стратегії веб-студії: проводиться аналіз поточного стану підприємства, поєднання планів підприємства по його ресурсами, підготовка введення змін, проводиться аналіз ризиків і коригування стратегії.

Ще один важливий факт полягає в тому, що необхідно якомога раніше обговорювати розподіл і використання ресурсів компанії, чітко визначати пріоритети й постійно відстежувати результати діяльності як компанії так і її підрозділів. Також, в статті описується на питання керівник повинен направити фокус своєї уваги для того, щоб веб-студія стала великої ІТ-компанією.

Ключові слова: стратегія компанії, стратегічне планування, стратегічний менеджмент, робота веб-студії, розвиток ІТ-компанії, менеджмент, digital-агентство, цілі компанії, отримання прибутку, конкурентоспроможність, система CRM.

УСПЕШНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВЕБ-СТУДИИ В УКРАИНЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что разработка стратегии развития предприятия неотделима от решения вопросов его перспективного развития. Именно тщательно продуманная стратегия позволяет руководству предприятия каждый день решать не просто текущие задачи развития бизнеса, а текущие задачи, работающие на главную цель и главную перспективу. В данной статье изложен материал о составлении стратегии компании на примере веб-студии. На современном этапе развития экономики главным направлением стратегии каждой компании становится повышение конкурентоспособности для закрепления ее позиций на рынке в целях получения прибыли.

В статье представлена статистика количества “живых” веб-студий Украины (2017-2018 гг.). По данным исследования в Украине за 2018 год выявили 886 живых веб-студий. Именно стратегия развития позволяет digital-агентствам либо выжить в условиях жесткой конкуренции, либо достичь конкурентных преимуществ на рынке.

Так как единой стратегии для всех компаний не существует, каждая из них разрабатывает свою стратегию, на основе анализа окружающей среды, способности собственного потенциала, своих целей и миссии.

Любая стратегия должна контролироваться руководством, который в свою очередь составляет планы развития, ставит задачи перед подразделениями, разрабатывает систему стимулирования и мотивирования сотрудников. Для успешного развития компании руководители большую часть своего времени должны посвящать стратегическим задачам.

Рассмотрены поэтапные шаги по созданию успешной стратегии веб-студии: проводится анализ текущего состояния предприятия, совмещение планов предприятия с его ресурсами, подготовка введения изменений, производится анализ рисков и корректировка стратегии.

Еще один немаловажный факт состоит в том, что необходимо как можно раньше обсуждать распределение и использование ресурсов компании, четко определять приоритеты и постоянно отслеживать результаты деятельности как компании так и ее подразделений. Также, в статье описывается на какие вопросы руководитель должен направить фокус своего внимания для того чтобы веб-студия стала крупной IT-компанией.

Ключевые слова: стратегия компании, стратегическое планирование, стратегический менеджмент, работа веб-студии, развитие IT-компаний, менеджмент, digital-агентство, цели компании, получение прибыли, конкурентоспособность, система CRM.

Chabanova Arina

SUCCESSFUL STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF WEB STUDIES IN UKRAINE

The relevance of this topic is the development of an enterprise development strategy is inseparable from the solution of its future development issues. It is a carefully thought-out strategy that allows the management of the enterprise to solve every day not just the current tasks of business development, but the current tasks working for the main goal and the main perspective. This article provides material on the compilation of the company's strategy on the example of a web studio. At the present stage of development of the economy, the main focus of each company's strategy is to increase competitiveness in order to consolidate its position in the market for profit.

The article presents the statistics of the number of “live” web studios of Ukraine (2017-2018). According to a study in Ukraine in 2018, 886 live web studios were identified. It is the development strategy that allows digital agencies to either survive in the face of fierce competition, or to achieve competitive advantages in the market.

Since there is no single strategy for all companies, each of them develops its own strategy based on an analysis of the environment, the ability of its own potential, its goals and mission.

Any strategy should be monitored by management, which in turn draws up development plans, sets tasks for departments, develops a system for encouraging and motivating employees. For the successful development of the company, managers must devote most of their time to strategic tasks.

Phased steps to create a successful web-studio strategy are considered: an analysis of the current state of the enterprise, combining the plans of the enterprise with its resources, preparation for introducing changes, analyzing risks and adjusting the strategy. Another important fact is that it is necessary to discuss as early as possible the distribution and use of company resources, clearly define priorities and constantly monitor the results of activities of both the company and its divisions. Also, the article describes what issues the manager should focus on in order for the web studio to become a large IT company.

Key words: company strategy, strategic planning, strategic management, web studio work, development of an IT company, management, digital agency, company goals, profit making, competitiveness, CRM system.

Постановка проблемы. На нашем рынке творится полный беспредел с позиционированием и маркетингом веб-студий/агентств. Каждая первая компания гордо объявляет себя «молодым динамично развивающимся digital-агентством полного цикла» — и в результате все игроки сливаются в единую серую безликую массу. Нестабильность внутренней и внешней среды деятельности предприятий, обусловленная высоким уровнем конкуренции, изменчивостью потребностей и платежеспособности покупателей, не всегда благоприятным воздействием множества глобальных экономических, социальных, политических и иных факторов, обуславливает важность стратегического планирования и управления на предприятии для достижения успеха на рынке.

Правильно разработанная стратегия – это выбор наиболее эффективных в той или иной ситуации направлений

развития компании, первоочередных целей и наилучших способов их достижения.

Анализ последних исследований: В настоящее время разработка стратегии компании является не фантазией или особенностью отдельных «продвинутых» компаний, а необходимостью для всех участников бизнеса, которые видят свою задачу в поступательном развитии и сохранении устойчивого положения на рынке. Одной из важнейших причин потребности в построении и реализации эффективной стратегии является признание растущего влияния внешних и внутренних факторов на результативность ведения бизнеса.

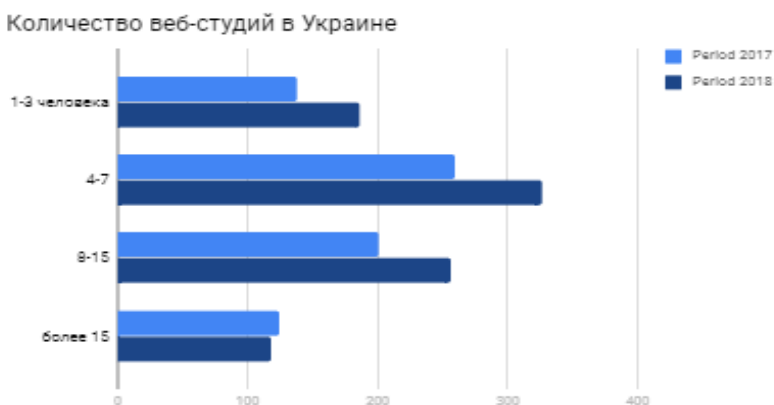


Рис. 1. Количество веб-студий в Украине в 2017-2018 гг. (построено по данным [4])

По данным исследования в Украине за 2018 год выявили 186 живых веб-студий размером 1-3 человека, 326 – размером 4 - 7 человек, и 256 – размером 8-15 человек, более 15 человек – 118 компаний. Для того чтобы веб-студия перестала быть фриланс-парой из дизайнера и верстальщика-программиста, а выросла в большой бизнес, то последние годы рынок всё чаще говорит о необходимости позиционирования и разработки стратегии компаний.

Нерешенная ранее часть общей проблемы. На современном этапе развития экономики проблема разработки стратегии компании в Украине резко обострилась, и ее решение

требует активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности производимых и потребляемых товаров. В связи с этим в современной экономике главным направлением стратегии каждой компании становится повышение конкурентоспособности для закрепления ее позиций на рынке в целях получения прибыли [1].

Разработка стратегии имеет несомненную важность для предприятий любого размера и различной специфики деятельности. Однако наиболее важной она представляется для компаний малого и среднего бизнеса. У них меньше финансовых, материальных ресурсов, невысокая численность персонала. И те немногочисленные ресурсы, которые малое или среднее предприятие имеет, оно должно распределить и использовать наилучшим в данной ситуации образом. К тому же, небольшие предприятия сильнее ощущают ограничения не только ресурсного, но также рыночного, юридического, политического характера. Крупная компания может сравнительно легко обойти эти ограничения, потому что в её распоряжении имеется не одно и даже не несколько, а множество различных направлений, сфер деятельности, возможностей. У малого, а нередко и у среднего предприятия, такой выбор отсутствует, поэтому и риск негативных последствий внедрения неверных стратегических решений намного выше.

Цель статьи. Менеджерам веб-студий нужно разработать комплексный план управления, который должен укрепить положение компании на рынке и обеспечить координацию усилий, привлечение и удовлетворение потребителей, успешную конкуренцию и достижение глобальных целей.

Основной материал исследования. Разработка стратегии развития компании – важный и необходимый этап. Как только компания наметила себе цель, она должна переходить к разработке стратегии. Если этап разработки стратегии пропускается, игнорируется, то компания допустит множество тактических ошибок, ей придется искать путь методом проб и ошибок, что можно избежать при стратегическом планировании.

Разработка стратегии – это процесс создания документа, в котором расписана стратегия как инструмент управления и контроля достижения цели. Такой документ называется бизнес-планом стратегического развития компании.

Разработка плана стратегического развития предполагает формулирование конкретных ответов на следующие вопросы: что продает компания? кому продает? как продает? как обслуживает клиентов?

Основной задачей разработки стратегического развития является обеспечение данных для принятия управленческих решений. Для этого определяются и анализируются коммерческие, технические, финансовые, экономические предпосылки и состояние окружающей среды, рассматриваются альтернативные решения, в результате формируется бизнес-план стратегического развития, условия и цели которого четко выстроены по отношению к главной цели предприятия.

Разработку стратегии следует рассматривать, прежде всего, как оптимизационный процесс с обратной связью, взаимосвязью отдельных частей, а также оценкой коммерческого, технического и предпринимательского риска.

Стратегия – это генеральная комплексная программа действий, определяющих приоритетные для предприятия проблемы, его миссию, главные цели и распределение ресурсов для их достижения. По своему содержанию стратегия является долгосрочным плановым документом, результатом стратегического планирования. Рассмотрим поэтапные шаги по созданию успешной стратегии веб-студии:

1. Проводится анализ текущего состояния предприятия. Имеет смысл оценить деятельность компании на протяжении какого-то периода. При анализе нужно учитывать ряд показателей: продажу товара, получение прибыли, финансовый потенциал.

2. Совмещение планов предприятия с его ресурсами. Для исполнения стратегии требуются определенные ресурсы. Даже если амбиции руководства велики, но нет средств на их исполнение, план провалится. Поэтому нужно найти оптимальное соотношение между желаниями и возможностями. Для этого нужно иметь объективные данные об имеющихся ресурсах.

3. Подготовка введения изменений. В рамках этого формируются новые должности, меняется кадровый состав.

4. Производится анализ рисков. На этом этапе планируются компенсирующие мероприятия.

5. На основании данных, полученных на этапе деятельности компании, проводится коррекция имеющейся стратегии [2].

Для успешного развития компании руководители большую часть своего времени должны посвящать не решению рутинных и тактических задач в виде разрешения проектных проблем или вопросов с клиентами, а работе над стратегическими задачами. На это необходимо тратить порядка 75% своего времени. На всё остальное вопросы - только 25% времени, а это значит, что данное время может быть продуктивно потрачено только на контроль процессов в других областях. Выходит, нам необходимо найти людей для решения всех остальных задач: операционных и тактических [5].

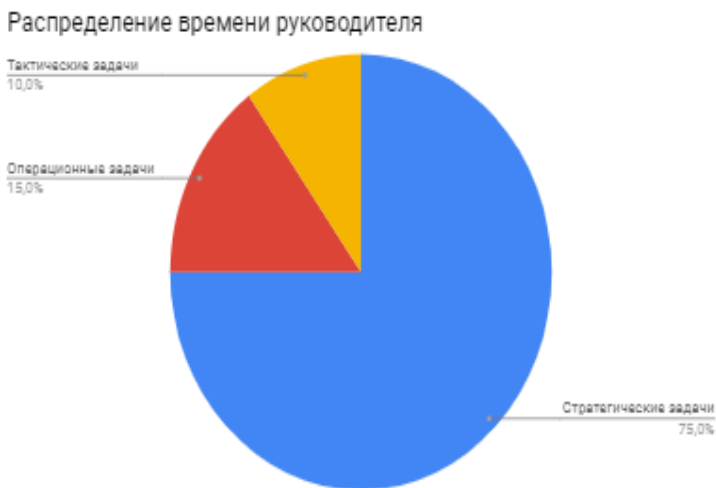


Рис. 2. Распределение времени руководителя

Для успешного развития компании руководители большую часть своего времени должны посвящать не решению рутинных и тактических задач в виде разрешения проектных проблем или вопросов с клиентами, а работе над

стратегическими задачами. На это необходимо тратить порядка 75% своего времени. На всё остальное вопросы – только 25% времени, а это значит, что данное время может быть продуктивно потрачено только на контроль процессов в других областях. Выходит, нам необходимо найти людей для решения всех остальных задач: операционных и тактических.[5]

Теперь мы поняли, что наше основное внимание должно лежать в плоскости развития компании. Это значит, что основной фокус должен быть сосредоточен на следующих важных вопросах:

1. Команда.
2. Маркетинг, позиционирование, миссия и ценности, а также видение нашего будущего.
3. Выстраивание полноценной системы продаж. [3]

Для улучшения работы компании по вышеперечисленным вопросам нужно использовать систему – CRM. Найдите простой инструмент для онлайн работы, в котором вы сможете вести сделки, контакты, ставить задачи по проектам. В этой же системе можно будет вести документооборот [4].

Выводы. Проведенное исследование процесса разработки стратегии развития веб-студии показало, что она является основой перспективного развития фирмы. Тщательно продуманная стратегия позволяет руководству предприятия каждый день решать не просто текущие задачи развития бизнеса, а текущие задачи, работающие на главную цель и главную перспективу.

Для любой форм собственности компании и для любых масштабов ее деятельности разработка стратегии развития говорит о расширении компании, ее возможностях достичь более эффективных результатов деятельности.

Так как единой стратегии для всех компаний не существует, каждая из них разрабатывает свою стратегию, на основе анализа окружающей среды, на основе способности собственного потенциала, своих целей и миссии и т.д.

Стратегия – живой документ, который вы пишете для себя. Его цель – определить вектор развития, задать ключевые цели и описать способы их достижения с точки зрения маркетингового аспекта. Рынок быстро меняется, стратегия

должна постоянно обновляться, дополняться и пересматриваться.

Перспективы дальнейших исследований. Рыночная экономика предъявляет все новые и новые требования к производственно-хозяйственной деятельности экономических субъектов, и, прежде всего, к управлению ими. При разработке стратегии развития предприятия требуется учитывать объективные факторы, определяющие перспективы и ограниченность имеющегося потенциала экономического роста. Перспектива дальнейших исследований обусловлена постоянной необходимостью определения направлений формирования рыночных позиций украинских IT-компаний.

Литература

1. Остервальдер А. И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора, 2018, 21 с.

2. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: Экономистъ, 2007.

3. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2007.

4. Развитие веб-студий в Украине [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/management/development-of-web-studio/>.

5. Маркетинговые планы развития веб-студий: исследование 2017 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/149/155988/href=>

1. Osterval'der A. Y. Postroenye byznes-modeley. Nastol'naya knyha strateha y novatora, 2018, 21 s.

2. Zaytsev L.H., Sokolova M.Y. Stratehycheskyy menedzhment: Uchebnyk. – М.: Экономистъ, 2007.

3. Boumэн K. Osnovy stratehycheskoho menedzhmenta / Per. s anhl. – М.: YuNYTY, 2007.

4. Razvytye veb-study y v Ukrayne [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupa: <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/management/development-of-web-studio/>.

5. Marketynhovyе plansы razvytyya veb-studyу: yssledovnyе 2017 hoda [Электронныы resurs] – Rezhym dostupa: <https://www.cossa.ru/149/155988/href=>

28.08.2018

УДК 330.8:336.743.3

JEL Classification: J690

Челядник Віталій, Балджи Марина

ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто проблему безробіття населення на державному та регіональному рівні. Обґрунтовано актуальність поставленої проблеми в теперішній час. Досліджена природа виникнення безробіття та таких його видів, як фактичне, природне, фрикційне, структурне та циклічне та їх взаємозв'язок, означено теоретичну концепцію регулювання безробіття. В статті досліджено рівень безробіття за 2004-2017 роки, а також інфляцію та ВВП за аналогічний період на регіональному та національному рівні. Проблема безробіття неможливо розв'язати повністю в умовах ринкового функціонування економіки України, однак необхідно проводити правильну державну політику в сфері регулювання зайнятості. Аналіз даних показників дозволив простежити зв'язок між даними показниками та підтвердив правильність теоретичної концепції регулювання безробіття. При рівні фактичного безробіття, який нижче природного, в економіці відбувається прискорення інфляції. Це зумовлено неможливістю товаровиробників задовольнити попит покупців через нестачу важливого фактору виробництва – праці. При наявності циклічного безробіття економіка держави та регіону втрачає частину ВВП. Це відбувається згідно з законом Оукена, який показує емпіричний зв'язок між рівнем циклічного безробіття та обсягом недоотриманого ВВП. Тому державна політика в сфері зайнятості повинна ґрунтуватися на балансі рівня безробіття.

Вона повинна мінімізувати втрати ВВП для регіональної та національної економіки та, при цьому, не здійснювати внесок в прискорення інфляції. Впровадження розглянутої концепції державної політики в сфері зайнятості дозволить стабілізувати вітчизняний та регіональний ринок праці на оптимальному рівні та мінімізувати негативні соціально-економічні наслідки даної проблеми для регіонів України, національної економіки та індивіда.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, ВВП, інфляція, природний рівень безробіття.

Челядник Виталий, Балджи Марина

ИССЛЕДОВАНИЕ БЕЗРАБОТИЦЫ В УКРАИНЕ И ОДЕССКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрена проблема безработицы населения на государственном и региональном уровне. Обоснована актуальность представленной проблемы в настоящее время. Исследована природа возникновения безработицы и таких ее видов, как фактическая, естественная, фрикционная, структурная и циклическая, а также их взаимосвязь, обозначена теоретическая концепция регулирования безработицы. В статье исследован уровень безработицы за 2004-2017 годы, а также инфляция и ВВП за аналогичный период на региональном и национальном уровне. Проблему безработицы невозможно решить полностью в условиях рыночной функционирования экономики Украины, однако необходимо проводить правильную государственную политику в сфере регулирования занятости. Анализ данных показателей позволил проследить связь между данными показателями и подтвердил правильность теоретической концепции регулирования безработицы. При уровне фактической безработицы, который ниже естественного, в экономике происходит ускорение инфляции. Это обусловлено невозможностью товаропроизводителей удовлетворить спрос покупателей из-за недостатка важного фактора производства - труда. При наличии циклической безработицы экономика государства и региона теряет часть ВВП. Это происходит

согласно закону Оукена, который показывает эмпирический связь между уровнем циклической безработицы и объемом недополученной ВВП. Поэтому государственная политика в сфере занятости должна основываться на балансе уровня безработицы. Она должна минимизировать потери ВВП для региональной и национальной экономики и, при этом, не осуществлять вклад в ускорение инфляции. Внедрение рассматриваемой концепции государственной политики в сфере занятости позволит стабилизировать отечественный и региональный рынок труда на оптимальном уровне и минимизировать негативные социально-экономические последствия данной проблемы для регионов Украины, национальной экономики и индивида.

Ключевые слова: безработица, занятость, ВВП, инфляция, естественный уровень безработицы.

Cheliadnyk Vitalii, Baldzhy Maryna

STUDY OF UNEMPLOYMENT IN UKRAINE AND ODESSA REGION

The article considers the problem of unemployment at the state and regional levels. The urgency of the presented problem is grounded. The cause of unemployment and its types such as actual, natural, frictional, structural and cyclical, as well as their interrelation has been studied, the theoretical concept of unemployment regulation has been identified. The article examines the unemployment rate for 2004–2017, as well as inflation and GDP for the same period at the regional and national levels. The problem of unemployment can not be solved completely in the conditions of the market functioning of the Ukrainian economy, but it is necessary to pursue the correct state policy in the field of employment regulation. Analysis of these indicators allowed us to trace the relationship between these indicators and confirmed the correctness of the theoretical concept of regulating unemployment. With the level of actual unemployment, which is lower than natural, the economy accelerates inflation. This is due to the inability of producers to meet the demand of customers due to the lack of an

important factor of production - labor. With cyclical unemployment, the economy of the state and the region loses some of its GDP. This happens according to Okun's law, which shows the empirical relationship between the level of cyclical unemployment and the volume of under-received GDP. Therefore, government employment policies should be based on a balance of unemployment. It should minimize the loss of GDP for the regional and national economy and, at the same time, not contribute to the acceleration of inflation. Implementation of the considered concept of state employment policy will stabilize the domestic and regional labor market at the optimal level and minimize the negative social and economic consequences of this problem for the regions of Ukraine, the national economy and the individual.

Keywords: unemployment, employment, GDP, inflation, natural unemployment rate.

Постановка проблеми. Актуальність поставленої проблеми пов'язано з питаннями коливання безробіття на державному та регіональному рівнях. Вона зумовлена тими негативними наслідками, які безробіття спричиняє та поглиблює. Це, насамперед, соціальні та економічні наслідки. Для економіки держави це насамперед недовиробництво ВВП, для державного бюджету – недоотримання податків та додаткові витрати на соціальне забезпечення безробітних, для індивіда це насамперед втрата доходу та засобів для існування, для роботодавця – погіршення кваліфікації персоналу в майбутньому, оскільки тривалий термін безробіття працівника знижує його кваліфікацію. Але найбільший негативний вплив безробіття може чинити на суспільство в цілому. Воно спричиняє соціальні потрясіння (страйки робітників, підвищення рівня злочинності, масові виступи населення), котрі можуть спричинити ще глибші потрясіння в суспільстві та мати катастрофічні наслідки. Для найбільш ефективного функціонування економіки важливе значення має рівень безробіття. Занадто високий його рівень призводить сповільнює економічне зростання, занадто низький рівень також має негативний соціально-економічний наслідок – прискорення інфляції. Саме тому важливо підтримувати безробіття на такому

рівні, який забезпечував би збалансований стан економіки держави та індивіда.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безробіття – це стан ринку праці, за якого пропозиція праці перевищує попит на працю. З цього випливає, що безробіття існує в умовах перебування ринку праці в нерівноважному стані. Проблемою безробіття займалися такі вітчизняні та іноземні наукові співробітники: Г. Менкью, А. Оукен, С. Івашковський, О. Васильєв, О. Залевська, Ю. Машика, А. Світайлова, К. Семенова, А. Фесенко та інші. Вищезазвані автори внесли вагомий вклад у вивчення безробіття та його динаміки в Україні. Зокрема, А. Фесенко сфокусувався на соціальних наслідках безробіття, К. Семенова дослідила чинники, які впливають на рівень безробіття та взаємозв'язок економічної кризи та рівня безробіття. О. Залевська проаналізувала рівень безробіття в сільській місцевості.

Однак вище перелічених досліджень недостатньо для вирішення проблеми безробіття в Україні. Це пов'язано з декількома причинами. По-перше, автори сфокусувались на окремих проблемах (безробіття у сільській місцевості, безробіття серед молоді, соціально-економічні наслідки безробіття та його причини), по-друге, автори в своїх наукових працях мало уваги приділили аналізу відносних показників, використовуючи абсолютні, що призводило до спотворення результатів дослідження. Дослідити та спрогнозувати рівень безробіття спробував О. Васильєв у своїй статті «Прогнозування рівня безробіття в Україні». Однак його оцінка безробіття ґрунтується на використанні абсолютних показників та статистичних даних до 2009 року, і на даний момент не може відображати дане явище об'єктивно. При написанні статті використовувались статистичні дані до 2017 року, а прогноз обґрунтовується аналізом відносних показників. Використання відносних показників дозволяє розширити методика оцінки та прогнозування безробіття та доповнює методика, оснований на абсолютних показниках.

Виділення невирішених проблем. В статті аналізується динаміка безробіття як на регіональному рівні, так і в цілому по Україні за останні роки. Вітчизняні автори провели глибокий аналіз молодіжного, сільського безробіття та їх

соціальний вплив. Проте, не до кінця дослідженою є проблема економічного впливу безробіття на інші соціально-економічні показники та процеси. В статті досліджується рівень безробіття за останні роки та зв'язок між безробіттям та такими економічними показниками як рівень ВВП та інфляція. Зв'язок між рівнем безробіття та рівнем ВВП дослідив А. Оукен для американської економіки, однак для України дана кореляція залишається актуальною та потребує оцінки. Також потребує дослідження оцінка впливу безробіття на інфляцію.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні особливостей регіонального та національного ринків праці та виявленні зв'язку між безробіттям та інфляцією, безробіттям та ВВП на національному та регіональному рівнях.

Виклад основного матеріалу. Проблема безробіття в теперішній час актуальна для України, що пов'язано з доволі високим його рівнем та високим коливанням по рокам. Для економіки України, як і для будь-якої ринкової економіки, властива наявність безробіття. Воно гостро стояло в період переходу від планової до ринкової економіки та залишило глибоке негативне сприйняття в суспільній свідомості. І нині дана проблема залишається актуальною для значної частини працездатного населення. Тому часто держава намагається зменшити рівень безробіття в конкретний момент настільки, наскільки це можливо. При цьому відсутня довгострокова стратегія боротьби з безробіттям, яка включає прогнозування змін в структурі економіки, чисельності населення та його руху.

Такий підхід до проблеми безробіття є помилковим, тому що державна економічна політика докладає занадто багато зусиль для вирішення даної проблеми, нехтуючи при цьому іншими важливими показниками економічного розвитку. Подолання безробіття не повинно бути самоціллю, це лише один із економічних параметрів, який потрібно вміти контролювати та прогнозувати для максимізації економічного зростання та збалансованого зростання доходів населення.

Для того, щоб проаналізувати безробіття в Україні, потрібно виділити його складові. В економічній науці в залежності від природи виникнення виділяють фрикційне, структурне та циклічне безробіття (рис. 1).

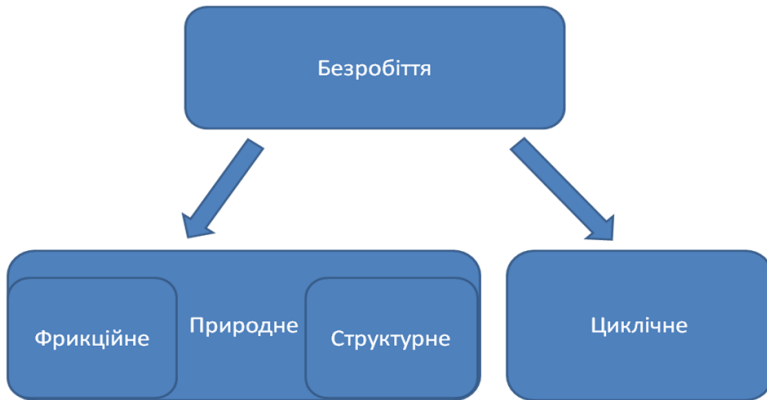


Рис. 1. Види безробіття та їх взаємозв'язок [5, с. 110]

Циклічне безробіття – це безробіття, яке виникає внаслідок циклічного розвитку економіки. При цьому рівень структурного та фрикційного безробіття разом становлять природний рівень безробіття, тобто рівень безробіття, який властивий економіці країни, коли її стан вважається оптимальним. Тобто, це рівень безробіття при повній зайнятості. Фактичний, тобто наявний рівень безробіття може відрізнятись від природного як в більшу сторону, так і в меншу.

Як сказано вище, природний рівень безробіття складається із структурного та фрикційного. Структурне безробіття пов'язано з проблемами, які виникають внаслідок структурної трансформації економіки. Процес цієї трансформації достатньо довготривалий та слабо керований з боку держави. Фрикційне безробіття пов'язано з рухом робочої сили.

Справді, оскільки різні робочі місця розрізняються і за складністю, і по оплаті праці, безробітний може навіть відмовитися від першого запропонованого йому робочого місця. Безробіття, викликана тим, що встановлення відповідності між працівниками і робочими місцями вимагає часу, називається фрикційним безробіттям. Певний рівень фрикційного безробіття неминучий в умовах постійно мінливої ринкової економіки. Попит на різні товари постійно коливається, що в свою чергу викликає коливання попиту на працю працівників, які виробляють ці товари. Впровадження персональних комп'ютерів,

наприклад, скоротило попит на друкарські машинки, що в свою чергу знизило попит на працю на підприємствах з виробництва друкарських машинок. Одночасно збільшився попит на працю в електронній промисловості [1, с. 204].

Структурні зрушення не є єдиною причиною постійного вивільнення працівників і фрикційного безробіття. Крім цього, робітники несподівано для себе опиняються звільненими в разі, якщо фірма зазнає банкрутство, якщо якість їх роботи визнається незадовільною або якщо їх конкретна кваліфікація більше не потрібна. Робітники також звільняються за власним бажанням у разі зміни своїх професійних інтересів або при переїзді в інший район країни. Поки зберігаються міжфірмові коливання попиту і пропозиції на ринку праці, фрикційне безробіття неминуче [1, с. 205].

Для аналізу рівня безробіття побудована модель безробіття. Дані для цієї моделі взяті за 2004 – 2017 роки.

Для побудови моделі безробіття обрана лінійна залежність (лінійна функція $y=kx+b$), де: x – незалежна змінна, яка дорівнює порядковому номеру року в системі координат ОУ; k – коефіцієнт пропорційності.

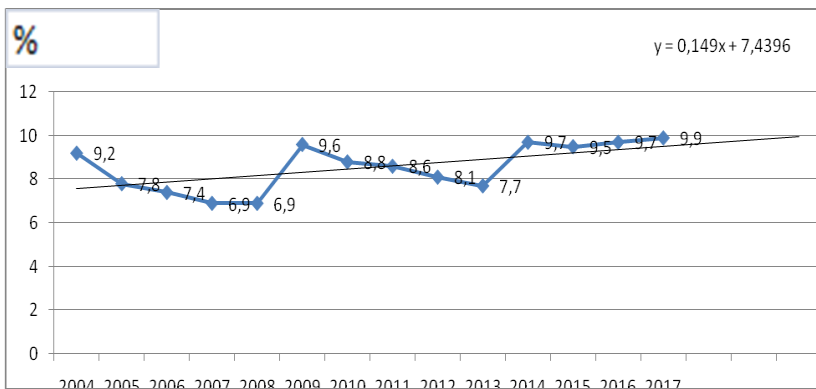


Рис.2. Рівень безробіття по рокам в Україні, %
(побудовано авторами за даними [2])

Оскільки коефіцієнт пропорційності має позитивне значення, функція безробіття має позитивний нахил, а рівень природного безробіття має тенденцію до підвищення.

Коефіцієнт пропорційності складає 0,149. Можна зробити висновок, що природний рівень безробіття в середньому підвищувався в 1,0149 в рік за період дослідження.

Коефіцієнт b показує зміщення графіка функції вздовж осі OY , в економічній інтерпретації це значення природного рівня безробіття в рік, який передує року дослідження. В даному випадку він складає 7,4396, тобто рівень природного безробіття в 2003 році становив 7,44 %.

Згідно з даними графіка (рис,2), рівень безробіття в означений період коливався від 6,9 % до 9,9 %. Лінія тренду, для побудови якої використалась лінійна залежність, відображає природний рівень безробіття, який за означений період становить приблизно 8,8-9 % та має тенденцію до підвищення. В тих точках графіка, де фактичний рівень безробіття перевищує природний, наявний ще один вид безробіття – циклічний. Зрозуміло, що циклічне безробіття виникає в фазі спаду (рецесії). Воно спостерігалось під час кризи 2008-2009 рр. , а також з 2014 року по теперішній час.

На рис. 2 показано рівень безробіття в Одеській області за аналогічний період.

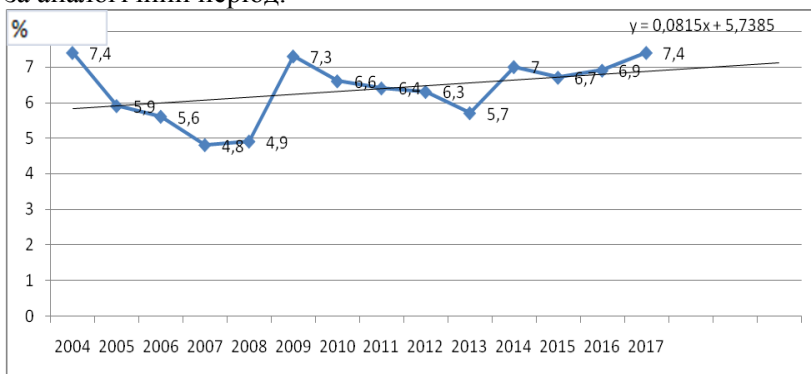


Рис.3. Рівень безробіття в Одеській області по рокам (побудовано авторами за даними [2])

Згідно з даними графіку, на регіональному рівні також має місце коливання безробіття в діапазоні 4.8-7,4 %. Природний рівень безробіття складає 6-6,8 %, що нижче, ніж в цілому по Україні. Такий рівень безробіття зумовлений

структурою економіки регіону, вона дозволяє створити більше робочих місць, ніж структура національної економіки.

Аналіз показників графіків безробіття на регіональному та державному рівні показує, що регіон є невід'ємною складовою національної економіки. Процеси, які відбуваються на національному рівні, одразу викликають зміни на рівні окремого регіону. Про це свідчить синхронність коливання рівня безробіття на графіку. В той же час, природні рівні безробіття України та Одеської області не є тотожними.

Безробіття на природному рівні необхідне, так як стримує інфляцію. В економіці з повною зайнятістю будь-який сплеск сукупного попиту обертається зростанням рівня цін, оскільки виробництво не може адекватно відреагувати на зростання попиту через брак ресурсів [5, с. 113].

Цей процес можна розглянути, якщо зіставити на одному рисунку графіки рівня безробіття та рівня інфляції. На рис. 4 можна спостерігати зв'язок між коливанням рівня безробіття та інфляції в період з 2004 по 2017 роки.

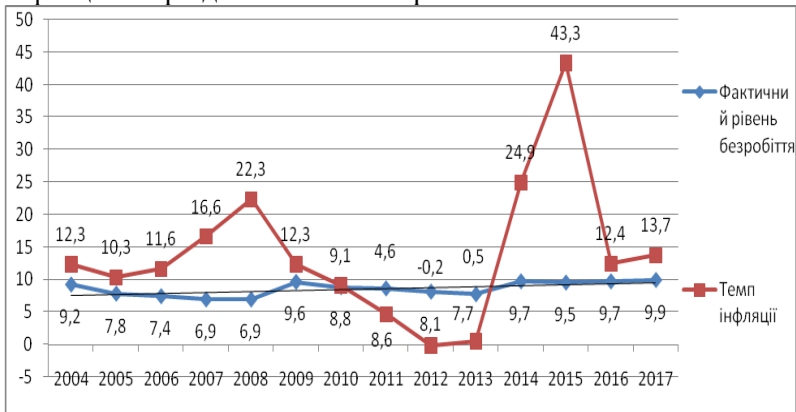


Рис. 4. Безробіття та інфляції в Україні (побудовано авторами за даними [2, 4])

В період з 2007 року по 2008 рік рівень фактичного безробіття опускався нижче природного рівня, а саме, становив 6,9 %, в той час як рівень природного безробіття становив 8%. В цей час рівень інфляції зріс з 11,6 % до 16,6 % в 2007 році, також збільшився і у наступному році до 22,3 %.

У 2009 році рівень фактичного безробіття склав 9,6 % та перевищив рівень природного безробіття на 1,5-1,6 %. В тому ж році рівень інфляції сповільнився з 22,3 до 12,3 % і продовжував спадати в наступні роки, коли рівень безробіття опустився до природного рівня.

Однак при більш уважному розгляді графіку можна знайти розбіжності між даними графіка та концепцією безробіття, взятої при написанні даної наукової статті, які проявляються у неточностях фактичних даних з даними наукової теорії по окремих роках. Наприклад, в 2014 році фактичний рівень безробіття підвищився в порівнянні з попереднім роком та перевищив природний рівень. З точки зору наукової концепції, рівень інфляції у відповідь на таке підвищення повинен сповільнитись. Однак, в дійсності відбулось швидке прискорення з 0,5 % в попередньому році до 24,9 % в 2014 році. В 2015 році ситуація була схожою: рівень фактичного безробіття мінімально перевищив рівень природного, однак інфляція прискорилась з 24,9 % до 43,3 %. В 2016 році безробіття трималось на природному рівні, однак інфляція різко зменшилась до 12,4 %.

Також виникає запитання при аналізі безробіття та інфляції 2012 року. В порівнянні з попереднім роком рівень безробіття трохи спав та опустився нижче природного. Інфляція згідно з економічною теорією повинна була прискоритись, однак фактично вона знизилась з 8,6 % до -0,2 %, тобто в даний рік спостерігалась дефляція.

В дійсності, протиріччя між науковою концепцією та фактичними даними немає. Між теоретичним напрацюванням та фактичним результатом часто виникає розбіжність. В даному випадку причиною розбіжності є складна природа інфляції. Хоча рівень безробіття та інфляція мають тісний зв'язок, цей зв'язок не завжди є вирішальним в динаміці цих показників. Адже інфляція – це окреме складне явище, яке залежить від багатьох чинників. Вона змінюється під впливом безробіття у випадку його значення нижче природного рівня, однак це не означає, що на неї не діють інші фактори. Для того щоб детально описати причини таких значних розбіжностей на графіку, необхідно вийти за межі означеної в статті проблеми. Однак, цілком очевидно, що причиною такої поведінки кривої

інфляції в 2014-2015 роках стали спекулятивні очікування учасників ринку, які призвели до розширення спіралі інфляції.

Крім того, необхідно врахувати фактор статистичних погрішностей. Це можуть бути випадкові помилки статистичних досліджень. Наприклад, офіційні дані по інфляції, по яким будується модель, можуть дещо відрізнятись від реальних, адже неможливо оцінити зміну цін абсолютно на всі товари. Тому для спрощення розрахунку інфляції використовують споживчий кошик, куди входять кілька десятків самих вживаних товарів. Це також може викликати розбіжності на графіку. І в даному випадку фактор погрішностей пояснює зміну кривих безробіття та інфляції в 2012 році.

Подібна ситуація повторюється і на регіональному рівні. На рис. 5 зображено взаємозв'язок рівня безробіття та інфляції в Одеській області.

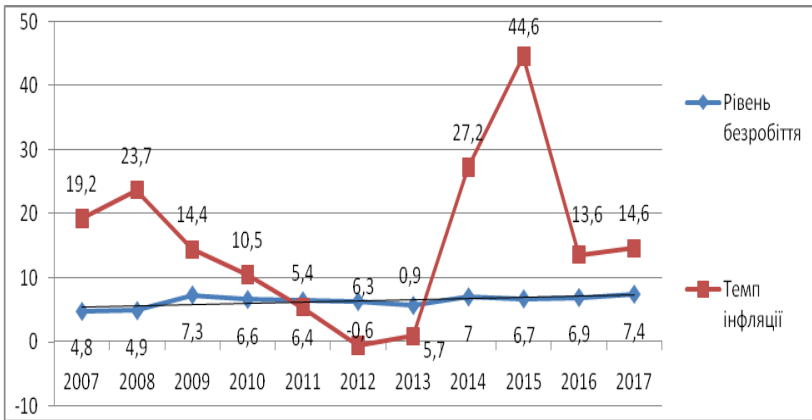


Рис. 5. Безробіття та інфляції в Одеській області (побудовано авторами за даними [3, 4])

Під час зниження рівня фактичного рівня безробіття нижче природного відбувається прискорення інфляції в регіоні та навпаки. І також, як і в першому випадку, постає питання відповідності фактичних даних теоретичному обґрунтуванню.

Отже, фактичне безробіття не повинно бути менше природного. Якщо рівень фактичного безробіття виявиться нижчим за рівень природного, то це призведе до росту інфляції.

Якщо тривалий час проводити політику мінімізації безробіття і його рівень буде нижчим за природний, це може призвести до стагфляції, тобто одночасного зростання безробіття та інфляції. Механізм стагфляції проводиться в декілька етапів. Спочатку рівень безробіття опускається нижче природного, в цей час підприємства утримують занадто велику кількість працівників, що підвищує їх витрати. Водночас закон про мінімальну заробітну плату перешкоджає установленню рівноважної заробітної плати, тому для отримання прибутку чи досягнення беззбитковості, підприємства змушені підвищувати ціни на свою продукцію. Доходи працівників підприємств падають і вони вимагають додаткового підвищення зарплати. Витрати підприємств стають ще вищими і для їх зниження вони змушені скорочувати працівників. Можна стверджувати, що зв'язок безробіття з інфляцією досить тісний та частково зворотній.

Різницю між природним та фактичним безробіттям складає циклічне безробіття

Циклічне безробіття пов'язане з коливаннями економічної кон'юнктури. На фазі спаду в економіці попит на товари і послуги скорочується, що веде до скорочення виробництва і зайнятості. На фазі підйому, навпаки, зростає попит на споживчі та інвестиційні товари, а значить, на робочу силу. В деякі періоди фактичний рівень безробіття може бути нижче природного рівня, і в цьому випадку економіка буде відчувати надлишок сукупного попиту, а значить, інфляцію. [5, с. 113] Це ще раз підтверджує правильність економічної політики боротьби з циклічним безробіттям, а не з природним. Циклічне безробіття має місце тільки за умови, що фактичне безробіття перевищує природне.

Однак крім інфляції, ще одним важливим показником національної економіки є економічна активність. Для виміру економічної активності використовують узагальнений показник валовий внутрішній продукт. ВВП також має тісний зв'язок з безробіттям. Цей зв'язок дослідив А. Оукен, а саме, зв'язок циклічного безробіття з рівнем ВВП. Циклічне безробіття свідчить про неповне використання виробничих ресурсів, що призводить до «втраченої вигоди» ВВП, тобто при наявності циклічного безробіття фактичний ВВП виявиться меншим від потенційного ВВП при відсутності циклічного безробіття.

Державна політика в галузі зайнятості повинна будуватися виходячи насамперед з визначення типу безробіття: держава повинна боротися не з будь-якої безробіттям, а лише з циклічною.

Виникає необхідність дослідження зв'язку циклічного безробіття та ВВП, а саме, як рівень циклічного безробіття впливає на потенційну втрату ВВП. Оцінити даний вплив дозволяє Закон Оукена. Згідно з даним законом, якщо циклічне безробіття збільшується на 1%, то фактичний ВВП відстає від потенційного на 3%. Це означає, що кожен відсоток циклічного безробіття зменшує фактичний обсяг ВВП на 3% в порівнянні з ВВП при повній зайнятості. Із закону Оукена також випливає, що якщо в період спаду виробництво скорочується на 3%, то це збільшує циклічне безробіття на 1%. Зв'язок темпу зростання ВВП з рівнем безробіття показано в табл. 1.

Таблиця 1

Показники безробіття та втрати ВВП

Показники	Роки						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Рівень природного безробіття, %	7,74	7,89	8,04	8,18	8,33	8,48	8,63
Рівень фактичного безробіття, %	9,2	7,8	7,4	6,9	6,9	9,6	8,8
Рівень циклічного безробіття, %	1,46					1,12	0,17
Реальний ВВП по ППС, млрд. грн	296,6	315,6	349,9	388,7	405,2	346,5	351,7
Втрати ВВП, млрд. грн	3,01					11,62	1,78
	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Рівень природного безробіття, %	8,78	8,93	9,08	9,23	9,38	9,53	9,67
Рівень фактичного безробіття, %	8,6	8,1	7,7	9,7	9,5	9,7	9,9
Рівень циклічного безробіття, %				0,47	0,12	0,17	0,23
Реальний ВВП по ППС, млрд. грн	378,5	386,4	392,6	371,8	341,5	352,3	368,8
Втрати ВВП, млрд. грн				5,27	1,26	1,84	2,49

Джерело: розраховано за даними [2]

У таблиці 1 відображено розрахунок втрат потенційного ВВП. Згідно наведених даних, в роках, коли циклічне безробіття перевищує природне, відбувається падіння ВВП від його потенційного рівня, спостерігається зворотний зв'язок безробіття та ВВП, тобто закон Оукена підтверджується

Для зручності сприйняття відхилення фактичного обсягу ВВП від потенційного наведено рис. 6.

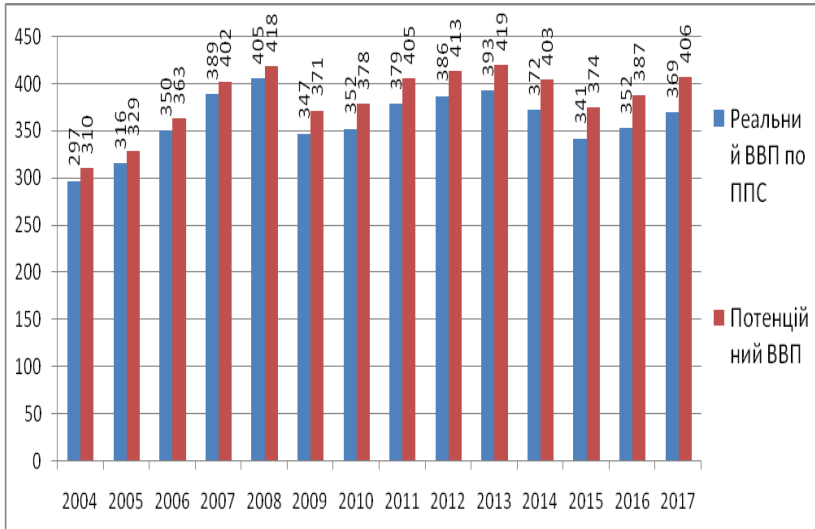


Рис. 6. Обсяг реального та потенційного ВВП (побудовано авторами за даними [2])

Розрив між реальним та потенційним ВВП збільшується лише в тих роках, коли було зафіксоване циклічне безробіття, що опосередковано підтверджує правильність розрахунків. Так, у 2004 році втрати потенційного ВВП склали понад 13 млрд дол., в 2009 – 11,6 млрд дол., в 2010 – майже 1,8 млрд дол., у 2014 – понад 5 млрд дол. З цього випливає, що державна політика повинна бути спрямована на боротьбу з циклічним безробіттям з метою запобігти непотрібним втратам ВВП та прискорити темпи економічного зростання.

В цілому в період з 2004 по 2017 рік втратили ВВП у зв'язку з безробіттям склали 37,3 млрд дол., а потенційний ВВП в 2017 році міг скласти понад 406 млрд дол.

Отже, аналіз динаміки безробіття в Україні дозволяє сформувати наступні вимоги до державної економічної політики в сфері безробіття:

- підтримувати рівень безробіття не нижче його природного рівня з метою запобігання виникнення інфляційного попиту на товари та послуги.
- звести рівень циклічного безробіття до мінімуму з метою мінімізації втрат ВВП.

Однак, вжитих заходів може виявитися недостатньо для мінімізації даної проблеми. Навіть грамотна економічна політика в сфері безробіття часто не може подолати його прояви та наслідки. Збалансований таким чином фактичний стан безробіття може виявитися занадто високим для подолання перш за все соціальних наслідків. Але безробіття не можна опустити нижче його природного рівня, інакше це викличе підвищення інфляції. Тому необхідно знайти інший спосіб зниження безробіття, наслідком якого не стане прискорення інфляції.

Зрозуміло, що фрикційне безробіття може регулюватись з боку держави. Таким чином, державна економічна політика може регулювати рівень природного безробіття методом впливу на фрикційне безробіття.

На жаль, в період між 2004 та 2017 роками спостерігалась тенденція незначного підвищення рівня природного безробіття, що свідчить про деградацію механізмів державного регулювання в даній сфері та зміну структури економіки (збільшилась доля послуг в структурі ВВП а зменшилась доля промисловості).

Висновки. Регіональний та державний ринок праці мають тісний взаємозв'язок повне подолання проблеми безробіття регіону неможливе без вирішення даної проблеми на національному рівні. В умовах ринкової економіки повністю подолати безробіття неможливо, воно є невід'ємним явищем даної економічної системи. Рівень безробіття є не лише показником, але й інструментом економічної політики держави. Регулюючи безробіття, можна впливати на темп інфляції та темп зростання ВВП.

Безробіття коливається в часі у зв'язку з циклічністю розвитку економіки. Коливання безробіття по територіальному

принципу зумовлено структурним безробіттям, а отже, регіональною структурою економіки.

Для провадження ефективної політики боротьби з безробіттям необхідно дотримуватись двох принципів:

- підтримувати рівень безробіття не нижче його природного рівня з метою запобігання виникнення інфляційного попиту на товари та послуги.

- звести рівень циклічного безробіття до мінімуму з метою мінімізації втрат ВВП.

Література

1. Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. Пер. с англ. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 736 с.

2. Державна служба статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>

4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua/>

5. Савченко А. Г. Макроекономіка: Підручник. – К.: КНЕУ, 2005. – 441 с.

1. Мэнк`ю N.G. Макроэкономы`ка. Пер. s angl. – М.: Y`zd-vo MGU, 1994. – 736 s.

2. Derzhavna sluzhba staty`sty`ky` [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Golovne upravlinnya staty`sty`ky` v Odes`kij oblasti [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>

4. Oficijny`j sajt Ministerstva finansiv Ukrayiny` [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <https://www.minfin.gov.ua/>

5. Savchenko A. G. Makroekonomika: Pidruchny`k. – K.: KNEU, 2005. – 441 s.

21.08.2018

**ПІДВИЩЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ
СИСТЕМИ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ
МАКРОПРУДЕНЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ**

Фінансово-економічна криза 2008-2009 років дозволила Базельському комітету з банківського нагляду та центральним банкам розвинутих країн світу зробити висновки щодо необхідності розширення функцій банківського нагляду з мікроекономічного аспекту (нагляду за окремими банківськими установами) на макроекономічний аспект, який передбачав аналіз функціонування всієї банківської системи у взаємозв'язку з небанківськими фінансово-кредитними інститутами та реальним сектором економіки. Таке розширення функцій банківського нагляду було спрямоване на своєчасне виявлення макроекономічних ризиків, які мають суттєвий вплив на рівень економічного капіталу банків. Систематизація підходів до аналізу і нагляду за макроекономічними ризиками у фаховій літературі та практиці банківської діяльності отримала назву «макропруденційна політика» або «макропруденційний нагляд».

В умовах кризи більшої значущості набирає величина економічного капіталу як капіталу на покриття кредитного, ринкового та операційного ризиків, а також як капіталу для розвитку за рахунок використання операційного та стратегічного буферів з метою впровадження інновацій та прийняття антикризових рішень. Основна увага макропруденційного нагляду в цьому контексті повинна спрямовуватися на ефективність управління ризиками з метою зменшення витрат, відрахувань до резервів, що призведе до збільшення нерозподіленого прибутку, а отже, і всього економічного капіталу.

В статті розглядається капіталізація банківської системи України. Досліджується макропруденційне регулювання Національного Банку України на підвищення капіталізації банківської системи України. В результаті дослідження два

найперспективніших напрямів макропруденційного нагляду в Україні.

Ключові слова: капіталізація банківської системи, макропруденційне регулювання, системні ризики, ризик-менеджмент, економічний капітал.

Шевчук Антон

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В СИСТЕМЕ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА БАНКА

Финансово-экономический кризис 2008-2009 годов позволила Базельского комитета по банковскому надзору и центральным банкам развитых стран мира сделать выводы о необходимости расширения функций банковского надзора с микроэкономического аспекта (надзора по отдельным банковскими учреждениями) на макроэкономический аспект, который предусматривал анализ функционирования всей банковской системы в взаимосвязи с небанковскими финансово-кредитными институтами и реальным сектором экономики. Такое расширение функций банковского надзора было направлено на своевременное выявление макроэкономических рисков, которые имеют существенное влияние на уровень экономического капитала банков. Систематизация подходов к анализу и надзора за макроэкономическими рисками в профессиональной литературе и практике банковской деятельности получила название «макропруденциальной политика» или «макропруденциальный надзор».

В условиях кризиса большую значимость приобретает величина экономического капитала как капитала на покрытие кредитного, рыночного и операционного рисков, а также как капитала для развития за счет использования операционного и стратегического буферов с целью внедрения инноваций и принятия антикризисных решений. Основное внимание макропруденциального надзора в этом контексте должна направляться на эффективность управления рисками с целью уменьшения расходов, отчислений в резервы, что приведет к увеличению нераспределенной прибыли, а следовательно, и всего экономического капитала.

В статье рассматривается капитализация банковской системы Украины. Исследуется макропруденциальных регулирования Национального Банка Украины на повышение капитализации банковской системы Украины. В результате исследования два перспективных направления макропруденциальных надзора в Украине.

Ключевые слова: экономический капитал, риск, неопределенность, вероятность, регулятивный капитал, риск-менеджмент.

Shevchuk Anton

ECONOMIC CAPITAL IN RISK MANAGEMENT OF THE BANK

The financial and economic crisis of 2008-2009 allowed the Basel Committee on Banking Supervision and central banks of developed countries to draw conclusions on the need to expand the functions of banking supervision on the microeconomic aspect (supervision of certain banking institutions) on the macroeconomic aspect, which envisaged an analysis of the functioning of the entire banking system in interconnection with non-bank financial and credit institutions and the real sector of the economy. Such an expansion of the functions of banking supervision was aimed at timely detection of macroeconomic risks that have a significant impact on the level of economic capital of banks. The systematization of approaches to the analysis and supervision of macroeconomic risks in professional literature and banking practices was called "macroprudential policy" or "macroprudential supervision".

In times of crisis, the size of economic capital as capital for covering credit, market and operational risks, as well as capital for development through the use of operational and strategic buffers in order to innovate and adopt anti-crisis decisions, becomes more significant. The focus of macro-prudential supervision in this context should be on the effectiveness of risk management in order to reduce costs, deductions to reserves, which will lead to an increase in retained earnings, and hence of total economic capital.

The article deals with the capitalization of the banking system of Ukraine. The macroprudential regulation of the National

Bank of Ukraine on increasing the capitalization of the banking system of Ukraine is researched. As a result of the study, two of the most promising directions of macro-prudential supervision in Ukraine.

Keywords: *economic capital, risk, uncertainty, probability, regulatory capital, risk management.*

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Займаючи стратегічне положення в економічній системі та виконуючи функції фінансового посередництва комерційні банки, в силу специфіки своєї діяльності, піддаються впливу багатьох негативних факторів, які призводять до підвищеної ризикової діяльності, що вимагає розвитку ефективних систем управління банківськими ризиками. Особливої актуальності дане питання набуває у малих і відкритих економіках, де окрім впливу внутрішніх негативних факторів пов'язаних із неефективністю законодавства та тінізацією економіки, суттєвий вплив на діяльність банків мають зовнішні шоки, які, в першу чергу пов'язані із відпливом капіталів та обмеженням доступу банків на зовнішні ринки капіталів. За таких умов формування ефективних систем управління банківськими ризиками є першочерговим завданням міжнародних та державних наглядових органів і центральних банків, адже зростання ризиковості банківської діяльності несе в собі значні загрози для стабільності всієї економіки внаслідок ймовірності виникнення раптових дисбалансів в організації руху капіталів в середині країни.

Виділення невирішених раніше частин загальних проблем. Раптове припинення кредитування економічних суб'єктів та виникнення дисбалансів в організації платіжного обороту супроводжується загрозами виникнення системних криз та накопичення колосальних фінансових втрат для більшості економічних суб'єктів, зокрема населення. Тому враховуючи високу динаміку розвитку банківської діяльності, появи нових фінансових інновацій та підвищення ризиковості банківського бізнесу проблеми забезпечення ефективного управління банківськими ризиками потребують постійних теоретичних та практичних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розрахунку економічного капіталу та його суті в системі ризик-

менеджменту банку займалися такі світові вчені: Д. Бокка, А.Х. Уїллетт, Р.Бернеса, С. Маттена, Е. Мільне, С. Фроста, Л. Овербека, Ф. Найт, Б.А. Файзберга, Л.Ш. Лозівського, Є.Б. Стародубцевої, В.М. Козунін. З виходом проблематики економічного капіталу банку почали займатися і українські вчені, а саме: І.Б. Івасів, І.С. Гуцал, Г.П. Бортніков, С.В. Міщенко, О.В. Лисенок, А.М. Мороз, О.А. Судаков, М.В. Помазанов, С.М. Смірнов, Л.О. Примостка. Проте віддаючи належність вченим, залишається не до кінця розкрите дане питання.

Метою статті є виділення ролі економічного капіталу в системі ризик-менеджменту банку та розмежувати поняття «ризик», «невизначеність» та «імовірність».

Основний матеріал дослідження. Ефективність реалізації політики управління економічним капіталом банку на мікроекономічному рівні тісно пов'язана з ефективністю організації законодавчого та контрольно-наглядового забезпечення банківської діяльності на макроекономічному рівні. Зважаючи на кризову ситуацію в українській економіці та банківському секторі, а також на суттєву поляризацію банківської системи, де статутний капітал десяти банків складає 83,7% сукупного статутного капіталу банківської системи (рис. 1), питання шляхів удосконалення банківського регулювання і нагляду є досить актуальним.

Хоча ці терміни активно почали використовуватися у практиці банківського регулювання і нагляду на початку ХХІ століття, походження терміну «макропруденційний нагляд» відноситься до більш раннього періоду. Так, на думку співробітників Банку міжнародних розрахунків, вперше термін прозвучав у 1979 р. на засіданні Комітету Кука (попередника Базельського комітету з банківського нагляду). Комітет починав проект зі збору статистики про міжнародне кредитування та розглядав мікро- і макроекономічні проблеми, які негативно позначалися на діяльності банків. Широке поширення термін отримав після азійської кризи в кінці 1990-их рр. У річному звіті за 1998 р. Міжнародного валютного фонду йдеться про те, що ефективний банківський нагляд повинен бути безперервним. Це може забезпечуватися, в основному, за рахунок документарного нагляду як на мікропруденціальному, так і на

макропруденційному рівні. Макропруденційний аналіз базується на дослідженні ринку і макроекономічної інформації, у фокусі його уваги знаходяться ключові ринки активів, фінансові посередники, макроекономічний розвиток і потенційні дисбаланси. Для макропруденційного аналізу в 2000 році МВФ розробив «макропруденційні індикатори» (macroprudential indicators), які на наступний рік були перейменовані в «показники фінансової стійкості» (financial soundness indicators).

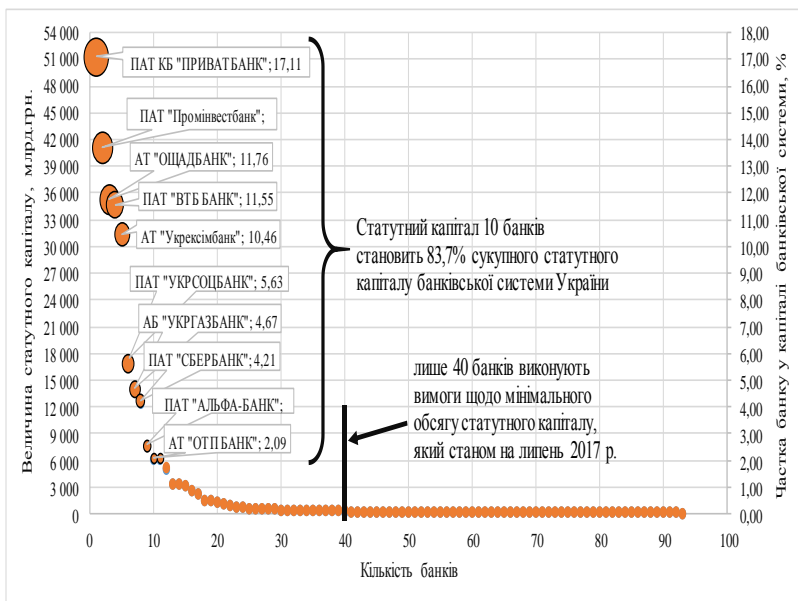


Рис. 1. Рівень поляризації банківської системи України за величиною статутного капіталу вітчизняних комерційних банків станом на 1.01.2017 року (розраховано автором на основі [1])

В українській науковій літературі під макропруденційним наглядом розуміють вид банківського нагляду, який базується на оцінюванні фінансової стійкості банківського сектору, передбачає сукупність конкретних дій з розробки та впровадження регуляторних норм, контролю за їх дотриманням та застосуванням відповідних засобів впливу, що здійснюються в межах визначеної макропруденційної політики [2].

Водночас, зарубіжні вчені ширше трактують макропруденційний нагляд чи макропруденційне регулювання. Так, наприклад, експерти Банку Англії вважають, що основною ціллю макропруденційного регулювання є зниження системних ризиків і макроекономічних втрат від фінансової нестабільності. Л. Уалл макропруденційний нагляд розуміє як пруденційний, орієнтований на оцінку системних ризиків і підтримку стабільності фінансової системи.

Поряд з макропруденційним регулюванням і наглядом в економічній літературі застосовують термін «макропруденційна політика» як комплекс превентивних заходів, спрямованих на мінімізацію ризику системної фінансової кризи, тобто ризику виникнення ситуації, за якої значна частина учасників фінансового сектору стає неплатоспроможною або втрачає ліквідність, у результаті чого вони не можуть функціонувати без підтримки органу грошово-кредитного регулювання чи органу пруденційного нагляду [3].

Реалізація макропруденційного регулювання здійснюється шляхом застосування певних макропруденційних інструментів, тобто методів регулювання, норм, вимог макропруденційних органів, спрямованих на виявлення та управління системним ризиком фінансового сектора.

«Група тридцяти» виокремила два підходи до застосування макропруденційних інструментів:

- 1) підхід із застосуванням змінних інструментів (variable approach);
- 2) підхід із застосуванням постійних інструментів (fixed approach).

Перший підхід передбачає використання пруденційних норм, чиї параметри варіюються в часі. Другий підхід ґрунтується на застосуванні постійно діючих обов'язкових нормативів. «Група тридцяти» вважає, що для реалізації ефективної макропруденційної політики необхідно дотримуватися обох підходів.

На відміну від мікропруденціальних стандартів, які для підтримки конкурентного середовища є рівними для всіх, макропруденційний рівень має дві особливості. По-перше, макропруденційне регулювання передбачає вищі стандарти для інститутів, ринків та інструментів, які визнаються системно

значущими. У разі фінансової нестабільності додаткові вимоги дозволяють системно значущим учасникам мати буфер капіталу і ліквідності й не залежати від допомоги монетарної або фіскальної влади. Хоча додаткові вимоги до великих гравців поки що не знайшли широкого поширення, попередні оцінки свідчать про те, що вони здатні помітно знизити ймовірність фінансових потрясінь.

Таблиця 1

Класифікація інструментів макропруденційної політики
«Групи тридцяти» [4]

Об'єкт регулювання	Інструмент
Лeverидж	1) підвищений коефіцієнт зважування ризику в нормативі достатності капіталу за торговим портфелем цінних паперів; 2) контрциклічний буфер капіталу; 3) стрес-тестування для оцінки достатності капіталу; 4) коефіцієнт валового лeverиджа (просте співвідношення капіталу і активів).
Ліквідність	1) додатковий буфер ліквідності; 2) норматив співвідношення довгострокових активів і довгострокових зобов'язань; 3) норматив співвідношення короткострокових активів і короткострокових зобов'язань.
Кредитна експансія	1) динамічний норматив співвідношення обсягу кредиту та вартості застави

По-друге, пруденційні норми повинні характеризуватися контрациклічністю, щоб протистояти «мільним бульбашкам» і дисбалансам на ринках фінансових активів. Справа в тому, що більшість моделей оцінки ризиків ґрунтується на історичних даних, які мають властивості поліпшуватися в періоди економічного або фінансового буму. Як наслідок, упродовж стадій підйому на кредитному ринку ризики виявляються недооціненими. Динамічні пруденційні норми покликані применшити вплив проциклічної оцінки ризиків.

До інструментів, рекомендованих Комітетом з глобальної фінансової системи (Committee on the Global Financial System), що діє при Банку міжнародних розрахунків, віднесені додаткові буферні вимоги до капіталу і ліквідності, обмеження левериджа за різними типами фінансових вимог, обмеження розбіжностей вимог і зобов'язань за строками та валютою, а також особливі вимоги до інститутів інфраструктури фінансового ринку.

У таблиці 2 представлені приклади макропруденційних інструментів, більшість з яких може застосовуватися одночасно як для підтримки стійкості, так і для згладжування фінансового циклу.

Таблиця 2

Класифікація інструментів макропруденційної політики
Комітету з глобальної фінансової системи
(складено автором на основі [5, 6])

Сфера нестабільності	Банки		Інші інвестори крім банків	Учасники ринку цінних паперів	Інститути інфраструктури
	Структура балансу	Кредитні вимоги			
1	2	3	4	5	6
Фінансовий леверидж	<ul style="list-style-type: none"> • нормативи достатності капіталу; • коефіцієнти зважування ризику; • норми резервування на можливі втрати; • обмеження на розподіл прибутку; • обмеження на зростання кредитного портфеля 	<ul style="list-style-type: none"> • обмеження граничного співвідношення суми кредиту і забезпечення за ним; • обмеження граничного співвідношення процентних виплат і доходу позичальника; • обмеження розбіжності терміну вимог і зобов'язань 		ліміти на маржу і мінімальний дисконт	
Ризик ліквідності і ринковий ризик	<ul style="list-style-type: none"> • нормативи ліквідності; • обмеження на валютне кредитування; • обмеження розбіжності терміну вимог і зобов'язань; • обмеження 	правила оцінки вартості фінансових інструментів	Обмеження на валютну позицію	проведення операцій централь-ного банку на	вимоги до учасників валютних торгів (гарантійний фонд, попереднє депонування)

Продовж. табл. 2

1	2	3	4	5	6
	валютної позиції			відкри тому ринку	
Взаємо залежність системо утворюючих гравців	<ul style="list-style-type: none"> • ліміти ризику концентрації; • додаткові вимоги до капіталу; • вимоги до дочірніх структур 				вимоги до центральних контрагентів

Аналізуючи інструменти макропруденційної політики, запропоновані «Групою тридцяти» та Комітетом з глобальної фінансової стабільності при Банку міжнародних розрахунків, можна зробити висновок, що вони спрямовані на регулювання діяльності гравців ринку, тобто містять мікроекономічний аспект. Зважаючи на те, що макропруденційне регулювання і макропруденційна політика покликані своєчасно виявляти зародження системних ризиків, то їх інструментарії мають бути значно ширшими та спрямованими на недопущення «бульбашок», які можуть виникати не тільки у фінансовій сфері, а й в реальній економіці, наприклад, у результаті «шоків продуктивності». Однак «бульбашки» такого типу можуть розвиватися лише в певних фінансових умовах. Недопущення «бульбашок» має свою ціну і ставить всіх перед низкою викликів.

Перший і головний виклик пов'язаний з аналізом «бульбашок», які буває важко буває виявити. Цикли злету і падіння цін активів можуть бути точно описані тільки на основі досвіду та ретроспективного аналізу. Більше того, цикли в розвитку діяльності, як правило, нерегулярні, що ускладнює визначення розривів у цінах активів, які заздалегідь важко передбачити. Саме тому не можуть ефективно функціонувати механізми «раннього попередження кризи».

Хоча виникнення «бульбашок» важко передбачити, цілком очевидно, що фінансові кризи час від часу повторюються, а економіка постійно схильна до ризику нової кризи. У цих умовах необхідно зрозуміти, які особливості фінансових систем сприяють формуванню «бульбашок», що створюють загрозу економічному добробуту. Сьогодні науково обґрунтовано

проциклічний характер розвитку фінансової системи. В останні роки системи бухгалтерського обліку та пруденційного нагляду багато в чому сприяли посиленню цієї проциклічності. В умовах, коли активи оцінюються за ринковою вартістю, зміна цін активів викликає збільшення потреб банків та інших фінансових установ у власному капіталі, що, в свою чергу, призводить до зростання попиту на додаткові активи і до підвищення їх цін. Все це у результаті призводить до формування «бульбашки».

Оскільки головна проблема макропруденційного нагляду полягає не в тому, щоб констатувати наявність сформованої «бульбашки», а в тому, щоб відстежити початок її формування, необхідно систематично й уважно аналізувати суттєві і тривалі розриви в рівнях цін активів порівняно з минулими тенденціями, динамікою величини премій за ризик і обсягів кредитів. При цьому потрібно виходити з припущення, що «бульбашка» вже формується. «Бульбашки» фінансуються переважно за рахунок кредитів, що дозволяє інвесторам перекладати більшу частину ризиків на позичальників, залишаючи за собою більшу частину прибутку. Подібну асиметрію вкрай важко усунути. Зважаючи на це в світовій практиці банківського нагляду запропоновано два підходи до макропруденційного нагляду, які, однак, не виключають один одного [7].

Перший підхід, що базується на діючих правилах, передбачає дію автоматичних стабілізаторів (*stabilisateurs automatiques*), що обмежують поведінку банків і фінансових установ без урахування їх особливого становища. Приклад такого підходу – контрциклічні (*contracycliques*) вимоги до величини власного капіталу. Стабілізатори повинні прямо впливати на рішення про прийняття ризиків і на рівень винагороди за прийнятий ризик.

Другий підхід (так званий дискреційний, або довільний, тобто залежить від рішення органу нагляду) полягає у втручанні органів макропруденційних нагляду «зверху вниз» (*top-down*) з метою тимчасового посилення (або пом'якшення) вимог до банку або фінансової установи для усунення небезпечних диспропорцій. Однак сьогодні цей підхід до нагляду «в чистому вигляді» малоімовірний [7].

Вивчивши дані підходи до організації макропруденційного нагляду з точки зору їх ефективності,

вважаємо, що дія вбудованих стабілізаторів, які обмежують поведінку банків і фінансових установ можлива лише в тих країнах світу, які побудували ефективну правову систему, що наділена реальними стимулами і санкціями однаковою мірою щодо всіх суб'єктів ринку. Діяльність фінансових установ та підприємств реального сектору економіки в рамках єдиного правового поля, з одного боку, створює умови для дії автоматичних стабілізаторів, а з іншого – вносить елемент передбачуваності макроекономічної кон'юнктури.

У країнах третього світу, до яких належить і Україна, внаслідок неефективності правових систем, відсутності системи стримувань і противаг в економічній та політичній сфері, викривленні економічних законів автоматичні стабілізатори мають непередбачувану та нестійку дію або взагалі не діють, що приводить до перманентних дисбалансів економічної та політичної кон'юнктури.

Що ж стосується другого підходу до здійснення макропруденційного нагляду, то його реалізація шляхом «зверху-вниз» у напрямі зміни вимог до банків не може мати повного ефекту, оскільки застосування змін лише до банків не зможе забезпечити фінансову стабільність без забезпечення стабільності грошово-кредитного ринку і банківської системи загалом, що є прерогативою самого макропруденційного регулятора.

Виходячи із вищесказаного, на наш погляд, розглянуті макропруденційні інструменти повинні доповнюватися інструментами макропруденційного аналізу, які повинні стати основою нового, третього, підходу до організації макропруденційного нагляду, адже застосування нормативних і регулятивних вимог до банківського капіталу чи ліквідності не завжди матиме позитивний ефект стосовно фінансової стабільності. Адже без ґрунтового аналізу джерел системних ризиків, проблем організації ризик-менеджменту, впливу зовнішньоекономічних факторів на функціонування банківської системи неможливо розрахувати оптимальні показники достатності регулятивного капіталу, величини економічного капіталу, рівня ліквідності комерційних банків.

Певною мірою така ситуація спостерігається сьогодні в Україні, адже встановлення графіку докапіталізації банківських установ не враховує реального стану речей в національній

економіці та вітчизняній банківській системі. Варто зазначити, що в умовах негативного інвестиційного клімату, кризового стану української економіки, військових дій на сході країни власники банків мають обмежене коло ресурсів для їх докапіталізації. Це, перш за все, пов'язано із рентабельністю бізнесу, а також із рентабельністю банківського капіталу. Окрім цього, зважаючи на низькі суверенні рейтинги України та українського бізнесу (рис. 2), сьогодні практично не можливо залучити кошти з-за кордону на умовах синдикуваного кредитування або субординованого боргу.

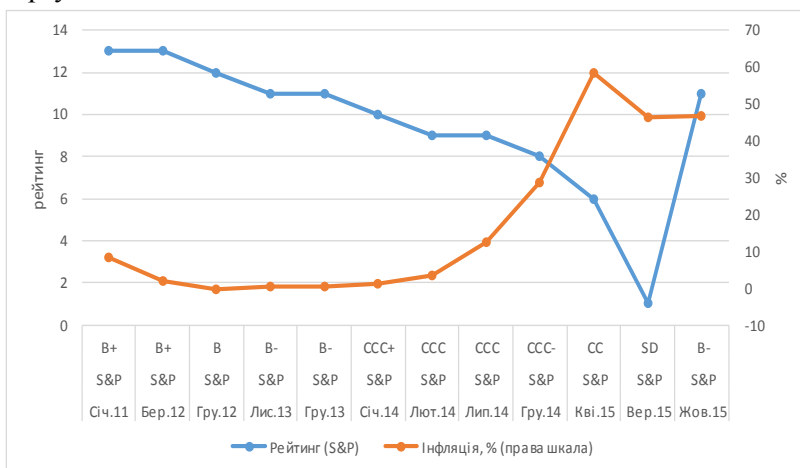


Рис. 2. Динаміка суверенного рейтингу України присвоєного рейтинговою системою S&P та інфляції у 2011-2015 роках (побудовано автором за даними [1])

Виходячи із вищесказаного, досить актуальним є питання розвитку макропруденційного аналізу як інструменту макропруденційного нагляду з метою своєчасного виявлення джерел формування системних ризиків та їх мінімізації. У світовій банківській практиці до числа найпоширеніших передумов виникнення і реалізації системного ризику відносять [8]:

- виникнення спекулятивних «бульбашок» на активи загальною і на ринку нерухомості зокрема. Яскравим прикладом

може слугувати колапс іпотечного ринку США, а саме ринку цінних паперів, забезпечених іпотечними активами. Різне зниження цін на нерухомість улітку 2007 р. негативним чином вплинуло на фінансовий стан банків та інших фінансових інститутів США, оскільки фінансування іпотечних кредитів відбувалося переважно за рахунок сек'юритизованих облігацій і коштів інвесторів різних країн.

- цінову волатильність активів через необхідність підтримання запасу ліквідності банками в умовах недосконалого ринку, коли в умовах дефіциту ліквідності вартість активів у банку визначається не їх фундаментальною (реальною) вартістю, а наявністю ліквідності на ринку.

- кризу довіри та паніку на ринку. Походження подібних криз на ринку може обумовлюватися, з одного боку, випадковими обставинами, а з іншого – бізнес-циклом (в умовах економічного спаду вартість активів банків знижується, що підвищує ймовірність невиконання ними своїх зобов'язань).

- дію «ефекту доміно (зараження)», коли погіршення фінансового стану одного учасника ринку справляє вплив на фінансовий стан іншого, що призводить до виникнення системної кризи.

- нагромадження суверенних боргів країни, які безпосередньо визначають стабільність фінансової системи, у т.ч. здійснюючи тиск на баланс банків через підвищення вартості ресурсної бази.

- валютні диспропорції у банківському секторі країни, виникнення яких зумовлено невідповідністю валютної структури джерел фінансування активів банку.

Безумовно, зазначені передумови виникнення і реалізації системного ризику у фінансовій сфері є досить вагомими та можуть використовуватися як об'єкти аналізу системних ризиків в Україні, проте, на наш погляд, вони є недостатніми для повного відображення системних ризиків з кількох причин:

- банківська система України глибоко інтегрована у реальний сектор економіки через залучення депозитів, кредитування підприємств (в т.ч. кредитування пов'язаних осіб), розрахунково-касове обслуговування тощо. Також більшість акціонерів українських банків є представниками реального сектору економіки, від стабільності і динаміки розвитку якого

залежать можливості докапіталізації банківських установ. Враховуючи це актуальним питанням макропруденційного аналізу є дослідження джерел виникнення системних ризиків у реальному секторі економіки та визначення їх впливу на економічний капітал банківської системи;

– диспропорції у структурі національної економіки, що характеризуються наявністю монополії у найважливішій сфері економіки – енергетиці, що має негативний вплив на формування цін на фактично всі вироблені товари в Україні. Монополія на електроенергію в Україні, а також слабка диверсифікація джерел імпорту природного газу негативно позначається на антиінфляційній політиці Національного банку України, який через свої ринкові інструменти не може вплинути на немонетарний характер інфляції. Посилюються диспропорції національної економіки сировинною спрямованістю вітчизняного експорту, що ставить у залежність сальдо платіжного балансу від динаміки світових цін на товари українського експорту. Таким чином монополізм на ринку електроенергії та природного газу, а також сировинна спрямованість вітчизняного експорту є передумовами виникнення системного ризику, проявом якого будуть інфляція та девальвація, що негативно впливатимуть на якість активів і зобов'язань банків, їх прибутковість, а також визначатимуть рівень довіри суб'єктів господарювання до національної валюти і до банків;

– недосконалість політичної та неефективність правової систем, яка часто призводить до політичної нестабільності, що, у свою чергу, позначається на фінансовій стабільності в Україні через затягування реформ, нераціональне використання коштів Державного бюджету України, високий рівень корупції, відсутність законодавчого забезпечення окремих сегментів економічних відносин тощо. Політичні ризики, перш за все, призводять до виникнення панічних настроїв на фінансових ринках, що негативно впливає на ресурсне забезпечення банківської діяльності та призводить до відтоку депозитів, зниження ліквідності й капіталізації банківських установ;

– низький рівень бізнесової культури в країні загалом й окремих категорій населення зокрема (підприємці-вихідці з Радянського Союзу, олігархічні підприємства тощо). Низький рівень бізнесової культури проявляється у світовому

«прикрашенні» звітності підприємств і банків, що несе суттєві ризики для банківської діяльності в контексті оцінки кредитоспроможності позичальника й оцінки фінансової стійкості банку з боку НБУ.

Враховуючи запропоновані вище вектори макропруденційного аналізу джерел формування системних ризиків, можна зробити висновок, що в Україні значно більше системних ризиків, ніж у розвинутих країнах, а це вимагає розширення кола інструментів самого аналізу. До інструментів макропруденційного аналізу системних ризиків, окрім стрес-тестування комерційних банків, варто додати макроекономічне стрес-тестування, яке повинно мати таку структуру:

- оцінка взаємозв'язків і взаємовпливу банківської системи на реальний сектор економіки і навпаки;
- оцінка економічних дисбалансів, пов'язаних із монополістичною конкуренцією, структурою економіки та структурою експорту;
- оцінка політичної ситуації та політичної кон'юнктури;
- оцінка ефективності законодавчих актів з питань банківської діяльності та фінансової системи загалом;
- оцінка бізнес-культури.

На основі здійсненого стрес-тесту, Національний банк України отримає можливість визначити напрями регулятивного впливу на банківську систему з метою забезпечення її від суттєвих втрат внаслідок впливу системних ризиків, джерелами походження яких є реальний сектор економіки.

Наступним інструментом макропруденційного аналізу є стрес-тестування комерційних банків з метою визначення найвразливіших банківських установ, які не зможуть без стороннього втручання (рефінансування, докапіталізації, націоналізації) подолати наслідки можливої кризи.

Співставивши результати стрес-тестів, Національний банк України матиме можливість застосувати оптимальні регулятивні вимоги до комерційних банків; розробити відповідні рекомендації та вимоги щодо удосконалення систем-ризик менеджменту банків; прийняти відповідні рішення щодо мінімізації системних ризиків.

Третім інструментом макропруденційного аналізу повинен стати щоденний моніторинг фінансової стійкості та капіталізації комерційних банків на основі заздалегідь визначених індикаторів (економічні нормативи та інтегровані показники фінансової стійкості та капіталізації, індикатори системи SEMELS).

Враховуючи запропоновані підходи до макропруденційного нагляду та макропруденційного аналізу української економіки і банківської системи, Національному банку України необхідно вживати заходи щодо мінімізації впливу системних ризиків на рівень економічного капіталу банку як основи забезпечення його ефективної діяльності. Однак, зважаючи на те, що Національний банк України в контексті мінімізації системних ризиків, які виникають у реальному секторі економіки, не володіє набором прямих ринкових чи адміністративних інструментів, які можна використати для мінімізації структурних дисбалансів в економіці, питання макропруденційного нагляду за системними ризиками в реальному секторі економіки може бути доволі дискусійним.

Однак, виходячи зі змісту статті 6 «Основна функція» Закону України «Про Національний банк України», відповідно до якої основною функцією Національного банку є забезпечення стабільності грошової одиниці України, забезпечення стабільності національної валюти є неможливим без ґрунтовного вивчення проблем економіки та держави загалом. Актуальність цього питання посилюється наступними частинами статті, а саме при виконанні своєї основної функції Національний банк має виходити із пріоритетності досягнення та підтримки цінової стабільності в державі. Національний банк у межах своїх повноважень сприяє фінансовій стабільності, в тому числі стабільності банківської системи за умови, що це не перешкоджає досягненню цілі, визначеної у частині другій статті 6 Закону України «Про Національний банк України». Національний банк також сприяє додержанню стійких темпів економічного зростання та підтримує економічну політику Кабінету Міністрів України за умови, що це не перешкоджає досягненню основних цілей [9].

Основою забезпечення стабільності національної валюти, цінової та фінансової стабільності, а також сприяння додержанню

стійких темпів економічного зростання може бути макропруденційний аналіз системних ризиків і макропруденційний нагляд за діяльністю банків та інших фінансових посередників. Зважаючи на це потрібно усвідомлювати чіткий взаємозв'язок передумов виникнення системних ризиків як в реальному, так і в банківському секторах економіки (рис. 3).



Рис. 3. Взаємозв'язок передумов виникнення системних ризиків у державі загалом та банківській системі України зокрема (розроблено автором)

Як бачимо, передумови виникнення системних ризиків у державі загалом є передумовами виникнення системних ризиків у банківській системі, а тому макропруденційний аналіз системних ризиків повинен містити інформацію для НБУ, на

основі якої він розроблятиме заходи монетарного характеру (кредитування підприємств, валютні інтервенції, регулювання грошової маси), котрі спрямовуватимуться на подолання диспропорцій у національній економіці й таким чином стабілізуватимуть валютний курс гривні та цінову стабільність у загалом, що дозволить зменшити імовірність виникнення «бульбашок», волатильність цін на активи та валютні диспропорції в банківській системі. Окрім цього, необхідно застосувати і ряд заходів макропруденційного характеру, які повинні спрямовуватися на розвиток бізнес-культури та корпоративної культури банків, що дозволить знизити зловживання звітністю банків з метою введення в оману макропруденційного регулятора. При цьому, за «прикращення» звітності варто ввести досить жорсткі санкції для банків, а за повторне порушення передбачити відкликання ліцензії.

З метою мінімізації системних ризиків, пов'язаних із недосконалістю політичної та правової систем, Національному банку України варто використати свої комунікативні здібності щодо розвитку співпраці з Урядом у контексті додержання стійких темпів економічного зростання, перш за все, це стосується спільної розробки законодавчих актів, програм участі держави у капіталізації комерційних банків, програм участі НБУ у фінансуванні програм Уряду через кредити рефінансування тощо.

Визначивши основні передумови виникнення системних ризиків в економіці та банківській системі України, а також налагодивши співпрацю з Урядом, НБУ зможе адекватно оцінити ситуацію з необхідністю проведення докапіталізації банківської системи. Власне величина та графік докапіталізації українських банків повинні розроблятися на основі аналізу внутрішньої ситуації у політиці, економіці та банківській системі, що дасть можливість визначити доступність потенційних джерел поповнення економічного капіталу банку до прийняттого рівня. Основне завдання макропруденційного нагляду НБУ в цьому контексті полягає у визначенні величини ризиків докапіталізації і ризиків недокапіталізації для банківської системи та її здатності виконувати посередницькі функції.

Встановлення ж надмірних вимог до докапіталізації в умовах кризи може мати короткостроковий ефект, пов'язаний із виснаженням ресурсів власників банку, зменшенням ліквідності і, як наслідок, прибутковості банку, що негативно позначиться на рівні економічного капіталу. Зважаючи на це, на наш погляд, виникає необхідність розробки шляхів удосконалення підходів до проведення докапіталізації банківської системи України. Так, враховуючи, що більш ніж 50 банків України потребує збільшення статутного капіталу до 300 млн. грн. тобто на суму більш, ніж 150 млн грн. кожен, вважаємо, що в умовах кризи це є практично не підйомним для власників таких фінансово-кредитних установ, які повинні, виходячи із нульової або від'ємної рентабельності докапіталізовувати свої банки. Тому, враховуючи кризову ситуацію та ймовірність завдання збитків банкам внаслідок встановлення завищених значень нормативних вимог, які перш за все, розраховані для країн ЄС та США, Національному банку України доцільно змінити підхід до встановлення цих вимог. Зважаючи на те, що 83,7% статутного капіталу банківської системи перебуває у десяти найбільших банках, на наш погляд, доцільним є відновлення поділу банків за активами на чотири групи і встановлення для кожної такої групи окремих вимог щодо докапіталізації. Так, наприклад, банкам, які повністю відповідають критеріям прозорості, бізнес-модель яких спрямована на споживче кредитування фізичних осіб, а бізнес-план не передбачає швидкого виходу на ринок, доцільно залишити мінімальний обсяг статутного капіталу на рівні 120 млн грн, регіональним банкам – 200-250 млн грн, а для банків, які представлені по всій Україні та/або віднесені до категорії «to big to fail» вимоги до статутного капіталу можуть бути на рівні розроблених НБУ.

Висновки. Ефективність макропруденційного нагляду залежатиме не тільки від оптимального співвідношення регулятивних вимог для забезпечення фінансової стабільності за рахунок менеджменту комерційних банків, а більшою мірою від здатності побудувати систему розподілу ризиків між макропруденційним регулятором і комерційними банками. Варто підкреслити, що макропруденційний нагляд та макропруденційний аналіз повинні сприяти створенню умов

ведення банківського бізнесу з мінімальними втратами, тоді внутрішні ризики банків будуть значно нижчими.

Окрім розгляду особливостей макропруденційного нагляду за системними ризиками, необхідно звернути увагу на два найперспективніших напрями макропруденційного нагляду в Україні.

Першим напрямом є нагляд за системно важливими банками, адже у зв'язку із зростанням частки державної власності у банківському секторі України, ризик збільшення концентрації банківського сектору у декількох банках зростає, що може зумовити такий ризик як «ефект доміно».

Другим напрямом є нагляд за дотриманням банками пруденційної дисципліни в контексті забезпечення інформаційної прозорості їх діяльності.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Заруцька О. П. Банківський нагляд з використанням структурно-функціонального аналізу: теорія, світовий і вітчизняний досвід: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. - 379 с.

3. Моисеев С. Р., Лобанова М. А. Концепция макропруденциальной политики. // Деньги и кредит. - 2013. - № 7. - С. 46–54.

4. Ключева Н. В. Управление собственным капиталом банка. // Финансовые исследования.- 2013. - № 2 (7). - С. 28–32.

5. Knight F. H. Risk, Uncertainty, and Profit. Boston: Houghton Mifflin, 1921. 445 p.

6. Grossman R. Double liability and bank risk taking. Journal of money, credit and banking. 2001. Vol. 33, No. 2. - P. 143–159.

7. Зубченко, Л. А. Ландо Ж.-П. «Пузыри» и макропруденциальный надзор. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/2010-01-047-lando-zh-p-puzyri-i-makroprudentsialnyu-nadzor-landau-j-p-bulles-et-surveillance-macroprudentielle-mode-of-access-http-www-banque>(дата обращения: 17.04.2015).

8. Allen F., Arletti, E. Systemic Risk and Macroprudential Regulation. The Global Macro Economy and Finance: IEA Conference Volume 150-III / edited by F. Allen, M. Aoki, J. Fitoussi, R. Gordon, N. Kiyotaki, J. Stiglitz. London: Palgrave Macmillan, 2012. - P. 191–210.

9. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку: підруч. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ: КНЕУ, 2004. - 468 с.

1. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Zarutskaya O. P. Banking Supervision Using Structural-Functional Analysis: Theory, World and National Experience: Monograph. Sumy: DBS "UBS NBU", 2013. - 379 p.

3. Moiseev S.R., Lobanova MA Concept of macroprudential policy. // Money and credit. - 2013.- No. 7. - P. 46-54.

4. Klyueva NV Management of the bank's own capital. // Financial research. - 2013. - No. 2 (7). - P. 28-32.

5. Knight F. H. Risk, Uncertainty, and Profit. Boston: Houghton Mifflin, 1921. 445 p.

6. Grossman R. Double liability and bank risk taking. Journal of money, credit and banking. - 2001 Vol. 33. - No. 2. - P. 143-159.

7. Zubchenko, L. A. Lando J.-P. "Bubbles" and macroprudential supervision. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/2010-01-047-lando-zh-p-puzyri-i-makroprudentsialnyy-nadzor-landau-jp-bulles-et-surveillance-macroprudentielle-mode-of-access-http-www-banque> (reference date: 04/17/2015).

8. Allen F., Arletti, E. Systemic Risk and Macroprudential Regulation. The Global Macro Economics and Finance: IEA Conference Volume 150-III / edited by F. Allen, M. Aoki, J. Fitoussi, R. Gordon, N. Kiyotaki, J. Stiglitz. London: Palgrave Macmillan, 2012. - P. 191-210.

9. Примостка Л.О. Financial management at the bank: підруч. 2nd form, papers. and processing. Kyiv: KNEU, 2004. - 468 p.

28.08.2018

НАШІ АВТОРИ

Балджи Марина Дмитрівна – д.е.н., професор, професор кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет

Бистрова Анастасія Анатоліївна – магістр, Одеський національний економічний університет

Варданян Аїда Єгішеївна – магістр, Одеський національний економічний університет

Гейко Людмила Михайлівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет

Іванченко Анастасія Олегівна – магістр, Одеський національний економічний університет

Карпов Володимир Анатолійович – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом, начальник НДЧ, Одеський національний економічний університет

Кифяк Олександр Васильович – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Лисюк Аліса Олександрівна – магістр, Одеський національний економічний університет

Мариніч Ігор Вячеславович – магістр, Одеський національний економічний університет

Маркітан Олександр Сергійович – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет

Мартинюк Альона Іванівна – магістр, Одеський національний економічний університет

Місько Ганна Анатоліївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, Одеський національний економічний університет

Разінкін Нікіта Олександрович – магістр, Одеський національний економічний університет

Середа Дмитро Сергійович – магістр, Одеський національний економічний університет

Скідан Владислав Іванович – магістр, Одеський національний економічний університет

Титаренко Ірина Володимирівна – к.е.н., виклалач кафедри менеджменту, Одеський національний економічний університет

Чабанова Арина Ігорівна – магістр, Одеський національний економічний університет

Челядник Віталій Вячеславович – магістр, Одеський національний економічний університет

Шевчук Антон Михайлович – к.е.н., викладач, Тернопільський національний економічний університет

ДЛЯ ПОДАТОК

ДЛЯ ПОДАТОК

Матеріали номера друкуються мовою оригіналу

НАУКОВИЙ ВІСНИК
ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
Збірник наукових праць

Наукове видання

За достовірність викладених фактів, цитат та інших
відомостей відповідає автор

Підписано до друку за рекомендацією
Вченої ради Одеського національного економічного
університету
30 серпня 2013 р. Протокол № 1

Замовлення № _____
Підписано до друку 28.08.2018
Формат 60 x 84 1/16
Тираж 100 прим.
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 12,5