



Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Національного
гірничого
університету

Науковий журнал

№ 1 (69) • 2020

Виходить 4 рази на рік • Заснований у березні 2003 р.

Економічна теорія
Економіка регіонів
Економіка промисловості
Економіка підприємства
Фінансовий ринок
Фінанси галузі та підприємства
Економіка природокористування
Економіко-математичні методи прийняття управлінських рішень
Менеджмент
Маркетинг
Розвиток економічної освіти

Головний редактор	Г. М. Пилипенко
Заступники головного редактора	О. Г. Вагонова, О. І. Амоша
Голова редакційної ради	В. Я. Швець
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ (УКРАЇНА):	А. В. Бардась, І. П. Булеєв, А.Г. Герасименко, О.В. Єрмошкіна Ю. С. Залознова, М. І. Іванова, С. І. Кострицька, Є. В. Кочура, Н. І. Литвиненко, М. С. Пашкевич, Ю. І. Пилипенко, В. І. Прокопенко, Е. В. Прушківська, О. В. Трифонова, В. М. Шаповал.
ЗАКОРДОННІ ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:	В. Тарас (Університет Північної Кароліни, м. Грінсборо, США), М. Шефер (Науково-освітня асоціація «SEPIKE», м. Мюнхен, Німеччина), Ш. Форліч (Вища банківська школа, м. Вроцлав, Польща), Г. Кошебаєва (Карагандинський державний технічний університет, Казахстан).

Журнал включено до Переліку фахових видань України групи Б, в яких можуть друкуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук Наказ МОН України від 28.12.2019 №1643.
Журнал індексується в: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib з 2013 року.

Провідний редактор	Н. А. Черченко
Літературний редактор	М. Л. Ісакова
Комп'ютерна верстка	О. В. Казимиренко
Журнал зареєстровано	Журнал підписано до друку за рекомендацією вченої ради Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (протокол №2 від 13.02.2020) Наклад 300 прим. Зам. № ____ Підписано до друку 17.02.2020 р. формат 60*90/8 Ум. друк. арк. 15. Папір офсетний.
Засновник та видавець	у Державному комітеті інформаційної політики, телебачення і радіомовлення України. Свідectво про державну реєстрацію: КВ № 7070 від 18.03.2003 р.
Адреса видавця та редакції	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет»), м. Дніпро. Інститут економіки промисловості Національної академії наук України, м. Київ. Свідectво суб'єкта видавничої справи ДК №1842 від 11.06.2004 р.
Виготовлення	49027, м. Дніпро, пр. Дмитра Яворницького, 19, корп. 1 Тел.: +380 (56) 47-15-66, +380 (97) 115-75-45 e-mail: PilipenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
	Видавництво «Свідлер А.Л.» 49041, м. Дніпро, а/с 2493 Свідectво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи: серія ДК № 3876 від 10.09.2010 р.



Dnipro University of Technology

ECONOMICS BULLETIN

of the National
Mining University

Scholarly Journal

№1 (69) • 2020

Quarterly statement • Founded in March 2003

Economic theory
Regional economics
Industrial economics
Economics of enterprise
Financial market
Branch and business finance
Environmental management
Econometrics in management decision making
Management
Marketing
Development of economic education and training

Dnipro
2020

Chief Editor	H. M. Pylypenko
Deputy Chief Editors	O. G. Vagonova, O. I. Amosha
Head of editorial board	V. Ya. Shvets
EDITORIAL BOARD (UKRAINE)	A. V. Bardas, I. P. Bulieiev, A. H. Gerasymenko, O. V. Iermoshkina Yu. S. Zaloznova, M. I. Ivanova, S. I. Kostrytska, Ye. V. Kochura, N. I. Lytvynenko, M. S. Pashkevych, Yu. I. Pylypenko, V. I. Prokopenko, E. V. Prushkivska, O.V. Tryfonova, V. M. Shapoval
FOREIGN MEMBERS OF EDITORIAL BOARD	V. Taras (University of Northern Carolina, Greensboro, USA) M. Shefer (Scientific and educational association «SEPIKE», Magdeburg, Germany) S. Forlich (Wroclaw School of Banking, Wroclaw, Poland) G. Koshebayeva, Dr. Sc. (Econ.), (Professor, Management Department, Karaganda State Technical University, Kazakhstan)
	The Bulletin is included in the group B of the List of scientific professional editions of Ukraine which are entitled to publish the results of dissertations for obtaining the academic degrees of Doctor and Candidate of Sciences (Econ). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine №1643 of December 28, 2019 The journal is indexed in: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib since 2013.
Senior editor	N. A. Cherchenko
Language editor	M. L. Isakova
Technical editor	O. V. Kazymyrenko
	Passed for printing under recommendation of Academic Council of Dnipro University of Technology (transaction № 2 dated 13.02.2020) Number of copies printed 300. Order No ____. Passed for printing 17.02.2020 Sheet size 60*90/8 Presswork 15. Offset paper.
Journal was registered	at the State Committee for Informational Policy, Television and Radiobroadcasting of Ukraine on 18th March 2003. Certificate of state registration: KB # 7070.
Founder and editor	Dnipro University of Technology (State higher educational institution «National Mining University»), Dnipro, Certificate of Publisher ДК №1842 dated 11.06.2004 Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv
Address of editor and editorial office	19, Dmytra Yavornytskoho Ave., building 1, Dnipro, 49027 Tel.: +380 (56) 47-15-66, +380 (97) 115-75-45 e-mail: PilipenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
Production	Publisher «Svidler A.L.», Dnipro, a / b 2493, 49041 Certificate of registration in the State Register of publishing: Series ДК № 3876 dated 10.09.2010

ЗМІСТ

СТОР.

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Сторощук Б. Д. Закономірності трансформації економічної влади в умовах глобальної кризи	9
Лазебник Л. Л., Войтенко В. О. Сутність, особливості та параметри цифрової економіки.....	22
Нуріахметов Є. І., Слюсарева Л. В. Особливості розвитку ринку електронних закупівель в Україні.....	30
Дяченко Н. І., Черкавська Т. М. Проблема морально-етичної детермінанти дистрибутивної справедливості: соціально-економічні наслідки.....	38
Tymoshenko L. V., Krylova O. V. Institutional levers for financing small and medium-sized businesses as a component of depressed regions development	46
Онисько С. М., Лизак М. П. Дослідження економічної сутності категорії «прибуток».....	58

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Прохорова В. В., Проценко А. В. Формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств.....	66
Максименко Т. О. Паритетний підхід підвищення економічної ефективності використання сонячної енергетики промисловими підприємствами.....	77
Куценко В. Й. Методологія діагностики рівня економічної безпеки підприємства	85
Дикань В. Л., Обруч Г. В. Розроблення підходу до формування системи нематеріальної мотивації працівників підприємства залізничного транспорту в умовах цифровізації	96
Мушнікова С. А. Конвергентно-інтегрований механізм управління безпекою розвитку промислових підприємств: науково-практичний аспект розробки.....	108
Проценко В. М. Сучасний науково-практичний підхід до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств.....	117
Набока Р. М., Шукліна В. В. Сценарний підхід в управлінні інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства в ланцюгу постачань.....	125
Гавриленко М. М. Методи оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства.....	137

Чобіток В. І. Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств.....	145
--	------------

ФІНАНСИ

Аберніхіна І. Г., Сокиринська І. Г. Оцінка ліквідності та платоспроможності страхової організації.....	152
Столяр О. О. Структурний аналіз тарифу на розподіл газу в складі ціни газу для споживачів.....	164

МАРКЕТИНГ

Куваєва Т. В. Критеріальна модель оцінювання результативності партнерських відносин промислового підприємства.....	177
Яцентюк С. В. Вплив атрибутів бренду на формування його цільового іміджу у нових ринкових та технологічних умовах.....	187

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Козенкова В. Д. Моделювання показників оцінки нематеріальних активів промислових підприємств.....	197
Demydenko M. A., Kabachenko D. V. Economic models of optimal enterprise production output strategy.....	210

CONTENTS

ECONOMIC THEORY

Storoshchuk B. D. Regularities of transformation of economic power in the conditions of the global crisis.....	9
Lazebnyk L. L., Voitenko V. O. The essence, features, and parameters of the digital economy.....	22
Nuriakhmetov Ye. I., Sliusareva L. V. Specifics of e-procurement market development in Ukraine.....	30
Diachenko N. I., Cherkavska T. M. Problem of moral-ethical determinants of distributive justice: socio-economic consequences.....	38
Tymoshenko L. V., Krylova O. V. Institutional levers for financing small and medium-sized businesses as a component of development of depressed regions	46
Onysko S. M., Lyzak M. P. Study of economic essence of «profit» category.....	58

ECONOMICS OF ENTERPRISE

Prokhorova V. V., Protsenko A. V. Formation of scenarios for managing structural transformations of innovative potential of industrial energy enterprises.....	66
Maksymenko T. O. Parity approach to increasing the economic efficiency of using solar energy by industrial enterprises.....	77
Kutsenko V. Y. Methodology of diagnostics of economic security level of an enterprise...	85
Dykan V. L., Obruch H. V. Development of an approach to the formation of non-financial motivation of employees of enterprises of railway transport in the conditions of digitalization.....	96
Mushnikova S. A. Convergent-integrated security management mechanism for metallurgical enterprises development: scientific-and-practical aspect of development.....	108
Protsenko V. M. Modern scientific and practical approach to evaluating the intensification of the management cycle of enterprises' economic behavior.....	117
Naboka R. M., Shuklina V. V. Scenario approach to managing the information and communication potential of the enterprise in the supply chain.....	125
Havrylenko M. M. Methods of estimating the financial effectiveness of business model of an industrial enterprise.....	137
Chobitok V. I. Synectic approach to intellectualization of management of enterprise's holistic development.....	145

FINANCE

Abernikhina I. H., Sokyrynska I. H. Liquidity and solvency assessment of an insurance company.....	152
Stoliar O. O. Structural analysis of gas distribution as a part of gas price for consumers...	164

MARKETING

Kuvaieva T. V. Criteria model for evaluating the partnership effectiveness for the industrial enterprise.....	177
Yatsentyuk S. V. Influence of the brand attributes on the formation of its target image under new market and technological conditions.....	187

ECONOMETRICS IN MANAGEMENT DECISION MAKING

Kozenkova V. D. Modeling of assessment indicators of intangible assets of industrial enterprises.....	197
Demydenko M. A., Kabachenko D.V. Economic models of optimal enterprise production output strategy.....	210

ЗАКОНОМІРНОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КРИЗИ

*Б. Д. Сторощук, к. е. н., доцент, Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, storbd@gmail.com, orcid.org/0000-0001-8680-1762*

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження послуговували засади макроекономічного підходу до аналізу економічних процесів. Використано теоретичну концепцію Й. Шумпетера про «творче руйнування» для оцінки кризових явищ, які протікають у світовій економіці й Україні. Поряд з цими підходами було залучено методи: аналізу й синтезу – для виявлення механізмів розгортання світової кризи, виокремлення ключових заходів антикризової економічної політики української держави; нормативного аналізу – для оцінки наслідків та перспектив діяльності влади в умовах світової кризи.

Результати. В даній статті розглядаються хронологія та механізми розгортання сучасної економічної кризи, одним із чинників якої є пандемія коронавірусу. Проаналізовано ситуацію, яка склалася на світовому ринку нафти та показано її вплив на кон'юнктуру валютного і фондового ринків. Здійснено дослідження особливостей протікання кризи в українській економіці та виокремлено слабкі сторони державної антикризової політики, однією з яких є наростання економічної дискомунікації. Особливу увагу приділено соціально-економічній складовій такої політики та аргументації необхідності розробки заходів для соціально-економічної підтримки як бізнесу, так і окремих громадян у кризовий та посткризовий періоди. Поставлено проблему взаємозв'язку влади та ефективності комунікаційних процесів як основи протидії розростанню кризових процесів. За умов, що склалися, запропоновано концентрацію зусиль держави на пріоритетності використання кейнсіанської моделі стабілізаційної політики. Описано основні перспективи подальшого економічного розвитку на світовому та вітчизняному рівнях. Визначено основні напрямки та механізми реалізації економічної влади держави для проведення антикризової політики в Україні. На основі поняття «люфт» розкрито мінімальну величину змін, необхідних для забезпечення взаємозв'язку влади та ефективної комунікації в суспільстві.

Новизна. Сучасна світова криза, спровокована коронавірусом на нафтовому ринку, а потім і в світовій економіці в цілому, представлена як закономірний наслідок Шумпетерівського «творчого руйнування», який, з одного боку, демонструє відмирання застарілих, відживших елементів економічних відносин, продуктивних сил та господарського механізму внаслідок поширення їх нових ефективніших замінників, а з іншого – відкриває нові можливості для подальшого розвитку глобальної економіки. Виокремлено такі можливості для української економіки. З'ясовано механізми розгортання сучасної глобальної кризи через вплив «творчого руйнування» на комунікаційні процеси, зокрема, на зміст та результати економічної діяльності держави. Встановлено мінімальну величину змін, необхідних для подолання економічної дискомунікації.

Практична значущість. Результати дослідження, особливо в частині рекомендацій забезпечення взаємозв'язку влади та ефективної комунікації в суспільстві, дозволяють підвищити ефективність антикризової політики держави.

Ключові слова: економічна криза, антикризова політика, економічна влада, економічна дискомунікація.

Постановка проблеми. В умовах розвитку сучасної економічної науки все більшу й більшу вагу набуває проблема влади, її економічної природи, формування та розподілу, зокрема, в умовах глобальної економічної криз. Окремим популярним контекстом даних досліджень стала проблема взаємозв'язку влади та ефективності комунікаційних процесів як основи дієвої протидії розростанню кризових процесів. В розвинутих демократичних країнах висока комунікаційна ефективність державної влади однозначно виступає запорукою успішного функціонування антикризового управління національними економіками в цілому. Тим не менше в умовах сучасної України ми можемо спостерігати ще досить багато складних, неоднозначних і далеко не завжди позитивних процесів в динаміці розвитку даної сфери.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сфері досліджень проблематики влади безумовними фаворитами вітчизняних досліджень виступають наукові школи на чолі з професорами В. Дементьєвим [1] та А. Ігнатюк [2]. Серед дослідників закономірностей кризової динаміки варто виділити праці В. Сіденка [3] та В. Новицького [4]. У працях Г. Пилипенко в контексті інституційного аналізу досліджується проблема влади в умовах ринкових трансформацій [5]. Тим не менше, на нашу думку, в даних дослідженнях очевидно недостатньо уваги приділялося саме аспектам механізмів взаємозв'язку комунікації та влади в умовах сучасної глобальної кризи.

Формулювання мети дослідження. Відповідно до цього метою нашого дослідження буде з'ясування механізмів розгортання сучасної глобальної кризи, їх вплив на комунікаційні процеси в господарському механізмі та трансформацію економічної влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значні масштаби сучасної економічної кризи, яка за часовою тривалістю уже перевищила Велику депресію 1929–1933 рр. [6], і волатильність її динаміки для все більшої кількості країн постійно поширюють усвідомлення неминучості всебічних фундаментальних змін у всіх сферах сучасних соціально-економічних систем. Формальним

початком даної кризи вважається «чорний понеділок» 9 березня – грандіозний обвал на нафтовому ринку, на якому склалася рідкісна комбінація факторів – шок з боку пропозиції (зростання нафтовидобутку), зворотний шок з боку попиту (зниження споживання через коронавірус і, як наслідок, масове припинення роботи підприємств). Останній раз таке «жахливе поєднання» було на початку 1930-х рр., на тлі «Великої депресії», коли ціна нафти впала до «центів за барель».

5 березня 2020 р. представники 14 країн ОПЕК на чолі зі Саудівською Аравією прийняли рішення про додаткове скорочення видобутку нафти на 1,5 млн барелів за добу. У той же час, 6 березня члени ОПЕК (більше 40% світового ринку нафти) не змогли домогтися укладання угоди про масштабне скорочення видобутку нафти в рамках ОПЕК+ (Росія та інші 10 виробників, що не входять у цю організацію, – ще приблизно 40%). Представник Росії відмовився підтримати не лише додаткові скорочення, а й підписати існуючу угоду, яка регулює видобуток нафти з 2016 р., термін дії якої спливає наприкінці місяця. Саудити до столу переговорів не повернуться. Причини називаються різні. Росіяни ніколи не входили в ОПЕК і їхні відносини із саудівською Аравією завжди були складними і ситуативними. Ряд не задоволений тим, що Росія намагається грати занадто велику роль на Близькому Сході, до того ж у союзі з її ворогом Іраном. Саудівська Аравія не зацікавлена триматися за договір, який і так всі порушують. Тому Саудівська Аравія, а слідом за нею ОАЕ і Кувейт у відповідь на розвал угоди декларували нарощення обсягів видобутку і суттєве зниження цін на нафту для захоплення нових ринків. Така позиція не є для них критичною, так як собівартість видобутку бареля нафти в затоці складає приблизно \$4–5 на відміну від Росії та ряду інших країн, де вона оцінюється в десятки доларів.

У понеділок ціна нафти в перший робочий день після розпаду договору ОПЕК+ впала майже на третину – до 31,43 долари за барель. Тобто ціна сирової нафти повторила рекорд часів війни в Перській затоці 1991 р. Барель північноморської суміші подешевшав одразу на 14 доларів, втративши в ціні

31%. Останній раз Brent опускався до 31,5 долара у січні 2016 р., а перед цим – навесні 2004 р. Вартість нафти марки WTI впала на 27%, до 30,27 долара. Останній раз ціна цієї марки опускалася до 30,3 долара в 2016 та 2003 рр. У вівторок на нафтових біржах стався спекулятивний бум – нафта піднялася в ціні більш ніж на 10–15%, але в наступні дні відновилося стійке падіння.

Особливу роль в цій ситуації відіграє сланцева індустрія США, яка, з одного боку, в останні роки швидко заповнила світові ринки нафти й газу, а з іншого – характеризується досить високим рівнем витрат, які втім оцінюються також досить неоднозначно. Різке падіння цін відбулося в складний момент для американської сланцевої індустрії. Хоча за останнє десятиліття обсяги видобутку зросли, перевищивши обсяги видобутку Росії і Саудівської Аравії, сланцева індустрія існувала, в основному, за рахунок позичкових коштів, встигнувши відштовхнути від себе інвесторів. Це робить її дуже вразливою перед падінням цін на нафту. Значне зниження цін з початку року поставило під сумнів всі плани з розширення. Однак удар по видобутку може виявитися приглушеним. Багато невеликих незалежних виробників, на частку яких припадає велика частина американського сланцевого сектора, заходжували свої проекти. Найближчим часом пропозиція навряд чи зменшиться.

Продовження падіння цін на нафту підірве економічну політику та зумовить скорочення бюджетів по всьому світу, що, у свою чергу, посилить тиск на центральні банки, які намагатимуться не допустити рецесії. Хвиля паніки розігнана ЗМІ, серйозними наслідками і страшним вірусом – все спрацювало в бік формування панічних настроїв. Цим скористалися й фінансові спекулянти, які два роки чекали нагоди заробити на кризі. Ринки були перегріті, але ніхто не знав, де «рвоне». І тут такий медійний чорний лебідь.

Після обвалення світових цін на нафту різко зросли курси долара й євро стосовно російського рубля, а акції найбільших компаній РФ впали на чверть. Курс долара на 11.10 перевищив 74,9 руб., курс євро – 85,6. Російські папери також продемонстрували велике зниження на Лондонській фондовій

біржі FTSE. Найбільше знецінилися папери Сбербанку – вони впали на 30%, пізніше скорегувалися до 25,3% (\$ 9,6). Папери «Татнефті» звалилися на 24,8% (\$43,5), «Роснефті» – на 23,7% (\$4,4), X5 Retail Group – 22,5%, Магніт – 19,9%, «Лукойл» – 22,1%. В цілому у світі проявляється тенденція до зниження акцій в проциклічних галузях (будівництво, важка і хімічна промисловість, автомобілебудування). При цьому можуть виграти контрциклічні (сільське господарство, легка промисловість) та ациклічні (комунальне господарство) галузі. Інвестори тікають з падаючих галузей в «тихі гавані», до яких, крім вищезазначених, відносять цінні папери в стабільних країнах, а також валюти найбільш розвинутих країн – долар останніми днями стабільно росте на світовому ринку. Американські ринки 9 березня обвалилися одразу ж після початку торгів. Індекс S&P 500 у перші хвилини впав на 6,9%, Dow Jones на 7%. Через таке сильне падіння торги одразу ж припинилися. Торги на Гонконгській фондовій біржі в понеділок завершилися обвалом котирувань – найбільшим за останні два роки. Індекс Hang Seng впав на 1106 пунктів (4,23%) і зупинився на значенні 25040. Головний показник котирувань провідних французьких корпорацій CAC 40 впав на 8,39% під час закриття торгів на Паризькій фондовій біржі. Перший день торгів нового тижня на Міланській біржі закінчився обвалом на 11,7%. Індекс Лондонської біржі показав найбільше денне падіння від 2008 р. – 7,7%.

Агентство Fitch припускає падіння глобального ВВП на 1,9% і вважає базовим сценарієм глибоку рецесію. В ООН до пандемії очікували зростання глобальної економіки на 2,5%, тепер прогнозують спад на 1%. Оптимісти з McKinsey вважають, що світовий ВВП виросте на 1–1,5% при тому, що зростання нижче 2,5% вже асоціюється з рецесією. У Saxo Bank говорять про «потрійний удар» по економіці (удар по попиту, по пропозиції і нафтова війна) і називають 2020-й «втраченим роком». У МВФ констатували: світова економіка зупинилася, відтік капіталу з країн, що розвиваються перевищив \$83 млрд, а за допомогою звернулися 85 країн – раніше такого в історії Фонду не було. «Ми ніколи в історії МВФ не бачили,

щоб світова економіка зупинилася. Ми в рецесії, вона набагато гірша, ніж глобальна економічна криза», – стверджує К. Георгієва, директор-розпорядник МВФ [7]. Для порівняння: в 2009 р. світова економіка скоротилася на 1,7%. Що стосується України, то Кабмін переглянув макропрогноз на 2020 р.: очікується спад ВВП 4% – 9% (за даними Мінекономіки, а також інвесткомпанії Dragon Capital), зростання кількості безробітних від 170 тис. до 0,5–1 млн осіб (за оцінками Торгово-промислової палати і Мінекономіки), скорочення експорту на 5,5%, імпорту – на 10%, зростання інфляції з раніше прогнозованих 5,5% до 11,6%, середньорічного курсу долара – з 27 грн/\$ до 29,5 грн/\$.

Спровокована коронавірусом криза на нафтовому ринку, а за нею – і в світовій економіці – довгоочікувана всіма експертами за останні два роки. Бульбашки лопаються. Ці зміни є наслідком Шумпетерівського «творчого руйнування», яке є «самою сутністю капіталізму» – перманентно-еволюційної і неминучої ліквідації ринковим механізмом застарілих, відживших елементів економічних відносин, продуктивних сил та господарського механізму внаслідок поширення їх нових ефективніших замінників [8]. Так, будуть фінансові втрати, але глобальна економіка оздоровиться і отримає нові імпульси до розвитку. Ряд з цих імпульсів є помітними вже зараз, а саме:

- падіння цін на нафту знизить ціни і на газ. Це сукупно знизить витрати для глобальної економіки;

- криза, викликана коронавірусом, також дозволить багатьом державам реструктуризувати борги на більш вигідних умовах. Перші дефолти вже пішли. Їх буде більше;

- держави будуть вести більш прагматичну економічну політику;

- зміниться система державного управління, все більше будуть проявлятися інструменти, показані в Китаї, де держава може обмежувати громадян у правах на час кризи в загальносуспільних інтересах;

- знижуються витрати для бізнесу. Дистанційна робота співробітників, зменшення логістичних тимчасових і фінансових витрат оздоровлять бізнес і підвищать ефективність роботи;

- слабкі і неефективні компанії підуть з ринку. Він оздоровиться;

- люди (масово) занепокоїлися своїм здоров'ям. Безліч рекомендацій, люди зміцнюють імунітет, миють руки, стежать за собою;

- вірогідність захворіти не тільки на коронавірус, а й на інші хвороби знижується;

- зміняться підходи до охорони здоров'я. Скринінг стане масовим і регулярним, крім шуканого вірусу виявлятимуть інші захворювання на ранній стадії;

- з'явиться більше можливостей для дистанційної роботи та дистанційного навчання.

Один із ключових ризиків для України в цій ситуації – критично великі суми повернення боргів в даному році (більше \$5 млрд) на фоні загального погіршення ситуації на світових кредитних ринках і, внаслідок цього, важливість відновлення співпраці з МВФ. У Fitch вважають, що Україна домовиться про черговий транш МВФ у першому півріччі 2020 р. Переговори України з МВФ затягуються в тому числі через відставку уряду О. Гончарука, який в цілому подобався інвесторам, а генпрокурора Р. Рябошапку підтримували на Заході.

Якщо разом з падінням цін на нафту, а згодом і на газ, відбудеться падіння на інших сировинних ринках (наприклад на залізну руду, чи зерно), як це зазвичай буває, це може серйозно вдарити по українському експорту. Якщо ж зменшаться ціни на залізну руду сировину і відбудеться падіння експорту, це сильно тиснутиме на ціну гривні.

Незважаючи на неекономічний характер причин кризи, тобто пандемії коронавірусу, неефективність реакції економічних систем на нові виклики зумовлена, очевидно, неефективністю існуючих раніше сформованих інститутів. Тому, зокрема, зважаючи на проривні успіхи онлайн-технологій в умовах кризи, можна вважати, що ініціатором «творчого руйнування» є, як це стверджував Й. Шумпетер, лише успішна діяльність новаторів, що розглядається фактично як єдине джерело і економічного зростання, і самого розвитку ринково-орієнтованих економічних систем. Відсутність інноваційного розвитку призводить до занепаду в соціально-економічному та політичному житті

[9, с. 21–101, с. 203–241]. Ні поліпшення ситуації з попитом, ні позитивні зрушення з боку пропозиції, ні заходи державного регулювання, вважав Й. Шумпетер, не здатні викликати економічного піднесення.

Що може виграти Україна в цій ситуації? Криза – хороша можливість реалізувати прагматичний антикризовий план, який передбачає будівництво транспортної та іншої інфраструктури, створення умов для залучення капіталу в енергетичний сектор і досягнення країною енергетичної незалежності. Враховуючи контрциклічний характер сільського господарства, є великий шанс посиленого повторення того ренесансу, який воно пережило в 2008–2010 рр., особливо за умови прийняття закону про відкриття ринку землі. Криза призведе до повернення 20%–25% трудових мігрантів. Людей з іншим досвідом і якістю роботи. Частина з них – готові підприємці з новими ідеями. Їх потрібно тільки підтримати. Криза змінить модель роботи в Україні, виросте роль електронних сервісів, зокрема державних, це підвищить ефективність усіх процесів, а значить і економіки. Криза – хороша можливість заявити про себе, показавши зростання економіки вище, ніж сусіди і привернути увагу нових глобальних інвесторів і гравців. Ну і, звичайно, криза – це можливість відновити не тільки владу, а й систему влади, відмовившись від «совка», реорганізувавши все до єдиної держінституції, сконцентрувавшись на функціях, що потрібні громадянам, а не чиновникам.

Проте на сьогоднішній день пандемія коронавірусу внесла значні корективи в роботу багатьох українських підприємств, які змушені дотримуватися правил всеукраїнського карантину. Крім цього, обмеження діятимуть на фоні швидко наростаючої економічної кризи, яка стартувала з грандіозного обвалу на нафтовому ринку. З однієї сторони, обмежувальні заходи, а з іншої – наростаюча криза заподіюють збитки бізнесу, у багатьох людей падає рівень доходів, хтось зовсім позбувається роботи і заробітку. Очевидно, що в цих умовах держава об'єктивно змушена здійснювати ряд заходів для соціально-економічної підтримки як бізнесу, так і окремих людей, що обумовлюється наступними аргументами: збереження,

в тому числі в умовах зумовлених кризою значних структурних змін в економіці, хоча б частини сфери виробництва благ, яка є основою формування національного доходу; забезпечення податкових надходжень в майбутньому; збереження робочих місць.

На додачу до запроваджених безпечних заходів уряди використовують стандартні економічні практики підтримки людей і економіки. Більшість країн, зокрема й Україна, вже підготували пакети фінансової та податкової допомоги. У розвинених країнах цей обсяг – від 5% до 10% ВВП. Наприклад, 10% у США, 4,5% у Німеччині, 9,7% у Австралії і 6% у Канаді. В Україні 5% – 10% ВВП (200 – 400 млрд грн).

Пакет підтримки зазвичай має фіскальні (податки і субсидії) і монетарні (процентні ставки, вимоги щодо резервів і застав для банків) зміни. Монетарні дії спрямовані на ослаблення монетарної політики: зниження ставок, наповнення ринку ліквідністю, м'якші вимоги до банківської системи, кредитні канікули, заборони підвищувати процентні ставки кредитів тощо. Такі ж дії здійснює й НБУ, дозволяючи гривні трохи девальвувати, згладжуючи коливання і запобігаючи паніці на ринку.

Фіскальна частина підтримки у більшості розвинених країн фокусується на малому й середньому бізнесі, а також на ринку праці. Держави скасовують адміністративні обмеження і штрафи за порушення, продовжують терміни здачі звітності, надають податкові канікули. Типовою політикою на ринку праці є оплата 60–80% зарплати тим співробітникам, яких звільнили або відправили у тимчасову відпустку. Уряди, зокрема, підтримують самозайнятих, що залишилися без доходу (малих підприємців і ФОП). В цілому ряді країн дана підтримка набуває небачених масштабів. Уряд США планує надати американським родинам одноразовий платіж у розмірі 3 тис. доларів через кризу, викликану пандемією коронавірусу. Якщо ж ситуація з коронавірусом не покращиться в найближчі місяці, уряд зможе надати додаткову фінансову підтримку.

На превеликий жаль, під час кризи 2008–2009 рр. Україна була чи не єдиною державою Європи, яка не зменшила податкове навантаження на бізнес [4, с.4]. Ряд

поступок бізнесу з боку держави в Україні в сучасних умовах передбачені законопроектом №3219 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)», який був остаточно проголосований 17 березня.

Відповідно до цього закону:

- тимчасово, на період епідемії, звільнені від ввізного мита і ПДВ операції з введення на митну територію України лікарських засобів, медичних виробів, медичного обладнання, які можуть використовуватися для лікування коронавірусної хвороби. Перелік товарів, які звільняються від ПДВ, повинен підготувати Кабмін;

- тимчасово, на період епідемії, товари, роботи і послуги, необхідні для боротьби з епідемією, не обов'язково повинні закуповуватися через електронні системи;

- на час карантину, встановленого Кабміном, працівників можна відправляти в неоплачувану відпустку, яка не обмежується 15 календарними днями. Це не є порушенням трудового законодавства;

- у зв'язку з карантином термін подачі декларацій чиновниками продовжений до 1 червня;

- за порушення податкового законодавства в період з 1 березня по 31 травня 2020 р. штрафні санкції не застосовуються (за винятком порушень за договорами довгострокового страхування життя або недержавного пенсійного страхування, відчуження майна, яке перебуває у податковій заставі, порушень правил обліку, виробництва і обігу спирту і палива, порушень нарахування, декларування і сплати ПДВ, акцизів, ренти). За період з 1 березня по 31 травня 2020 р. платникам податків не нараховується пеня, а та, що нарахована, підлягає списанню;

- з 18.03 по 31.05 вводиться мораторій на всі перевірки (документальні та фактичні), крім документальних перевірок в разі подачі заяв на повернення ПДВ. Також припиняються перевірки, які були розпочаті до 18.03, але не встигли завершитися, призупиняється відлік строків давності щодо подання декларацій, податкових розрахунків та ін., передбачених ст. 102 Податкового кодексу;

- для всіх платників податків, зобов'язаних подавати податкові декларації, термін подачі декларацій в цьому році відсувається до 1 липня;

- фізособи, які повинні були самостійно сплатити суму податкового зобов'язання до 1 серпня, зможуть це зробити до 1.10.20 р. без всяких штрафних санкцій;

- з 1.03 по 30.04 2020 р. не нараховується і не повинна сплачуватися плата за землю (земельний податок та орендна плата за земельні ділянки державної і комунальної власності). Ці зміни можуть бути відображені у раніше поданих деклараціях;

- з 1.03 по 30.04 2020 р. фізичні та юридичні особи звільняються від нарахування та сплати податку на нерухомість. Це також можна відобразити в уточненій податковій декларації;

- звільняються від нарахування та сплати єдиного внеску з 1.03 по 30.04 фізичні особи-підприємці (в т. ч. «Спрощенці»), самозайняті особи (вчені, літератори, артисти, медики, юристи та ін.), фермери. При цьому буде вважатися, що вони за ці місяці сплатили мінімальний єдиний податок;

- не застосовуються штрафні санкції з 1.03 по 30.04 за несвоєчасна або неповна сплата єдиного податку, несвоєчасне подання звітності до податкової;

- з 18.03 по 18.05 2020 р. не проводяться перевірки щодо ЄСВ і не нараховується пеня;

- обов'язкове введення РРО (реєстраторів розрахункових операцій), в тому числі програмних РРО, заплановане з 1.10 2020 р., відкладається до 1.01 2021 р. А для підприємців 2–4 груп з річним доходом менше 1 млн грн – до 1.04 2021 р. Крім того, передбачено декілька пільг для громадян: звільнення від штрафів і пені за прострочення виплат за споживчими кредитами з 1.03 по 30.04 і допомога для тих, хто захворів коронавірусом, або повинні перебувати на самоізоляції (без уточнень).

За час вимушеного карантину держава також може оплатити громадянам частину комунальних послуг. Доручення визначити відсоток відшкодування дав на засіданні Кабміну прем'єр-міністр Д. Шмигаль, на думку якого держава повинна взяти на себе часткове відшкодування комунальних по-

слуг, які зростуть у зв'язку з постійним перебуванням людей на самоізоляції в будинку. У зв'язку з цим глава Кабміну доручив Мінсоцполітики, Мінфіну і Мінекономіки протягом трьох днів розрахувати суму коштів і визначити відсоток відшкодування частини комунальних платежів на час карантину в Україні. А також доручив визначити категорії громадян, зазначивши, що, можливо, відшкодування торкнеться всіх громадян. Рішення буде прийнято на позачерговому засіданні уряду.

Національна комісія з державного регулювання у сферах енергетики і комунальних послуг (НКРЕКП) прийняла рішення, яким рекомендує всім компаніям не нараховувати пеню та штрафи, а також не відключати споживачів за несплату рахунків під час карантину. 30 березня парламент прийняв, а вже 1 квітня В. Зеленський оперативно підписав Закон № 540-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних і економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусу». Документ гарантує на період карантину продовження виплат державної допомоги малозабезпеченим сім'ям, а також інших видів державної допомоги, зокрема, пенсій по інвалідності.

Також закон передбачає, що Кабмін встановить доплату в розмірі до 300% зарплати медикам та іншим працівникам, які безпосередньо зайняті на роботах по боротьбі з коронавірусом. Крім того, документ передбачає доплати до 100% від окладу працівникам соцслужб, які надають послуги громадянам, що знаходяться вдома. Закон скасовує ПДВ для ввезення медичних товарів і звільняє бізнес від сплати земельного податку та податку на майно, орендної плати за земельні ділянки, що перебувають у державній та комунальній власності. Крім того, закон врегулює чуттєве для українських компаній питання – про проведення зборів акціонерів. За чинним нормам ПрАТ і ПАТ повинні зробити це до 30.04, але введення карантину зробили збори неможливими. Протиріччя знято – акціонери можуть зібратися протягом трьох місяців після скасування карантину, а для зовсім невідкладних випадків НКЦПФР оперативно розробляє положення про дистанційні збори. Уряд

також декларував роботу над подальшими заходами, які дозволять полегшити життя бізнесу у цей непростий період. Не виключається запровадження певних кредитних канікул, спрощення податків крім тих кроків, що вже були зроблені.

Дані заходи є першим результатом цілого ряду зустрічей із великим бізнесом, асоціаціями, проведених багатьох переговорів. Відповідно до цього досягнуті домовленості про утворення цілого ряду координаційних центрів, у тому числі координаційного центру з економічного порятунку та протидії фінансово-економічній кризі. Центр формуватиме поради щодо подальшої політики дій влади. Урядовці також розглянуть проекти постанов щодо внесення змін до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам мікропідприємництва та малого підприємництва, та про внесення змін до переліку об'єктів державної власності, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави. Президент В. Зеленський у відеозверненні заявив, що для малого і середнього бізнесу буде розроблено програму кредитних канікул, а пенсіонерам із пенсією меншою за 5000 гривень виплатять по тисячі гривень.

Аналогічні процеси проходять також і на місцях, зокрема, перш за все, в столиці Києві. Наприклад, Київ це 65% українського ринку розваг, який зараз зупинився, і платити їм нічим. КМДА вже обіцяє компенсувати збитки непрацюючому метрополітену, знизити для підприємців вартість оренди комунального майна вдвічі.

Проте дані заходи, як видно вже з вищеприведених аргументів та прикладів, містять в собі цілий ряд складних, неоднозначних і важкорозв'язуваних суперечностей. Перш за все, за чий рахунок держава збирається все це зробити? Адже ж у уряду немає своїх грошей. Є тільки ті, які вони зберуть саме з тих людей, яким збираються допомогти на час карантину. За рахунок підприємців? Але їм теж знижують податки, так як вони несуть страшні збитки.

Стосовно скасування ЄСВ на державному рівні, то з в цілому ніби як – ідея чудова, але ж у нас пенсійний фонд і без того дотаційний. Чи не стане він ще біднішим і доведеться набагато більше додавати туди з

бюджету. Крім того, якщо, наприклад, буде реалізовуватися ідея про виділення пенсіонерам, які отримують менше 5000 грн додаткових 1000 грн з Державного бюджету, то згідно даних Пенсійного Фонду, таку доплату мають отримати 9.309.625 пенсіонерів. Відповідно загальна сума на виплату має становити орієнтовно 9,3 млрд грн. Коштів на виплату такої доплати в бюджеті Пенсійного фонду немає. Щоб здійснити цю доплату кошти в Пенсійний фонд мають бути передані з Державного бюджету. Для цього народні депутати мають прийняти відповідні зміни до Державного бюджету на поточний рік та збільшити фінансування Пенсійного фонду. Однак, станом на 1 березня доходи Державного бюджету не виконуються на 20%. А за результатами виконання Державного бюджету у березні ситуація буде ще гірша – рівень невиконання може сягнути понад 30%. Таких цифр не було ніколи. Навіть під час бойових дій під час російсько-української війни весною 2014 року. Тому виключно внесення змін до Бюджету нічого не дасть. У країні просто не має коштів для цього.

На думку мера м. Києва В. Кличка політики не прислуховуються до вимог місцевих громад [10]. І приймають законопроекти, в яких створюють несправедливі умови для бізнесу. І забезпечують окремому великому бізнесу надприбутки за рахунок податків до бюджетів всіх рівнів, так як земельний податок та орендна плата складають значну частину доходів місцевих бюджетів. Найстрашніше у даному випадку – це припущення про запуск станка і друк та роздача цих коштів. Проте є надія, що нинішнє керівництво НБУ цього не дасть зробити. В іншому випадку про співпрацю з МВФ та іншими міжнародними інституціями можна буде забути у довготривалій перспективі. Досвід Венесуели показує, що такі експерименти завершуються для країни грандіозним дефолтом.

Крім того, через карантин багато компаній змушені скорочувати співробітників, відправляти їх у відпустку (часто неоплачувану) або зменшувати зарплати. А це натовість ще більше збавляє попит і вражає економіку. І так далі по колу. Криза жорстко ставить питання про баланс між безпекою

людською й економічною. Заради захисту людей держави обмежують їх взаємодію один з одним: зупиняють громадський транспорт, підприємства, закривають парки, забороняють вихід на вулицю без вагомих причин. Це знижує швидкість поширення вірусу і дає шанс системі охорони здоров'я краще впоратися із пандемією. Але при цьому падає попит, і знижується активність більшості економіки.

З точки зору обґрунтованих як теоретичних, так і практичних положень економічної науки підтримка виробництва, тобто, неоконсервативна модель економічної політики, або рейганоміка, дає ефективний результат лише під час економічного зростання в умовах повної зайнятості, а в умовах економічного спаду більш доцільно спрямувати зусилля на підтримку споживання, тобто реалізовувати кейнсіанську модель економічної політики, як з економічної (стимулювання сукупного попиту), так і з соціальної (уникнення масового зубожіння) точок зору. Тобто, з економічного погляду, підтримка економіки і населення має здійснюватися через скасування податків на оплату праці, прибуток і торгівлю. Призупинення ж податків на активи допомагає насамперед багатим, а не бідним, і безпосередньо не стимулює економічну активність.

Також за даних умов можливо варто було б зосередити зусилля не на наданні додаткової допомоги різноманітним економічним суб'єктам, а на створенні для них додаткових можливостей. Перш за все це стосується проблеми, яку всі закордонні інвестори вважають у нас головною перепорою нарощення ділової активності: суттєве спрощення державного адміністрування економічної діяльності. Проте скасування багатьох необґрунтованих обмежень економічної діяльності логічно означатиме відповідне скорочення державного апарату та суттєве зменшення як корупційних так і некорупційних доходів державних чиновників, депутатів, політиків. Крім того, такі закони є значно важчими в розробці. І, найголовніше, – для цього перш за все потрібна відповідна політична воля.

Фундаментальною причиною даної сукупності суперечностей антикризового регулювання є очевидно те, що економічна

діяльність держави в значно меншій мірі піддається впливу трансформаційних процесів в реальному секторі економіки [3]. Внаслідок цього держава, в більшості випадків не будучи здатною відчувати зміну ринкових умов і тому не зважаючи на неї, продовжує впливати на економіку старими методами, які, що цілком логічно, не дають ніяких результатів в реальній економіці і тому потребують неминучих змін [5]. Тому економічну дискомунікацію можна розглядати як фіаско сформованих на даний час механізмів економічної політики держави та державного регулювання економіки [1, с.188].

Мінімальну величину цих змін, необхідних для забезпечення ефективної комунікації, можна описати за допомогою досить поширеного в технічних науках терміну «люфт». Люфт являє собою величину мінімальної зміни характеру впливу керуючої системи на керовану [11] (в нашому випадку впливу держави на ринковий механізм), що приводить до позитивних змін в національній економіці. Якщо ж величина змін є меншою від величини люфту, ніяких змін не відбувається. Одним із прикладів таких люфтів у сучасних умовах часто вважають облікову політику Національного банку, яка фактично не впливає на реальний сектор, про що ми вже писали раніше [12;13].

Причиною існування люфтів є дискомунікаційні процеси, зумовлені шаблонним підходом до формування економічної політики без врахування об'єктивно перманентного характеру виникнення нових і трансформацій існуючих інститутів та інституцій. Отже такі люфти можна розглядати як тактичний або короткотривалий результат економічної дискомунікації. Люфти фактично відображають чутливість економічної системи до дискомунікаційних явищ, тобто її стан до прийняття протидіючих заходів держави. Для будь-якої системи ключовою особливістю виконання інформаційної функції комунікації є часова затримка, або лаг, який являє собою проміжок часу між появою інформації і відповідними змінами в системі і який фактично може розглядатися як економічна дискомунікація, зокрема, якщо розглядати дискомунікацію не в дискретному, статичному, а в перманентному, динамічному контексті. Даний лаг включає

як мінімум три елементи: час для проходження інформації, час для прийняття рішення про реакцію на дану інформацію, час для поширення даного рішення в межах системи в цілому.

З цієї точки зору можна вважати, що економічна дискомунікація фактично відображає динаміку соціально-економічних трансформацій. Дані трансформації є не миттєвим явищем, а потребують певного часу, інколи досить тривалого, так як «хоча офіційні правила можуть змінитися за одну ніч внаслідок політичних або юридичних рішень, неофіційні обмеження, пов'язані зі звичаями, і кодексами поведінки, набагато менше піддаються впливу цілеспрямованої політики. Ці культурні обмеження не лише пов'язують минуле із сучасним і майбутнім, але дають нам ключ до пояснення шляху історичної зміни» [14, с.15].

Для оцінки економічної дискомунікації у вигляді даного лагу економісти як правило використовують поняття еластичності. Еластичність являє собою силу або міру реакції одного економічного явища або процесу на зміну будь-якого іншого явища або процесу. Оцінка сили чи міри реакції може здійснюватися на основі як кількісних чи вартісних, так і часових показників. Якість економічних комунікацій з інформаційної точки зору прямо пропорційно пов'язана з рівнем розвитку економічних систем [3]. Під рівнем розвитку в даному випадку мається на увазі надання максимальних можливостей використання економічними суб'єктами наявних ресурсів. Чим більш розвинутою є економічна система, тим еластичнішими будуть її комунікаційні процеси, тим легше і швидше будуть відбуватися процеси формування, розвитку та використання економічних комунікацій і, що є вкрай важливим, тим слабші інформаційні сигнали можуть забезпечити досягнення необхідних змін.

Проте слід окремо виділити існування в даному випадку досить суттєвого обмеження. Дане обмеження полягає в тому, що основою будь яких економічних змін, основою появи, становлення, розвитку та нівелювання будь яких економічних явищ та процесів є зміна поведінки окремих людей. Дана зміна фактично являє собою зміну відношення до використання усіх доступних

ресурсів та благ, тобто має однозначно суб'єктивно-психологічну природу, і, відповідно до цього, не підлягає чіткому і однозначному прогнозуванню.

Описані проблеми економічної дискомунікації, зокрема її інформаційної складової, відіграють особливо важливу роль для повноцінного функціонування та ефективної реалізації економічної влади держави. Особливістю комунікаційних процесів в даному випадку є суттєве зниження рівня еластичності, внаслідок об'єктивного консерватизму системи державної влади. Дана особливість створює особливо відчутні проблеми у випадку значних економічних трансформацій. В цих умовах виникає логічне запитання про вплив «творчого руйнування» на комунікаційні процеси, зокрема, на зміст та результати економічної діяльності держави. Даний вплив, зважаючи на універсальність системного підходу як міждисциплінарного методу дослідження, можна описати на основі ряду системних ефектів.

Раніше ми вже аналізували [15] різноманітні проблеми правильного та своєчасного вибору економічної політики, так як не ефективні рішення в процесі цього вибору можуть мати дуже далекосяжні наслідки. Це підтверджується можливістю утворення так званого хреодного (напередвизначеного) ефекту [16, с. 20–47], відповідно до якого система може протягом тривалого часу продовжувати розвиватися неоптимальним шляхом, але при цьому величина люфтів зростає в геометричній прогресії. Тобто, «при здійсненні процесу в одному певному напрямі зворотний рух може бути лише однією з ланок більш складного процесу» [17, с. 105–106], тобто чим довше відбувається рух неоптимальним шляхом, тим важче звернути з траєкторії через наростання інерційного середовища, виникнення і розвитку різних неформальних, «тіньових» інституційних утворень. Проте ці процеси не тільки не сповільнюються, але й стають додатковим фактором розвитку хреодного ефекту. Таким чином, хреодний ефект виступає як стратегічний, або довготривалий результат економічної дискомунікації і відображає уразливість економічної системи до дискомунікаційних явищ, тобто її стан після прийняття протидіючих заходів держави. В

залежності від реального стану справ досягнення об'єктивно обумовленого рівня розвитку системи вимагатиме або значно більших витрат ресурсів, або оплатиться тривалою нестабільністю економіки.

В сучасному світі постійно виникають нові можливості розв'язання вище описаних проблем. В умовах прискорення прогресу інформаційного етапу розвитку постіндустріального суспільства основні тенденції і перспективи подальшого розвитку стосуються, як правило, повноцінного використання можливостей постійно зростаючого інформаційного потенціалу суспільних комунікацій. Раніше ми уже розглядали можливі напрямки такого розвитку [18]. Відповідно до цього, основою подальших досліджень в даному напрямку логічно виступає пошук ефективних механізмів втілення в країнах, що розвиваються, успішних прикладів мінімізації економічної дискомунікації в розвинутих країнах.

Література

1. Дементьев В. В. Проблема власти и политическая экономия / В. В. Дементьев // Европейський вектор економічного розвитку. – 2012. – № 2 (13) – С. 183–189.
2. Ігнатюк А. І. Стратегії набуття та підтримки монопольної влади фірми на ринку / А. І. Ігнатюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – № 132. – С. 9–12.
3. Сіденко В. Модифікація світової економіки під впливом новітніх факторів глобальної трансформаційної кризи / В. Сіденко // Економіка України. – 2012. – Вип. 5. – С. 18–31.
4. Новицький В. Глобальна фінансово-економічна криза: сутність, системність проявів та перспективи подолання / В. Новицький // Економічний часопис-XXI. – 2009. – №1–2. – С. 3–4.
5. Пилипенко Г. М. Інституціональні чинники співвідношення державної та ринкової координації економічної діяльності / Г. М. Пилипенко: монографія. – Д. : Національний гірничий університет, 2012. – 293 с.
6. Нуріель Рубіні Ще більша Велика депресія? / Рубіні Нуріель // Новое время. – [електронний ресурс] – режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/svitova-kriza-2020-roku-chomu-cogo-razu-vse-nabagato-girshe-nizh-u-2008-roci-ostanni-novini-50077940.html>
7. МВФ вперше в історії зафіксував зупинку світової економіки – [електронний ресурс] – режим доступу: <https://glavcom.ua/economics/finances/mvf-vpershe-v-istoriji-zafiksuvav-zupinku-svitovoji-ekonomiki-670836.html>

8. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія: пер. с англ. / Предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 540 с. – ISBN 5-282-01415-7 – [електронний ресурс] – режим доступу: http://www.libertarium.ru/lib_capsocdem_7
9. Йозеф А. Шумпетер. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.
10. Це грабунок місцевих бюджетів. Кличко прокоментував ухвалення Радою антикризовий закон – [електронний ресурс] – режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/economics/klichko-ta-koronavirus-mer-kiyeva-nazvav-grabunkom-antikrizoviy-zakon-novini-ukrajini-50079110.html>
11. ЛЮФТ – [електронний ресурс] – режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8E%D1%84%D1%82>
12. Сторошук Б. Д. Грошово-кредитна система // Економічна теорія: навч. посіб. для студ. неекон. спец. вищ. навч. закл. / За ред. З. І. Галушки. – Вид. 3-тє, доповн. – Теми 4,13. – Чернівці : ДрукАрт, 2012. – С. 195–217.
13. Сторошук Б. Д. Монетарні фактори економічного розвитку сучасної України // Генезис інституційної системи транзитивних економік: Матеріали XVIII міжнародної науково-практичної конференції (7-8 травня 2008 р.). – Чернівці : Рута, 2008. – С. 53–54
14. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность: Ошибки социализма : [Пер. с англ.] / Ф. А. Хайек; Под ред. У. У. Бартли III. – М. : Новости, 1992. – 302 с.
15. Сторошук Б. Д. Системний підхід як основа забезпечення ефективного регіонального розвитку / В кн. Трансформація економіки України у глобальному економічному середовищі / За ред. д. е. н., проф. І. Ф. Комарницького. – Чернівці : Рута, 2006. – Розділ VII. – С. 145–170.
16. Шевченко В. А. Институциональный механизм системной нестабильности экономики. – СПб.: О-во «Знание» Санкт-Петербурга и Ленингр. обл., 1999. – 90 с.
17. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки. Теоретико-методологічний аспект. – К. : Світ знань, 2002. – 527с.
18. Сторошук Б. Д. Bitcoin vs government: взаємодія чи протистояння? // Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці: Матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції. – Чернівці : ДрукАрт, 2015. – С. 168–170.
3. Sidenko, V. (2012). Modyfikatsiya svitovoyi ekono-miky pid vplyvom novitnikh faktoriv hlobalnoyi transformatsiynoyi kryzy. *Ekonomika Ukrainy*, Vyp.5, 18-31.
4. Novytskyy, V. (2009). Hlobal'na finansovo-ekonomichna kryza: sutnist', systemnist' proyaviv ta perspektyvy podolannya. *Ekonomichnyy chasopys-KHKHI*, (1-2), 3-4.
5. Pylypenko, H.M. (2012). Instytutsionalni chynnyky spivvidnoshennya derzhavnoyi ta rynkovoyi koordynatsiyi ekonomichnoyi diyalnosti. *Dnipropetrovsk, Natsionalnyy hirnychyy universytet*.
6. Nuriel Rubini Shche bilsha Velyka depresiya? / Novoe vremya. – Retrieved from <http://nv.ua/ukr/opinion/svitova-kriza-2020-roku-chomu-cogo-razu-vse-nabagato-girshe-nizh-u-2008-roci-ostanni-novini-50077940.html>
7. MVF vpershe v istoriyi zafiksuvav zupynku svitovoyi ekonomiky. Retrieved from <https://glavcom.ua/economics/finances/mvf-vpershe-v-istoriji-zafiksuvav-zupynku-svitovoyi-ekonomiki-670836.html>
8. Shumpeter, Y. (1995). Kapytalyzm, sotsyalyzm i demokratiia. V.S. Avtonomova. (Ed.). Moskva: Ekonomika. Retrieved from http://www.libertarium.ru/lib_capsocdem_7
9. Yozef A., Shumpeter. (2011). Teoriya ekonomichnoho rozvytku. Doslidzhennya prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsyклу. (V. Stark, Trans). Kyiv: Vydavnychyy dim «Kyievo-Mohylianska akademiya».
10. Tse hrabunok mistsevykh biudzhativ. Klychko prokomentuvav ukhvalenyy Radoiu antykrizovyy zakon. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/biz/economics/klichko-ta-koronavirus-mer-kiyeva-nazvav-grabunkom-antikrizoviy-zakon-novini-ukrajini-50079110.html>
11. LYUFT. Retrieved from <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8E%D1%84%D1%82>
12. Storoshchuk, B.D. (2012). Hroshovo-kredytна systema. *Ekonomichna teoriya*. Z.I. Halushka (Ed.). (3-d ed). Chernivtsi: DrukArt.
13. Storoshchuk, B.D. (2008). Monetarni faktory ekonomichnoho rozvytku suchasnoyi Ukrainy. Proceedins from MIIM' 8. Materialy XVIII mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (7-8 travnia 2008 r.). Henezys instytutsiynoyi systemy tranzytyvnykh ekonomik. Chernivtsi: Ruta. (pp. 53-54).
14. Khayek, F. A. (1992). Pahubnaya samonadeyannost: Oshybky sotsyalyzma. U.U. Bartly III (Ed.). Moskva: Novosti.
15. Storoshchuk, B.D. (2006). Systemnyy pidkhid yak osnova zabezpechennya efektyvnoho rehional'noho rozvytku. Proceedins from: Transformatsiya ekonomiky Ukrainy u hlobalnomu ekonomichnomu seredovysshchi., prof. I.F.Komarnytsky (Ed.). Chernivtsi: Ruta,
16. Shevchenko, V.A. (1999). Instytutsionalnyy mekhanizm systemnoy nestabilnosti ekonomiky. Sankt-Peterburg: Obshchestvo «Znanie» Sankt-Peterburha i Leninhgradskoy oblasti.
17. Yerokhin, S.A. (2002). Strukturna transformatsiya natsional'noyi ekonomiky. Teoretyko-metodolohichnyy aspekt. Kyiv: Svit znan.

References

1. Dementiev, V.V. (2012). Problema vlasti i politicheskaya ekonomiya. *Yevropeyskyy vektor ekonomichnoho rozvytku*, № 2 (13), 183-189.
2. Ihnatyuk, A.I. (2012). Stratehiyi nabuttya ta pidtrymky monopolnoyi vlady firmy na rynku. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, (132), 9-12.

18. Storoshchuk, B.D. (2015). Bitcoin vs government: vzayemodiya chy protystoyannya? Proceedins from MIIM'15. Materialy IV Mizhnarodnoyi

naukovo-metodychnoyi konferentsiyi. Matematychni metody, modeli ta informatsiyi tekhnolohiyi v ekonomitsi. Chernivtsi: DrukArt. (pp. 168-170).

ЗАКОНОМЕРНОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

*Б. Д. Сторощук, к. э. н., доцент, Черновицкий национальный университет
имени Юрия Федьковича*

Методология исследования. Методологической основой исследования послужили принципы макроэкономического подхода к анализу экономических процессов. Использована теоретическая концепция Й. Шумпетера о «творческом разрушении» для оценки кризисных явлений, протекающих в мировой экономике и Украине. Наряду с этими подходами были привлечены методы: анализа и синтеза – для выявления механизмов развертывания мирового кризиса, выделения ключевых мероприятий антикризисной экономической политики украинского государства; нормативного анализа – для оценки последствий и перспектив деятельности власти в условиях мирового кризиса.

Результаты. В данной статье рассматриваются хронология и механизмы развертывания современного экономического кризиса, одним из факторов которого является пандемия коронавируса. Проанализирована ситуация, которая сложилась на мировом рынке нефти и показано ее влияние на конъюнктуру валютного и фондового рынков. Проведено исследование особенностей протекания кризиса в украинской экономике и выделены слабые стороны государственной антикризисной политики, одной из которых является нарастание экономической дискommunikации. Особое внимание уделено социально-экономической составляющей такой политики и аргументации необходимости разработки мер по социально-экономической поддержке как бизнеса, так и отдельных граждан в кризисный и посткризисный периоды. Поставлена проблема взаимосвязи власти и эффективности коммуникационных процессов как основы противодействия разрастанию кризисных процессов. В сложившихся условиях предложено концентрацию усилий государства на приоритетности использования кейнсианской модели стабилизационной политики. Описаны основные перспективы дальнейшего экономического развития на мировом и отечественном уровнях. Определены основные направления и механизмы реализации экономической власти государства для проведения антикризисной политики в Украине. На основе понятия «люфт» раскрыта минимальная величина изменений, необходимых для обеспечения взаимосвязи власти и эффективной коммуникации в обществе.

Новизна. Современный мировой кризис, спровоцированный коронавирусом на нефтяном рынке, а затем и в мировой экономике в целом, представлен как закономерное следствие шумпетеровского «творческого разрушения», которое, с одной стороны, демонстрирует отмирания устаревших, отживших элементов экономических отношений, производительных сил и хозяйственного механизма в результате распространение их новых эффективных заменителей, а с другой – открывает новые возможности для дальнейшего развития глобальной экономики. Выделены следующие возможности для украинской экономики. Выяснены механизмы развертывания современного глобального кризиса из-за влияния «созидательного разрушения» на коммуникационные процессы, в частности, содержание и результаты экономической деятельности государства. Установлена минимальная величина изменений, необходимых для преодоления экономической дискommunikации.

Практическая значимость. Результаты исследования, особенно в части рекомендаций по обеспечению взаимосвязи власти и эффективной коммуникации в обществе, позволяют повысить эффективность антикризисной политики государства.

Ключевые слова: економічний кризис, антикризисная політика, економіческая вла́сть, економіческая дисконунікація.

REGULARITIES OF TRANSFORMATION OF ECONOMIC POWER IN THE CONDITIONS OF THE GLOBAL CRISIS

B. D. Storoschuk, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

Methods. The methodological basis of the study is the macroeconomic approach to the analysis of economic processes. The theoretical concept of J. Schumpeter's use of «creative destruction» was used to evaluate the crisis phenomena occurring in the world economy and Ukraine. Along with these approaches, the following methods were used: analysis and synthesis – to identify the mechanisms of unfolding the global crisis, to highlight key measures of the anti-crisis economic policy of Ukraine; regulatory analysis – to assess the impact and prospects of government activity in the global crisis.

Results. This article discusses the chronology and mechanisms of the current economic crisis, one of the factors behind which is the coronavirus pandemic. The situation on the world oil market is analyzed and its impact on the situation of the currency and stock markets is shown. The specifics of the crisis in the Ukrainian economy have been investigated, and the weaknesses of the state anti-crisis policy have been singled out, one of which is the increase of economic discommunication. Particular attention was paid to the socio-economic component of such a policy and the argumentation of the need to develop measures for the socio-economic support of both business and individuals in crisis and post-crisis periods. There is set the problem of interconnection between the power and efficiency of communication processes as the basis for counteracting the spread of crisis processes. In the current situation, it is proposed to concentrate the state's efforts on prioritizing the use of the Keynesian model of stabilization policy. The main prospects for further economic development at the world and national levels are described. The basic directions and mechanisms of realizing the economic power of the state for conducting anti-crisis policy in Ukraine are determined. The concept of «backlash» reveals the minimum amount of change required to ensure the interconnection of power and effective communication in society.

Novelty. The current global crisis, triggered by the coronavirus in the oil market and then in the world economy as a whole, is represented as a natural consequence of Schumpeter's «creative destruction», which, on the one hand, demonstrates the extinction of obsolete, outdated elements of economic relations, productive forces and economic mechanisms, the proliferation of their new, more effective substitutes. And on the other hand, it opens new opportunities for the further development of the global economy. Such opportunities for the Ukrainian economy have been singled out. The mechanisms of unfolding the current global crisis due to the influence of «creative destruction» on communication processes, in particular, on the content and results of economic activity of the state have been clarified. The minimum amount of change required to overcome economic discomfort has been set.

Practical value. The results of the study, especially in the area of recommendations for ensuring the interconnection of power and effective communication in society, make it possible to increase the effectiveness of the state's anti-crisis policy.

Keywords: economic crisis, anti-crisis policy, economic power, economic discommunication.

Надійшла до редакції 1.02.20 р.

СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПАРАМЕТРИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Л. Л. Лазебник, д. е. н., професор, Університет державної фіскальної служби України,
ll1808816@gmail.com, orcid.org/0000-0003-2234-4093,*

*В. О. Войтенко, аспірант, Університет державної фіскальної служби України,
v.voitenko85@gmail.com, orcid.org/0000-0002-7872-9630*

Методологія дослідження. З використанням загальнотеоретичних (аналізу, синтезу, індукції, дедукції) та спеціальних (систематизації, абстрагування, декомпозиції) методів наукового пізнання в статті досліджено теоретичні засади цифрової економіки та здійснено критичний всебічний аналіз та систематизацію наукових і практичних підходів до трактування сутності цифрової економіки та процесів її цифровізації.

Результати. Упорядковано основні переваги процесу цифровізації економіки та соціально-економічних процесів у порівнянні з традиційним ринком. Виявлено першоджерела наукового зародження теорії цифрової економіки та цифровізації в зарубіжних країнах. Визначено основні наукові праці, автори яких піднімали питання необхідності трансформації економіки в економіку цифрового типу. Розглянуто сучасні загальноприйняті трактування цифрової економіки різними зарубіжними державними інституціями в контексті прийняття концепцій та програм цифровізації економіки та соціально-економічних процесів. Виокремлено основні компоненти економіки цифрового типу: інфраструктурне забезпечення електронного бізнесу (e-business infrastructure), електронний бізнес (e-business) та електронна торгівля (e-commerce). Визначено драйвери цифрової трансформації в економіці: Інтернет речей, великі данні, штучний інтелект, технологія блок-чейн. Систематизовано та проаналізовано підходи до трактування сутності цифрової економіки зарубіжними та вітчизняними науковцями.

Новизна. Обґрунтовано взаємозв'язок цифрової економіки та нового технологічного укладу (устрою) – четвертої індустріальної (промислової) революції на базі інформаційних систем і технологій та баз знань. Запропоновано власне визначення цифрової економіки із здійсненням акценту на комплексність даного поняття і явища.

Практична значущість. Окреслено особливості цифрової економіки та її прояви на тлі розгортання четвертої індустріальної (промислової) революції на базі інформаційних технологій та баз знань. Проаналізовано вітчизняний досвід розгортання та нормативно-правового забезпечення трансформації економіки в економіку цифрового типу.

Ключові слова: економіка, цифрова економіка, цифровізація, цифрова трансформація економіки, інфраструктурне забезпечення електронного бізнесу, електронний бізнес, електронна торгівля, Інтернет речей, великі данні, штучний інтелект, технологія блок-чейн, четверта промислова революція.

Постановка проблеми. Діджиталізація економіки, яка базується на якісно новому типі інформаційно-телекомунікаційних технологій, – найважливіша сучасна ознака інклюзивного сталого економічного розвитку країни. На це є об'єктивні причини: проникнення комп'ютерів у всі сфери життя, широке використання мобільних пристроїв, зростаюча мережева взаємодія в суспільстві прискорюють оцифровування усіх напрямів

життєдіяльності. Наразі в економічній лексичі міцно закріпилися такі терміни як «fintech», «foodtech», «agrotech», «краудсорсинг», «big data» тощо. Для країн, що розвиваються, прискорена переорієнтація економіки на цифровий спосіб функціонування, в основі якого лежить використання у всіх секторах економіки кіберфізичних систем, сенсорних технологій, технологій аналізу великих даних та ін. стала нагальним завданням.

В Україні цифровізація в потенціалі можливостей спроможна стати базисом для стимулювання економічного зростання, основою нового шляху розвитку в умовах вичерпання традиційних для вітчизняної економіки сировинних джерел зростання. Зрозумілим є факт, що запорукою успішності цифрової модернізації економіки є всебічне вивчення процесу цифровізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи цифровізації економіки, трактування та розуміння даного процесу містяться у працях таких зарубіжних та вітчизняних науковців як Д. Тапскотт [17], Н. Лейн [18], М. Нікрем [19], С. Далман [20], С. Коляденко [21], С. Веретюк [22], Л. Кіт [23], О. Данніков, К. Січкаренко [24]. Проте в науковому середовищі України відсутня чіткість у трактуванні природи цифрової економіки, її параметрів та методик оцінки. А системність та інклюзивність цифровізації істотно підвищує значущість досліджень, спрямованих на виявлення елементів, індикаторів, точок росту та бар'єрів на шляху поширення цифровізації економіки.

Формулювання мети статті. Метою статті є аналіз підходів до трактування цифрової економіки, виявлення та систематизація її особливостей та драйверів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «цифрова економіка» («digital economy») з'явився в 1995 р. одночасно у працях канадського професора менеджменту Д. Топскотта [1] та американського інформатика Н. Негропonte [2] і швидко набув поширення, витіснивши на периферію економічної науки такі поняття як «New Economy», «Web Economy», «Internet Economy», «Network Economy», і надавши цьому терміну більш конкретний зміст. На думку Негропonte, у порівнянні з традиційним ринком до переваг цифровізації доцільно віднести наступні [2]: віртуальний характер господарських зв'язків; відсутність фізичної ваги продукції, еквівалентом якої стане інформаційний обсяг; низький рівень витрат на виробництво електронних товарів та менша площа, яку займатимуть електронні засоби та носії; – миттєвий глобальний обмін даними через Інтернет; поява нових цифрових валют.

На законодавчому рівні термін «цифрова економіка» («digital economy») вперше був використаний Міністерством торгівлі США у своєму щорічному звіті 1998 р. для опису економіки, темпи зростання якої були набагато вищими за попередні показники, які прискорювалися засобами впровадження комп'ютерно-телекомунікаційних інновацій. Однією з важливих властивостей цього типу економіки є включення до переліку факторів виробництва, крім трьох основних – праці, капіталу і землі – знань та інформації, отриманих індустріальним суспільством. Діджиталізація основних видів економічної діяльності, включаючи виробництво, розподіл і споживання товарів і послуг, є ще однією основною властивістю цифрової економіки [3].

Е. Бриньольфссон та Б. Кахін [4] ототожнили цифрову економіку з процесом цифровізації інформації та знань. Вони зауважили, що кожний структурний елемент економіки зазнав трансформації, здійснивши «оцифрування», а цифровізація інформації набула вирішального значення для економічного зростання. Й.-Ф. Ліотард [5] наполягав, що розвиток ІТ-технологій і універсальна дифузія знань дозволяють обмінюватися знаннями як товаром на ринку. Розвиток ІТ-технологій розглядається як критичний фактор для створення цифрової економіки. Передові ІТ-технології призвели до появи нових медіа, таких як бази даних на базі мережі, а також розвиток комп'ютерних мереж і Інтернету полегшили збір інформації та знань з усього світу. Інтенсивність інформації або знань, що забезпечується ІТ-технологіями, збільшила важливість інформації та знань як факторів виробництва.

Цифрова економіка, зазвичай, розглядається як крок до суспільства, що базується на знаннях. П. Друкер [6] і Д. Белл [7] визначили суспільство, яке базується на знаннях, в конкретних термінах, стверджуючи, що знання виступатимуть основою для прийняття політичних рішень, а фахівці, які створюють і використовують інформацію, стануть більш важливими. Вони стверджували, що політики, необхідні для інновацій і управління технологіями, стануть складнішими і всебічно змінюватимуться з часом. Більше того, вони наполягали на зростанні обсягів

постачання знань фахівцями внаслідок збільшення чисельності освіченого населення. Тому все суспільство перейде від матеріально-орієнтованої економіки до економіки, орієнтованої на знання, в контексті чого розвиватимуться індустрії знань.

Враховуючи невисоку поширеність у науковому середовищі словосполучення-неологізму «цифрова економіка», здійснимо аналіз трактування даного поняття зарубіжними інституціями (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до трактування цифрової економіки на нормативному рівні зарубіжними інституціями

Джерело	Визначення
The World Bank [8]	нова парадигма пришвидшеного економічного розвитку, що заснована на процесі обміну даними в режимі реального часу
Department of Broadband, Communications and the Digital Economy of Government of Australia [9]	глобальна мережа соціально-економічних та політичних видів діяльності, які існують завдяки функціонуванню таких платформ, як мережа Інтернет, а також мобільних та сенсорних мереж
Cabinet of the United Kingdom [10]	виробництво цифрового обладнання, видавнича діяльність, медійне виробництво та програмування
BCS, The Chartered Institute for IT [11]	економіка, що заснована на цифрових технологіях, веденні бізнесу на ринках, які функціонують за допомогою Інтернету
European Parliament [12]	складна структура, що складається з декількох рівнів / шарів, пов'язаних між собою практично нескінченною і постійно зростаючою кількістю вузлів. Платформи існують у взаємозв'язку, дозволяючи досягти безпосереднього користувача через безліч каналів, тим самим ускладнюючи виключення конкретних гравців, тобто конкурентів
Economist Intelligence Unit [13]	економіка, яка здатна забезпечити високоякісною ІКТ-інфраструктурою та мобілізувати можливості ІКТ для створення благ для споживачів, бізнесу та держави
Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) [14]	результат трансформаційних ефектів та процесів нових технологій загального призначення в сфері інформації та телекомунікацій

Джерело: систематизовано авторами.

Як бачимо з табл. 1, більшість зарубіжних інституцій трактують цифрову економіку як таку, що ґрунтується на цифрових ресурсах, вона тісно пов'язана з виробництвом, обміном та споживанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Здійснюючи декомпозицію системи цифрової економіки, науковці виокремлювали три компоненти: інфраструктурне забезпечення електронного бізнесу (e-business infrastructure); електронний бізнес (e-business), тобто процеси організації бізнесу з використанням комп'ютерних мереж; електронна торгівля (e-commerce) – роздрібна торгівля через Інтернет. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), яка розробляє стандарти розвитку цифрової економіки, у 2017 р. виокремила чотири клю-

чових драйвери цифрової трансформації: Інтернет речей, технологія аналізу великих даних, штучний інтелект та технологія блокчейн (рис. 1).

Розглядаючи трактування цифрової економіки сучасними зарубіжними та вітчизняними науковцями, можемо простежити наскрізну думку про початок нової – четвертої індустріальної (промислової) революції на базі інформаційних технологій та баз знань.

Термін «Індустрія 4.0» або четверта промислова революція, яка призведе до створення «розумних» заводів, був вперше застосований на Давоському економічному форумі в 2016 р. його засновником К. Швабом [16]. Прийнято вважати, що перша промислова революція була пов'язана з паровими двигунами.

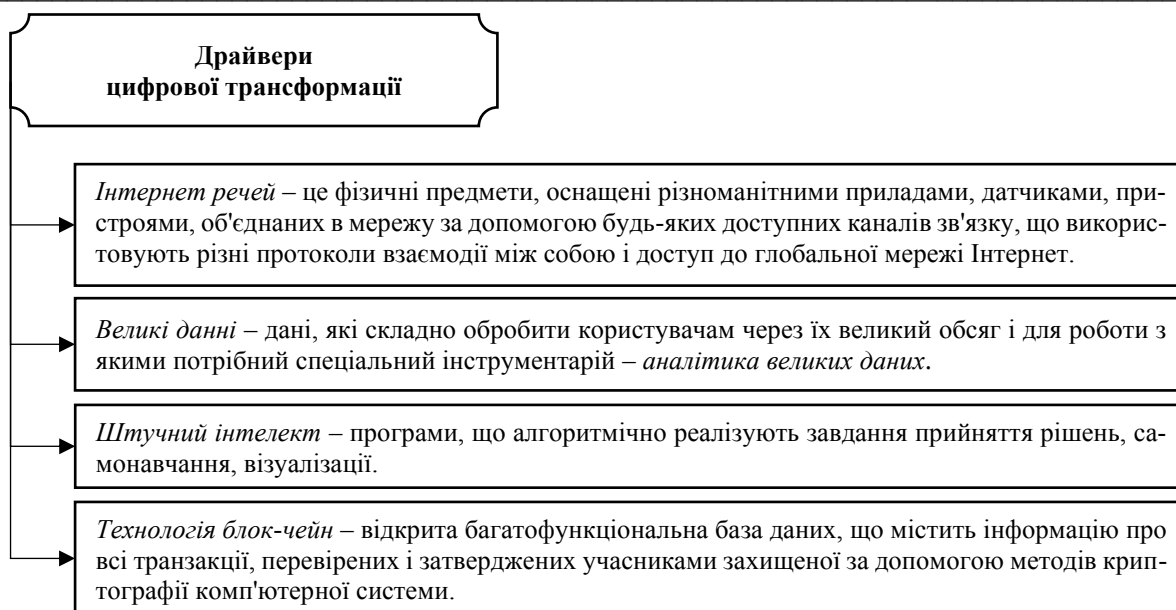


Рис. 1. Ключові драйвери цифрової трансформації та їх сутність

Джерело: побудовано авторами на основі [15].

(епоха «нафти, газу, електрики»), третя – з розвитком електроніки та інформаційних технологій (ІКТ-епоха), що призвело до масштабної автоматизації індустріальних процесів.

Позиції, висвітлені у монографії К. Шваба «Четверта промислова революція», викликали неабиякий резонанс серед науковців, а тому трактування поняття цифрової

економіки як основи четвертої промислової революції помітно різняться (табл. 2).

На нашу думку, під цифровою економікою слід розуміти соціально-економічні процеси, значною мірою засновані на передачі даних, які завдяки можливості їх генерування, аналізу і наступного прийняття рішень перетворюються на цінний ресурс.

Таблиця 2

Трактування сутності цифрової економіки зарубіжними та вітчизняними науковцями

Автор	Визначення
Д. Тапскотт [17]	економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях, яку іноді називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою
Н. Лейн [18]	конвергенція комп'ютерних і комунікаційних технологій в мережі Інтернет, які стимулюють розвиток електронної торгівлі та масштабні зміни в організаційній структурі
М. Нікзем [19]	частина загального обсягу виробництва, створювана різними «цифровими» ресурсами. Ці ресурси включають цифрові навички, цифрове обладнання (комплектуючі, програмне забезпечення і засоби зв'язку) і проміжні цифрові товари та послуги, що використовуються у виробництві
С. Далман [20]	поєднання технологій загального застосування і ряду видів економічної і суспільної діяльності, що здійснюються користувачами Інтернету за допомогою відповідних технологій
С. Коляденко [21]	економіка, що базується на виробництві електронних товарів та сервісів високотехнологічними бізнес-структурами та дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції
С. Веретюк [22], Л. Кіт [23]	трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з метою їх подальшого використання
О. Данніков, К. Січкаренко [24]	нова парадигма розвитку країни, економіки і суспільства у цілому; сучасні соціально-економічні трансформації, пов'язані з інформатизацією суспільств

Джерело: систематизовано авторами.

Забезпечення цифровізації здійснюється в інформаційно-комп'ютерному середовищі засобами, інструментами та об'єктами інформаційної інфраструктури.

При цьому, ми погоджуємося з думкою, що цифрова економіка є фундаментом становлення та дії четвертої промислової революції.

ції. В контексті зазначеного можна сформулювати наступні особливості цифрової економіки:

- стрімкий розвиток і інклюзивність впровадження інформаційно-комунікаційних технологій;
- зміна характеру пошуку, отримання і обробки інформації;
- інтенсивність використання інновацій, створення нових продуктів на основі технологій обробки й аналізу великих даних, хмарних технологій, технологій штучного інтелекту та високопродуктивних обрахунків, квантових технологій та систем розподіленого реєстру (блок-чейну);
- тенденція до персоніфікації маркетингу з урахуванням переваг конкретного споживача, а відтак – і виробництва;
- формування для господарюючих суб'єктів унікальних можливостей для переходу на якісно новий рівень ефективності здійснення господарської діяльності, виникнення нових ринків та бізнес-моделей;
- підвищення вимог до фахівців, зміна в структурі зайнятості за сферами господарства.

Хвиля захоплення перспективами діджиталізації економіки захопила й Уряд України, який у 2018 році схвалив «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки» та затвердив план заходів щодо її реалізації. Основною метою документа є реалізація ініціатив «Цифрового порядку денного України 2020» (цифрова стратегія) для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах. Це планується досягти шляхом стимулювання економіки та залучення інвестицій, подолання цифрової нерівності, поглиблення співпраці з ЄС у цифровій сфері та розбудови інноваційної інфраструктури країни та цифрових перетворень [25].

Відповідно до ухваленної Концепції цифрова економіка – діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові. Зокрема в Концепції згадується й про оновлену концепцію «розумного виробництва» – Індустрію 4.0 – як результату впровадження сучасних інформа-

ційних технологій промисловості, або програм просвіти та трансферу кращих практик з IT-сектору та цифрових індустрій в промислові сектори та сільське господарство. При цьому зазначається, що перевагою української промисловості та виробництва у світовій економіці є створення високої доданої вартості товарів і послуг, якісне управління виробничо-збутовими ланцюгами та ефективне використання ресурсів [25], що можливе за умов ефективного управління суб'єктом господарської діяльності.

Висновки. Для України прискорена переорієнтація економіки на цифровий спосіб функціонування, в основі якого лежить використання кіберфізичних систем, сенсорних технологій, технологій аналізу великих даних та ін. перетворюється на головне завдання наздоганяючого розвитку. Цифрову економіку можна визначити як економіку, що заснована на передачі даних, які завдяки сучасним можливостям їх генерування, аналізу і наступного прийняття рішень перетворюються на цінний ресурс. Забезпечення цифровізації здійснюється в інформаційно-комп'ютерному середовищі засобами, інструментами та об'єктами інформаційної інфраструктури. Для розвитку цифрової економіки в Україні потрібне здійснення цифровізації бізнес-процесів вітчизняними підприємствами, що стане предметом подальших наукових розвідок.

Література:

1. Tapscott, D. The digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. – New York: McGraw-Hill. – 1997. – 265 p.
2. Negroponte, N. Being Digital. – NY: Knopf, 1995. – 256 p.
3. US Department of Commerce, 1999. Falling Through the Net: Defining the Digital Divide. Washington, DC: US Government Printing Office.
4. Brynjolfsson, E., Kahin, B. (2000). Understanding the Digital Economy: Data, Tools, and Research. Cambridge: The MIT Press.
5. Fu, F., Liu, L., Wang, L., 2008. Empirical analysis of online social networks in the age of Web2.0. Physica A, vol. 387, no. 2-3, pp. 675-684
6. Drucker, P. (1969). The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society. New York: Harper and Row.
7. Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society. New York: Basic Books Inc.
8. EAEU Digital Agenda 2025: prospects and recommendations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/>

dmi/Pages/digital_agenda.aspx

9. Department of Broadband, Communications and the Digital Economy of Government of Australia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Senate_Estimates/ecacte/estimates/supp0809/bcde/index

10. Cabinet of the United Kingdom [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/uk-digital-strategy>

11. BCS, The Chartered Institute for IT [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bcs.org/>

12. European Parliament [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europarl.europa.eu/portal/en>

13. Economist Intelligence Unit [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eiu.com/home.aspx>

14. Organization for Economic Co-operation and Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org/>

15. Information Economy Report // UNCTAD. – 2012. – 142 p.

16. Schwab, K. The Fourth Industrial Revolution public community [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>

17. Tapscott, D. The digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. – New York: McGraw-Hill. – 1997.

18. Lane, N. Advancing the Digital Economy into the 21st Century // Information Systems Frontiers. – 1999. – № 1:3. – P. 317–320.

19. The Future of Businesses and Jobs in Asia Pacific's Digital Economy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cognizant.com/whitepapers/the-work-ahead-the-future-of-business-and-jobs-in-asia-pacifics-digital-economy-codex2255.pdf>

20. Dahlman, C., Mealy, S., Wermelinger, M. Harnessing the Digital Economy for Developing Countries. OECD. Paris, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf>

21. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С. В. Коляденко // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2016. – № 6. – С. 105–112.

22. Веретюк С. М. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні / С. М. Веретюк, В. В. Пілінський // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. – 2016. – № 2. – С. 51–58,

23. Кіт Л. З. Еволюція мережевої економіки / Л. З. Кіт // Вісник Хмельницького національного університету. – Економічні науки. – 2014. – № 3. – Т. 2. – С. 187–194.

24. Данніков О. В. Концептуальні засади цифровізації економіки України / О. В. Данніков, К. О. Січкаренко // Інфраструктура ринку, 2018. – Випуск 17. – С. 73–79

25. OECD Digital Economy Outlook 2015, 2016, 2017 // OECD Publishing, Paris [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/>

generated/document/en/9317011e.pdf

26. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

References:

1. Tapscott, D. (1997). The digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. New York: McGraw-Hill. 265 p.

2. Negroponte, N. (1995). Being Digital. NY: Knopf. 256 p.

3. US Department of Commerce. (1999). Falling Through the Net: Defining the Digital Divide. Washington, DC: US Government Printing Office.

4. Brynjolfsson, E., & Kahin, B. (Eds.). (2000). Understanding the Digital Economy. doi:10.7551/mitpress/6986.001.0001.

5. Fu, F., Liu, L., & Wang, L. (2008). Empirical analysis of online social networks in the age of Web 2.0. Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications, 387(2-3), 675–684. doi:10.1016/j.physa.2007.10.006

6. Drucker, P. F. (1970). The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society. Population (French Edition), 25(1), 171. doi:10.2307/1529579

7. Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society. New York: Basic Books Inc.

8. EAEU Digital Agenda 2025: prospects and recommendations. Retrieved from http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/Pages/digital_agenda.aspx

9. Department of Broadband, Communications and the Digital Economy of Government of Australia. Retrieved from https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Senate_Estimates/ecacte/estimates/supp0809/bcde/index

10. Cabinet of the United Kingdom. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/uk-digital-strategy>

11. BCS, The Chartered Institute for IT. Retrieved from <https://www.bcs.org/>

12. European Parliament. Retrieved from <http://www.euro.parl.europa.eu/portal/en>

13. Economist Intelligence Unit. Retrieved from <http://www.eiu.com/home.aspx>

14. Organization for Economic Co-operation and Development. Retrieved from <https://www.oecd.org/>

15. Information Economy Report 2012. UNCTAD. 142 p.

16. Schwab, K. (2018). The Fourth Industrial Revolution public community. Tạp Chí Nghiên Cứu Dân Tộc, (23). doi:10.25073/0866-773x/97 Retrieved from <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>

17. Tapscott, D. (1997). The digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. New York: McGraw-Hill.

18. Lane, N. (1999). Information Systems Frontiers, 1(3), 317–320. doi:10.1023/a:1010010630396.

19. The Future of Businesses and Jobs in Asia Pacific's Digital Economy. Retrieved from <https://www.cognizant.com/whitepapers/the-work-ahead->

the-future-of-business-and-jobs-in-asia-pacifics-digital-economy-codex2255.pdf

20. Dahlman, C., Mealy, S., & Wermelinger, M. (2016). Harnessing the Digital Economy for Developing Countries. OECD. Paris. Retrieved from <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf>

21. Koliadenko, S.V. (2016). Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti. Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky, (6), 105-112.

22. Veretiuk, S.M., & Pilinskyy, V.V. (2016). Vyznachennia prioritetnykh napriamkiv rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini. Naukovi zapysky Ukrainського naukovo-doslidnoho instytutu zviazku, (2), 51-58.

23. Kit, L.Z. (2014). Evoliutsiia merezhevoi ekonomiky. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, (3), 187-194.

24. Dannikov, O.V., & Sichkarenko, K.O. (2018). Kontseptualni zasady tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy. Infrastruktura runku, (17), 73-79.

25. OECD Digital Economy Outlook 2015, 2016, 2017. OECD Publishing, Paris. Retrieved from <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/9317011e.pdf>

26. Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ И ПАРАМЕТРЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Л. Л. Лазебник, д. э. н., профессор, В. А. Войтенко, аспирант,
Университет государственной фискальной службы Украины*

Методология исследования. С использованием общетеоретических (анализа, синтеза, индукции, дедукции) и специальных (систематизации, абстрагирования, декомпозиции) методов научного познания в статье исследованы теоретические основы цифровой экономики и осуществлены критический всесторонний анализ и систематизация научных и практических подходов к трактовке сущности цифровой экономики и процессов ее цифровизации.

Результаты. Перечислены основные преимущества процесса цифровизации экономики и социально-экономических процессов по сравнению с традиционным рынком. Выявлен первоисточник научного зарождения теории цифровой экономики и цифровизации в зарубежных странах. Определены основные научные труды, авторы которых поднимали вопрос о необходимости трансформации экономики в экономику цифрового типа. Рассмотрены современные общепринятые трактовки цифровой экономики различными зарубежными государственными институтами в контексте принятия концепций и программ цифровизации экономики и социально-экономических процессов. Выделены основные компоненты экономики цифрового типа: инфраструктурное обеспечение электронного бизнеса (e-business infrastructure), электронный бизнес (e-business) и электронная торговля (e-commerce). Определены драйверы цифровой трансформации в экономике: Интернет вещей, большие данные, искусственный интеллект, технология блок-чейн. Систематизированы и проанализированы подходы к трактовке сущности цифровой экономики зарубежными и отечественными учеными.

Новизна. Обоснована взаимосвязь цифровой экономики и нового технологического уклада – четвертой индустриальной (промышленной) революции на базе информационных систем и технологий, и баз знаний. Предложено собственное определение цифровой экономики с осуществлением акцента на комплексность данного понятия и явления.

Практическая значимость. Определены особенности цифровой экономики и ее проявления на фоне разворачивания четвертой индустриальной (промышленной) революции на базе информационных технологий и баз знаний. Проанализирован отечественный опыт разворачивания и нормативно-правового обеспечения трансформации экономики в экономику цифрового типа.

Ключевые слова: экономика, цифровая экономика, цифровизация, цифровая трансформация экономики, инфраструктурное обеспечение электронного бизнеса, электронный бизнес, электронная торговля, Интернет вещей, большие данные, искусственный интеллект, технология блок-чейн, четвертая промышленная революция.

THE ESSENCE, FEATURES, AND PARAMETERS OF THE DIGITAL ECONOMY

*L. L. Lazebnyk, D.E., Professor, V. O. Voitenko, Post-graduate student,
University of the State Fiscal Service of Ukraine*

Methods. Using the general theoretical (analysis, synthesis, induction, deduction) and special (systematization, abstracting, decomposition) methods of scientific knowledge, the article explores the theoretical foundations of the digital economy and provides a critical comprehensive analysis and systematization of scientific and practical approaches to the interpretation of the essence of the digital economy and processes of its digitalization.

Results. The main advantages of the process of digitalization of the economy and socio-economic processes in comparison with the traditional market are listed. The primary source of the scientific origin of the theory of digital economy and digitalization in foreign countries is revealed. The main scientific works are identified, the authors of which raised the question of the need to transform the economy into a digital type economy. There are considered modern generally accepted interpretations of the digital economy by various foreign state institutions in the context of the adoption of concepts and programs of digitalization of the economy and socio-economic processes. The main components of the digital economy are identified, namely: infrastructural support of electronic business (e-business infrastructure), electronic business (e-business) and electronic commerce (e-commerce). The drivers of digital transformation in the economy are identified: the Internet of things, big data, artificial intelligence, block chain technology. The approaches to the interpretation of the essence of the digital economy by foreign and domestic scientists are systematized and analyzed.

Novelty. The relationship between the digital economy and the new technological structure, the fourth industrial revolution based on information systems and technologies, and knowledge bases, is substantiated. The authors propose their own definition of the digital economy with the emphasis on the complexity of this concept and phenomenon.

Practical value. The features of the digital economy and its manifestations against the backdrop of the deployment of the fourth industrial revolution on the basis of information technology and knowledge bases are determined. The domestic experience of deployment and regulatory support of the transformation of the economy into a digital economy is analyzed.

Keywords: economy, digital economy, digitalization, digital transformation of the economy, infrastructure support of electronic business, electronic business, electronic commerce, Internet of things, big data, artificial intelligence, block chain technology, fourth industrial revolution.

Надійшла до редакції 22.01.20 р.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

*Є. І. Нуріахметов, аспірант, Університет державної фіскальної служби України,
nuriakhmetov7@gmail.com,*

*Л. В. Слюсарєва, к. е. н., доцент, Університет державної фіскальної служби України,
kaf.economik@gmail.com, orcid.org/0000-0002-6845-9307*

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження стали методи статистики – при визначенні частки державних закупівель у ВВП; структурного аналізу – при визначенні секторів співпраці у проведенні електронних закупівель; аналізу – при виявленні переваг та недоліків застосування електронних торговельно-закупівельних майданчиків для основних учасників ринку.

Результати. У статті розглядається процес формування системи державних закупівель в Україні та особливості її розвитку. В роботі проаналізовано та розкрито зміст і сутність поняття «електронні закупівлі» та розглянуто основні характеристики вітчизняної електронної системи закупівель ProZorro. Визначено основний інструментарій здійснення електронних закупівель, а також проведено аналіз основних процедур, що встановлені вітчизняним законодавством для проведення електронних закупівель. Також досліджено переваги та недоліки використання електронних торговельно-закупівельних майданчиків для різних учасників ринку державних закупівель (замовника, закупівельника та постачальника). З метою вивчення існуючого зарубіжного досвіду розглянуто обсяги ринків державних закупівель в країнах ЄС та США на основі дослідження показника місткості (ємності) ринку. З'ясовано, що в цих державах існують власні традиції щодо функціонування сфери державних закупівель, які дозволяють більш ефективно використовувати державні кошти. Наведено динаміку обсягу електронних державних закупівель в Україні за останні роки.

Новизна. Розвинуто теоретичні та практичні засади функціонування сфери електронних закупівель. Виявлено, що процес електронних державних закупівель став більш прозорим і доступним для користувача. Обґрунтовано необхідність продовження реформування цієї сфери з метою підвищення ефективності використання державних коштів, формування конкурентного бізнес-середовища в Україні та зменшення корупційних ризиків.

Практична значущість. Ефективне застосування електронних закупівель дозволяє значно оптимізувати витрати: фінансові, часові, трудові ресурси. Перевагами електронних закупівель є скорочення витрат часу на проведення, аналіз та контроль закупівель, зменшення грошових витрат при здійсненні закупівель через електронну систему. Економія коштів відбувається за рахунок повної прозорості торговельно-закупівельної діяльності, що дає змогу уникнути фінансових махінацій та не допустити цінових зговорів.

Ключові слова: закупівля, державна закупівля, електронна закупівля, електронний торговельно-закупівельний майданчик, електронна система закупівель, замовник, постачальник, допорогові закупівлі, вищепорогові закупівлі, майданчик держзакупівель ProZorro.

Постановка проблеми. В сучасних умовах для нормального функціонування підприємство не може нехтувати сучасними інформаційними технологіями та автоматизацією процесів, які вже давно стали складовими нашого життя. Використання методів

та засобів електронної комерції супроводжує різні сфери професійної діяльності людини та дозволяє бізнесу забезпечити прозорість і відкритість діяльності, прискорити, спростити і структурувати виконану роботу. Електронні закупівлі як одна із основних форм

електронної комерції, значно покращують робочі процеси та сприяють впровадженню електронного урядування в Україні.

Як показує практичний досвід запровадження електронної системи закупівель, в більшості іноземних країн спостерігається істотна економія коштів, яка іноді досягає 25%. Підписавши Угоду про Асоціацію з ЄС, Україна взяла на себе зобов'язання виконати ряд вимог, які безпосередньо стосуються організації процесу закупівель, а саме: стандартизація системи публічних закупівель відповідно до європейських правил, норм та принципів; наближення законодавства України в сфері держзакупівель до Директив ЄС, обов'язковість переходу на електронні закупівлі починаючи з етапів планування та електронного оприлюднення до етапів електронного інвойсування й електронних розрахунків [10].

В умовах сьогодення електронні закупівлі офіційно і повсюдно стали реальністю української економіки. Стрімкий розвиток інформаційних технологій (цифровізація та діджиталізація) докорінно змінив підхід до підприємницької діяльності. На сьогоднішній день електронні закупівлі розвинені як у секторі B2G (бізнес-державні установи), так і у секторі B2B (бізнес-бізнес).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що обсяги державних закупівель у розвинутих країнах у середньому знаходяться в межах від 10% до 25% ВВП (рис.1). Так дані, наведені на рис.1, свідчать, що обсяг державних закупівель в країнах Європейського Союзу складає в середньому від 20,3% до 11% ВВП на рік, з тенденцією більшої частки у розвинених країнах (20,2% у Нідерландах), а найнижчим – (лише 4,1% в Україні).

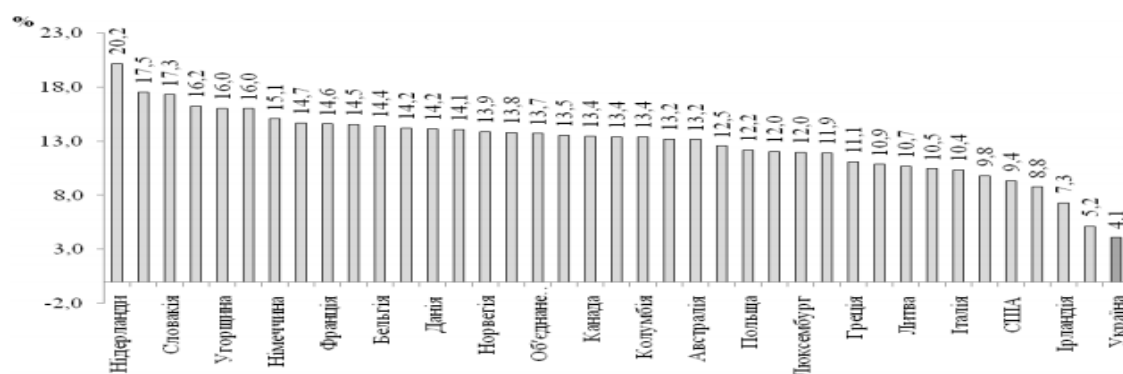


Рис. 1. Частка державних закупівель у ВВП, %

Джерело: [3]

Водночас, величина цих закупівель не завжди свідчить про їх ефективність, оскільки даний сектор у кожній країні має свої корупційні складові. Від ефективності здійснення публічних закупівель залежить успішність функціонування як окремого суб'єкта господарювання, так й економіки в цілому. Варто зауважити, що серед найбільш ефективних способів закупівель на сьогодні для підприємств залишаються відкриті електронні процедури. Їх обирають більшість підприємств, які прагнуть відповідати світовим стандартам.

На сьогоднішній день, питанню ефективності функціонування законодавчого регулювання системи державних закупівель приділяється значна увага. В останні роки опубліковано значну кількість праць, спря-

мованих на критичне осмислення розвитку та становлення законодавчої бази у сфері закупівель. Теоретичну та нормативну основу досліджень складають Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, а також положення, інструкції, програми та інші нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері. Зокрема, серед вітчизняних авторів державні закупівлі в теоретичному аспекті в своїх працях розглядали В. М. Новаковець, М. С. Письменна, Н. Б. Ткаченко [4, 5, 10]. Особливості функціонування вітчизняної електронної системи закупівель в своїх роботах аналізували Л. Ю. Гальчинський, А. А. Дудар, В. В. Зубар, А. Г. Єгізар'ян, С. А. Косінов, В. М. Кравченко, І. Г. Савицька, Д. Г. Теленкова [6–10]. Водночас, виникає необхідність пода-

льших наукових досліджень в сфері державних закупівель й актуалізується питання їх оптимізації в електронній системі з метою забезпечення українських підприємств якісними товарами та послугами за найкращими цінами. Прозорість ведення господарської діяльності приваблює інвесторів, створює нові можливості для бізнесу, робочі місця для населення та сприяє економічному зростанню країни в цілому.

Формулювання мети статті. Метою статті є обґрунтування доцільності поширення подальшого позитивного досвіду впровадження електронних закупівель в господарську діяльність бізнес середовища, що дозволить не тільки забезпечити прозорість торгово-закупівельних операцій, але й оптимізувати бізнес-процеси та отримувати відчутний економічний ефект у вигляді підвищення рентабельності та скорочення виробничих витрат.

Виклад основних результатів дослідження. За даними Державної служби статистики України, станом на 2013 р. в Україні існувало понад 600 тисяч активних підприємств, і хоча у 2018 році їх кількість скоротилась на 4%, всі ці підприємства продовжують функціонувати на ринку. Статистика свідчить, що починаючи з 2015 р. в Україні надзвичайно зросла популярність здійснення торговельно-закупівельної діяльності за допомогою мережі інтернет та з'явилася велика кількість систем проведення електронних закупівель. Особливої актуальності ця проблема набула в роки виходу України на шлях цифровізації та прийняття Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018–2020 рр. і затвердження плану заходів щодо її реалізації [2].

Електронна закупівля – це новітній спосіб закупівлі, який є процедурою проведення конкурсної закупівлі товарів, що здійснюється на базі електронного майданчику і застосовується у випадках, коли предметом закупівлі є стандартні товари, пропоновані певною кількістю постачальників, а ціна товару (роботи, послуги) залишається одним з вирішальних чинників у виборі переможця [7]. Основне призначення електронної закупівлі полягає у забезпеченні та управлінні в електронному середовищі всіх етапів закупівельного циклу, включаючи маркетингові

дослідження, визначення кола економічних агентів (потенційних постачальників); процедури створення, придбання, розміщення, оприлюднення замовлень; здійснення поставок і сплати за них, бюджетування і планування закупівель (формування бюджету закупівель та його реалізація); обміну інформацією і документами в електронному вигляді, до складу якої входять центральна база даних та електронні інформаційні системи, між якими забезпечено автоматичний обмін інформацією, даними та документами через відкритий програмний інтерфейс.

Електронна система державних закупівель необхідна для того, щоб забезпечити прозорість процесу державних закупівель, підвищити довіру бізнесу до держави зменшувати корупцію. На фінансових ринках України акумулюється достатня кількість бюджетних коштів, необхідна для створення конкуренції у цьому сегменті. До електронної системи державних торгів мають доступ представники як малого, так і середнього бізнесу. На сьогодні це доволі спрощена процедура. Використання зазначеної системи дає змогу економити бюджетні кошти, дозволяє контролювати процес торгів з боку населення, що сприяє відкритості у витрачанні бюджетних коштів. Оскільки система є відкритою, будь-яка особа може прослідкувати процес торгів, побачити, хто виграв тендер, які були умови та пропозиції щодо конкретного контракту. Загалом, процес здійснення електронної закупівлі передбачає чотири етапи: 1) подання на електронний майданчик в Інтернеті оголошення про те, що замовник хоче закупити або які послуги потрібно отримати; 2) проведення електронних аукціонів; 3) визначення переможців торгів; 4) укладання договору і оплата послуг, робіт. кожному наступному етапу передуватиме широке ознайомлення більшості замовників зі здобутками попереднього етапу з метою поступового нарощування потенціалу державного та приватного секторів.

Зазначимо, що проведення електронних закупівель на законодавчому рівні регулюється постановою «Про затвердження Порядку функціонування електронної системи закупівель та проведення авторизації електронних майданчиків», яка деталізує регламент роботи електронної системи за-

купівель. Зокрема, вона визначає розмір та строки оплати авторизованим електронним майданчиками за послуги, які вони надають закупівельникам та учасникам, і механізм підключення та відключення їх від системи. Основними обов'язками майданчиків є постійний обмін даними із веб-порталом Уповноваженого органу та забезпечення безперебійного сервісу для користувачів у робочий час. Окрім цього, є чотири рівні акредитації майданчиків: від роботи з допороговими закупівлями на рівні надання функціоналу замовникам до роботи з усіма закупівлями на рівні надання функціоналу замовникам та учасникам. Рішення щодо майданчиків ухвалюються Уповноваженим органом на підставі рекомендацій спеціально утвореної Комісії з авторизації, до якої входять представники громадськості [5]. Загалом Постанова уточнює взаємодію держави та приватних майданчиків для здійснення публічних закупівель.

Результати дослідження засвідчили, що національна електронна система закупівель з технічного боку є складним механізмом проведення торгів та створення інформації, а також надає можливість контролю за діями та рішеннями суб'єктів закупівель, що забезпечує відкритість та прозорість. Функціонування системи передбачає співпрацю трьох секторів: держави, бізнесу та громадськості, що забезпечується тим, що держава несе відповідальність за встановлення правил, професіоналізацію й збереження даних; надання бізнесом послуг замовникам і постачальникам; здійснення громадянським суспільством моніторингу та контролю закупівель. Електронні закупівлі мають ряд переваг порівняно з паперовою формою здійснення закупівель. Основні переваги та недоліки для основних учасників ринку від застосування у своїй діяльності електронних закупівель узагальнено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки застосування електронних торговельно-закупівельних майданчиків для основних учасників ринку

Переваги	
Замовник	Постачальник
– Оптимізація витрат підприємства. Економія на електронних закупівлях може становити залежно від ЕТМ до 15–20%. Економія з допомогою використання електронних торговельних майданчиків здійснюється за рахунок декількох факторів: повної прозорості торговельно-закупівельної діяльності, мінімізації цінових змов «відкатів». Крім того, знижуються операційні витрати виробництва; – Збільшення конкуренції на торгах, збільшення кола постачальників і розширення їх географії; – Спрощення всіх етапів торгово-закупівельної діяльності за рахунок автоматизації. Оптимізація трудовитрат і тимчасових витрат; – Можливість контролю і прозорості звітності; – Можливість створити позитивний публічний образ компанії для інвесторів. Оскільки вся інформація про активність компанії на ЕТМ, проведені операції і цінах доступна для всіх учасників ринку, ЕТМ можна розглядати не тільки як канал продажів, але і як інструмент поширення інформації та формування іміджу компанії.	– Розширення ринків збуту без обмежень в географії; – Доступ до найбільших закупівель. Постачальники мають можливість взяти участь в торгах будь-якого замовника, представленого на електронному торговельному майданчику; – Покращення доступу до державних замовлень; – Стимулювання участі в електронних торгах суб'єктів малого бізнесу; – Спрощення всіх етапів торгово – закупівельної діяльності за рахунок автоматизації; – Оптимізація витрат; – Оперативна інформація про проведені торгових процедур і проходженні торгів; – Можливість контролю і прозорості звітності.
Недоліки	
Замовник	Постачальник
– Складно оцінити якість пропонованих постачальниками товарів; – Проблема в тому, що покупець не може «пощупати» продукт і тому ризикує купити «кота в мішку»; – ЕТМ підходять тільки для ринків масових стандартних продуктів.	– ЕТМ підходять в основному тільки для постачальників масових і стандартних товарів і послуг; – Збереження звичайних ризиків ведення бізнесу в Україні.

Джерело: [2]

Українські компанії все частіше закуповують товари та послуги на електронних торговельних майданчиках. З набуттям чинності Закону України «Про публічні закупівлі» 25 грудня 2015 року, обсяги ринку електронних торговельних майданчиків зросли у декілька разів [1]. За даними деяких експертів, наприклад, Кравченко В. М., станом на початок 2018 р. торговельно закупівельна діяльність в інтернеті становить 6% від загального обсягу продажів у країні, тож потенціал зростання ринку електронних закупівель залишається суттєвим [9].

Оскільки не всі електронні торговельні майданчики публікують інформацію про обсяги своїх торгів, оцінити загальний обсяг українського ринку електронних торгів в секторі B2B дуже складно. Однак, за попередніми підрахунками експертів, на сьогоднішній день обсяг ринку B2B-торгів становить приблизно 300-600 млн. гривень. Водночас, загальний обсяг державних закупівель України в 2014 році склав 140 млрд. гривень, тому потенціал для зростання електронних угод величезний. Починаючи з моменту запуску ProZorro (квітень 2015 року), обсяг закупівель через проект склав понад 900 млн. гривень. І це при тому, що в цілому B2B-ринок скоротив кількість операцій, зорієнтувався на мінімізацією витрат і дуже обережно ставиться до оголошення торгів через загальну економічну ситуацію в країні. Головним двигуном ринку став вихід великих замовників з держсектора, таких як Міністерство оборони і Міністерство екології, «Укрпошта», Національний банк, КМДА та інших держпідприємств. Поки ж ринок електронних торговельних майданчиків де-що хаотичний і його ще чекає довгий процес сегментування і формування. У свою чергу, керівництвом департаменту B2B/B2G-закупівель електронного торговельного майданчика Pro.ua проведена оцінка, за результатами якої з'ясовано, що на ринку зараз працює близько 50 гравців з абсолютно різними моделями платформ: від комерційних до вузькоспеціалізованих [6]. Окремою ланкою виділено поки унікальний для ринку майданчик держзакупівель ProZorro, який все ще перебуває на етапі вдосконалення. Створений зусиллями громадських

організацій та держави цей майданчик є одним з найбільш інноваційних систем проведення закупівель, що надають відповідні послуги в інтересах зацікавлених сторін. Завдяки широкому залученню електронних засобів у сферу державних закупівель досягнуто спрощення і скорочення закупівельного процесу, зменшено витрати для учасників процедур, відкрито нові можливості для малого та середнього бізнесу на ринку державних закупівель. Отже, основними досягненнями даного учасника ринку є те, що за період існування майданчика було проведено 249,65 тис. аукціонів із загальною дохідністю майже 299 млрд. грн. або близько 30 млрд. євро (табл. 2).

Відображена аналітична інформація свідчить, що у досліджуваному періоді загальний обсяг ринку державних закупівель демонструє тенденцію до збільшення. Причинами зростання, на наш погляд, в першу чергу, є включення у 2016 році в систему допорогових закупівель та зростання кількості надпорогових закупівель. Крім того, в загальній структурі державних закупівель України за показником кількості проведених аукціонів переважають допорогові закупівлі. Таким чином, при плануванні закупівель значна кількість підприємств віддає перевагу цьому типу закупівель. Водночас, необхідно зазначити, що величина більшої дохідності припадає на вищепорогові закупівлі.

При цьому, важливою характерною ознакою сучасних систем управління електронними закупівлями залишається ситуація, коли в інформаційних системах накопичуються великі обсяги інформації, що вимагає забезпечення зростаючими обсягами ресурсів, призводить до ускладнення завдань щодо прийняття рішень в управлінні електронними закупівлями. Загалом, система підтримки прийняття рішень являє собою сукупність взаємопов'язаних за програмними цілями, параметрам та умовам задач, методів (методик), програмних засобів і технічних систем, що дозволяють формувати в автоматизованому режимі набір звітних форм, що містять інформацію для прийняття управлінських рішень або варіанти таких рішень в електронних закупівлях.

Статистика державних закупівель в Україні

Рік	Закупівлі «вищепорогові»		Закупівлі «допорогові»		Загальна сума, млн. грн.
	Кількість учасників	Ціна, млн. грн.	Кількість учасників	Ціна, млн. грн.	
2008	66,482	167297,6	9528	80319,1	247616,7
2009	50,396	105268,3	2752	29972,2	135240,5
2010	55,337	172121,9	1593171	181428,7	353550,6
2011	79,139	325101,5	1905020	158339,1	483440,6
2012	103,352	428063,5	2065944	194482,0	622545,5
2013	76,774	185467,6	1836047	95277,6	280745,2
2014	64,257	113791,5	1498535	133460,1	247251,6
2015	78,043	152588,1	2194058	111689,4	264277,5
2016	95,920	241051,0	2154934	112057	353108,0
Всього	669,700	1890751,5	13259989	1097025,5	2987777

Джерело: [8]

Висновки. Таким чином, ефективно застосування електронних закупівель дозволяє значно оптимізувати витрати: фінансові, часові, трудові ресурси. Перевагами електронних закупівель є скорочення витрат часу на проведення, аналіз та контроль закупівель, зменшення грошових витрат при здійсненні закупівель через електронну систему. Економія коштів відбувається за рахунок повної прозорості торговельно-закупівельної діяльності, що дає змогу уникнути фінансових махінацій та не допустити цінових зговорів. До переваг також можна віднести доступ постачальників до великих обсягів закупівель.

Однак існують ризики, які виникають при електронній закупівлі:

– ринкові ціни не захищені в сфері електронних закупівель, а отже, перемагає пропозиція з найнижчою ціною на підставі результатів проведення аукціону. Захист від демпінгу відсутній;

– замовники можуть поставити дискримінаційні вимоги, відхилити будь-яку пропозицію, не виконати рішення комісії по розгляду звернень. На сьогоднішній день у електронній закупівлі параметр «ціна» як єдиний фактор прийняття рішень може об'єктивно працювати тільки в особливих випадках. У такому разі, на наш погляд, обов'язково необхідно враховувати не тільки цінові параметри, але й такі параметри, як рівень сервісу, привабливі умови оплати, швидкість виконання договірних зобов'язань тощо. Адже є товари та послуги, які важко купувати, спираючись тільки на вар-

тість та стандартні вимоги для всіх замовників. Отже, у системі електронних закупівель, як вбачається нами, є можливість використання нецінових критеріїв, які є важливими для замовників та впливають на життєвий цикл товару чи створюють додаткову вартість.

Література

1. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015, № 922-VIII. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
2. Про Стратегію реформування публічних закупівель («дорожню карту»): Розпорядження Каб. Міністрів України від 24 лют. 2016 р. – № 175-р. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Вісник публічних закупівель Європейського Союзу. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ted.europa.eu/>
4. Письменна М. С. Методологія та організація аналізу і контролю закупівель за державні кошти: автореф. дис. д-ра економ. наук. Одеса, 2018. – 40 с.
5. Новаковець В. М. Фінансово-правовий механізм регулювання державних закупівель: дис. канд. юрид. наук. Національна академія внутрішніх справ. К., 2012. – 252 с.
6. Дудар А. А. Впровадження системи електронних закупівель «Prozorro». Європейська інтеграція в контексті світових глобалізаційних процесів / А. А. Дудар // Матеріали науково-практичної конференції (5 травня 2017 року). – Одеса: Одеський регіональний інститут державного управління, 2017. – С. 94–96.
7. Зубар В. В. Електронні закупівлі: засади побудови в Україні. Міжнародний досвід побудови системи електронних держзакупівель / В. В. Зубар, С. А. Косінов, А. Г. Єгіозар'ян // ІБ Редукціон. – №12. – 2014. – С. 103–112.
8. Гальчинський Л. Ю. Оцінка функціонування електронної системи «Prozorro» як інструмента дер-

жавних закупівель. / Л. Ю. Гальчинський // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. – № 11. – 2017. – С. 54–61.

9. Кравченко В. М. Формалізація процедур в системі публічних закупівель PROZORRO / В. М. Кравченко, І. Г. Сивицька, Д. Г. Теленкова // Економіка і організація управління. – №1 – 2018 – С. 24–33.

10. Ткаченко Н. Б. Управління державними закупівлями: монографія. / Н. Б. Ткаченко. – К. : Книга, 2007. – 296 с.

References

1. Verkhovna Rada Ukrainy. Pro publichni zakupivli. Zakon Ukrainy vid 25.12.2015, № 922-VIII. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/> [in Ukrainian].

2. Pro stratehiu reformyvannia pyblichnykh zakupivel («dorozhniu kartu»): Rozporiadzhennia Kabinety Ministriv Ukrainy vid 24 Lutogo, 2016. №. 175-r. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/>.

3. Visnyk publichnykh zakupivel Evropeyskoho Soiuzu. Retrieved from <http://ted.europa.eu/> [in English].

4. Pismenna, M.S. (2018). Metodologiya ta organizatsiya analizu i kontroliu derzhavnykh zakupivel za derzhavni koshty. Extended abstract of Doctor's thesis. Odesa.

5. Novakovets, V.M. (2012). Finansovo-pravovyy mekhanizm reguluvannia derzhavnykh zakupivel. Ex-

tended abstract of Candidate's thesis. Kyiv, Natsionalna akademiya vnytrishnikh sprav.

6. Dudar, A.A. (2017). Vprovadzhennia systemy elektronnykh zakupivel «Prozorro». Proceedings from: Naukovo-praktychna konferentsiya «Evropeyska intehratsiya v konteksti svitovykh hlobalizatsiynykh protsesiv». (pp. 94-96). Odesa: Odesa Rehionalnyy Institut derzhavnoho Upravlinnia.

7. Zubar, V.V., Kosinov, S.A., & Yehiozarian, A.G. (2014). Elektronni zakupivli: zasady pobudovy v Ukraini. Mizhnarodnyy dosvid pobudovy systemy elektronnykh derzhzakupivel. IB Reduktsion, (12), 103-112.

8. Halchinsky, L.Yu. (2017). Otsinka funktsionuvannia elekt.ronnoi systemy «Prozorro» yak instrumenta derzhavnykh zakupivel. Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia: zbirnyk naukovykh prats mo;odykh vchenykh. Current problems of economics and management: a collection of scientific works of young scientists, (11), 54-61.

9. Kravchenko, V.M., Syvitskaya, I.G., & Telenkova, D.G. (2018). Formalizatsiya protsedur v systemi publichnykh zakupivel PROZORRO. Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnia, (1), 24-33.

10. Tkachenko, N.B. (2007). Upravlinnia derzhavnymy zakupivliamy. Kyiv: Knyha.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ ЗАКУПОК В УКРАИНЕ

*Е. И. Нуриахметов, аспирант, Л. В. Слюсарева, к. э. н., доцент,
Университет государственной фискальной службы Украины*

Методология исследования. Методологической основой исследования стали методы статистики – при определении доли государственных закупок в ВВП; структурного анализа – при определении секторов сотрудничества в проведении электронных закупок; анализа – при выявлении преимуществ и недостатков применения электронных торгово-закупочных площадок для основных участников рынка.

Результаты. В статье рассматривается процесс формирования системы государственных закупок в Украине и особенности ее развития. В работе проанализированы и раскрыты содержание и сущность понятия «электронные закупки» и рассмотрены основные характеристики отечественной электронной системы закупок ProZorro. Определен основной инструментарий осуществления электронных закупок, а также проведен анализ основных процедур, которые определены отечественным законодательством для проведения электронных закупок. Также исследована эффективность использования электронных торгово-закупочных площадок для разных участников рынка государственных закупок (заказчика, закупщика и поставщика) на основе формирования преимуществ и недостатков. С целью изучения существующего зарубежного опыта рассмотрены емкости рынков государственных закупок в странах ЕС и США на основе исследования показателя емкости рынка. Определено, что в этих странах существуют собственные традиции функционирования сферы государственных закупок, которые позволяют более эффективно использовать государственные средства. Отображена динамика объема электронных государственных закупок в Украине в последние годы.

Новизна. Развита теоретические и практические основы функционирования сферы электронных закупок. Установлено, что процесс электронных закупок стал более прозрачным и доступным для пользователя. Обосновано необходимость продолжения реформирования

ния этой сферы с целью повышения эффективности использования государственных средств, формирование бизнес-среды в Украине и уменьшение коррупционных рисков.

Практическая значимость. Эффективное применение электронных закупок позволяет значительно оптимизировать расходы: финансовые, временные, трудовые ресурсы. Преимуществами электронных закупок является сокращение затрат времени на проведение, анализ и контроль закупок, уменьшение денежных затрат при осуществлении закупок через электронную систему. Экономия средств происходит за счет полной прозрачности торгово-закупочной деятельности, что позволяет избежать финансовых махинаций и не допустить ценовых сговоров.

Ключевые слова: закупка, государственная закупка, электронная закупка, электронный торгово-закупочная площадка, электронная система закупок, заказчик, поставщик, допороговые закупки, вышепороговые закупки, площадка госзакупок ProZorro.

SPECIFICS OF E-PROCUREMENT MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Ye. I. Nuriakhmetov, Post-graduate student, University of the State Fiscal Service of Ukraine

L. V. Sliusareva, Ph. D (Econ.), University of the State Fiscal Service of Ukraine

Methods. Methodological basis of the study is as follows: the methods of statistics – in determining the share of public procurement in GDP; structural analysis – in identifying the sectors of cooperation in electronic procurement; analysis – when identifying the advantages and disadvantages of using electronic trading platforms for major market players.

Results. The article discusses the processes of reforming the government procurement system in Ukraine and the features of its development. There is analyzed and disclosed the content and essence of the concept of «e-procurements» and considered the main characteristics of the national e-procurement system Prozorro. The basic tool for procurement is determined, and the basic procedures established by the domestic legislation for the conduct of public procurement are analyzed. Also, the effectiveness of implemented mechanisms for the implementation of procurement procedures, including compliance with legislative requirements, was investigated, and problematic issues of functioning of the procurement system influencing the degree of efficiency and transparency of the procurement process were identified. In order to study foreign experience, specifics of procurement in the EU and the USA are considered. This research has been based on the study of the capacity of the market. It has been found that in these states there are their own traditions concerning the functioning of the government procurement field, which allows the effective use of public funds. Also, the dynamics of the volume of state e-procurements in Ukraine in recent years has been analyzed.

Novelty. Theoretical and practical principles of the functioning of the government procurement are developed. Also, it has been revealed that the process of state e-procurements has become more transparent and accessible to the user. The necessity of continuing the reform of this sphere of public relations with the aim of increasing the efficiency of the use of state funds, forming a competitive business environment in Ukraine and reducing corruption risks.

Practical value. Effective use of electronic procurement can significantly optimize costs: financial, time, labor. The advantages of e-procurement are the reduction of time spent on conducting, analyzing and controlling purchases, reducing the cash costs of making purchases through the electronic system. The cost savings are due to the full transparency of trading and purchasing activities, which allows to avoid financial fraud and prevent price collusion.

Keywords: procurement, government procurement, e-procurement, e-procurement system, customer, supplier, threshold procurement, above threshold procurement, state e-procurement system ProZorro.

Надійшла до редакції 05.02.20 р.

ПРОБЛЕМА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНОЇ ДЕТЕРМІНАНТИ ДИСТРИБУТИВНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

Н. І. Дяченко, к. і. н., доцент, Донецький національний технічний університет, м. Покровськ, nataliia.diachenko@donntu.edu.ua, orcid.org/0000-0002-2461-6497,

Т. М. Черкавська, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», t.cherkav@gmail.com, orcid.org/0000-0003-0025-0870

Методологія дослідження. Застосування методу аналізу надав можливість проаналізувати морально-етичні детермінанти розподільчої справедливості та очікувані соціально-економічні наслідки і впливи такої обумовленості. Виявлено, що дистрибутивна справедливість відображає рівень організації і стабільності суспільства, має системний характер і залежить від багатьох факторів. Принцип історизму, використаний при аналізі проблеми, надав можливість прослідкувати еволюцію феномену дистрибутивної справедливості в межах морально-етичних концепцій.

Результати. Встановлено, що вплив розподільчої справедливості на стан та духовний розвиток суспільства підвищується й ускладнюється з розвитком виробництва. Показано, що детермінанти порушення відносно системи розподілу призводять до проявів аномії (відсутності пріоритету закону), агресивності та деструктивності в суспільстві. Виявлено, що розподільча справедливість як соціально-культурне і соціально-економічне явище є закономірністю в умовах капіталістичної економіки, призводить до зростання нерівності як в системі розподілу суспільних благ, так і в інших сферах соціального життя. Такий стан сприймається позитивно при умові посилення інституційно-правових інструментів та нормативно-правової рівності.

Новизна. Пов'язано вчинкову активність та ініціативність особистості з впливами духовного та ідеологічного характеру і традиціями, які мають стале вкорінення в суспільстві і проявляють себе в довгостроковій перспективі. В умовах посилення тиску на базові духовні потреби особистості посилюється індивідуалізм в різних формах – від егоїзму до ескапізму.

Практична значущість. Виявлено, що позитивна життєва програма особистості великою мірою залежить від існуючої в суспільстві системи розподілу суспільних благ. Найбільшою втратою внаслідок порушень розподільчої справедливості в Україні є аномія та втрата довіри до інститутів влади. В статті надані рекомендації щодо соціально-культурних та соціально-економічних змін в суспільстві: підвищення якості формування громадянського суспільства, формування ідеологічних платформ економічних перетворень, скорочення розриву між втратами суспільства за рівнем доступу до розподілу матеріальних і духовних благ, посилення уваги суспільних інститутів до морально-етичної складової їх діяльності.

Ключові слова: дистрибутивна справедливість, детермінанта, вчинкова активність, аномія, ескапізм, життєвий вибір, суспільні потреби, морально-етичні норми.

Постановка проблеми. Діалектика сучасних суспільних перетворень потребує вдосконалення тих соціально-економічних механізмів, які безпосередньо впливають на стійкість економіки держави та розвиток її на благо людей. Найважливішим фактором функціонування економічної системи є суперечлива єдність економічної ефективності

і впровадження принципу соціальної справедливості. Справедливість, на думку О. Яременко, відображає ступінь реалізації ціннісно-детермінованих очікувань суб'єктів щодо їхнього статусу, доступу до суспільних ресурсів, праці і доходів та інших істотних умов їхньої життєдіяльності [12, с.49].

Соціальна справедливість демонструє рівень соціального порядку суспільства і має два виміри: розподіл втрат суспільства солідарно між членами суспільства за умов криз та катастроф та рівний доступ до розподілу суспільних благ. Дистрибутивна (розподільча) справедливість залежить від політичних, правових, економічних чинників. Разом з тим, як морально-духовна цінність вона впливає на стійкість держави, суспільних відносин і життєві орієнтири кожного громадянина. В сучасній Україні останнім часом склалася критична ситуація в системі розподілу. Так, за оцінками закордонних фахівців, в Україні 10% населення отримують 40% доходів кінцевого споживання, з яких 90% є тіньовими, а 40% населення має 10% доходів, з яких лише 10% – тіньові [11, с.24].

Як відомо, ще в двадцятих роках минулого століття всесвітній авторитет в соціології Пітерім Сорокін виявив, що стійкість соціальної системи залежить від двох основних параметрів, а саме: рівня життя більшості населення і рівня диференціації прибутків. Чим нижчий рівень життя і більшш відмінності між бідними та багатими, тим більша вірогідність зміни існуючої влади і перерозподілу власності. В Україні ці показники зашкалюють. Разом з тим, морально-етичні детермінанти дистрибутивної справедливості не стали ще предметом всебічного наукового інтересу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на те, що на сучасному етапі історичного розвитку соціальна справедливість стає чи не головним критерієм суспільного ладу, необхідним чинником забезпечення стабільності та економічного зростання держави; до аналізу її проблем зверталися і філософи, і соціологи, і економісти. Концептуальні дослідження беруть свій початок в роботах П. Сорокіна, Р. Мертона, Е. Гіддинса, Ф. Ліста, Й. Шумпетера та інших. Українські дослідники [2, 8] зосереджували увагу на економічних наслідках існуючої системи розподільчої справедливості. До певного часу справедливість розглядалася як основа рівності і зрівняння всіх з усіма. Сучасний погляд на проблему пов'язують з системним аналізом даного явища в суспільстві. Так, в роботах Дж. Ро-

улза «Теорія справедливості» (1971), Д. Белла «Культурні суперечності капіталізму» (1976), Д. Готье «Мораль за згодою» (1986), розподільчу справедливість автори розглядають з позицій свободи вибору, творчості та обдарованості, привілеїв та повноважень окремих соціальних груп.

Без утвердження в суспільстві відносин, побудованих на принципах справедливості, неможливий динамічний та ефективний соціально-економічний розвиток суспільства і гармонійний розвиток кожної людини. Сучасний погляд на проблему враховує, що критерієм дистрибутивної справедливості виступає або соціально виправдана рівність, або соціально виправдана нерівність. На думку В. Мандибури, «базовою основою міри рівності є надання всім членам суспільства рівних стартових умов особистого розвитку, забезпечення можливості реалізації особистих здібностей, а також створення приблизно однакових для всіх членів суспільства способів добування засобів задоволення потреб відтворення життя» [10, с.60].

Але індивідуалістично орієнтований сучасний ринковий спосіб економічного буття допускає соціальну нерівність як таку. В працях відомих зарубіжних науковців А. Сена, Т. Аткинсона, Дж. Роулза проведено детальний аналіз соціальної нерівності та її наслідків, в тому числі і системного характеру. Зокрема вони підкреслюють, що в глобалізованому світі відбувається зростання розриву між бідними і багатими верствами суспільства. Найбільшим такий розрив характерний для країн незрілої демократії. Вітчизняні дослідники, підкреслюючи, що справедливий розподіл є важливішою соціальною потребою, більше уваги приділяють нерівності в розподільчій системі, яка є підґрунтям соціальної напруги і дестабілізації суспільства. Так, в дослідженні А. Гриценко зростання нерівності розподілу соціальних благ визнано закономірним процесом, пов'язаним зі стихійними силами ринкової економіки.[6] В. Мандибура і Н. Томчук-Пономаренко аналіз проблем соціально-економічної справедливості пов'язують з необхідністю вдосконалення системи оподаткування населення [10].

Таким чином, не зважаючи на зацікавленість дослідників щодо змісту, мети та наслідків впливу дистрибутивної справедливості, вони в більший ступені зосередили увагу на економічних факторах та наслідках. Філософсько-економічні та соціально-психологічні проблеми, пов'язані з детермінантами дистрибутивної справедливості, морально-етичні принципи розподілу потребують подальшого дослідження в контексті проєкції майбутнього суспільства.

Формулювання мети статті. Метою статті є виявлення морально-етичного підґрунтя дистрибутивної справедливості та очікуваних соціально-економічних наслідків такої обумовленості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним принципом, який фіксує саме той належний порядок людського співжиття, з давніх часів є справедливість, яка вимагає етично обґрунтованого розподілу благ між людьми. На зазначений зміст поняття про справедливість указує і його походження. Так, давньогрецьке *dike*, що перекладається як справедливість, первісне означало звичай, спосіб життя, в подальшому ж набуло значення правильного, належного звичаю. Подібним чином і латинське *jus* (звідси *justitia*) означає власне право, закон. У річищі цієї мовної традиції й з'являються перші спроби сутнісного осмислення справедливості, що ми їх знаходимо в Демокріта (близько 460 – близько 380 до н.е.), софістів (друга пол. V – перша пол. VI ст. до н.е.), Сократа та інших античних філософів. Своєрідним філософським узагальненням цих спроб можна вважати концепцію Платона, який надав справедливості значення завершальної з-поміж чотирьох основних «полісних добродісностей» – такої, що тільки й дає усім іншим добродісностям (тобто розсудливості, мужності й мудрості) «силу вкорінюватися в людині» («Держава»). При цьому в соціальному плані справедливість, за Платоном, постає як такий ідеальний устрій суспільства, коли кожен із суспільних станів (тобто правителі, воїни, ремісники) сумлінно виконує свої обов'язки й не втручається у справи інших.

Глибоке осмислення категорії справедливості, що надалі стає надбанням світової етичної думки, дає, як і в багатьох інших

випадках, «хрещений батько» європейської етики Аристотель. Зокрема, в нього вперше проведений ґрунтовний поділ справедливості як відплати, зрівняльної й пропорційно-розподільчої справедливості. Аристотелем же простежені важливі взаємозв'язки власне етичних і правових, політичних, а також соціально-економічних аспектів справедливості. Він розглядав два види справедливості – зрівняльну і пропорційно-розподільчу. В основі першої лежить світоглядна ідея людської рівності, утвердження якої мало й має принципове значення для розвитку всієї людської цивілізації. Утвердження цієї ідеї, як і становлення самої зрівняльної справедливості, проходить в історичному процесі ряд стадій. Так, для давньогрецької свідомості (зокрема й для Аристотеля) морально рівними могли бути лише вільні громадяни грецьких міст; на рабів, варварів і навіть жінок античні уявлення про рівність не поширюються (втім, «жінка нижча за чоловіка, але дуже близька йому й найбільшою мірою причетна до його рівності», – зауважує Аристотель [1, с. 460–467]).

Дальший поступ в усвідомленні й утвердженні рівності припадає на епоху буржуазних революцій XVII–XVIII ст. Рівність усіх людей постає як визначальний політико-юридичний принцип, що реалізується в рівності громадянських прав і свобод; закладаються підвалини економічної «рівності можливостей», що передбачає еквівалентність обміну товарів та послуг.

І в XX ст., незважаючи на різноманітні кризові явища в житті сучасного людства, уявлення про людську рівність збагачується новими гранями, його практичне втілення стає більш різноманітним, гнучким і водночас послідовним. Разом з тим XX ст. продемонструвало й наявність певних «глухих кутів» у реальному втіленні ідеї людської рівності. Катастрофою закінчилася спроба запровадити зрівняльні засади безпосередньо щодо розподілу матеріальних благ між людьми – в більшості населення це просто вбило бажання працювати. Не дивно, що слово «зрівнялівка», за яким стояла стійка тенденція соціалістичного способу життя (точніше, його офіційного аспекту), стало врешті-решт викликати відразу. Даний конкретний приклад наочно демонструє важли-

вість якомога чіткішого визначення тієї межі, до якої засади людської рівності є морально виправданими й необхідними – і за якою вони втрачають сенс, стають гальмом на шляху подальшого розвитку. Саме у сфері розподілу матеріальних благ, як уже зазначалося, недостатність суто зрівняльних форм справедливості виявилася в нашому столітті з особливою гостротою. Разом з тим цілком відмовитися від них також неможливо, адже за ними – життєві потреби мільйонів людей.

Проблеми конкретного співвідношення зрівняльних і пропорційно-розподільчих засад соціальної справедливості в контексті сучасних ринкових відносин інтенсивно обговорюються, зокрема, в працях таких теоретиків, як Дж. Роулз («Теорія справедливості», 1971), Д. Белл («Культурні суперечності капіталізму», 1976) та ін. Підхід до цього кола питань Дж. Роулза визначається встановленням двох фундаментальних принципів справедливості: принципу рівної свободи, який утверджує рівноправність людей щодо їхніх базових свобод, і принципу відмінності, котрий зумовлює можливість нерівного розподілу благ його спрямованістю до найбільшої вигоди найменш забезпечених членів суспільства, тобто умовою максимуму.

Що ж до поглядів на справедливість Д. Белла, то він, перебуваючи на позиціях сучасного неоконсерватизму, вважає, що рівність можна справедливо встановлювати лише всередині певних соціальних груп; водночас будь-яка нерівність має відповідати тим умовам життя, соціальному оточенню, роду діяльності, що визначають місце індивіда в суспільстві. Зрештою, як зазначає Д. Белл, єдиним адекватним принципом соціальної справедливості може бути такий: кожному залежно від його особистого внеску й відповідно до повноважень та привілеїв, притаманних його сфері діяльності.

Дистрибутивна (розподільча) концепція справедливості виправдовує справедливість матеріального розподілу, якщо він відбувається за задалегідь визначеною схемою, функціонування якої гарантується державою і, яка в будь-якому випадку має приблизно однаковий вигляд: «від кожного згідно його здібностям (можливостям), кож-

ному згідно його потреб». Історична концепція визнає поділ справедливим, якщо придбання матеріальних благ здійснюється не за конкретною схемою, а внаслідок певної легітимної процедури. Ці два підходи, що існують в сучасній теорії, охарактеризував Н. С. Литвиненко в своїй праці «Проблема дистрибутивної справедливості в контексті сучасних теорій суспільного договору» та Т. А. Алексєєва в статті «Джон Роулз і його теорія справедливості».

Серед представників першого підходу, що міркують в межах ліберальної традиції, найяскравішою фігурою є американський філософ Джон Роулз (1921–2002), відомий своєю книгою «Теорія справедливості» (1971), в якій він, окрім інших, розглядає проблему справедливого матеріального розподілу, пропонуючи власну структурну схему у вигляді двох принципів справедливості. Не менш значною в цьому контексті є теорія Рональда Дворкіна (нар. 1931 р.), який, сприйнявши загальну мотивацію Роулза відносно його принципів, вважає, що інша, відмінна від Роулзової, дистрибутивна схема краще відповідатиме прийнятому лібералами ідеалу. Роберт Нозік (1938–2002), один з представників протилежної за поглядами лібертаріанської течії, на противагу Роулзу, вважає необхідним дослідити процес, внаслідок якого виникає розподіл, і знайти елементи, що зумовлюють його справедливість, у такий спосіб ставлячи під сумнів моральне право втручання будь-якої влади в процедуру розподілу матеріальних благ між членами суспільства.

Спробу захистити принцип індивідуальності особистості, виходячи з роулзівських засад про справедливість керованого державою матеріального розподілу, робить інший політичний філософ, якого, зважаючи на викладені ним міркування, неможливо віднести ані до прибічників Роулза, ані до його ідейних опонентів – представників лібертаріанської течії – Девід Готье (нар. 1932 р.). В книзі «Мораль за згодою» («Morals by Agreement», 1986) Готье намагається захистити концепцію, яка надає незалежний статус принципу індивідуальної особистості, збалансовано поєднаному з принципом соціального союзу. Метою Готье є надання необхідного обґрунтування праву викорис-

товувати особисті фізичні та розумові здібності задля власної користі за умови, що при цьому не буде завдано шкоди становищу інших.

Звичайно, викладеними думками сучасний рівень обговорення проблем соціально-економічної справедливості не обмежується. Однак перебіг цього обговорення уводить все далі від наївно-утопічних уявлень про комуністичний розподіл, що панували в нас у недавньому минулому. Разом з тим, парадоксальність категорії справедливості, її «крихкий» характер не зменшують її впливу на царину духовності людської спільноти. Але не маємо права забувати, що «...Коли хочуть зробити людей добрими й мудрими, толерантними й шляхетними, то неминуче приходять до бажання перебити їх усіх. Робесп'єр вірив у добродетель: він створив Терор. Марат вірив у справедливість: він вимагав двохсот тисяч голів» (Анатоль Франс).

Європейська філософська думка пройшла за певних часів шлях від зневажання бізнесу до його морального виправдання. Масова свідомість посттоталітарних суспільств повинна пройти тим самим шляхом, але за менший проміжок часу. Цей шлях є настільки тяжким, що навіть теоретична думка професіоналів досі залишається на рівні підтримки елементарних вигод і тимчасових, часткових рішень. Нині для того, щоб капіталістичне підприємство було морально схвалене суспільною свідомістю, має відбутися дещо подібне до подій початку століття. Релігійні, філософські, етичні пошуки і політико-економічне зрушення повинні гармонізувати відношення економіки та моралі. Їх узгодження є умовою життєздатності суспільства.

Разом з тим, тривалі соціально-економічні зміни в країні вимагають актуалізації суб'єктних властивостей особистості, а саме: ініціативності, самодисципліни, соціальної активності, самореалізації та саморегулювання [7, с.76]. Саме в діяльності, вчинковій активності, на думку М. М. Бахтіна, людина здатна усвідомлено щоденно співставляти власну поведінку з встановленими в суспільстві соціальними нормами. Саме в такому випадку зовнішнє переходить у внутрішнє, перетворюючись, таким чином,

в переконання людини та її розумний вибір [4, с.75].

В свою чергу, невирішені протиріччя розподілу починають проявляти себе вчинками вищого емоційного негативізму: жорстокістю, агресивністю, вандалізмом, сімейним насиллям. Люди, які викинуті суспільством за межі існування, прагнуть зруйнувати той спосіб життя, який вважають ситим і безтурботним незаслужено. Аномія проявляється не тільки в порушенні соціальних норм, але і в ескапізмі: особа прагне відійти від суспільних справ, відмовляється від соціально активної позиції, а своїм мовчанням демонструє незгоду з встановленими нормами. Розчарування внаслідок нереалізованих мрій, ідей та життєвих завдань людина переносить на своє найближче середовище, створюючи осередок байдужості і безнадії. Таким чином, несправедливий розподіл суспільних благ знижує якість людського капіталу, посилює кризові явища в суспільстві.

В пошуках позитивного вирішення цієї складної проблеми науковці пропонують оригінальні шляхи. Так, В. М. Геець і А. А. Гриценко вказують, що таким інструментом може стати «новий прагматизм», головним принципом якого є «краща здатність формування капіталу при менш нерівномірному розподілі доходів» [5, с.6].

Досить відомий шлях подолання не рівності розподілу, а, скоріше зниження соціальної напруги у зв'язку з ним пропонують деякі західні науковці, а саме – безумовний основний дохід, який повинен виплачуватися громадянам для покриття найелементарніших потреб. Але ми бачимо в українському суспільстві наслідки такої економічної стратегії: люди хочуть бути вільними, без приниження гідності працювати і отримувати зароблене. Тому аморальність та бездуховність в «битвах олігархів» приводить не тільки до втрати надії на дистрибутивну справедливість, але і втрату надії на майбутнє та інклюзію в середовище цивілізаційного світу.

В. Мандибура і Н. Томчук-Пономаренко вважають, що в Україні «абсолютно розтоптані принципи справедливості цивілізованого капіталістичного суспільства», а замість них домінують кардинально протилежні тенденції, а саме: багаті мають право

необмежено збагачуватись, коли більшість суспільства живе в умовах стійкого зубожіння; зберігається така система розподілу, в умовах якої бути бідним дуже дорого, а надбагатим – дешево [11, с.72]. Дослідники вважають, що перш за все причиною такого стану є низька особиста культура найбагатшого та «морально-убогого» прошарку населення, яке живе за рахунок нетрудових, кримінальних, паразитарних та нееквівалентних до затрат праці отриманих доходів.

Висновки. У ході дослідження автори прийшли до наступних висновків:

1. Феномен дистрибутивної справедливості трактується дослідниками неоднозначно. Разом з тим, існує думка, що це складне, системне явище, обумовлене політичними, правовими, економічними і морально-етичними факторами.

2. Якщо правові та економічні наслідки соціальної нерівності розподілу благ підлягають конкретно визначеному формату, то етично-моральні і духовні наслідки порушень дистрибутивної справедливості мають невизначений або складний для визначення характер. Це пов'язано з тим, що традиційні явища духовного мають глибше укорінення в суспільстві і проявляються в довгостроковій перспективі.

3. У розвитку суспільства його морально-етичні основи мають визначальне значення. Це стосується всіх процесів і явищ, в тому числі і розподілу суспільного багатства і суспільних благ. Але в умовах порушення норм моралі в справах державності, управління, розподілу і праці особистість самостійно починає шукати шляхи виходу для себе. Прагнення до збереження свободи вибору, гідності і реалізації життєвих завдань та мрій людини, не враховуються в політиці глобалізованого розвитку. Індивідуалізм, який розглядають як здатність і можливість людини самостійно та вільно встановлювати не тільки мету і пріоритети своєї діяльності; обирати для цього відповідні засоби і діяти в межах, встановлених державою (суспільством) правил і, залежно від цього, претендувати на частку в розподілі. Тому особистість прагне реалізувати свою життєву програму в тому середовищі, в тій державі, яка, з позиції індивідуума найбільш справедлива до своїх громадян. У подальших студіях

плануємо детальніше проаналізувати акцентовані питання.

Література

1. Аристотель. Никомахова етика/ Аристотель// Сочинения: в 4-х т. Т.4. – М. : Мысль, 1983. – 830 с.
2. Алексеева Т. А. Джон Роулз и его теория справедливости / Т. А. Алексеева // Вопросы философии. – 1994. – №10. – С. 112–118.
3. Артьомова Т. І. Європейські цінності: інтелектуальний простір цивілізаційного діалогу / Т. І. Артьомова // Економічна теорія. – 2018. – №3. – С. 5–28.
4. Бахтін М. М. До філософії вчинку / М. М. Бахтін // Психологія і суспільство. – 2019. – №1. – С. 5–34.
5. Гесць В. М. «Новий прагматизм» як інструмент інклюзивної глобалізації/ В. М. Гесць, А. А. Грищенко // Економіка України. – 2019. – №1. – С. 3–15.
6. Грищенко А. А. Соціальна справедливість як складова архітектури безпечного економічного розвитку/ А. А. Грищенко // Український соціум. – 2017. – №4. – С. 9–21.
7. Липка А. А. Відповідальність особистості в контекстах життєвого шляху і соціального повсякдення: психологічний аспект / А. А. Липка // Психологія і суспільство. – 2019. – №1. – С. 74–82.
8. Литвиненко Н. С. Проблема дистрибутивної справедливості в контексті сучасних теорій суспільного договору / Н. С. Литвиненко // Актуальні проблеми духовності. – Кривий Ріг, 2006. – С. 87–103.
9. Локк Дж. Два трактата о правлении. – Соч. в 3т. / Пер. с англ.. – Т.3 / Ред. и сост. Субботин А. А. – М. : Мысль, 1988. – 414 с.
10. Мандибур В. Шляхи забезпечення соціально-економічної справедливості оподаткування доходів населення / В. Мандибур, Н. Томчук-Пономаренко // Економічна теорія. – 2018. – №3. – С. 59–82.
11. Мандибур В. Політекономія відчуження та експлуатації праці: ретроспекція підходів та проблеми сучасності / В. О. Мандибур // Економічна теорія. – 2019. – №3. – С. 5–28.
12. Яременко О. Противоречивое единство экономической эффективности и социальной справедливости как фактор функционирования и эволюции экономических систем / О. Н. Яременко // Экономическая теория. – 2016. – №4. – С. 19–32.

References

1. Arystotel. (1983). Nykomakhova étyka. Moskva: Mysl.
2. Alekseeva, T. (1994). Dzhon Roulz i ego teoriya spravedlivosty. Voprosy fylosofii, (10), 112–118.
3. Artiymova, T. (2018). Yevropeyski tsinnosti: intelektualnyy prostir tsyvilizatsynoho dialohu. Ekonomichna teoriia, (3), 5-28. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2018_3_3. DOI: <https://doi.org/10.15407/ecte2018.03.005>

4. Bakhtin, M. (2019). Do filosofiyi vchynku. *Psykhoholohiya I suspilstvo*, (1), 5-34. Retrieved from DOI: 10.2307/2501761/
5. Heyets, V., & Hryshchenko, A.A. (2019). «Novyy prahmatyzm» yak instrument inkluzyvnoyi hlobalizatsiyi. *Ekonomika Ukrayiny*, (1), 3-15.
6. Hrytsenko, A. (2017). Sotsialna spravedlyvist yak skladova arkhitektoniky bezpechnoho ekonomichnoho rozvytku. *Ukrainskyy sotsium*, (4), 9-21. Retrieved from DOI: 10.15407/socium2017.04.009
7. Lypka, A. (2019). Vidpovidalnist osobystosti v kontekstakh zhyttyevoho shlyakhu i sotsialnoho povsyakdennya: psykholohichnyy aspekt. *Psykhoholohiya I suspilstvo*, (1), 74-82. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis_2019_1_8. DOI:10.35774/pis2019.01.074
8. Lytvynenko, N. (2006). Problema dystributyvnoyi spravedlyvosti v konteksti suchasnykh teoriy suspil'noho dohovoru. *Aktualni problemy dukhovnosti*, 87-103. Kryvyi Rih.
9. Lokk, Dzh. (1998). Dva traktata o pravlenii. Moskva: Mysl.
10. Mandybura, V., & Tomchuk-Ponomarenko, N. (2018). Shlyakhy zabezpechennya sotsial'no-ekonomichnoyi spravedly-vosti opodatkuvannya dokhodiv naselennya. *Ekonomichna teoriya*, (3), 59-82. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2018_3_6. DOI: <https://doi.org/10.15407/et2018.03.059>
11. Mandybura, V. (2019). Politekonomiya vidchuzhennya ta ekspluatatsiyi pratsi: retrospektsiya pidkhodiv ta problemy suchasnosti. *Ekonomichna teoriya*, (3), 5-28. Retrieved from http://libtomcat.knute.edu.ua/library/DocDescription?doc_id=254895 DOI: <https://doi.org/10.15407/et2019.03.005>
12. Yaremenko, O. (2016). Protyvorechyevoe edynstvo ekonomicheskoy efektyvnosti i sotsialnoy spravedlivosti kak faktor funktsionirovaniya y evolyutsyy ekonomicheskikh system. *Ekonomichna teoriya*, (4), 19-32.

ПРОБЛЕМА МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОЙ ДЕТЕРМИНАНТЫ ДИСТРИБУТИВНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

*Н. И. Дьяченко, к. и. н., доцент, Донецкий национальный технический университет,
г. Покровск, Т. М. Черкавская, к. э. н., НТУ «Днепропетровская политехника»*

Методология исследования. Применение метода анализа дало возможность проанализировать морально-этические детерминанты распределительной справедливости, ожидаемые социально-экономические последствия и влияние такой обусловленности. Выявлено, что дистрибутивная справедливость отражает уровень организации и стабильности общества, имеет системный характер и зависит от многих факторов. Принцип историзма, использованный при анализе проблемы, предоставил возможность проследить эволюцию феномена дистрибутивной справедливости в пределах морально-этических концепций.

Результаты. Установлено, что влияние распределительной справедливости на состояние и духовное развитие общества повышается и усложняется с развитием производства. Показано, что детерминанты нарушения относительно системы распределения приводят к проявлениям аномии (отсутствию приоритета закона), агрессии и деструкции в обществе. Выявлено, что распределительная справедливость как социально-культурное и социально-экономическое явление является закономерностью в условиях капиталистической экономики, порождает рост неравенства – как в системе распределения общественных благ, так и в других сферах социальной жизни. Такое положение воспринимается положительно при условии усиления институционально-правовых инструментов и нормативно-правового равенства.

Новизна. Связана поведенческая активность и инициативность личности с воздействиями духовного и идеологического характера и традициями, которые имеют постоянное укоренение в обществе и проявляют себя в долгосрочной перспективе. В условиях усиления давления на базовые духовные потребности личности усиливается индивидуализм в различных формах – от эгоизма к эскапизму.

Практическое значение. Выявлено, что положительная жизненная программа личности во многом зависит от существующей в обществе системы распределения общественных благ. Самой большой потерей в результате нарушений распределительной справедливости в Украине является аномия и потеря доверия к институтам власти. В статье даны рекомендации по социально-культурным и социально-экономическим изменениям в обществе: повышению качества формирования гражданского общества, формированию идеологических платформ экономических преобразований, сокращению разрыва между стратами обще-

ства по уровню доступа к распределению материальных и духовных благ, усилению внимания общественных институтов к морально-этической составляющей их деятельности.

Ключевые слова: дистрибутивная справедливость, детерминанта, поведенческая активность, аномия, эскапизм, жизненный выбор, общественные потребности, морально-этические нормы.

PROBLEM OF MORAL-ETHICAL DETERMINANTS OF DISTRIBUTIVE JUSTICE: SOCIO-ECONOMIC CONSEQUENCES

N. I. Diachenko, Ph. D (History), Associate Professor, Donetsk National Technical University, Pokrovsk

T. M. Cherkavska, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The analysis method made it possible to analyze the moral and ethical determinants of distributive justice, as well as the expected socio-economic consequences and the impact of such conditioning. It was revealed that distributive justice reflects the level of organization and stability of society, has a systemic nature and depends on many factors. The principle of historicism, used in the analysis of the problem, provided an opportunity to trace the evolution of the phenomenon of distributive justice within the framework of moral and ethical concepts.

Results. It has been established that the influence of distributive justice on the state and spiritual development of society increases and becomes more complicated with the development of production. Theoretical studios of modern researchers, both foreign and Ukrainian, show that, from the standpoint of the moral and ethical determinants, violations of the distribution system lead to manifestations of anomie (lack of priority of the law), aggression, and destruction in society. It is revealed that distributive justice as a socio-cultural and socio-economic phenomenon is natural in a capitalist economy, as is the growth of inequality - both in the distribution system of public goods and in other areas of social life. This situation is perceived positively provided that institutional and legal instruments and regulatory equality are strengthened.

Novelty. The analysis provided an opportunity to connect the behavioral activity and initiative of a person with influences of spiritual and ideological nature and traditions that are constantly rooted in society and manifest themselves in the long term. In conditions of increasing pressure on the basic spiritual needs of the individual, individualism in various forms intensifies - from selfishness to escapism.

Practical value. It is revealed that the positive life program of an individual largely depends on the existing system of distribution of public goods in society. The biggest loss as a result of violations of distributive justice in Ukraine is an anomie and a loss of confidence in government institutions. The article provides recommendations on socio-cultural and socio-economic changes in society: improving the quality of the formation of civil society, forming ideological platforms for economic transformation, narrowing the gap between the strata of society in terms of access to the distribution of material and spiritual goods, and increasing the attention of public institutions to moral ethical component of their activities.

Keywords: distributive justice, determinant, behavioral activity, anomie, escapism, life choice, social needs, moral and ethical standards.

Надійшла до редакції 31.01.20 р.

INSTITUTIONAL LEVERS FOR FINANCING SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES AS A COMPONENT OF DEVELOPMENT OF DEPRESSED REGIONS

*L. V. Tymoshenko, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
timoshenkolv@ukr.net, orcid.org /0000-0003-4869-8244*

*O. V. Krylova, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
krulo-ov@i.ua, orcid.org /0000-0002-4210-5068*

Methods. The results were obtained through the application of the following methods: critical analysis – when establishing barriers that impede the effective state support of small and medium-sized businesses at the regional level; scientific abstraction – in determining the advantages of small and medium-sized enterprises in comparison with large business in forming the socio-economic basis for the development of a region (territory, city); generalization – in establishing institutional levers to overcome the territory's depressiveness.

Results. It was diagnosed that the vast majority of business entities in the business sector in Ukraine are small and medium-sized enterprises, which is consistent with global trends. However, the effectiveness of their functioning indicates the presence of obstacles to the use of advantages and potential opportunities. It is shown that financial government support for small and medium-sized businesses is based on legislation and is carried out in direct and indirect forms. The implementation of the state regional policy to stimulate the development of regions and to overcome the territory's depressiveness is determined by a set of legislative acts and state programs. The scientific approaches to the definition of depressed territories and the formation of their varieties are analyzed, the basic principles on which state support for these regions should be based are identified.

Novelty. It is established that the institutional levers and tools to overcome the territory's depressiveness should take into account the regional (local) aspect of the opportunities for realizing the entrepreneurial potential of small and medium-sized businesses, subject to their financial support.

Practical value. The guidelines for the formation of a program for overcoming the city's depression, subject to the interaction of government, business and society, which will allow achieving the goal of developing small and medium-sized businesses, provide comfortable and safe conditions for the population, the formation of a city of social responsibility and social innovation.

Keywords: small and medium business, financial development, institutional support, regional level, depressed territories.

Introduction. Under current conditions, an essential element of a market system and competitive economy involves small and medium-sized businesses (SMBs), without which neither regional economy, in particular, nor the national economy, in general, can function or develop. Therefore, small and medium-sized entrepreneurship is one of the techniques for balancing certain territories, overcoming their depression through creating additional employment, reducing unemployment, saturating the regional market with goods and services, catalyzing economic innovations and develop-

ing competition. Ensuring harmonious conditions for the development of business environment involves the formation of an institutional basis, creation and development of an efficient system of the state financial support.

Analysis of the recent research and publications. Flexibility and adaptability to changing external conditions, innovative approach to economy management, willingness to take reasonable risk, commitment to achieving economic and social results of small and medium-sized businesses in today's real life are the key to overcoming crisis phenomena, forming

and developing competitive advantages of the region's.

Small and medium-sized entrepreneurship experiences certain difficulties on its way of efficient development. Studying old industrial regions, V. V. Dotofiienko and V. V. Loskutova [1] focus on one of the obstacles, namely, on underdevelopment of the institutional environment, which can be explained by a high level of corruption and administrative barriers, an insufficient legal and regulatory framework, underdeveloped infrastructure and many other reasons.

O. V. Yakusheva [2] has developed the directions of support of small and medium-sized businesses in the conditions of transformational changes at the regional level, as well as defined the role and place of business incubation within SMB development.

According to L. Ye. Simkiv and S. A. Pobihun [3], formation of the basic directions of enhancing the efficiency of small business functioning at the regional level should be based on taking into account the interests of the territorial community, regional and local self-government bodies, business structures, i.e. all economic entities located within the region.

Thus, scientists focus on the significant role of small and medium-sized entrepreneurship when overcoming imbalances and ensuring the development of individual regions, which requires a systematic and purposeful state policy, aimed at stimulating financial institutions to invest in small and medium-sized businesses.

Purpose of the article. The purpose of the work is to define the theoretical and methodological foundations of forming the institutional levers of financial support for small and medium-sized enterprises for the development of territories which have acquired signs of depression.

Presentation of the main research. The place and role of small and medium-sized entrepreneurship are determined by the quantitative indicators of its activity in Ukraine. The vast majority of Ukrainian companies in the business sector are small and medium-sized enterprises, which is similar to most countries in the world. According to statistics in 2018, the total number of enterprises made 355,952 units. Only 0.1% (446 units) involves large enterprises, 4.5% (16,124 units) – middle-sized ones, while the rest, i.e. the vast majority, 95.4% (339,382 units) – small ones (among them micro-enterprises make 292,783 units or 82.3%).

Fig. 1 shows the dynamics of the number of medium-sized and small enterprises over the period of 2010–2018. There is a general downward trend in the number of medium-sized business entities (from 20,983 to 16,124 units). The dynamics of the number of small business is characterized by growth in 2013 (373,809 units) followed by a decrease to the minimum value in 2016 (291,154 units) and a further increase in 2018 (339,382 units).

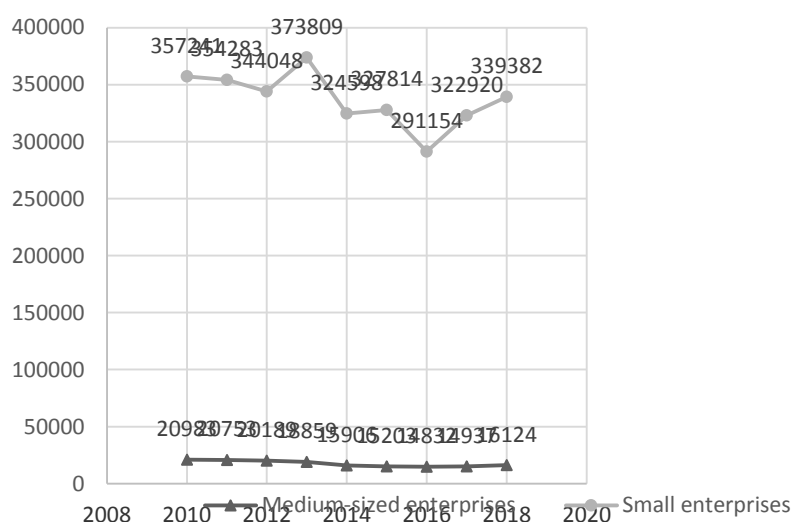


Fig. 1. Dynamics of the number of medium and small enterprises in 2010–2018

The general downward trend is characteristic of the dynamics of the number of employed workers at the medium-sized and small enterprises during 2010–2018 (Fig. 2). All in all, over the period under study the number of

sole proprietors (SPs) of small business decreased (from 2,794 to 2,532.7 thousand people), while the number for medium-sized business, on the contrary, increased (from 20.5 to 40.3 thousand people) (Fig. 3).

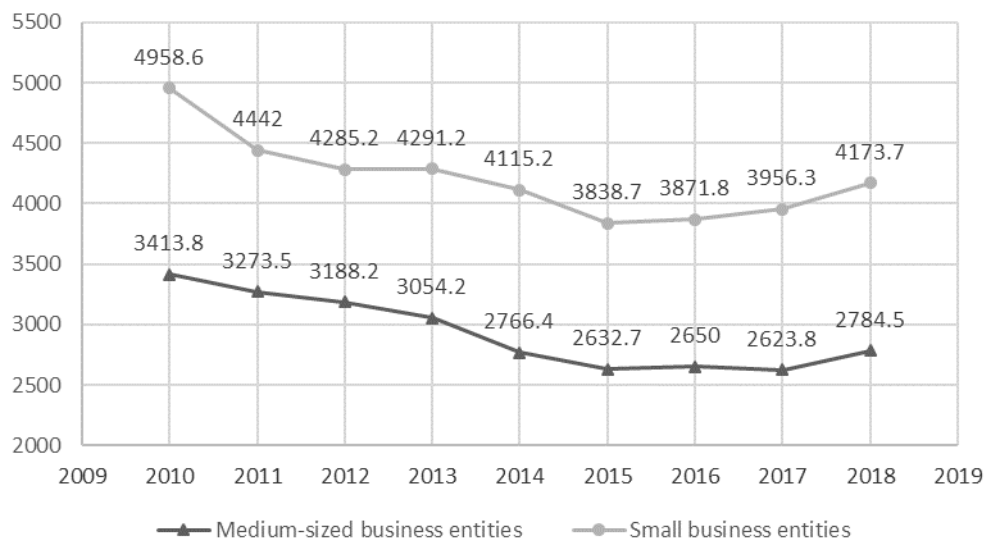


Fig. 2. Business employment dynamics for medium-sized and small business entities in 2010–2018

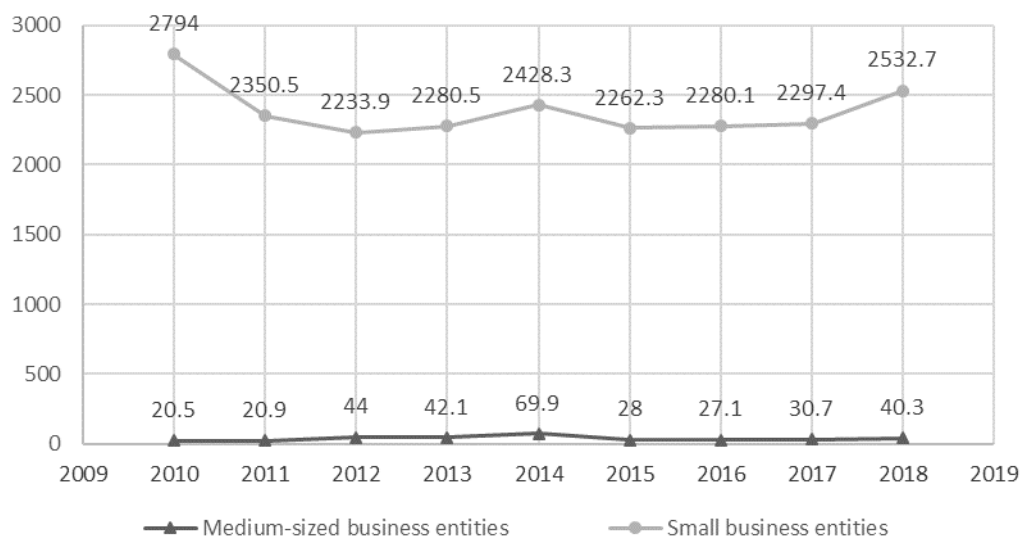


Fig. 3. Dynamics of the number of sole proprietors (SPs) of medium and small businesses in 2010–2018, thousand people

The analysis of the dynamics of financial results before taxation of medium-sized and small enterprises in Ukraine (Fig. 4) allowed establishing the following: the negative value of small businesses' financial results is observed throughout 2010–2017, that of medium-sized businesses – during 2014–2015; the worst financial results of both small and medium-

sized business organisations' management is recorded in 2014 (–199,180.3 and –175,262.4 million, UAH, respectively). In 2018, a positive financial result is obtained both by medium (151,479 million, UAH), and small enterprises (46,726.2 million, UAH).

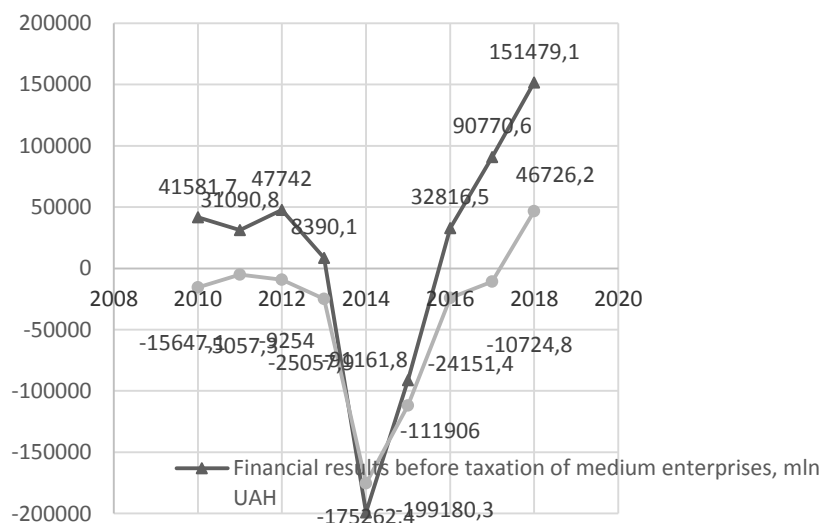


Fig. 4. Dynamics of financial results before taxation of medium and small enterprises in Ukraine

Small and medium-sized businesses were the first to fill a niche of economic activity, focused on regional and local needs as much as possible. In developed countries, sustainable development of the region as well as high quality of life are achieved through establishing a system that is maximally oriented to the efficient use of available regional resources [4].

Therefore, in the context of the decentralization of the Ukrainian economy, it is necessary to consider the peculiarities and role of SMBs in development of the territories. Compared to big business, the SMBs have certain advantages (Tab. 1), which forms the socio-economic basis for the development of the region (territory, city) and provides for improving the living standards the population.

Table 1

Advantages of SMBs compared to the big business (regional aspect)

Advantages	Importance for the region
The SMB operation does not require significant investment, and capital investments are characterized by rapid time to value	Simplified setting up of a business, filling of a business segment in the region
The SMB is characterised by the capacity for dynamic and prompt development, the necessary mobility in the market, commitment to innovation, prompt response to consumer needs	Generating new ideas, implementing them in the regional market, taking into account the needs of a small number of their customers
Openness of access and ease of entry into SMBs increases the possibility to engage professionals who are willing to take risks and work for a small salary	Increasing the independence and confidence of the entrepreneur to generation of new ideas, reducing the cost of creating jobs
SMBs significantly increase market competition and encourage entrepreneurs to operate more efficiently and to higher standards	SMBs are better at providing local markets with goods and services, while big business is slowly developing a market in each region
SMBs employ workers fired during restructuring of large enterprises, create opportunities for the formation of the middle class, whose existence weakens the tendency of social differentiation specific for a market economy	SMBs solve employment problems in the region through job creation.
SMBs have high mobility in resource utilization, short duration of reformatting their activities	SMBs increase the level of competitiveness of regions
Focusing on providing services in education, healthcare, culture, and others accelerates active extension of standards of socialization of the economy	SMBs solve a considerable number of social problems and those of the social facilities in regional economic complexes.
SMBs are interested in the economic development of their territory	SMBs are a significant source of replenishing the local and regional budgets

Based on [5]

However, despite the advantages of SMBs, possible risks and disadvantages did not allow this segment of the economy to have an effective influence on the economic and socio-political development of the country. Among other reasons of this situation, V. V. Mitsa [6] indicates lack of well-balanced state policy on financing or financial and economic stimulation of successful business projects, promotion of facilitating stimulating lending system, imperfection of the tax mechanism, the low level of promotion of small business at the level of regions and cities by the authorities. Therefore, stable functioning of small business is influenced by negative factors that hinder its development.

The research conducted [7] proves that the factors which negatively affect small business development in Ukraine include:

- very small demand for products (59% of the 1,800 respondents interviewed),
- unstable political situation (44%);
- high taxes (35%);
- complex tax administration system (27%);
- inflation and frequent changes in legislation (26%),
- high regulatory pressure and corruption (23%);
- war in the East of Ukraine (20%);
- low credit availability (19%).

At the same time, attention is drawn to the fact that lack of financing for business development has proved relevant for 44% of small and medium-sized enterprises in Ukraine, 33% of medium-sized businesses and 36% of small ones suffer from the lack of working capital. It was also found that a large number of small businesses in Ukraine have a low level of innovation potential. Therefore, the use of entrepreneurial potential of SMBs to deal with problems of depressed territories requires state support.

The study [8] compared the characteristics of SMB support systems in different countries of the world and in Ukraine, and noted that small business support in the USA is the most developed and integrated. This is related to many years' experience in establishing an SMB support system at the state level.

Having studied the foreign experience of development of business structures, T. V. Honcharuk [9] notes that at the state level, financial assistance is provided through significant tax concession in the initial operating years, loans on preferential terms to business entities focused on innovation, environmental protection and ecological projects operating in backward regions, enterprises of high social significance. Therefore, there is a positive foreign experience of government support for SMBs in financing and tax policy.

In Ukraine, financial support to small and medium-sized enterprises is based and provided on the legislative framework in direct and indirect forms (Tab. 2).

The law on «On Stimulating the Development of Regions» [12] defines the legal, economic and organisational frameworks for the implementation of the state regional policy for stimulating the development of regions and overcoming the depressiveness of territories.

State stimulation of regional development is performed in accordance with the basics of state regional policy, laws on the State Budget of Ukraine, national programs, other laws and acts of the legislation of Ukraine, as well as programs of economic and social development.

The law [12] defines measures to stimulate the development of depressed territories:

- target allocation of state capital investments in the development of industrial, communication and social infrastructures;
- provision of state support, including financial assistance, to small businesses, support for the formation of business development infrastructure such as business centres, business incubators, innovation and consulting centres, venture funds and others;
- aiming international technical assistance to address urgent socio-economic and environmental problems, as well as to implement other major activities;
- promoting public employment, providing targeted funding for retraining and professional development programs, promoting labour migration, improving the social sphere, including housing, health and the environment;
- providing other state support to these territories.

State financial support for small and medium-sized enterprises

Legislative framework	State financial support	
	direct	indirect
The Law of Ukraine on “Development of state financial support for small and medium-sized enterprises in Ukraine” defines the main directions of state policy and types of financial state support	– introduction of government loan schemes; – granting of guarantees for obtaining loans; – partial compensation of interest rates on loans; – partial compensation for leasing, factoring and guarantee payments; – provision of guarantees and guarantee bonds for loans to SMBs; – granting of loans for starting and running your own business; – granting loans for the acquisition and introduction of new technologies; – compensation for development costs of cooperation between SMBs and large enterprises.	– improvement and simplification of tax treatment procedures; – introduction of a simplified system of taxation, financial accounting and reporting; – involvement in the implementation of scientific, technical and socio-economic programs, the supply of products for national and regional needs; – financial support for the implementation of energy efficient and environmentally friendly technologies
The Law of Ukraine on “Government assistance to Business Entities” establishes forms of state aid implementation	– provision of subsidies, grants, and awards; – provision of tax benefits, deferral or instalment plans for loans, dues and fees or other mandatory payments; – provision of guarantees, loans on preferential terms, servicing of credits at preferential tariffs; – an increase in the state’s share in the authorized capital of business entities or an increase in the value of the state’s share on conditions unacceptable to private investors	– charge-off of debts, including those for public services, charge-off of penal sanctions, compensation for losses to business entities; – reduction of financial liabilities of business entities to compulsory state social insurance funds; – provision of goods or services at below-market prices or acquisition of goods or services at above-market prices; – sale of state-owned property at below-market prices

Based on [10, 11]

The Law «On the Principles of State Regional Policy» [13] provides for distinguishing territories, which require additional stimulation when planning the development of regions which include these territories. V. S. Kolomiychuk [14] was one of the first to study the issue of depressed territories, determining the mechanism of formation, criteria, depth of depression, and others. Ya. V. Shevchuk [15] substantiated the concept of «depressed territorial-social system», which is interpreted as such a territorial system of one or another hierarchical level, in which trends of socio-economic development have dramatically changed within a relatively short period of time – from upstream to downward, from prosperity to decline.

S. I. Plotnytska [16] distinguishes the following types of depressed territories: rural settlements, administrative districts, urbanized territories, districts and regions; and emphasizes

that the most probable differentiating feature of underdeveloped and depressed territories is the time-frame of the formation and spreading of depression. The characteristic features of depressed territories include: acquired depressiveness over a fixed period of time, intense dynamics of growth, large scale, depth of negative phenomena and lack of resource prospects.

A. Tkachuk [17] emphasizes the identification of several types of territories with special needs for development:

1. Territories, which have geographical limitations (such as highlands).

2. Territories where, due to the changing economic situation, the dominant industry has declined (mainly mining villages).

3. Rural areas with low population density (an area which is not inhabited by people, it is essentially hardly controlled by the state and becomes risk-generating). In European coun-

tries and the USA, they are called territories that have lost the ability self-reproduce and it is almost impossible to stop this trend downwards without the intervention of the state.

4. Frontier regions adjacent to a border with restricted traffic or special regime.

Depending on the type of special needs area, according to the author [17], the toolkit should be quite different. The state can create the infrastructure, but the state cannot create a business where people will work. Therefore, the state can offer businesses some compensation for this: insurance or tax cuts. In this case, a business risks and performs economic activities, arranging the population on the territory.

N. V. Mozhaykina [18] suggests the following generalized definition of depressed territories of the country: these are regions characterized by low socio-economic development indicators, their negative dynamics, imperfect economic structure, low investment activity and the standard of living of the population, which are unable to provide self-reproduction. There are old industrial, agrarian-industrial and producing (central) depressed regions. Distinguishing of depressed regions is an important part of the regional policy, in the development, implementation, organizational and legal support of which the leading role belongs to the state.

To achieve efficiency and to overcome the depression of the territory, the state support of depressed regions should be based on the principles of state policy selectivity, validity of the choice of objects, targeting, localization, legitimacy and mandatory control of state aid; moreover, it should be implemented in relation to the system of plans of social and economic development of the region.

As for the development of the old industrial regions, V. V. Dorofiienko and V. V. Loskutova [1] point to implementing institutional changes to facilitate the development of small and medium-sized enterprises. These changes should include development of the infrastructure to support new businesses; creation of business incubators and industrial parks; simplification of buying and renting property for small businesses; expansion of the micro-credit system; reduction in the number of supervising and surveillance activities by law-enforcement authorities.

An important element of the nation-wide development in the medium term, in particular small and medium-sized businesses, is encouraging the development of depressed territories, which can be implemented in the following actions: state capital investments in the production, communication and social infrastructure of depressed territories, formation of new infrastructure objects, international technical assistance to solve problems of depressed areas [19].

The only town in Ukraine which is recognized to be depressed and which can receive the state support is Tokmak (Zaporizhzhia Region). According to the results of monitoring of socio-economic indicators of development of the corresponding territories in 2016, it was found, that the socio-economic indicators of the development of the regional town of Tokmak of Zaporizhzhia Region meet the criteria of depression. The results of the monitoring show that the economic and social sphere of the town has been in a very depressed state over the last ten years, and further socio-economic development of Tokmak requires state support. Tokmak's depressed state is the result of the destruction of the large town-forming enterprise "Pivdendizelmash" [20]. Tokmak has the official standing of a depressed territory, which they were given in accordance with the Resolution of the Cabinet of Ministers from 27.09.2017 until 2021. This means that Tokmak's unemployment rate is higher than the national average.

The analysis of the local economic structure revealed that more than 66% of Tokmak's natural and legal persons are inactive [21]. 2,291 business entities are considered, of which 606 are legal entities (representing 26.5% of the total number of payers) and 1,685 are registered as natural persons – entrepreneurs (accounting for 73.5% of the total number of payers). The largest number of enterprises in the city involves enterprises with the number of employees from 2 to 50 persons – 321 units with the total number of employees making 1,967 people. Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles (24%), construction (12%) and industry (12%) take the largest share in terms of economic activities among individuals and legal entities [21]. Therefore, the current situation for small and medium-sized businesses in the town is characterized by a decline,

which contributes to the worsening of economic problems and increasing social destabilization.

The availability of financial resources and access to finance is nearly always a serious problem for new and small businesses. It is difficult to meet this demand at the local level; however, certain local actions to attract existing sources of funding can prove successful. The necessary information should include three main groups: representatives of the private sector (potential and actual businessmen); operating financial institutions and donor organizations; national sectoral ministries.

After discussing the town community's vision of Tokmak positioning, priority actions were identified [21]:

- attraction of foreign and domestic investments for creation and modernization of new and existing enterprises, as well as for the arrangement of public spaces, improvement of the state of social infrastructure and technical support of educational institutions, culture, health care;
- ensuring the socio-economic development of the territory on the basis of improving the mechanism of public-private partnership;
- participation in international projects and initiatives regarding energy conservation, energy efficiency and social cohesion;

– development of the infrastructure of residential districts of the town, provision of conditions for their residents' comfortable living, development of non-formal education, carrying out additional entertaining activities for youth and residents of the community.

The SWOT-analysis conducted allowed identifying potential options for solving the distinguished problems [21]:

- introducing educational programmes on setting up and pursuing their own business;
- facilitating access of start-ups to funding through international development programmes;
- conducting a public information campaign on occupational guidance of the youth;
- conducting communication activities with higher educational establishments in terms of job placement of graduates to get their first jobs in Tokmak;
- stimulating demand for labour resources – development of a more efficient model of training specialists who the town requires;
- forming a positive investment image;
- stimulating attraction of international technical support and grant resources to the territory. The primary goals and measures have been developed to overcome the depressiveness of Tokmak in Zaporizhzhia Region (Table 3).

Table 3

The system of goals and measures for overcoming depressiveness in Tokmak

Primary goals of future development		
Tokmak as an entrepreneur town	Tokmak as a comfortable and safe town	Tokmak as a responsible town
within the framework of pursuing the goals, it is planned		
to enhance the development of dialogue and trust between the business and government; to ensure the ease of doing small and medium-sized businesses in the town; to continue to form the space of investment partnerships and to establish development of economic growth points	to implement mechanisms of smart city governance; to develop Tokmak as a town of affordable quality services, as well as a town for youth, contemporary culture, art and sports	to develop Tokmak as a town of energy efficiency and independence and as an eco-friendly place, and to enhance the development of Tokmak as a town of social responsibility and social innovation

The Ministry of Communities and Territories of Ukraine has been designated as the state customer of the Target Program for Overcoming Depressiveness of Tokmak for 2018–2022, and its financing will be provided at the expense of both state and local budgets [22]. The volume of transfers per a Tokmak resident

from the state budget is almost twice as high on average compared to cities in the oblast subordination. Regional budget grants are by 13.5 times larger than other local budgets. Currently, funds have already been allocated to support Tokmak's medicine. Moreover, the town is receiving about UAH 30 million from the envi-

ronmental fund. Upon the town had received the official standing of the depressed territory, the mass media developed a clear association that the town of Tokmak is depressed. It should be emphasized, that in the short term this status forms a negative image of the town. Provided, that all necessary measures are taken within the framework of achieving the set goals, a positive effect is generated. Therefore, in the medium term perspective, obtaining the predicted results will help to rebrand the town, which will allow us to share the experience of overcoming depressiveness with other territorial communities.

Conclusions. In Ukraine, the majority of business entities in the entrepreneurial sector are represented by small and medium-sized enterprises, which corresponds to the global indicators; however, the conditions and effectiveness of their operation shows that there are unsolved problems. In the current context, administrative, legal and financial barriers hinder efficient state support for SMBs at the regional level, which is especially true in the context of the decentralization of the Ukrainian economy. Compared to big businesses, SMB functioning features certain advantages, which forms the socio-economic basis for the development of the region (territories, cities and towns) and provides for raising the living standards of the population. In Ukraine, financial support to SMBs is based on the legislative framework and is implemented in direct and indirect forms. Legislative acts define the legal, economic and organizational principles of the implementation of the state regional policy regarding the stimulation of the regional development and overcoming of the depressiveness of territories.

The analysis of scientific approaches to defining the features of depressed territories and distinguishing their varieties allowed determining the principles on which state support of depressed regions should be based: selectivity of state policy, validity of choosing objects, targeting, localization, legitimacy and obligatory accountability of the state support and its interconnection with the system of plans of socio-economic development of the region. It is established that the tools and institutional levers to overcome the depression of the territory should take into account the regional and local aspects, especially opportunities for entrepreneurial potential of SMBs.

In Ukraine, the town of Tokmak is recognized as the only town, which is depressed according to the established criteria and can receive the government support. As a result of the analysis of the local economic structure, it was revealed that over 66% of natural and legal persons are inactive. The current situation of small and medium-sized entrepreneurship in the town features a decline, which contributes to worsening economic problems and increasing social destabilization. Local authorities and members of the public have organized measures regarding the positioning of the city and determination of priority actions to overcome signs of depression. The conducted SWOT-analysis allowed identifying potential options for solving the problems stated and formulating the main goals and measures for overcoming depression based on the state financial support. Formation of institutional basis and creation of an efficient system of state financial support will allow providing conditions for implementation of entrepreneurial potential of SMBs for overcoming crisis phenomena, revitalizing the economy of the territory which has acquired signs of depression over the established period of time.

Література

1. Дорофієнко В. В. Напрями перетворення інституційного середовища у старопромислових регіонах на шляху підвищення їх конкурентоспроможності / В. В. Дорофієнко, В. В. Лоскутова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 2(2). – С. 134–137. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2\(2\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2(2)_28)
2. Забезпечення підтримки та бізнес-інкубування малого та середнього бізнесу в регіонах України в умовах трансформаційних перетворень / О. В. Якушева, В. С. Білозубенко. – В кн.: Трансформаційні перетворення регіональної економіки: [монографія] / За загальною редакцією Назаренка С. А. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 290 с. – С. 202–214.
3. Сімків Л. Є. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання / Л. Є. Сімків, С. А. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/433-simkiv-l-e-pobigun-s-a-tendentsiji-rozvitku-malogo-pidpriemnitstva-v-ukrajini-v-umovakh-disproportsijnosti-ekonomichnogo-zrostantnya>
4. Мареніченко В. В. Державне регулювання малого та середнього бізнесу у формуванні якісного регіонального розвитку / В. В. Мареніченко // Суспільно-політичний та соціокультурний розвиток

південного регіону України: історичні традиції і сучасні тенденції : зб. статей для проведення I Всеукр. наук.-практ. конф. 21-22 трав. 2015 р. : Електронне наукове видання. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2015. – С. 245–247.

5. Якушева О. В. Економічний розвиток і підтримка малого та середнього бізнесу на регіональному рівні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 / Якушева Оксана Вікторівна // Черкаський державний технологічний університет – Черкаси, 2017 – 288 с.

6. Міца В. В. Малий бізнес як суб'єкт економічної системи регіону / В. В. Міца // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Випуск 20. – Част. 2. – 2018. – С. 123–125.

7. Fedulova, I., Piatnytska, G., & Lukashova, L. (2018). Small business in Ukraine: peculiarities and problems of development in the conditions of the fourth industrial revolution. *Marketing and Management of Innovations*, (3), 216–228. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-19>

8. Новицька О. В. Особливості підтримки малого та середнього бізнесу в системі сучасного регіонального менеджменту / О. В. Новицька // Вісник ЧДТУ: зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. – Серія: Економічні науки. – Вип. 37. – Ч. II. – Черкаси: ЧДТУ, 2014. – С. 162–169.

9. Гончарук Т. В. Зарубіжний досвід розвитку підприємницьких структур та можливості його використання в Україні / Т. В. Гончарук // Ефективна економіка – 2017. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5772>

10. ЗУ «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

11. ЗУ «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>

12. ЗУ «Про стимулювання розвитку регіонів» – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2850-15>

13. ЗУ «Про засади державної регіональної політики» – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19>

14. Коломійчук В. С. Соціально-економічний розвиток адміністративного району в умовах перехідної економіки (підходи до вивчення, стратегії розвитку) / В. С. Коломійчук. – Тернопіль : Укрмедкнига, 2001. – 440 с.

15. Шевчук Я. В. Депресивні територіальні суспільні системи: критерії визначення та напрями санації / Я. В. Шевчук. – Львів, 2008. – 133 с.

16. Плотноцька С. І. Проблеми ідентифікації депресивних територій України – Режим доступу: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-4-2012/195-200.pdf>

17. Територія, на якій не живуть люди, не контролюється державою і стає ризикованою – Режим доступу: <https://hromadske.radio/podcasts/terytoriya/terytoriya-na-yakiy-ne-zhyvut-lyudy-ne-kontrolyuyetsya-derzhavoyu-i-staye-ryzykovanoyu-tkachuk>

na-yakiy-ne-zhyvut-lyudy-ne-kontrolyuyetsya-derzhavoyu-i-staye-ryzykovanoyu-tkachuk 4 вересня 2017

18. Можайкіна Н. В. Проблеми розвитку депресивних регіонів / Н. В. Можайкіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв: Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. – 2016. – № 10. – С. 197–201.

19. Мареніченко В. В. Механізми реалізації державного регулювання якісного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні: дис. ... канд. наук з держ. управ.: 25.00.02 / Мареніченко Валерій Валентинович // Дніпро: Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. – 2017. – 255 с.

20. В облдержадміністрації знайшли причину депресивності Токмака 4.04.19 – Режим доступу: <http://pro.tokmak.biz/content.php?id=601>

21. План місцевого економічного розвитку міста Токмака до 2020 року – Режим доступу: <http://www.meriatokmak.gov.ua/index.php/meri-za-ekonomichne-zrostannya/3919-plan-mistseвого-ekonomichnogo-rozvitku-mista-tokmaka-do-2020-roku>

22. Урядовим комітетом схвалено концепцію програми подолання депресивності м. Токмак 11.05.2018 – Режим доступу: <https://www.zoda.gov.ua/news/40808/uryadovim-komitetom-shvaleno-kontseptsiju-programi-podolannya-depresivnosti-m.-tokmak.html>

References

1. Dorofiienko, V.V., & Loskutova, V.V. (2014). Napriamy peretvorennia instytutsiinoho seredovyschcha u staropromyslovykh rehionakh na shliakhu pidvyshchennia yikh konkurentospromozhnosti. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 2(2), 134-137. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2\(2\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2(2)_28)

2. Yakusheva, O.V., & Bilozubenko, B.S. (2016). Zabezpechennia pidtrymky ta biznes-inkubuvannia maloho ta serednoho biznesu v rehionakh Ukrainy v umovakh transformatsiinykh peretvoren. Nazarenko, S.A. (Ed.). *Proceedings from Transformatsiyni peretvorennia rehionalnoi ekonomiky*. Kyiv: Kondor-Vydavnytstvo. (pp. 202–214).

3. Simkiv, L.Ye., & Pobihun, S.A. (2015). Tendentsii rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini v umovakh dysproportsiinosti ekonomichnoho zrostannia. *Globalni ta Nationalni Problemy Ekonomiky*. Retrieved from <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/433-simkiv-l-e-pobihun-s-a-tendentsiji-rozvitku-malogo-pidpriemnytstva-v-ukrajini-v-umovakh-disproportsijnosti-ekonomichnoho-zrostannya>

4. Marenichenko, V.V. (2015). Derzhavne rehuliuвання maloho ta serednoho biznesu u formuvanni yakisnoho rehionalnoho rozvytku «Proceedings from MIIM» 2015. 1-st Vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia. *Suspilno-politychnyi ta sotsiokulturnyi rozvytok pivdennoho rehionu Ukrainy: istorychni tradytsii i suchasni tendentsii*: (pp. 245-247). Odessa: ORIDU NADU.

5. Yakusheva, O.V. (2017). Якушева О.В. Ekonomichniy rozvytok i pidtrymka maloho ta serednoho biznesu na rehionalnomu rivni. Cadidate's Thesis. Cherkasy: Cherkaskyy derzhavnyy Technolohichnyy Universytet.
6. Mitsa, V.V. (2018). Malyy biznes yak subiekt ekonomichnoi systemy rehionu. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Ser. «Economika», 20, 2, 123-125
7. Fedulova, I., Piatnytska, G., & Lukashova, L. (2018). Small business in Ukraine: peculiarities and problems of development in the conditions of the fourth industrial revolution. Marketing and Management of Innovations, (3), 216-228. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-19>
8. Novytska, O.V. (2014). Osoblyvosti pidtrymky maloho ta serednoho biznesu v systemi suchasnoho rehionalnoho menedzhmentu. Proceedings from Visnyk ChDTU: zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu, 37, II, 162-169.
9. Honcharuk, T.V. (2017). Zarubizhnyi dosvid rozvytku pidpriemnytskykh struktur ta mozhlyvosti yoho vykorystannia v Ukraini. Efektyvna ekonomika, (9), Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5772>
10. Zakon Ukrainy «Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
11. Zakon Ukrainy «Pro derzhavnu dopomohu subiektam hospodariuvannia». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>
12. Zakon Ukrainy «Pro stymuliuvannia rozvytku rehioniv». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2850-15>
13. Zakon Ukrainy «Pro zasady derzhavnoii rehionalnoii polityky». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19>
14. Kolomiichuk, V.S. (2001). Sotsialno-ekonomichniy rozvytok administratyvnogo raionu v umovakh perekhidnoii ekonomiky (pidkhody do vyvchennia, stratehii rozvytku). Ternopil: Ukrmedknyha.
15. Shevchuk, Ya.V. (2008). Depresyvni terytorialni suspilni systemy: kryterii vyznachennia ta napriamy sanatsii. Lviv.
16. Plotnytska, S.I. (2012). Problemy identyfikatsii depresyvnnykh terytorii Ukrainy. Retrieved from <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-4-2012/195-200.pdf>
17. Terytoriia, na yakiy ne zhyvut liudy, ne kontroliuietsia derzhavoiu i stae ryzykovanoiu. Retrieved from <https://hromadske.radio/podcasts/terytoriia/terytoriia-na-yakiy-ne-zhyvut-lyudy-ne-kontrolyuyetsia-derzhavoyu-i-staye-ryzykovanoyu-tkachuk> 4 вересня 2017.
18. Mozhaikina, N.V. (2016). Problemy rozvytku depresyvnnykh rehioniv. Globalni ta Nationalni Problemy Ekonomiky, 10, 197-201.
19. Marenichenko, V.V. (2017). Mekhanizmy realizatsii derzhavnogo rehuliuвання yakisnoho rozvytku maloho ta serednoho biznesu v Ukraini. Candidate's Thesis. Dnipro: Dnipro derzhavnyy Ahrarnoeconomichnyy Universytet,
20. V obl'derzhadministratsii znayshly prychnu depresyvnosti Tokmaka. (2019). Retrieved from <http://pro.tokmak.biz/content.php?id=601>
21. Plan mistsevoho ekonomichnoho rozvytku mista Tokmaka do 2020 roku. Retrieved from <http://www.meriatokmak.gov.ua/index.php/meri-za-ekonomichne-zrostannya/3919-plan-mistsevogo-ekonomichnogo-rozvitku-mista-tokmaka-do-2020-roku>
22. Uriadovym komitetom skhvaleno kontseptsiiu prohramy podolannia depresyvnosti m. Tokmak. (2018). Retrieved from <https://www.zoda.gov.ua/news/40808/uryadovim-komitetom-shvaleno-kontseptsiju-programi-podolannya-depresivnosti-m.-tokmak.html>

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ВАЖЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ

*Л. В. Тимошенко, к. е. н., доцент, О. В. Крилова, к. т. н., доцент,
НТУ «Дніпровська політехніка»*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: критичного аналізу – при встановленні бар'єрів, що перешкоджають проведенню ефективної державної підтримки малого та середнього бізнесу на регіональному рівні; наукової абстракції – при визначенні переваг малого та середнього підприємництва у порівнянні з великим бізнесом щодо формування соціально-економічного підґрунтя розвитку регіону (території, міста); узагальнення – при встановленні інституціональних важелів подолання депресивності території.

Результати. Діагностовано, що переважну кількість суб'єктів господарювання сектору підприємництва в Україні представляють малі та середні підприємства, що відповідає світовим тенденціям. Однак результативність їх функціонування свідчить про наявність перешкод щодо використання переваг і потенційних можливостей. Показано, що фінансова державна підтримка малого та середнього бізнесу базується на законодавстві та здійснюється у прямій та опосередкованій формах. Реалізація державної регіональної політики щодо стиму-

лювання розвитку регіонів і подолання депресивності територій визначається комплексом законодавчих актів та державних програм. Проаналізовано наукові підходи до визначення депресивних територій та формування їх різновидів, виокремлено основні принципи, на яких повинна ґрунтуватися державна підтримка цих регіонів.

Новизна. Встановлено, що інституціональні важелі та інструментарій подолання депресивності території повинні враховувати регіональний (місцевий) аспект щодо можливостей реалізації підприємницького потенціалу малого та середнього бізнесу за умови їх фінансової підтримки.

Практична значущість. Запропоновано орієнтири щодо формування програми подолання депресивності міста за умови взаємодії влади, бізнесу і громади, що дозволить досягти цілі розвитку малого та середнього бізнесу, забезпечити комфортні та безпечні умови для населення, формування міста соціальної відповідальності та соціальних інновацій.

Ключові слова: малий та середній бізнес, фінансовий розвиток, інституційна підтримка, регіональний рівень, депресивні території.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЫЧАГИ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ДЕПРЕССИВНЫХ РЕГИОНОВ

*Л. В. Тимошенко, к. э. н., доцент, Е. В. Кримова, к. т. н., доцент,
НТУ «Днепропетровская политехника»*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: критического анализа – при установлении барьеров, препятствующих проведению эффективной государственной поддержки малого и среднего бизнеса на региональном уровне; научной абстракции – при определении преимуществ малого и среднего предпринимательства по сравнению с крупным бизнесом по формированию социально-экономической основы развития региона (территории, города); обобщения – при установлении институциональных рычагов преодоления депрессивности территории.

Результаты. Диагностировано, что подавляющее количество субъектов хозяйствования сектора предпринимательства в Украине представляют малые и средние предприятия, что соответствует мировым тенденциям. Однако результативность их функционирования свидетельствует о наличии препятствий по использованию преимуществ и потенциальных возможностей. Показано, что финансовая государственная поддержка малого и среднего бизнеса базируется на законодательстве и осуществляется в прямой и косвенной формах. Реализация государственной региональной политики по стимулированию развития регионов и преодолению депрессивности территорий определяется комплексом законодательных актов и государственных программ. Проанализированы научные подходы к определению депрессивных территорий и формированию их разновидностей, выделены основные принципы, на которых должна основываться государственная поддержка этих регионов.

Новизна. Установлено, что институциональные рычаги и инструментальный преодоления депрессивности территории должны учитывать региональный (местный) аспект возможностей реализации предпринимательского потенциала малого и среднего бизнеса при условии их финансовой поддержки.

Практическая значимость. Предложено ориентиры по формированию программы преодоления депрессивности города при условии взаимодействия власти, бизнеса и общества, что позволит достичь цели развития малого и среднего бизнеса, обеспечить комфортные и безопасные условия для населения, формирование города социальной ответственности и социальных инноваций.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, финансовое развитие, институциональная поддержка, региональный уровень, депрессивные территории.

Надійшла до редакції 04.02.20 р.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ПРИБУТОК»

*С. М. Онисько, к. е. н., професор, 380964610297lm@gmail.com,
orcid.org/0000-0002-3084-0938, М. П. Лизак, аспірант, orcid.org/0000-0001-8902-812X,
Львівський національний аграрний університет*

Методологія дослідження. Стаття базується на дослідженні, під час проведення якого були використані методи: абстракції – при встановленні сутності поняття «прибуток»; загального й особливого – при виявленні його специфіки в умовах функціонування ринкової економіки; логічного й історичного – при дослідженні ретроспективи розвитку уявлень про сутність та природу прибутку.

Результати. У статті розглядається економічна суть і роль прибутку в ринкових умовах господарювання. Показано, що прибуток виступає не тільки стимулом господарської діяльності підприємства, але й основним джерелом його розвитку. Обсяг прибутку будь-якого підприємства виступає підґрунтям фінансово-економічних результатів його діяльності. Досліджено природу прибутку в політичній економії, зокрема зі сторони меркантилістів, які, стверджували, що виникнення прибутку пов'язане з торгівлею, так і зі сторони фізіократів, які досліджували прибуток лише у сфері виробництва. Обґрунтовано, що поняття прибутку в економічній системі існує у зв'язку з наявністю товарно-грошових відносин, появою і розвитком інституту власності, особливо приватної. У статті значну увагу приділено класикам політекономії, а саме: А. Сміту, Д. Рікардо, К. Марксу.

Значну увагу приділено дослідженню праць сучасних науковців, на основі чого з'ясовано, що найбільш точне визначення прибутку належить С. В. Мочерному, який зазначає, що прибуток – це перетворена похідна форма додаткової вартості, яка в кількісному виразі є різницею між ціною продажу товару і витратами капіталу на його виробництво.

Новизна. Рекомендується розглянути прибуток з урахуванням: соціальних відносин – як засіб задоволення інтересів учасників ринкових відносин, що беруть участь в його формуванні; економічних відносин – як частина доданої вартості, яка вбудована в виробництво і фактично надходить у підприємства у вигляді виручки від продажу продукції; фінансових відносин – як вид фінансового результату діяльності підприємств, який визначається позитивним балансом між отриманим доходом і витратами, понесеними підприємством.

Практична значимість. Обґрунтовано відмінність між категоріями «прибуток» і «фінансовий результат». Визначено, що прибуток є частиною фінансового результату підприємства. Досліджено, що прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування.

Ключові слова: прибуток підприємства, фінансовий результат, позитивний результат, збиток, власний капітал, види прибутку, розвиток діяльності підприємства, економічний розвиток, фінансова незалежність.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкової економіки підприємства здобули незалежність у плануванні своєї господарської діяльності. Досвід підтвердив дієвість ефективності ринкового механізму в напрямку забезпечення балансу економіки, раціонального використання усіх ресурсів, зокрема, людських, матеріальних, фінансо-

вих в напрямку створення гнучкого та безперебійного виробництва, що забезпечить потреби споживачів та вдосконалий розвиток науково-технічного прогресу.

Головну роль у системі економічних показників відіграють показники фінансово-економічних результатів, які відображають усі сторони виробництва, збуту, закупівель

та фінансової діяльності підприємства. Як відомо, метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. Таким чином місце і роль прибутку у господарському процесі безперервно зростає. У зв'язку з цим нагальною потребою стало всебічне та детальне вивчення прибутку, що займає центральне місце в загальній системі витрат на інструменти та важелі управління економікою. Прибуток виступає не тільки стимулом господарської діяльності підприємства, але і основним джерелом його розвитку. Тому, дослідження сутності категорії «прибуток», його взаємозв'язку з іншими економічними показниками, впливу на результат діяльності підприємства, його капіталізацію набувають особливого значення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у вирішенні питань щодо формування та використання прибутку підприємств зробили такі вчені-економісти, зокрема, Л. І. Безгінова, В. А. Бойчук, Л. П. Василенко, Н. О. Власова [1–4], Р. В. Скалюк, [14], О. А. Круглова [7], А. А. Мазаракі [9], А. М. Поддєрьогін [11], В. Г. Швець [16] та інші.

В умовах розвитку ринкових відносин в економіці України визначення прибутку зазнає певних змін. Прибуток – головна мета діяльності суб'єктів господарювання, тому у вчених виникають безперервні дискусії про його сутність і форму. Категорія прибутку і зараз продовжує отримувати нове наповнення та зміст. Це можна підтвердити тим, що окремі вчені пов'язують це поняття з доходом, капіталом, відсотком тощо. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць з даного питання, деякі проблемні моменти потребують ґрунтового вивчення.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження економічної сутності прибутку підприємства, визначення його ролі в ринкових умовах, визначення взаємозв'язку з іншими економічними показниками та оцінка прибутку для забезпечення зростання платоспроможності, результативності та сталого економічного зростання підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки основним показником ефективності господарювання та основою економічного розвитку

підприємства є прибуток. Обсяг прибутку будь-якого підприємства виступає підґрунтям фінансово-економічних результатів його діяльності.

Для того, щоб краще зрозуміти економічну сутність прибутку звернемось до історії науки, передусім для набуття нових знань. Першими пояснити природу прибутку в політичній економії зробили спробу меркантилісти. Найбільш відомими серед яких були Томас Мен та Жан Батист Кольбер, що стверджували: виникнення прибутку пов'язане з торгівлею. «Зовнішня торгівля, – писав один із представників меркантилізму, Томас Мен, – приносить нам користь трьох видів: по-перше – користь державі ... По-друге – прибуток самого купця, по-третє – доходи короля» [10]. Але вже у XVIII ст. з'явилися три концепції щодо походження прибутку. Німецькі та італійські економісти вважали його результатом використання капіталу, і прибуток тому відображав його продуктивність. Багатство країни вони вбачали в благородних металах, а саме в золоті та сріблі, а його головним джерелом вважали зовнішню торгівлю, яка забезпечувала активний торговельний баланс. Тобто, виходячи із суто зовнішнього сприйняття дійсності меркантилісти вважали, що прибуток виникає у сфері обігу, у зовнішній торгівлі в результаті продажу товарів за кордоном дорожче, ніж їх купити. Особливістю даного періоду було те, що вони не шукали звідки береться цей прибуток, а вирішували проблему саме у його перерозподілі.

Слідом за меркантилістами йшли фізіократи, які досліджували прибуток лише у сфері виробництва. Основною проблемою вони вважали вплив природних умов господарювання – витрати виробництва покриваються збільшенням споживних вартостей.

Поняття прибутку в економічній системі існує у зв'язку з наявністю товарно-грошових відносин, появою і розвитком інституту власності, особливо приватної. Перші визначення прибутку збігалися зі значенням валового доходу, який за індивідуалістичною системою розподілу поділявся на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці. Вважалося, що кожен із видів доходів є обов'язковою винагородою

для одержувача за надані ним послуги у народному господарстві.

Доцільно значну увагу приділити класикам політекономії. На думку А. Сміта, заробітна плата, прибуток і рента є першоджерелами всякого доходу. Так у своєму дослідженні «Добробут націй» він пише: «Слід мати на увазі, що дійсна вартість усіх різних складових ціни визначається кількістю праці, яку може купити або отримати у своє розпорядження кожна з них. Праця визначає вартість не лише тієї частини ціни, що припадає на заробітну плату, а й тих частин, що припадають на ренту та прибуток. Головне надбання Адама Сміта – це створення концепції трудової вартості, яку з плином часу ефективно розвинув Карл Маркс, який обґрунтував, що уся новостворена вартість, яка долучається до вартості спожитих засобів виробництва, поділяється на вартість необхідного і вартість додаткового продукту, що споживається робітниками. Істотний недолік концепції Адама Сміта полягає у роздвоєнні бачень першоджерела прибутку, тобто прибуток є результатом створення нової вартості й одночасно породженням капіталу [15, с.157].

Продовжувачем теорії А. Сміта став Д. Рікардо. Однак прибуток і заробітна плата у останнього є не джерелами, а складовими вартості, що створюється лише працею. Він писав: «Підвищення вартості праці є неможливим без відповідного – падіння прибутку». Д. Рікардо пов'язував прибуток із заробітною платою, стверджуючи, що її зростання призводить до зменшення прибутку і навпаки, прибуток зростає, коли зарплата знижується.

Підводячи підсумок аналізу економічної думки та історичного її розвитку, переконані, що ґрунтуючись на постулатах політекономії або їх спростовуючи, ми можемо змістовніше дослідити категорії прибутку, яка в різні часи та періоди трактувалася по-різному.

Поняття прибутковості відносно діяльності підприємницьких структур досить детально розглядається у численних сучасних наукових працях, дослідженнях, методичних матеріалах і посібниках вітчизняних учених. На думку Н. О. Власової, О. А. Круглова, Л. І. Безгінова, поняття прибутку не-

однозначне, тому вони пропонують декілька варіантів його пояснення:

– перетворена форма додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу, яка сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власника;

– фінансова категорія, яка відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, свідчить про обсяг і якість виробленої (реалізованої) продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості;

– мірило фінансового здоров'я підприємства, характеристика рентабельності вкладення коштів у активи конкретного підприємства;

– основне власне внутрішнє джерело, яке забезпечує розвиток підприємства на принципах самофінансування;

– основний критерій ефективності господарювання;

– різниця між ціною товару та витратами на його виробництво;

– сума, на яку доходи перевищують витрати [3, с. 241–242; 7].

О. В. Лишиленко [8, с.14] та В. Г. Швець [16, с.207] під прибутком розуміють джерело усіх засобів і резервів, зростання капіталу внаслідок господарської діяльності підприємства.

Український вчений-економіст С. В. Мочерний, зазначає, що прибуток – це перетворена похідна форма додаткової вартості, яка в кількісному виразі є різницею між ціною продажу товару і витратами капіталу на його виробництво [5, с.192]. Отже, незаперечним фактом є те, що кількісно прибуток відображається як різниця між ціною товару та витратами на його виробництво, проте вчений цілком доречно зауважив, що прибуток відображає перетворену похідну форму додаткової вартості.

У працях С. Ф. Покропивного [12] прибуток це частина витрат, яка залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і реалізаційну діяльність підприємства. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток втілює мету підприємницької діяльності і є голов-

ним показником її результативності (ефективності).

І. М. Бойчик стверджує, що прибуток – це частина доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності [2, с.100]. На думку А. А. Мазаракі [9], прибуток як економічний показник – різниця між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, послуг), між обсягом отриманого виторгу та сумою витрат на виготовлення та реалізацію продукції. А. М. Поддєрьогін характеризує прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Таким чином, наголошується на важливості процесу реалізації виробленого продукту за кошти [11, с.98].

Підводячи підсумки дослідження, можна виділити кілька виразних позицій, зокрема, рекомендується розглянути його з урахуванням: соціальних відносин – як засіб задоволення інтересів учасників ринкових відносин, що беруть участь в його формуванні; економічних відносин – як частина доданої вартості, яка вбудована в виробництво і фактично надходить на підприємства у вигляді виручки від продажу продукції; фінансових відносин – як вид фінансового результату діяльності підприємств (разом зі збитками і нульовим результатом), який визначається позитивним балансом між отриманим доходом і витратами, понесеними підприємством.

В науково-економічній літературі часто зустрічаємо ототожнення поняття «при-

буток» із «фінансовий результат». Можемо погодитись з тим у випадку, коли лише позитивний фінансовий результат підприємства називати прибутком. Проте, в разі розгляду «прибутку» у широкому за своїм змістом розумінні, присутні певні сумніви щодо їх досконалості та відповідності методичним положенням бухгалтерського обліку. Ми поставили перед собою завдання щодо розмежування цих економічних категорій. Зокрема, такі науковці як Н. О. Власова та І. Ю. Мелушова [4, с.25] розглядають прибуток як більш ширше поняття, зокрема:

- фінансові результати є «не ідентичними» показнику чистого прибутку;
- «фінансові результати асоціюються з показниками прибутку»;
- категорія прибутку «кількісно визначається неоднозначно»;
- визначені за допомогою бухгалтерських даних фінансові результати не можуть дати «адекватну поточному положенню інформацію»;
- прибуток може бути об'єктом тактичного та стратегічного управління, коли «фінансові результати є лише інструментом тактичного та оперативного управління й контролю».

З вище наведеної інформації, можемо впевнено говорити, що такі категорії як «прибуток» та «фінансові результати» мають різне тлумачення. Ми вважаємо, що «фінансові результати» є більш ширшим поняттям. На рисунку 1 схематично зобразимо складові фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.

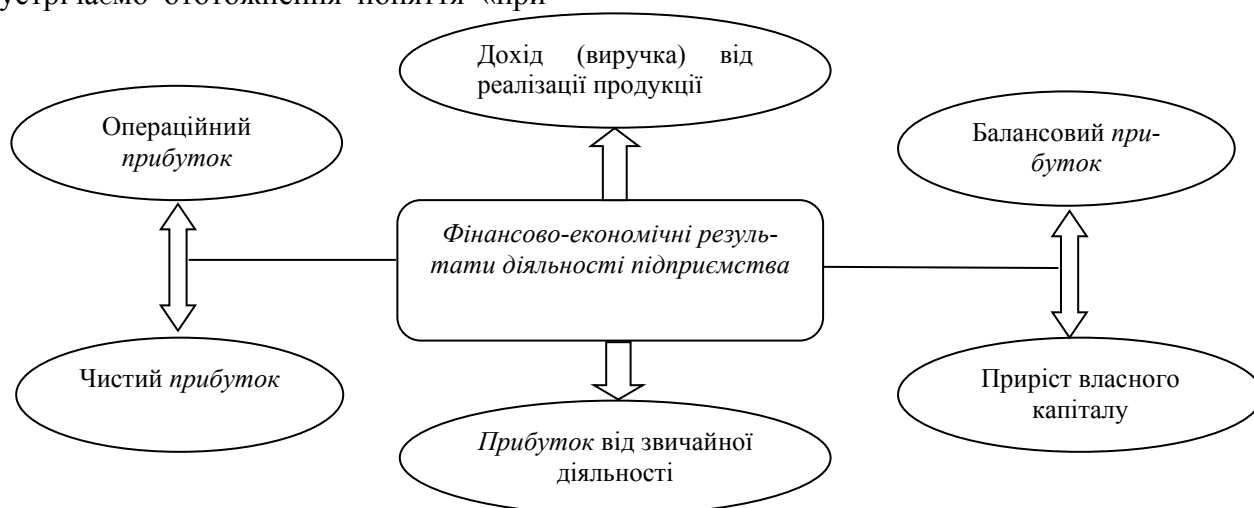


Рисунок 1. Складові фінансово-економічних результатів діяльності підприємства

З даного рисунка бачимо, що фінансово-економічні результати включають різні види прибутку, які підприємство може отримувати за результатами своєї господарської діяльності.

Окрім прибутку як позитивного фінансового результату, підприємство може отримувати збиток, що ще раз доводить той факт неможливості ототожнення обох понять.

Негативне (від'ємне) значення фінансового результату знаходить своє відобра-

ження у показнику збитку. Таке від'ємне значення характеризує низький рівень або відсутність результативності діяльності підприємства, неефективне управління ресурсним, виробничим та економічним потенціалам підприємства, невміле використання наявного капіталу, низьку якість роботи менеджменту тощо [14, с.137]. На рисунку 2 зобразимо сутність категорії «фінансовий результат».

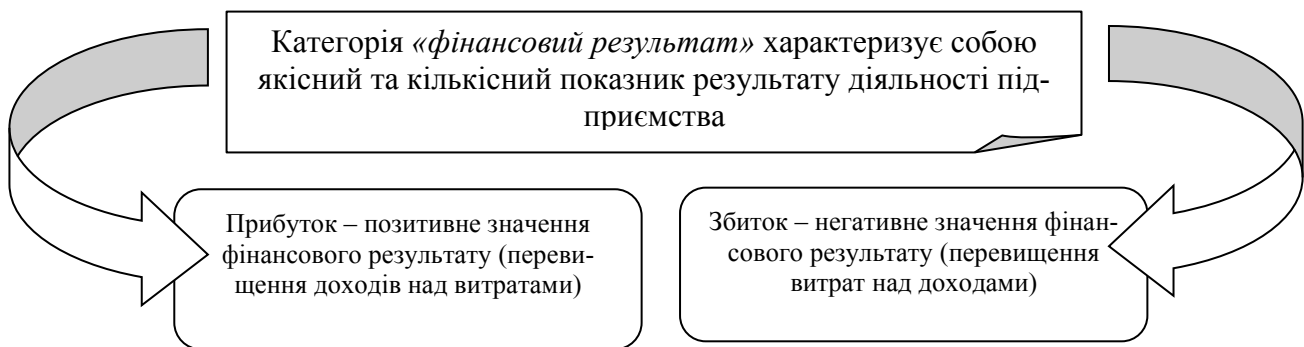


Рисунок 2. Сутність категорії «фінансовий результат»

З вище дослідженого впливає наступне, фінансовий результат виступає об'єктом у процесах планування, прогнозування, аналізу, управління та контролю на будь-якому підприємстві. Тобто, цілком реальним є застосування показника фінансового результату, у якості об'єкта в економічних процесах, які можуть носити тактич-

ний, оперативний та стратегічний характер. Отже, розмір фінансового результату є найважливішим чинником зростання власного капіталу (рисунки 3), що у свою чергу сприятиме підвищенню платоспроможності, фінансової автономії, конкурентоздатності та вартості на ринку.

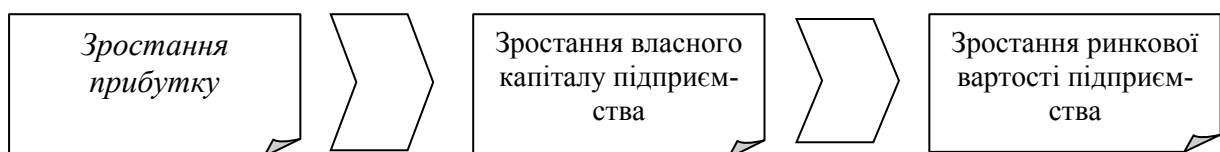


Рисунок 3. Роль прибутку в розвитку підприємства

Як бачимо, прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання прибутку або хоча б його стабілізацію на певному рівні. Розглянувши трактування низки вчених-економістів, ми можемо дати власне визначення терміну прибуток підприємства – це форма всебічного доходу, що утворюється в

результаті реалізації власності на капітал у різних сферах його застосування, що є як об'єктом, так і інструментом фінансового управління.

Прибуток найбільш повно відображає фінансовий результат підприємницької діяльності, забезпечує фінансування розширеного виробництва, соціально-економічний розвиток, є джерелом матеріального стимулювання працівників та основою для обчис-

лення показників інвестиційної привабливості підприємства.

Прибуток є джерелом надходжень до державного бюджету і, відповідно до цього, координує інтереси держави та суб'єктів господарювання.

Слід зазначити той факт, що прибуток посідає одне з центральних місць у загальній системі інструментів витрат для управління економікою, оскільки всі вони прямо чи опосередковано пов'язані з ним. Це стосується кредитних, цінних, собівартості та інших економічних важелів. З огляду на ці обставини, ми переконані, що прибуток є одним із головних об'єктів управління фінансами підприємства.

Висновки. Розкриття економічної сутності дало нам можливість вивчити еволюцію поняття прибутку підприємства та з'ясувати, що прибуток підприємства – це форма сукупного доходу, яка формується в результаті реалізації власності на капітал у різних сфери його застосування, що є одночасно об'єктом та інструментом управління фінансами. На наш погляд, найбільш наближеним до вимог ринкової економіки є визначення прибутку як трансформованої похідної форми доданої вартості, яка з кількісної точки зору є різницею між вартістю продажу товарів та вартістю капіталу виробляти його. Дійсно, безперечним є факт, що прибуток кількісно визначається як різниця між ціною товару та витратами на його виробництво.

Прибуток є найголовнішою метою та основним індикатором ефективної діяльності підприємства, яке функціонує в сучасних ринкових умовах. Прибуток безпосередньо впливає на фінансовий стан суб'єкта господарювання та виступає захисним механізмом від банкрутства, а також забезпечує фінансування внутрішніх потреб і подальшого його розвитку. В умовах розвитку ринкової економіки України прибуток є основним спонукальним мотивом здійснення будь-якої підприємницької діяльності, оскільки він забезпечує зростання добробуту власників та працівників підприємства через дохід на вкладений капітал.

Література

1. Безгінова Л. І. Ефект фінансового левериджу як критерій оптимізації структури капіталу торговель-

ного підприємства / Л. І. Безгінова, Н. О. Власова // Вісник Дон. ДУЕТ – № 3(27). – 2005. – С. 185.

2. Бойчук В. А. Моделювання адаптивного управління прибутком підприємства / В. А. Бойчук, О. В. Проскурович // Вісник Хмельницького національного університету. – № 1. – Т. 2. – 2010. – С. 71–76.

3. Василенко Л. П. Фінанси підприємства у схемах і таблицях: наоч. навч. пос.. / Л. П. Василенко, Л. В. Гут, П. О. Оксєнко. – Київ : Дакор, 2006. – 344 с.

4. Власова Н. О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі: [монографія] / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова. – Х. : ХДУХТ, 2008. – 259 с.

5. Економічна енциклопедія: у трьох томах, т. 2 / За ред. С. В. Мочерний та ін. – Київ, 2002. – 952 с.

6. Сэй Ж. Трактат по политической экономии. URL: <http://library.tneu.edu.ua/files/EVD/HTML/sej/say.htm> (дата звернення: 11.12.2019.).

7. Круглова О.А. Якість прибутку як індикатор ефективності управління підприємством / О. А. Круглова, В. О. Козуб, С. О. Козуб // Вісник ХДУ. Серія Економічні науки. – 2018 – № 28. – С. 115–119. – URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/75> (дата звернення: 11.01.2020.).

8. Лишиленко О. В. Теорія бухгалтерського обліку: [навчальний посібник] / О. В. Лишиленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 215 с.

9. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: [монографія] / А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.

10. Мен Т. Богатство Англії во внешней торговле. / Т. Мен // Меркантилізм. – М. : Соцэкзиз, 1985. – 166 с.

11. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: [підручник] / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 7-ме вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2008. – 552 с.

12. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: [підручник]. / С. Ф. Покропивний – [2-ге вид. перероб та доп.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 352 с.

13. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикард // Соч. – М. : Политиздат, 1955. – 358 с.

14. Скалюк Р. В Сутність та значення фінансових результатів в системі розвитку господарської діяльності промислових підприємств. / Р. В. Скалюк // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2020. – №18. – Ч.1. – С. 135–141.

15. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / Смит А. // (Серия: Антология экономической мысли). – М. : Эксмо, 2007. – 960 с.

16. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: [навчальний посібник] / В. Г. Швець. – К. : Знання-Прес, 2003. – 444 с.

17. Marx Karl. Das Kapital. – New York, 1867. – 413.

References

1. Bezhinova, L. I., & Vlasova, N.O. (2005). Efekt finansovoho leveredzhu yak kryteriy optymizatsii struktury kapitalu torhivelnogo pidpriemstva. *Visnyk Don. DUET*, 3(27), 185.
2. Boychuk, V.A., Proskurovych, O.V. (2010). Modelyuvanny adaptivnogo upravlinnya prybutkom pidpriemstva. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, (1), T.2, 71-76.
3. Vasylenko, L.P., Hut, L.V. & Okseienko, P.O. (2006). *Finansy pidpriemstv u skhemakh i tablytsyakh*. Kyiv: Dakor.
4. Vlasova, N.O., & Melushova, I.Yu. (2008). *Efektivnist formuvannya finansovykh rezultativ pidpriemstv rozdribnoi torhivli*. Kharkiv: KHDUKHT.
5. Mochernyi, S. V. (Ed.). (2002). *Ekonomichna entsyklopediya*. (Vols 1-3). Kyiv.
6. Sey, Zh. *Traktat po politicheskoi ekonomii*. Retrieved from <http://library.tneu.edu.ua/files/EVD/HTML/sej/say.htm>
7. Kruhlova, O.A., Kozyb, V.O., & Kozub, S.O. (2018). Yakist prybutku yak efektyvnosti upravlinnya pidpriemstvom. *Visnyk KhDU. Seriya ekonomichni nauky*, (28), 115-119. Retrieved from <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/75>.
8. Lyshylenko, O.V. (2003). *Teoriya bukhhalter-skoho obliku*. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury.
9. Mazaraki, A.A. (2010). *Torhovelne pidpriemstvo: stratehiya, polityka, konkurentospromozhnist*. Kyiv: KNTU.
10. Men, T. (1985). *Bohatstvo Anhlui vo vneshnei torhivle. Merkantilizm*. Moskva: Sokseksim.
11. Poddierohin, A.M., Bilyk, M.D., & Buriak, L.D. (2008). *Finansy pidpriemstv*. (7th ed.). Kyiv: KNEU.
12. Pokropyvnyy, S.F. (2001). *Ekonomika pidpriemstva*. (2nd ed.). Kyiv: KNEU.
13. Rikardo, D. (1955). *Nachala politicheskoy ekonomii i nalogovogo oblozheniya*. Soch. Moskva: Politizdat.
14. Skaliuk, R.V. (2020). Sytnist ta znachennia finansovykh rezultativ v systemi rozvytku hospodarskoi dialnosti promyslovikh pidpriemstv. *Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauki*. (18). 135-141.
15. Smit, A. (2007). *Isledovanie o prirode I prichinakh bohatstva narodov. Seriya: Antolohiya ekonomicheskoi micli*. Moskva: Eksmo.
16. Shvets, V.H. (2003). *Toeriya bukhalter-skoho obliku*. Kyiv: Znannya-Pres.
17. Marks, K. (1867). *Das Kapital*. New York. P. 413.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ КАТЕГОРИИ «ПРИБЫЛЬ»

*С. М. Онысько, к. э. н., профессор, М. П. Лызак, аспирант,
Львовский национальный аграрный университет*

Методология исследования. Статья базируется на исследовании, во время проведения которого были использованы методы: абстракции – при установлении сущности понятия «прибыль»; общего и особенного – при выявлении ее специфики в условиях функционирования рыночной экономики; логического и исторического – при исследовании ретроспективы развития представлений о сущности и природе прибыли.

Результаты. В статье рассматривается экономическая сущность и роль прибыли в рыночных условиях хозяйствования. В связи с этим насущной потребностью стало всестороннее и детальное изучение прибыли, занимает центральное место в общей системе затрат на инструменты и рычаги управления экономикой. Прибыль выступает не только стимулом хозяйственной деятельности предприятия, но и основным источником его развития. Объем прибыли любого предприятия выступает основой финансово-экономических результатов его деятельности. Исследовано природу прибыли в политической экономии, в частности со стороны меркантилистов, которые утверждали, что возникновение прибыли связано с торговлей, так и со стороны физиократов, которые исследовали прибыль только в сфере производства. Обосновано, что понятие прибыли в экономической системе существует в связи с наличием товарно-денежных отношений, появлением и развитием института собственности, особенно частной. В статье значительное внимание уделено классикам политэкономии, а именно А. Смиту, Д. Рикардо, К. Марксу.

Значительное внимание уделено исследованию трудов современных ученых и выделяем, что по нашему мнению, наиболее точное определение прибыли принадлежит С. В. Мочерному, который отмечает, что прибыль – это превращенная производная форма прибавочной стоимости, которая в количественном выражении является разницей между ценой продажи товара и затратами капитала на его производство.

Новизна. Рекомендуются рассмотреть прибыль с учетом: социальных отношений – как средство удовлетворения интересов участников рыночных отношений, участвующих в его формировании; экономические отношения как часть добавленной стоимости, которая встро-

ена в производство и фактически поступает в предприятия в виде выручки от продажи продукции; финансовых отношений – как вид финансового результата деятельности предприятий, который определяется положительным балансом между полученным доходом и затратами, понесенными предприятием.

Практическая значимость. Обосновано различие между категориями «прибыль» и «финансовый результат». Определено, что прибыль является частью финансового результата предприятия. Исследовано, что прибыль является основным источником финансирования развития предприятия, совершенствования его материально-технической базы, обеспечения всех форм инвестирования.

Ключевые слова: прибыль предприятия, финансовый результат, положительный результат, убыток, собственный капитал, виды прибыли, развитие деятельности предприятия, экономическое развитие, финансовая независимость.

STUDY OF ECONOMIC ESSENCE OF «PROFIT» CATEGORY

*S. M. Onysko, Ph. D (Econ.), Professor, M. P. Lyzak, Post-graduate student,
Lviv National Agrarian University*

Methods. The article is based on a study, during which the following methods were used: abstraction – when establishing the essence of the concept of «profit»; general and specific – when revealing its specificity in the conditions of functioning of market economy; logical and historical – in the study of the retrospective development of ideas about the essence and nature of profit.

Results. The article considers the economic essence and role of profit in market conditions. It is shown that profit is not only the stimulus of economic activity of the enterprise, but also the main source of its development. The amount of profit of any enterprise is the basis of the economic and financial results of its activities. The nature of profit in political economy is investigated, in particular by mercantilists, who argued that the emergence of profit is connected with trade, and by physiocrats, who consider profit only in the sphere of production. It is proved, that the concept of profit in the economic system exists in connection with the presence of commodity-money relations, the emergence and development of the institution of ownership, especially private. In the article, considerable attention is paid to the classics of political economy, namely, A. Smith, D. Ricardo, K. Marks.

Considerable attention is paid to the study of works of modern scientists and on what basis it is found out that in our opinion, the most accurate definition of the profit belongs to S. V. Mochernyi, who notes that the profit is turned into a derived form of surplus value, which in quantitative terms is the difference between the sales price of the goods and the cost of capital for its production.

Novelty. It is recommended to consider profit taking into account social relations as a means of satisfaction of interests of participants of market relations, participating in its formation; economic relations as part of value added that is embedded in the production and actually goes to enterprises in the form of proceeds from the sale of products; financial relations - as a kind of financial results of activity of enterprises, which is determined by a positive balance between the income earned and the costs incurred by the enterprise.

Practical value. The authors justify the distinction between the categories of «profit» and «financial result». It is determined that the profit is part of the financial result of the enterprise. The profit is the main source of financing enterprise development, improvement of its material base, provision of all forms of investment.

Keywords: profitability, financial result, positive result, loss, equity, types of income, development of enterprise activity, economic development, financial independence.

Надійшла до редакції 20.01.20 р.

ФОРМУВАННЯ СЦЕНАРІЇВ УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРНИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*В. В. Прохорова, д. е. н., професор, Українська інженерно-педагогічна академія,
vkprohkorova@gmail.com, orcid.org/0000-0003-2552-2131,*

*А. В. Проценко, здобувач, Українська інженерно-педагогічна академія,
protsenko-1@ukr.net, orcid.org/0000-0001-0880-4872*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: когнітивного моделювання – для спостереження ситуацій у вигляді причинно-наслідкових зв'язків між факторами впливу на підприємство; сценарного моделювання – для встановлення впливу параметрів одночасної варіації розвитку промислових енергетичних підприємств через ймовірність оцінки кожного із сценаріїв управління.

Результати. У статті визначено, що сучасний етап розвитку економіки нашої країни вимагає формування ефективної системної бази забезпечення безперервного рентабельного функціонування промислових енергетичних підприємств, що потребує сталого підвищення конкурентоспроможності їх продукції та інвестицій для оптимального використання інноваційного потенціалу, гнучкого реагування на структурні трансформації у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Виконання перелічених завдань можливе завдяки систематичному здійсненню інноваційної діяльності. Показано, що на сьогодні питома вага промислових енергетичних підприємств, які здійснюють управління структурними трансформаціями і можуть бути віднесені до інноваційно-активних, залишається низькою. За допомогою запропонованого алгоритму методичного підходу до формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств виокремлено комплекс заходів, які їм необхідно здійснювати для забезпечення підвищення конкурентоспроможності виробництва на основі інноваційного розвитку.

Новизна. Розроблено сценарії управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств, які дозволяють прогнозувати зміни результатуючих факторів залежно від зміни вхідних параметрів на основі оптимістичного та песимістичного сценаріїв розвитку.

Практична значущість. Для здійснення ефективного фінансового-господарської діяльності промисловим енергетичним підприємствам постійно потрібно розробляти та впроваджувати інновації, удосконалюючи систему управління інноваційним потенціалом. Відповідно, ефективна система управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу може стати дієвим інструментом в сучасній конкурентній боротьбі та джерелом розвитку підприємств. Сценарії розвитку щодо підвищення ефективності інноваційного потенціалу повинні впроваджуватись не тільки на рівні підприємства, але й на рівні держави, забезпечуючи сприятливі інвестиційні умови, удосконалення інноваційної, економічної та податкової політики, а також правового забезпечення в країні.

Ключові слова: формування, структурні трансформації, інноваційний потенціал, сценарії управління, моделювання, підприємство.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки нашої країни вимагає формування ефективної системної бази забезпечення безперервного рентабельного функціонування промислових енергетичних підприємств, що потребує сталого підвищення конкурентоспроможності їх продукції та інвестиційних процесів для оптимального використання інноваційного потенціалу, гнучкого реагування на структурні трансформації у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Виконання перелічених завдань можливе завдяки систематичному здійсненню інноваційної діяльності. Однак на сьогоднішній день питома вага промислових енергетичних підприємств, які здійснюють управління структурними трансформаціями і можуть бути віднесені до інноваційно-активних, залишається низькою. Вирішення цього завдання потребує формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями управління структурними трансформаціями та інноваційного потенціалу займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: Вікарчук О.[1], Гук О.[2], Данько М.[3], Мазаракі А. [4], Петрович Й. [5], Сенів Б. [6], Шилова О. [7], та ін. Аналіз цих робіт свідчить про те, що вимагають подальших досліджень питання пов'язані з дослідженням управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу підприємств.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головними причинами незначного рівня інноваційної активності промислових енергетичних підприємств є нестача обсягів та неефективність використання власних, залучених і позикових джерел фінансово-кредитної підтримки управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу. Визначена ситуація безпосередньо пов'язана з наслідками проведених реформ, політичною нестабільністю, дефіцитом обсягів державного фінансування інноваційно-інвестиційного розвитку, недосконалістю

амортизаційної політики, низьким рівнем зацікавленості фінансово-кредитних установ у підтримці інноваційних проєктів, невигідними умовами банківських структур щодо кредитування інноваційної діяльності. Тому для ефективного стимулювання розвитку інноваційного потенціалу доцільно використовувати як внутрішні можливості суб'єктів господарювання, так і розширювати можливості залучення інвестиційних ресурсів за допомогою сформованих сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу підприємств.

Зв'язок між факторами когнітивної моделі відбувається завдяки взаємозв'язку якісних та кількісних змінних значень станів функціональної залежності між відповідними факторами та враховує відхилення фактора-причини та фактора-наслідка з можливістю задати точне значення відхилень у вигляді нечіткої множини, яка являє собою апроксимацію залежності між входами і виходами системи за допомогою нечіткої бази знань та операцій над нечіткими множинами. В іншому випадку має місце неповна база нечітких правил. Формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу здійснюється на основі когнітивного моделювання сценаріїв реалізації стратегії управління, що дозволяє прогнозувати зміни результуючих факторів розвитку промислових енергетичних підприємств залежно від вхідних параметрів на основі оптимістичного та песимістичного сценаріїв розвитку (рис. 1). За допомогою запропонованого алгоритму методичного підходу до формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств можливо виокремити комплекс заходів, що необхідно здійснювати промисловим енергетичним підприємствам для забезпечення підвищення конкурентоспроможності виробництва на основі інноваційного розвитку. Оскільки для здійснення ефективної фінансово-господарської діяльності промисловим енергетичним підприємствам постійно потрібно розробляти та впроваджувати інновації, удосконалюючи систему управління інноваційним потенціалом. Ефективна система управління структурними трансформаціями інноваційного

потенціалу може стати дієвим інструментом в сучасній конкурентній боротьбі та джерелом розвитку підприємств. Сценарії розвитку щодо підвищення ефективності інноваційного потенціалу повинні впроваджуватись не тільки на рівні підприємства, але й

на рівні держави, забезпечуючи сприятливі інвестиційні умови; удосконалення інноваційної, економічної та податкової політики; удосконалення правового забезпечення в країні та ін.

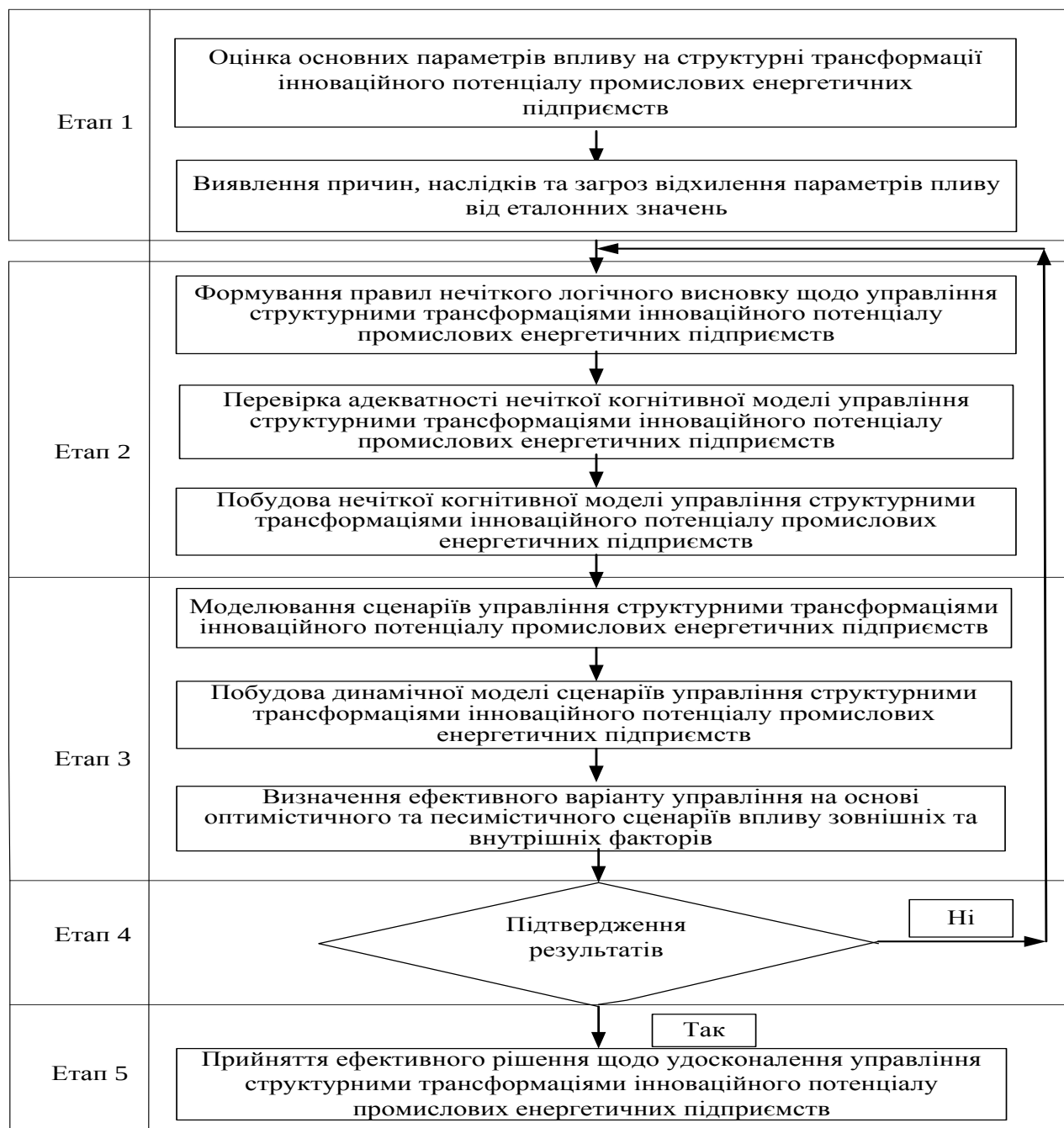


Рис. 1. Алгоритм методичного підходу до формування сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств

Нечіткий логічний висновок – це апроксимація залежності між вхідними й вихідними системами, яка здійснюється за допомогою нечіткої бази знань та операцій над нечіткими множинами. Відображення j множини станів у множину рішень

виступає системна база знань, яка складається з набору відповідних правил. Оптимальність прийнятого рішення завжди залежить від точності визначеної функції належності системних величин та бази знань. В більшості випадків прийнятна

точність визначених рішень досягається з рахунок настроювання параметрів відповідних функцій та вагових коефіцієнтів правил на основі вибірки даних. Етап фазифікації вважається закінченим, коли будуть знайдені всі значення для кожної з підумови всіх правил, що входять у розглянуту базу правил системи нечіткого висновку. Цю множину значень позначимо через $B = \{b_i\}$. При цьому якщо деякий терм α лінгвістичної змінної β_i не присутній ні в одному з нечітких висловлювань, то відповідне йому значення функції приналежності не знаходиться в процесі фазифікації. Діапазони змін внутрішніх факторів впливу структурних трансформацій інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств визначають якісні та кількісні параметри означених факторів впливу на формування інноваційного потенціалу, а також визначають діапазон зовнішніх параметрів змін та впливу на фінансово-економічну діяльність підприємств, оскільки саме це безпосередньо є найважливішим індикатором сприяння структурних трансформацій.

Отже, діапазони інтервалів зміни

внутрішніх факторів змін інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств було розбито на п'ять інтервальних значень. На основі визначених інтервалів було визначено діапазони зміни факторів – індикаторів впливу структурних трансформацій на інноваційний потенціал. В рамках мінімальних та максимальних значень визначено лінгвістичні зміни зовнішніх та внутрішніх факторів. Й опираючись на визначені лінгвістичні змінні для факторів зовнішнього середовища підприємств було сформовано правила нечіткого логічного висновку якісних та кількісних залежностей. Сформувавши правила нечіткого логічного висновку, які визначені на основі лінгвістичних змінних було розроблено загальні правила нечіткого логічного висновку для промислових енергетичних підприємств. Правила нечіткого логічного висновку 1 та правила нечіткого логічного висновку 2 якісних та кількісних залежностей когнітивної моделі структурних трансформацій інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Правила нечіткого логічного висновку

Вхідні фактори		Вихідні	
f_1	f_2	f_3	f_4
Середній рівень	Середній рівень	Високий рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Достатній рівень	Помірний рівень	Високий рівень
Високий рівень	Високий рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Достатній рівень	Помірний рівень	Високий рівень
Достатній рівень	Достатній рівень	Високий рівень	Середній рівень
Достатній рівень	Високий рівень	Достатній рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Достатній рівень	Помірний рівень	Високий рівень
Достатній рівень	Помірний рівень	Достатній рівень	Високий рівень
Достатній рівень	Достатній рівень	Достатній рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Достатній рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Високий рівень	Високий рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Достатній рівень	Достатній рівень	Середній рівень	Середній рівень
Помірний рівень	Достатній рівень	Достатній рівень	Помірний рівень
Достатній рівень	Низький рівень	Достатній рівень	Помірний рівень
Достатній рівень	Низький рівень	Середній рівень	Середній рівень
Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Середній рівень	Достатній рівень	Низький рівень	Достатній рівень
Достатній рівень	Помірний рівень	Помірний рівень	Помірний рівень
Достатній рівень	Помірний рівень	Достатній рівень	Достатній рівень
Середній рівень	Середній рівень	Помірний рівень	Достатній рівень

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з високим рівнем

інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу подано в табл. 3.

Таблиця 3

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з високим рівнем інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу

1	2	3	4	5	6	7	8
0,000	6,518	3,309	4,998	3,117	7,597	8,637	7,356
5,388	0,000	4,348	2,789	6,557	8,507	7,077	8,525
3,309	4,348	0,000	2,659	5,518	5,128	6,038	8,135
4,998	2,789	2,659	0,000	4,998	6,557	4,998	8,005
7,467	6,557	5,518	4,998	0,000	6,817	5,778	9,305
7,597	8,507	5,128	6,557	6,817	0,000	5,648	9,825
8,637	7,077	6,038	4,998	5,778	5,648	0,000	9,565
7,356	8,525	8,135	8,005	9,305	9,825	9,565	0,000

Евклідова матриця для підприємств промислових енергетичних підприємств з достатнім рівнем інтегральних показників

складових оцінки інноваційного потенціалу подано в табл. 4.

Таблиця 4

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з достатнім рівнем інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу

1	2	3	4	5	6	7	8
0,000	0,898	1,882	1,747	1,980	1,857	2,165	2,066
0,898	0,000	1,722	1,267	2,030	1,734	1,722	1,808
1,882	1,722	0,000	1,058	2,337	1,292	1,267	1,968
1,747	1,267	1,058	0,000	2,472	1,230	0,738	1,956
1,980	2,030	2,337	2,472	0,000	1,919	2,694	1,574
1,857	1,734	1,292	1,230	1,919	0,000	1,341	2,054
2,165	1,722	1,267	0,738	2,694	1,341	0,000	2,140
2,066	1,808	1,968	1,956	1,574	2,054	2,140	0,000

Евклідова матриця для підприємств промислових енергетичних підприємств з середнім рівнем інтегральних показників

складових оцінки інноваційного потенціалу подано в табл. 5.

Таблиця 5

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з середнім рівнем інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу

1	2	3	4	5	6	7	8
0,000	9,756	5,993	9,044	3,508	3,745	5,632	7,567
9,756	0,000	7,869	5,055	1,869	5,395	2,807	9,691
5,993	7,869	0,000	4,818	9,982	9,282	0,931	8,980
9,044	5,055	4,818	0,000	9,044	1,869	9,044	8,742
3,508	1,869	9,982	9,044	0,000	2,333	0,457	1,093
3,745	5,395	9,282	1,869	2,333	0,000	0,220	2,042
5,632	2,807	4,931	9,044	0,457	0,220	0,000	1,567
7,567	9,691	8,980	8,742	1,093	2,042	1,567	0,000

Евклідова матриця для підприємств промислових енергетичних підприємств з помірним та низьким рівнем інтегральних

показників складових оцінки інноваційного потенціалу подано в табл. 6,7.

Таблиця 6

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з помірним рівнем інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу

1	2	3	4	5	6	7	8
0,000	4,188	8,478	3,123	9,897	0,260	3,115	1,973
4,188	0,000	1,333	7,051	7,405	2,752	8,833	5,190
8,478	1,333	0,000	6,700	4,550	3,474	5,978	4,114
3,123	7,051	6,700	0,000	3,123	7,405	3,123	3,763
9,897	7,405	4,550	3,123	0,000	8,119	5,264	7,331
0,260	2,752	3,474	7,405	8,119	0,000	4,901	8,759
3,115	8,833	5,978	3,123	5,264	4,901	0,000	6,045
1,973	5,190	4,114	3,763	7,331	8,759	8,045	0,000

Таблиця 7

Евклідова матриця для промислових енергетичних підприємств з низьким рівнем інтегральних показників складових оцінки інноваційного потенціалу

1	2	3	4	5	6	7	8
0,000	4,294	8,487	3,211	0,101	0,470	3,374	3,580
4,294	0,000	1,390	7,035	7,566	3,005	9,018	6,852
8,487	1,390	0,000	6,678	4,663	3,568	6,115	5,757
3,211	7,035	6,678	0,000	3,211	7,566	3,211	5,400
0,101	7,566	4,663	3,211	0,000	8,292	5,389	9,030
0,470	3,005	3,568	7,566	8,292	0,000	5,020	0,482
3,374	9,018	6,115	3,211	5,389	5,020	0,000	9,756
3,580	6,852	5,757	5,400	9,030	0,482	9,756	0,000

Модель сценарного моделювання промислових енергетичних підприємств повинна враховувати цілий ряд факторів, які є важливими для організації адекватного управління. Динамічність моделі сценарного моделювання підприємств проявляється в постійному розвитку системи ресурсів і способів їх організації та слугує

для виявлення і систематизації необхідних для створення і утримання конкурентної переваги підприємств.

Множини значень зовнішніх факторів для сценаріїв саморозвитку ситуації представлено в табл.8.

Таблиця 8

Множини значень зовнішніх факторів для сценаріїв саморозвитку ситуації

Фактор	Сценарії саморозвитку ситуації									
	Оптимістичні				Реалістичні		Песимістичні			
	О_1	О_2	О_3	О_4	Р_1	Р_2	П_1	П_2	П_3	П_4
1	0,518	0,627	0,602	0,155	0,324	0,324	0,360	0,566	0,191	0,651
2	0,320	0,711	0,445	0,493	0,397	0,276	0,239	0,445	0,203	0,735
3	0,602	0,639	0,953	0,155	0,015	0,264	0,324	0,457	0,651	0,663
4	0,578	0,856	0,118	0,227	0,276	0,409	0,614	0,735	0,711	0,893
5	0,796	0,735	0,856	0,256	0,748	0,481	0,312	0,324	0,566	0,760
6	0,614	0,578	0,881	0,179	0,336	0,251	0,360	0,481	0,639	0,602
7	0,965	0,735	0,159	0,207	0,893	0,276	0,312	0,566	0,324	0,760
8	0,772	0,627	0,639	0,784	0,518	0,143	0,034	0,167	0,457	0,651
9	0,772	0,953	0,796	0,808	0,627	0,062	0,409	0,372	0,039	0,290
10	0,893	0,893	0,881	0,808	0,869	0,808	0,687	0,058	0,009	0,929
11	0,705	0,944	0,605	0,339	0,327	0,569	0,496	0,532	0,593	0,806
12	0,614	0,699	0,699	0,796	0,336	0,590	0,039	0,251	0,360	0,723
13	0,796	0,711	0,276	0,227	0,264	0,312	0,602	0,397	0,881	0,735

Множини значень внутрішніх факторів для сценаріїв саморозвитку ситуації пред- ставлена в табл. 9.

Таблиця 9

Множини значень внутрішніх факторів для сценаріїв саморозвитку ситуації

Сценарії саморозвитку ситуації									
Оптимістичні				Реалістичні		Песимістичні			
O_1	O_2	O_3	O_4	P_1	P_2	П_1	П_2	П_3	П_4
0,565	0,703	0,427	0,230	0,221	0,402	0,350	0,376	0,419	0,728
0,522	0,582	0,591	0,660	0,307	0,496	0,015	0,238	0,324	0,608
0,660	0,591	0,255	0,221	0,247	0,290	0,513	0,350	0,720	0,617
0,445	0,531	0,505	0,161	0,298	0,298	0,324	0,479	0,187	0,556
0,677	0,591	0,393	0,427	0,350	0,255	0,230	0,393	0,204	0,617
0,513	0,539	0,780	0,161	0,040	0,247	0,298	0,402	0,548	0,556
0,488	0,711	0,135	0,212	0,255	0,367	0,522	0,608	0,599	0,737
0,660	0,608	0,703	1,021	0,625	0,410	0,281	0,298	0,488	0,634
0,522	0,488	0,728	0,187	0,307	0,238	0,324	0,419	0,539	0,505
0,789	0,617	0,943	0,986	0,737	0,255	0,281	0,488	0,298	0,634
0,642	0,531	0,539	0,651	0,445	0,152	0,075	0,169	0,393	0,548
0,642	0,789	0,668	0,668	0,531	0,866	0,359	0,333	0,015	0,814
0,737	0,737	0,728	0,677	0,720	0,668	0,574	0,092	0,049	0,763

Завдяки визначеним множинам значень внутрішніх факторів для сценаріїв саморозвитку ситуації можна визначити найбільш ефективні стратегії управління й розробити управлінські рішення щодо покращення діяльності промислових енергетичних підприємств на основі оптимістичного й песимістичного сценаріїв впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на значення оціночних показників розвитку й сили їхнього

впливу на економічне становище та напрямки змін для отримання бажаних результатів цільових показників (табл. 10). Використання фінансової моделі подоби дозволило визначити варіант реалізації структурних трансформацій інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств, виявивши ступінь можливості її реалізації (табл. 11).

Таблиця 11

Загальний показник оцінки ефективності проведення структурних трансформацій інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств

Показники	Висновок про ефективність проведення структурних трансформацій інноваційного потенціалу
ДП «Мирноградвугілля»	Достатня ефективність проведення
ДП «Селидіввугілля»	Висока ефективність проведення
ДП «Добропіллявугілля»	Середня ефективність проведення
ДП «Донецька вугільна енергетична компанія»	Достатня ефективність проведення
ДП «Макіїввугілля»	Середня ефективність проведення
ДП «Артемвугілля»	Середня ефективність проведення
ДП «Торецьквугілля»	Висока ефективність проведення
ДП «Орджонікідзевугілля»	Середня ефективність проведення
ДП «Луганськвугілля»	Висока ефективність проведення
ДП «Первомайськвугілля»	Достатня ефективність проведення
ДП «Антрацит»	Достатня ефективність проведення
ДП «Волиньвугілля»	Середня ефективність проведення
ДП «Вугільна компанія «Краснолиманська»	Висока ефективність проведення
ДП «Шахта «Новодзержинська»	Середня ефективність проведення
ДП «Шахта імені К.І. Кисельова»	Достатня ефективність проведення

Таблиця 10
Результати моделювання сценаріїв управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств

Рівень	Сценарій	Підприємство	ДП «Селів-вугілля»	ДП «Добропіллявугілля»	ДП «Донецька вугільна компанія»	ДП «Маків-вугілля»	ДП «Артем-вугілля»	ДП «Го-рецьк-вугілля»	ДП «Ор-джонідзе-вугілля»	ДП «Луган-ськ-вугілля»	ДП «Лерво-майськ-вугілля»	ДП «Антра-цит»	ДП «Волинь-вугілля»	ДП «Вугіль-на компанія Манська»	ДП «Шахта «Новодзержинська»	ДП «Шахта імені К. І. Ки-сельова»
Інвестицій-ний	ΔIPRo	0,217	0,273	0,234	0,213	0,323	0,245	0,208	0,301	0,243	0,212	0,320	0,251	1,515	0,786	0,435
	IPRo	0,373	0,651	0,468	0,386	0,701	0,478	0,381	0,678	0,476	0,385	0,697	0,483	5,040	2,959	2,053
	ΔIPRp	1,324	0,701	0,398	1,155	0,682	0,429	1,290	0,745	0,969	0,641	0,463	1,382	0,727	0,409	0,483
	IPRp	4,345	2,563	1,785	4,175	2,544	1,817	4,311	2,607	4,140	2,596	1,919	4,553	2,682	1,865	2,044
Управлінсь-кий	ΔIPRo	1,316	0,766	0,472	1,620	0,835	0,455	0,227	0,223	0,253	6,177	3,413	2,401	0,303	0,286	0,262
	IPRo	4,841	2,938	2,090	5,420	3,176	2,200	1,620	0,835	0,455	0,227	0,223	0,253	1,486	0,853	0,515
	ΔIPRp	1,467	0,766	0,426	0,266	0,232	0,200	5,420	3,176	2,200	3,854	2,537	1,893	5,541	3,353	2,377
	IPRp	4,865	2,860	1,986	6,177	3,413	2,401	0,266	0,180	0,182	4,815	2,910	2,150	1,661	0,853	0,463
Фінансовий	ΔIPRo	0,370	1,078	0,706	0,504	1,551	0,803	0,442	1,346	0,783	0,479	1,510	0,857	1,125	0,732	0,519
	IPRo	2,033	4,698	2,937	2,165	5,170	3,033	2,103	4,966	3,013	2,140	5,129	3,087	4,925	3,074	2,263
	ΔIPRp	0,191	0,215	0,191	0,180	0,262	0,180	0,182	0,227	0,182	0,210	0,266	0,182	0,217	0,191	0,186
	IPRp	2,224	5,433	3,165	2,354	5,892	3,258	2,295	5,647	3,240	2,273	5,622	3,242	5,695	3,316	2,464
Виробни-чий	ΔIPRo	0,266	0,491	0,280	0,217	0,225	0,221	0,251	0,392	0,262	0,221	0,241	0,227	0,507	0,286	0,219
	IPRo	0,370	1,078	0,706	0,504	1,551	0,803	0,442	1,346	0,783	0,479	1,510	0,857	1,125	0,732	0,519
	ΔIPRp	2,033	4,698	2,937	2,165	5,170	3,033	2,103	4,966	3,013	2,140	5,129	3,087	4,925	3,074	2,263
	IPRp	0,191	0,215	0,191	0,180	0,262	0,180	0,182	0,227	0,182	0,180	0,266	0,182	0,217	0,191	0,180
Маркетин-говий	ΔIPRo	2,224	5,433	3,165	2,354	5,892	3,258	2,295	5,647	3,240	2,273	5,622	3,242	5,695	3,316	2,464
	IPRo	0,266	0,491	0,280	0,229	0,225	0,221	0,251	0,392	0,262	0,221	0,241	0,227	0,507	0,286	0,219
	ΔIPRp	1,822	3,595	2,384	1,854	3,679	2,425	1,811	3,526	2,375	1,858	3,725	2,429	3,766	2,496	1,938
	IPRp	2,020	4,568	2,780	2,029	4,594	2,780	2,057	4,757	2,905	2,088	4,837	2,873	4,787	2,910	2,122
Ресурсний	ΔIPRo	0,191	0,221	0,199	0,199	0,297	0,280	0,258	0,479	0,284	0,275	0,585	0,375	0,225	0,200	0,200
	IPRo	0,202	0,288	0,243	0,219	0,344	0,254	0,212	0,320	0,253	0,215	0,340	0,262	1,715	0,878	0,474
	ΔIPRp	0,401	0,723	0,511	0,418	0,779	0,522	0,411	0,755	0,520	0,416	0,773	0,530	5,769	3,377	2,334
	IPRp	1,495	0,779	0,431	1,300	0,758	0,466	1,456	0,829	1,086	0,710	0,506	1,562	0,809	0,444	0,528

Висновок. Отже, на рівні промислових енергетичних підприємств можна виокремити наступні основні напрямки удосконалення системи управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу: розробка інноваційної стратегії підприємств та послідовна її реалізація; використання системного підходу під час здійснення технічного переозброєння та модернізації виробництва, створення унікальних технологій на всіх стадіях виготовлення продукції з метою збільшення її інтелектуальної складової та конкурентоспроможності; впровадження інноваційного менеджменту в систему внутрішньо-фірмового управління; пошук джерел інвестування інноваційного розвитку виробництва; фінансування інноваційної розробки та реалізації інноваційних проєктів; впровадження нових, прогресивних форм організації праці, створення ефективної системи мотивації інноваційної діяльності; інвестування розвитку трудових ресурсів та нарощування інтелектуального капіталу підприємства тощо.

У процесі управління структурними трансформаціями інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств необхідно враховувати зміни у зовнішньому середовищі, що дасть змогу нівелювати вплив ризиків та максимально ефективно використовувати їх можливості. У процесі адаптації підприємств до змін ринкової кон'юнктури визначається не лише його інноваційний потенціал, але й фактор циклічності. При цьому на кожній новій стадії життєвого циклу підприємство змінює свої цілі та пріоритети залежно від фактичних можливостей та умов діяльності, відповідно, повинні модифікуватися й інноваційні довгострокові та короткострокові цілі.

Література

1. Вікарчук О. І. Інноваційний потенціал: основа розробки стратегії розвитку підприємства / О. І. Вікарчук // Вісник ХНПІ. – Харків: НТУ «ХПІ» – 2009. – №8. – С. 136–143.
2. Гук О. В. Інноваційний потенціал як інструмент забезпечення інноваційного розвитку підприємства / О. В. Гук, О. С. Дейнека, Р. І. Лексін // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2016. – Вип. 14. – С. 348–351.

3. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України / М. Данько // Економіст. – 2007. – № 10. – С. 23–34.

4. Мазаракі А. А. Інноваційний потенціал України: монографія / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, В. В. Юхименко, В. М. Костюченко, Л. П. Кудирко [та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі – К. : Київ. нац. торг.еко. унт, 2012. – 592 с.

5. Петрович Й. М. Інноваційний потенціал управління організацією: монографія / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин // Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 184 с.

6. Сенів Б. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства: проблеми і шляхи розв'язання / Б. Сенів // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2010. – Вип. 14–15. – С. 243–250.

7. Шилова О. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління / О. Ю. Шилова, Є. С. Чермошенцева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 220–227.

8. Янковець Т. М. Обґрунтування взаємозв'язку стратегічного управління підприємством й інноваційного його розвитку / Т. М. Янковець // Проблеми науки. – 2009. – № 6. – С. 26–32.

9. Zawislak P. A. Innovation Capabilities of the Firm: The Brazilian Experience / P. A. Zawislak, A. C. Alves, J. E. T. Gamarra, D. Barbieux, F. M. Reichert // 9-th Globelics International Conference, November, 2011, Buenos Aires, Argentina.

References

1. Vikarchuk, O.I. (2009). Innovatsiynyy potential: osnova rozrobky stratehii rozvytku pidpriemstva, Visnyk KhNPI, (8), 136-143.
2. Huk, O.V., Deyneka, O.S., & Lieksin, R.I. (2016). Innovatsiynyy potential yak instrument zabezpechennia innovatiynoho rozvytku pidpriemstva. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, Vol. 14, 348-351.
3. Danko, M. (2007). Innovatsiynyy potential u provyslovosti Ukrainy. Ekonomist, (10), 23-34.
4. Mazarak, A.A., Melnyk, T.M., Yukhymenko, V.V., Kostyuchenko, V.M., & Kudyrko, L.P. (2012). Innovatsiynyy potentsial Ukrainy. Kyiv, Kyivskyy natsionalnyy torhovo-ekonomichnyy universytet.
5. Petrovych, J.M., & Prokopyshyn, L.M. (2010). Innovatsiynyy potentsial upravlinnia orhanizatsiiei. Lviv, Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki.
6. Seniv, B. (2010). Otsinka efektyvnosti innovatiynoi diyalnosti pidpriemstva: problemy i shliakhy rozv'iazannia. Ukrainska nauka: mynule, suchasne, maybutnie, Vol. 14-15, 243-250.
7. Shylova, O.Yu., & Chermoshentseva, Ye.S. (2012). Innovatsiynyy potential pidpriemstva: sutnist i mekhanizm upravlinnia. Marketynh i menedzhment innovatsiy, (1), 220-227.
8. Yankovets, T.M. (2009). Obhruntuvannia vzaiemozviazku stratehichnogo upravlinnia pidpriemstvom i innovatsiynoho yoho rozvytku. Problemy nauky, (6), 26-32.

9. Zawislak, P.A., Alves, A.C., Gamarra, E.T., Barbieux, D., & Reichert, F.M. (2011). Innovation Capabilities of the Firm: The Brazilian Experience. «Proceedings from MIIM» November, 2011. 9-th

Globelics International Conference, Buenos Aires, Argentina.

ФОРМИРОВАНИЕ СЦЕНАРИЕВ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНЫМИ ТРАНСФОРМАЦИЯМИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*В. В. Прохорова, д. э. н., профессор, А. В. Проценко, соискатель,
Украинская инженерно-педагогическая академия*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: когнитивного моделирования – для наблюдения ситуаций в виде причинно-следственных связей между факторами влияния на предприятие; сценарного моделирования – для установления влияния параметров одновременной вариации развития промышленных энергетических предприятий из-за вероятности оценки каждого из сценариев управления.

Результаты. В статье определено, что современный этап развития экономики страны требует формирования эффективной системной базы обеспечения непрерывного рентабельного функционирования промышленных энергетических предприятий, что требует постоянного повышения конкурентоспособности их продукции и инвестиций для оптимального использования инновационного потенциала, гибкого реагирования на структурные трансформации во внутренней и внешней среде. Выполнение перечисленных задач возможно благодаря систематическому осуществлению инновационной деятельности. Показано, что на сегодня удельный вес промышленных энергетических предприятий, которые осуществляют управление структурными трансформациями и могут быть отнесены к инновационно-активным, остается низкой. С помощью предложенного алгоритма методического подхода к формированию сценариев управления структурными трансформациями инновационного потенциала промышленных энергетических предприятий выделен комплекс мероприятий, которые необходимо осуществлять промышленным энергетическим предприятиям для обеспечения повышения конкурентоспособности производства на основе инновационного развития.

Новизна. Разработаны сценарии управления структурными трансформациями инновационного потенциала промышленных энергетических предприятий, что позволяет прогнозировать изменения результирующих факторов в зависимости от изменения входных параметров на основе оптимистического и пессимистического сценариев развития.

Практическая значимость. Для осуществления эффективной финансово-хозяйственной деятельности промышленным энергетическим предприятиям постоянно нужно разрабатывать и внедрять инновации, совершенствуя систему управления инновационным потенциалом. Соответственно, эффективная система управления структурными трансформациями инновационного потенциала может стать действенным инструментом в современной конкурентной борьбе и источником развития предприятий. Сценарии развития по повышению эффективности инновационного потенциала должны внедряться не только на уровне предприятия, но и на уровне государства, обеспечивая благоприятные инвестиционные условия, совершенствование инновационной, экономической и налоговой политики, а также правового обеспечения в стране.

Ключевые слова: формування, структурні трансформації, інноваційний потенціал, сценарії управління, моделювання, підприємство.

FORMATION OF SCENARIOS FOR MANAGING STRUCTURAL
TRANSFORMATIONS OF INNOVATIVE POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENERGY
ENTERPRISES

*V. V. Prokhorova, D.E., Professor, A. V. Protsenko, Applicant, Ukrainian Engineering and
Pedagogical Academy*

Methods. The results are obtained through the use of methods: cognitive modeling – to monitor situations in the form of causal relationships between factors affecting the enterprise; scenario modeling – to determine the effect of the parameters of simultaneous variation of the development of industrial energy enterprises due to the probability of evaluation of each of the management scenarios.

Results. The article determines that the current stage of economic development of our country requires the formation of an effective systematic basis for ensuring the continuous cost-effective functioning of industrial energy enterprises, which requires a sustainable increase in the competitiveness of their products and investments for optimal use of innovation potential, flexible response to structural transformations in the internal transformation environment. The fulfillment of these tasks is possible thanks to the systematic implementation of innovative activities. It is shown that today the share of industrial energy companies that manage structural transformations and can be attributed to innovative ones remains low. With the help of the proposed algorithm of methodical approach to formation of scenarios of management of structural transformations of innovative potential of industrial energy companies, there is singled out the complex of measures which should be carried out by industrial energy enterprises to ensure increase of competitiveness of production on the basis of innovative development.

Novelty. Scenarios for managing the structural transformations of the innovative potential of industrial energy enterprises have been developed, which makes it possible to predict changes in the resultant factors depending on the change of input parameters based on best-case and worst-case development scenarios.

Practical value. For the implementation of effective financial and economic activity of industrial energy enterprises, it is constantly necessary to develop and implement innovations, improving the system of managing innovative potential, and an effective system of managing structural transformations of innovative potential can become an effective tool in modern competitive struggle and a source of development. of containers. Development scenarios for improving the efficiency of innovation potential should be implemented not only at the enterprise level but also at the state level, providing favorable investment conditions, improving innovation, economic and tax policies, as well as improvement of law enforcement in the country.

Keywords: formation, structural transformations, innovation potential, management scenarios, modeling, enterprise.

Надійшла до редакції 13.01.2020 р.

ПАРИТЕТНИЙ ПІДХІД ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Т. О. Максименко, аспірант, Івано-Франківський національний технічний університету нафти і газу, mezhirich@gmail.com, orcid.org/0000-0001-5139-4562

Методологія дослідження. Методика дослідження ґрунтується на використанні системного підходу, що полягає в комплексному дослідженні розвитку альтернативної енергетики в Україні та застосуванні паритетного підходу для підвищення її економічної ефективності. Також при виконанні дослідження було застосовано порівняльний аналіз з метою виявлення тенденцій зміни виробництва та цін на сонячну енергію як по окремих країнах світу, так і серед підприємств енергосектору України.

Результати. У статті показано, що бурхливий розвиток технологій сонячної енергетики і перехід до великомасштабного виробництва за останні роки привели до істотного збільшення економічного потенціалу розвитку сонячної енергетики внаслідок подорожчання традиційних енергоресурсів. Продemonстровано, що все більше й більше країн світу приділяють увагу розвитку галузі сонячної енергетики, метою якої є перетворення сонячної енергетики на один із істотних елементів енергетичного балансу завдяки досягненню мережевого паритету. Обґрунтовано теоретичні засади підвищення економічної ефективності застосування альтернативної енергетики на промислових підприємствах України. На основі проведених досліджень встановлено, що паритет вартості генерації сприятиме підвищенню інвестицій в проекти сонячної, а не теплової електростанції. При цьому паливний паритет для багатьох промислових підприємств надає пріоритету розвитку сонячної енергетики стратегічно важливе значення.

Новизна. Наукова новизна полягає у дослідженні перспективності сонячної енергетики, а відповідно і економічної доцільності застосування, на основі досягнення мережевого паритету щодо застосування сонячної енергетики для комерційних і промислових споживачів з урахуванням динаміки зростання ціни на електроенергію та в контексті тенденцій розвитку економіки країни.

Практична значущість. Сформульовані та обґрунтовані наукові положення застосування паритетного підходу можуть бути використані для підвищення привабливості сектору сонячної енергетики України з урахуванням специфіки чинного законодавства та структури ринку електроенергії.

Ключові слова: альтернативні джерела енергії, зміни, сонячна енергетика, мережевий паритет, економічна ефективність, підприємство

Постановка проблеми. Проблеми енергозабезпечення, характерні для світової спільноти, проявляються на усіх рівнях ієрархії. Для конструктивного розвитку будь-якої галузі народного господарства потрібне гармонійне поєднання його технологічного і інституціонального аспектів. Технологічна сторона припускає використання сукупності сучасних інноваційних технологій поєд-

нання ресурсів для створення благ. Інституціональна складова є комплексом формальних і неформальних інститутів, «правил гри», що активно впливають на розробку і впровадження технологій. У основі цих взаємовідносин знаходяться погоджені дії господарюючих суб'єктів з розподілом (регламентацією) ролей для стійкого функціонування системи, що вимагає їх готовності до змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження та оцінка ефективності залучення в діяльність підприємств нетрадиційних відновлюваних джерел енергії стали темами робіт значної низки вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Безруких П. П., Возняка О. Т., Дацько О. С., Девінса Д., Дробишевої В. П., Мисака Й. С., Токара К. П., Шаповала С. П., Федоренко Г. А. та інших [1–5]. Однак, в наукових працях досі мало уваги приділялося питанням підвищення ефективності сонячної енергетики для промислових підприємств, тому цей аспект потребує глибшого спектру досліджень.

Високі ціни на енергоресурси, небезпека нестабільного електрозабезпечення, в деяких випадках відсутність централізованого електропостачання знижують ефективність роботи промислових підприємств. Тому на сучасному етапі необхідно враховувати усі чинники, що впливають на фінансові показники їх діяльності і, серед інших, питання, пов'язані з енергетичним забезпеченням. Для сучасного підприємства надзвичайно важливо створити незалежну самостійну енергетичну систему [6], працюючу без збоїв, з мінімальними витратами і з виробленням енергії, що задовольняє всі потреби. Оскільки підприємство – це спосіб об'єднання частин в ціле, специфічний для кожного об'єкта [7], необхідно враховувати особливості промислових підприємств, у тому числі ресурсну складову для найбільш ефективного енергозабезпечення. У цьому контексті, у разі можливості використання поновлюваних джерел енергії, для підприємств промисловості ці ресурси можуть частково або повністю замінити традиційні енергоресурси і дозволять підприємству створити незалежну енергосистему, що забезпечить промислому підприємству ефективне функціонування.

Формулювання мети статті. Обґрунтувати теоретичні засади підвищення економічної ефективності застосування альтернативної енергетики на промислових підприємствах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. З часу ухвалення Кіотського протоколу (1997 рік), відповідно до якого 37 розвинених країн і 15 країн Європейського Со-

юзу зобов'язалися скоротити викиди, міжнародна спільнота встановила ще серйозніші цілі зі зменшення викидів основних парникових газів. Незважаючи на плани США вийти із Паризької кліматичної угоди, схоже на те, що заходи зі скорочення викидів не зупинити.

Хоча гідроенергетика лишається основним джерелом відновлюваної енергії, з розвитком сонячної та вітрової енергетики її частка суттєво скоротилася і нині на неї припадає 53% від усіх відновлюваних потужностей у світі і 69% від виробленої електроенергії. Частка сонця та вітру зросла до 18% і до 24% від усіх відновлюваних потужностей відповідно; очікується, що ці показники й надалі зростатимуть.

Сонячну генерацію використовують підприємства різних галузей. У США, наприклад, однією з тенденцій транспортної галузі стало використання сонячної енергії. Міністерство енергетики Філадельфії, спільно з Національною лабораторією поновлюваної енергетики, вже впровадило в транспортну мережу штату Пенсільванія автомобілі, працюючі на сонячних батареях. За підрахунками чиновників, ця програма дозволить на 50% зекономити енергію і мінімізує негативний вплив на середовище [8], не дивлячись на невисокий ККД сонячних батарей – 32,6% [9].

Дуже популярні конструкції, здатні згенерувати електричну енергію з енергії сонця, у підприємств будівельної галузі. Необхідно згадати, що програма, запущена в 2009 р. урядом Обама, пов'язана з впровадженням сучасних технологій у будівництві, була успішно реалізована. Цільові показники по енергозбереженню були повністю виконані, так, знову побудовані енергоефективні будівлі дійсно споживають на 30% менше енергії, що пов'язано зі збільшенням капітальних витрат на установку енергоефективних і екологічно чистих систем опалювання, вентиляції і кондиціонування, працюючих на ПДЕ, а так само матеріалів, вживаних в будівництві [10].

Нині використання сонячних батарей стає все популярніше і для невеликих компаній для енергозабезпечення офісів їх адміністративних будівель.

У Чилі, де сонячна енергетика є найбільш перспективною, фотоелектричні технології використовуються навіть для видобутку корисних копалин. Велика електростанція, потужністю 1,1 МВт, що займає більше 6 га, працює на мідній копальні «Chuquicamata». Передбачається термін її амортизації не менше 25 років. Найближчим часом планується оснащення іншої копальні вітровою електростанцією з трьох турбін, потужністю 600 кВт

У Австралії за допомогою сонячної енергії, яка забезпечує заміщення 15% радіаційної енергії для підприємства, що добуває літій. Сонячні електростанції використовують підприємства, що добувають золото, так, в Сурінамі було інвестовано 12 млн. дол. і запущена в експлуатацію сонячна електростанція, потужністю 5 МВт, зараз такі проекти плануються тиражувати в Африці [11].

Найбільш ефективно використання ПДЕ на підприємствах і домогосподарствах, розташованих на територіях без централізованого електропостачання. На думку А. Занда, без розвитку ПДЕ-генерації на віддалених територіях, а предметом його дисертаційного дослідження є гірські райони Непалу, неможливо створити цілісний підхід до розвитку суспільства, для довгострокового розвитку якого потрібна енергетична концепція, що базується на розвитку поновлюваних місцевих ресурсів. На його думку, усі невеликі підприємства повинні мати власну енергосистему, що використовує доступні поновлювані енергоресурси, крім того, домогосподарствам необхідно мати свій енергогенератор, що використовує різні типи поновлюваної сировини. Застосування місцевих поновлюваних джерел енергії і перетворення її через контекстуалізовані технології грає центральну роль в довгострокових програмах розвитку цілісного співтовариства [12].

На сучасному етапі в Україні з використанням відновлюваних джерел (окрім гідроенергетики) виробляється лише 4% електроенергії і, з огляду на заявлене державою у Національній енергетичній стратегії бажання збільшити до 2035 року використання різних відновлюваних джерел до 25%, ринкові можливості для інвесторів практично безмежні. Ця амбітна стратегія потребує суттєвих інвестицій у розвиток енергетичних сховищ,

щоб зменшити втрати в енергосистемі і дисбаланс між попитом і пропозицією, але очікується, що після лібералізації ринку ця проблема значною мірою буде врегульована. Нині потужності енергетичних сховищ в Україні обмежуються гідроакумуючими можливостями електростанцій, потужність яких становить приблизно 1 500 МВт.

ДТЕК «Вінд Пауер», підрозділ з виробництва відновлюваної енергії місцевого енергетичного гіганта, Wind Parks of Ukraine, яке додатково будує устаткування за ліцензією німецького постачальника Fuhrlander Windtechnology, домінують на українському ринку вітроенергетики.

У галузі сонячної відновлюваної енергетики найбільші постачальники, яким належить контроль практично над третиною ринку, – CNBM New Energy Engineering та Rengy Development.

Ринок вітрової та сонячної енергії, окрім основних гравців, фрагментований і характеризується наявністю дрібних виробників та стартапів, чимало з яких ще мають виробити свій перший мегават.

Упродовж 2018 року виробнича потужність встановлених сонячних електростанцій збільшилася на 646 МВт (87%). За той же період потужність вітроенергетичних установок зросла на 68 МВт-пік (15%), потужність біопаливних установок зросла на 13 МВт-пік (33%), що зумовлюється, переважно, запровадженням механізму зелених тарифів, підвищенням інтересом з боку іноземних інвесторів, кредитним фінансуванням і страховим покриттям, наданими міжнародними фінансовими установами.

Проект «Сонячний Чорнобиль» вартий визнання як з огляду на його мету, так і на символізм. Чорнобильська катастрофа 1986 року стала найбільш руйнівною ядерною аварією у світі, внаслідок якої тисячі квадратних кілометрів українських і білоруських земель стали непридатними до життя, що викликало одну з найбільших примусових міграцій у Європі після Другої світової війни. На початку 2018 року «Сонячний Чорнобиль», спільне підприємство української компанії «Батьківщина» і німецької Eneparc AG, ввело в дію в чорнобильській зоні відчуження невеличку сонячну електростанцію (1

МВт-пik), а наприкінці того ж року була підписана угода про збільшення її потужності до 100 МВт-пik. Проект передбачає, що після його завершення «Сонячний Чорнобиль» стане однією з найбільших сонячних електростанцій країни.

Однак, важливо керуватися не лише інвестиційними можливостями та об'ємом капітальних витрат, але і враховувати витрати на зміст електроустановок при експлуатації. Показники економічної ефективності використання устаткування поновлюваної енергетики у будь-якому випадку залежать від ціни на традиційні енергоносії і оцінюються шляхом порівняння з економічними показниками використання традиційних джерел.

У першому кварталі 2019 року Україна збільшила виробничі потужності відновлюваної енергетики на 861 МВт-пik [13], що в п'ять раз перевищує показник за аналогічний період минулого року, з них майже 700 МВт-пik припало на сонячну енергію.

Нещодавно ухвалений закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії» № 8449-д (Закон про аукціони), підтримуватиме започатковану динаміку (рис. 1), забезпечуючи нові, визначені на аукціоні, тарифи, збалансований ринок і чітку стратегію інтеграції відновлюваних джерел енергії у загальну структуру енергетики. Запланована інтеграція в європейську мережу також підвищує перспективи міжнародних продажів енергії.

Виробництво електроенергії в Україні в ГВт-год

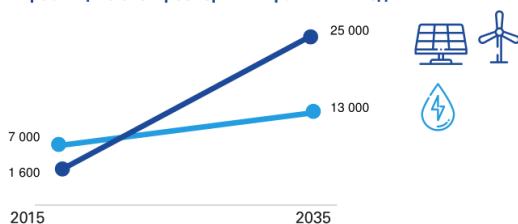


Рис. 1 Динаміка виробництва електроенергії [13]

Таким чином, можна констатувати факт, що промислова переробка поновлюваних ресурсів може бути дуже ефективно використана для енергозабезпечення підприємств промисловості, проте потрібний доцільний розрахунок. Якщо поновлюваний ресурс знаходиться у безпосередній близькості

до підприємства, якщо підприємство знаходиться в важкодоступному районі, де неможливе централізоване енергозабезпечення і невідповідно високі витрати використання привізної традиційної сировини, однозначно ПДЕ-генерація може стати панацеєю у вирішенні питання забезпечення енергією. Також вона може використовуватися комплексно з традиційними енергоносіями. Доцільність використання ПДЕ-генерації пов'язана також з територіями, де необхідно максимально підтримувати екологічний баланс – на підприємствах, розташованих поблизу парків, водойм, лісів і інших екологічно чистих зон. Дуже важлива економічна складова, яка включає співставлення цін від традиційних і альтернативних ресурсів, що включають витрати на обслуговування, тобто, технологічне забезпечення ПДЕ-генерації.

Тривалий час сектор відновлюваної енергетики вважався дотаційним, проте технологічні інновації, політика стимулювання та економія від масштабу призвели до того, що виробництво електроенергії завдяки відновлюваним джерелам стає все більш конкурентоспроможним, і в багатьох випадках менш затратним за енергетику, що базується на викопному або ядерному паливі [14].

З 2010 по 2017 рік ціна на сонячні фотоелектричні модулі зменшилася більше ніж на 80%, разом із цим середня вартість за кВт-год виробленої енергії зменшилася на 73% до 0,10 доларів США (LCOE) з перспективою падіння до 0,03 доларів США у випадку дотримання умов експлуатації.

Тому важливим чинником розвитку сонячної енергетики також є порівняння собівартості електроенергії, отриманої від сонячних фотоелектричних енергоустановок (СФЕУ) з вартістю електроенергії, отриманої з альтернативних джерел. Показником перспективності сонячної енергетики, а відповідно і економічної доцільності застосування, в регіоні являється досягнення паритету (рівності) вищезгаданих вартостей. У спеціалізованій літературі [15] часто використовується термін «мережевий паритет», який означає :

– для споживача в енергосистемі: рівність собівартості електроенергії, СФЕУ, що виробляється, і роздрібного тарифу на електроенергію (тарифу, по якому енергозбутова

компанія поставляє електроенергію кінцевим споживачам) - так званий динамічний мережевий паритет (dynamic grid parity);

– для генератора в енергосистемі: рівність собівартості електроенергії, що виробляється генератором, і оптового тарифу на електроенергію (тарифу, по якому традиційна генерація поставляє електроенергію в мережу); по суті, це буде означати велику ефективність інвестицій в СФЕУ, ніж в об'єкт традиційної генерації - так званий паритет вартості генерації (generation value competitiveness) або паритет з гуртовими цінами на електроенергію (wholesale price competitiveness);

– для автономних споживачів: у важкодоступних регіонах і ізольованих енергосистемах, де немає доступу до загальної електричної мережі, мережевий паритет означає рівність собівартості електроенергії, СФЕУ, що виробляється, і собівартості електроенергії, що виробляється дизель-генераторами, – так званий паливний паритет для важкодоступної генерації (fuel - parity for island power generation).

За оцінками можливості досягнення динамічного мережевого паритету різноманітними видами СФЕУ, за різними дослідженнями, можна зробити висновок про створення умов для такого паритету в Україні вже в найближчі 5-10 років. В першу чергу, установка СФЕУ буде доцільна для комерційних і промислових споживачів з урахуванням динаміки зростання ціни на електроенергію для вказаної групи споживачів, а також ефектом масштабу при будівництві відносно великих СФЕУ.

В той же час упродовж останнього десятиліття у всьому світі довела свою економічну ефективність установка гібридних СФЕУ для роботи паралельно з дизель-генератором в ізольованих і важкодоступних районах без доступу до централізованої енергосистеми, особливо для живлення невеликих електричних навантажень до декількох сотень кіловат. Дані Міжнародного Агентства по поновлюваній енергетиці зараз показують, що підключені до мережі СФЕУ в Африці вже стали конкурувати з дизельними електростанціями (ДЕС), приведена вартість вироблення електроенергії на яких складає

від \$0,30 до \$0,95 за кВт·год., залежно від потужності ДЕС, місцевих субсидій на придбання палива, а також розкравань палива [16]. Більше того, деякі дослідники вже роблять висновки, що зниження вартості СФЕУ означає, що сонячна енергія стає конкурентоздатною технологією виробництва електроенергії в регіоні Персидської затоки, де будівництво СФЕУ може бути економічно доцільним з урахуванням економії спалюваного палива на поширених в регіоні мазутних електростанціях. Приклад інших регіонів з великою часткою розподіленої генерації, зокрема Індії, показує, що електроенергія від СФЕУ значно дешевша за електроенергію, що отримується при згоранні дизельного палива [17; 18]. Ці і інші дані підкреслюють вже наявний величезний потенціал розвитку СФЕУ в країнах, що розвиваються, з великою часткою розподіленої дизельної генерації.

При цьому, зниження тарифу для кінцевих споживачів, підключених до ДЕС, забезпечується за рахунок масштабного перехресного субсидювання і субсидювання з регіональних бюджетів. Використання поновлюваних джерел енергії і гібридних систем на їх основі (вітро-дизельні, сонячно-дизельні електростанції) дозволить досягти істотного економічного ефекту, а також понизити об'єми бюджетних субсидій.

Висновки. У якості висновку необхідно зазначити, що бурхливий розвиток технологій сонячної енергетики і перехід до великомасштабного виробництва за останні 3-5 років, привели до істотного збільшення економічного потенціалу розвитку сонячної енергетики. Зважаючи на неминуче здорожчання енергоресурсів, ми можемо спостерігати, що все більше і більше країн приділяють увагу розвитку галузі сонячної енергетики, мета якої – зробити сонячну енергетику одним з істотних елементів енергетичного балансу – нового «енергоменю» ХХІ століття – завдяки досягненню мережевого паритету. У багатьох країнах Європи (Італія, Німеччина, Іспанія) і штатах США мережевий паритет вже досягнутий, а для України мережевий паритет, на думку автора, може стати реальністю вже в 2025 р. З 2030 р. ми зможемо спостерігати паритет вартості генерації, коли інвесторів вигідніше вкладатиме гроші в

проект сонячної електростанції, ніж в проект теплової електростанції. При цьому паливний паритет для багатьох промислових підприємств – вже реальність сьогодення, що надає пріоритету розвитку сонячної енергетики стратегічно важливе значення

Література

1. Безруких П. П. Ветроэнергетика. Вымыслы и факты. Ответы на 100 вопросов / П. П. Безруких, П. П. Безруких (младший). – М. : Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2011. – 74 с.
2. Безруких П. П. Анализ перспектив развития возобновляемой энергетики мира / П. П. Безруких // Инноватика и экспертиза. – 2015. – Вып. 2(15). – С. 188–193.
3. Возняк О. Т. Дослідження ефективності комбінованого сонячного колектора / О. Т. Возняк, С. П. Шаповал, О. М. Пона // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.13. – С. 171–174. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlut_2013_23.13_28
4. Мисак Й. С. Сонячна енергетика: теорія та практика: монографія / Й. С. Мисак, О. Т. Возняк, О. С. Дацько, С. П. Шаповал. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 340 с.
5. Дробишева В. П. Сучасний стан використання відновлювальних джерел енергії в Україні / В. П. Дробишева, К. П. Токар, Г. А. Федоренко // Науковий вісник будівництва. – 2014. – № 1. – С. 165–168. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb_2014_1_44
6. Daher S. Analysis, Design and Implementation of a High Efficiency Multilevel Converter for Renewable Energy Systems. Kassel University Press, Kassel, Germany, 2006, 147 pages, p. 82-85
7. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
8. Freihaut James, Hallacher Paul Advancing from the Current State of Energy Retrofits to the Future State.//ASHRAE Transactions; 2012, Vol. 118, Issue 1, p. 351-358.
9. Eliasson B. J. Metal-Insulator-Metal Diodes For Solar Energy Conversion. Doctor Thesis. Department of Electrical and Computer Engineering. University of Colorado. 2001. 228 pages, p.12.
10. Norve L saving heroes (energy-efficient buildings and facilities)//Industrial Engineer, Mar 2010, Volume: 42 Issue: 3, pp.47-50.
11. United Nations Environment Program (Nairobi) 31 march 2015 Africa: Renewables Re-Energized - Green Energy Investments Worldwide Surge 17 Percent to U.S.\$270 Billion in 2014 <http://allafrica.com/stories/201504011586.html>
12. Zahnd A. The Role of Renewable Energy Technology in Holistic Community Development. Doctoral Thesis accepted by Murdoch University, Perth, Western Australia. – Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London, 2013, 611 p.
13. Відновлювані джерела енергії в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2019/07/renewables-in-ukraine.html>
14. IRENA (2018). Renewable power: Climate-safe energy competes on cost alone.
15. Solar Photovoltaics competing in the energy sector: On the road to competitiveness // European Photovoltaic Industry Association (EPIA), 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://w16www.epia.org/fileadmin/user_upload/Publications/Competing_Full_Report.pdf
16. Renewable Power Generation Costs in 2012: An Overview [Електронний ресурс] / IRENA, 2012. – Режим доступу: URL: [http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/Overview_Renewable % 20Power % 20Generation % 20Costs % 20in % 202012.pdf](http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/Overview_Renewable%20Power%20Generation%20Costs%20in%202012.pdf)
17. Pearson N.O. Solar Cheaper Than Diesel Making India's Mittal Believer: Energy [Електронний ресурс] // Bloomberg, 2012. – Режим доступу: URL: <http://www.bloomberg.com/news/2012-01-25/solar-cheaper-than-diesel-making-india-s-mittal-believer-energy.html>
18. Sunrise in the Desert: Solar becomes commercially viable in MENA // ESIA, PwC, 2012. – [Електронний ресурс] Режим доступу: URL: http://www.pwc.com/en_M1/m1/publications/sunrise-in-the-desert-in-col-laboration-with-emirates-solar-industry-association.pdf

References

1. Bezrukikh, P.P., & Bezrukikh P.P. (mladshyy). (2011). Vetroenergetika. Vymysly i fakty. Otvetny na 100 voprosov. Moskva: Institut ustoychivogo razvitiya Obshchestvennoy palaty Rossiyskoy Federatsii/Tsentr ekologicheskoy politiki Rossii.
2. Bezrukikh, P.P. (2015). Analiz perspektiv razvitiya vozobnovlyayemoy energetiki mira. Innovatika i ekspertiza, Issue 2(15), 188-193.
3. Vozniak, O.T., Shapoval, S.P., & Pona, O.M. (2013). Doslidzhennia efektyvnosti kombinovanoho soniachnogo kolektora. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy, Issue 23.13., 171-174. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlut_2013_23.13_28
4. Mysak, Y.S., Vozniak, O.T., Danko, O.S., & Shapoval, S.P. (2014). Soniachna enerhetyka: teoriya ta praktyka. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi npolitekhniky.
5. Drobyseva, V.P., Tokar, K.P., & Fedorenko, H.A. (2014). Suchasnyy stan vykorystannia vidnovliuvanykh dzherel enerhii v Ukraini. Naukovyy visnyk budivnytstva, (1), 165-168. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb_2014_1_44
6. Daher, S. (2006). Analysis, Design and Implementation of a High Efficiency Multilevel Converter for of Renewable Energy Systems. Kassel University Press, Kassel, Germany, 147 pages, p. 82-85.
7. Shersheva, Z.E. (2004). Stratehichne upravlinnia. (2nd ed.). Kyiv: KNEU.
8. Freihaut, James, & Hallacher, Paul (2012). Advancing from the of Current State of of Energy Retrofits to the of Future State.//ASHRAE Transactions; Vol. 118, Issue 1, p. 351-358.

9. Eliasson, B. J. (2001). Metal - Insulator - Metal Diodes For Solar Energy Conversion. Doctor Thesis. Department of of of Electrical of and of Computer Engeneering. University of of of Colorado. 228 pages, p.12.
10. Norve, L (2020). Power saving heroes (energy - efficient buildings and facilities) //of Industrial Engineer, Volume 42, Issue: 3, pp.47-50.
11. United Nations Environment Program (Nairobi) 31 march 2015 Africa: Renewables Re - Energized - Green Energy Investments Worldwide Surge 17 Percent of to of U.S.\$270 of Billion of in 2014 <http://allafrica.com/stories/201504011586.html>
12. Zahnd, A. (2013). The Role of Renewable Energy Technology in Holistic Community Development. Springer Theses. doi:10.1007/978-3-319-03989-3
13. Vidnovliuvani dzherela enerhii v Ukraini. Retrieved from <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2019/07/renewables-in-ukraine.html>
14. IRENA (2018) Renewable power: Climate - safe energy competes on cost alone.
15. Solar Photovoltaics competing in the energy sector: On of the road to competitiveness. (2011). European Photovoltaic Industry Association (EPIA). Retrieved from http://www.epia.org/fileadmin/user_upload/Publications/Com - peting _ of Full of _ of Report.pdf
16. Renewable Power Generation Costs in 2012: An Overview. (2012). IRENA. Retrieved from http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/Over - view _ of Renewable Opower Ogeneration Ocosts Oin O2012.pdf
17. Pearson, N.O. (2012). Solar Cheaper Than Diesel Making India's Mittal Believer: Energy. Bloomberg. Retrieved from <http://www.bloomberg.com/news/2012 - 01-25/solar - cheaper - than - diesel - making - india - s - mittal - believer - energy.html>
18. Sunrise of in the of Desert : Solar of becomes commercially viable in of MENA. (2012). ESIA, PwC, Retrieved from <http://www.pwc.com/en/M1/m1/publications/sunrise - in - the - desert - in - col - laboration - with - emirates - solar - industry - association.pdf>

ПАРИТЕТНЫЙ ПОДХОД ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

*Т. А. Максименко, аспирант, Ивано-Франковский национальный технический
университет нефти и газа*

Методология исследования. Методика исследования основывается на использовании системного подхода, который заключается в комплексном исследовании развития альтернативной энергетики в Украине и применении паритетного подхода для повышения ее экономической эффективности. Также при выполнении исследования был применен сравнительный анализ с целью выявления тенденций изменения производства и цен на солнечную энергию как по отдельным странам мира, так и среди предприятий энергосектора Украины.

Результаты. В статье показано, что бурное развитие технологий солнечной энергетики и переход к крупномасштабному производству за последние годы привели к существенному повышению экономического потенциала развития солнечной энергетики вследствие подорожания традиционных энергоресурсов. Продемонстрировано, что все больше и больше стран мира уделяют внимание развитию отрасли солнечной энергетики, целью которого является превращение солнечной энергетики в один из существенных элементов энергобаланса благодаря достижению сетевого паритета. Целью статьи является обоснование теоретических принципов повышения экономической эффективности применения альтернативной энергетики на промышленных предприятиях Украины. На основе проведенных исследований установлено, что паритет стоимости генерации будет способствовать повышению инвестиций в проекты солнечной, а не тепловой электростанции. При этом топливный паритет для многих промышленных предприятий придает приоритету развития солнечной энергетики стратегически важное значение.

Новизна. Научная новизна заключается в исследовании перспективности солнечной энергетики, а соответственно и экономической целесообразности применения, на основе достижения сетевого паритета относительно применения солнечной энергетики для коммерческих и промышленных потребителей с учетом динамики роста цены на электроэнергию и в контексте тенденций развития экономики страны.

Практическая значимость: сформулированы и обоснованные научные положения применения паритетного подхода могут быть использованы для повышения привлекательности сектору солнечной энергетики Украины с учетом специфики действующего законодательства и структуры рынка электроэнергетики.

Ключевые слова: альтернативные источники энергии, изменения, солнечная энергетика, сетевой паритет, экономическая эффективность, предприятие

PARITY APPROACH TO INCREASING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF
USING SOLAR ENERGY BY INDUSTRIAL ENTERPRISES

T. O. Maksymenko, Post-graduate student, Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University

Methods. Research methodology is based on the use of systems approach that consists in complex research of development of alternative energy in Ukraine and application of parity approach for the increase of its economic efficiency. Also, during the study, a comparative analysis was applied to identify trends in changes in production and prices for solar energy both in individual countries of the world and among enterprises in the Ukrainian energy sector.

Results. The article shows that the rapid development of solar energy technologies and the transition to large-scale production in recent years have led to a significant increase in the economic potential of the development of solar energy due to the rise in price of traditional energy resources. It has been demonstrated that more and more countries of the world are paying attention to the development of the solar energy industry, the goal of which is to turn solar energy into one of the essential elements of the energy balance by achieving network parity. The aim of the article is a ground of theoretical principles of increasing the economic efficiency of application of alternative energy on the industrial enterprises of Ukraine. On the basis of undertaken studies, it is set that the parity of cost of generation will assist to the increase of investments in the projects of solar rather than thermal power plants. Thus, fuel parity for many industrial enterprises gives priority of development of solar energy strategically important value.

Novelty Scientific novelty consists in the research of perspectives of solar energy, and accordingly, financial viability of its application, on the basis of achievement of network parity in relation to application of solar energy for commercial and industrial consumers taking into account the dynamics of increase of price for electric power and in the context of economy development trends.

Practical value. It is scientifically substantiated that application of parity approach can be used for the increase of attractiveness to the sector of solar energy of Ukraine taking into account the specifics of current legislation and structure of market of electric power.

Keywords: alternative energy sources, changes, solar energy, network parity, economic efficiency, enterprise.

Надійшла до редакції 05.02.20 р.

МЕТОДОЛОГІЯ ДІАГНОСТИКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*В. Й. Куценко, к. т. н., доцент, старший науковий співробітник,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
vladimirkutsenko@ua.fm, orcid.org/0000-0003-0815-6109*

Методологія дослідження. Перманентні полісистемні кризи й банкрутства суб'єктів господарювання в Україні та світі свідчать про їхню економічну незахищеність. Це вимагає пошуку нових шляхів формування економічної безпеки підприємства (ЕБП). Наукова спільнота все більше схиляється до висновку, що морально-етична культура трудящих є основою безпеки й розвитку, але це потребує методологічної діагностики рівня ЕБП для її підвищення за різними складовими. Тому мета дослідження – розробка методології (морально-філософського підходу) визначення сутності ЕБП, причин загроз, рівня безпеки господарювання та шляхів її підвищення. Метод дослідження: універсальний – загальнофілософський, заснований на об'єктивних законах розвитку людства (аналіз, синтез складових ЕБП); соціологічний через інтерв'ю, анкетування, обробку даних, групування, ранжирування; колективну оцінку.

Результати. Проведене дослідження дозволило визначити методологію економічної безпеки підприємства, діагностику рівня ЕБП за семи складовими (культурно-правова, значущість якої майже вдвічі перевищує фінансову складову; інформаційна; соціальна (кадрова); маркетингова; екологічна; технічна; фінансова) та чотирьома рівнями (кризовий, оцінка 0,0–1,4; незадовільний – 1,5–2,4; задовільний – 2,5–3,4 та добрий – 3,5–4,5). Методологія діагностики рівня ЕБП апробована в сучасних умовах господарської діяльності ПАТ «Інтерпайп НТЗ».

Новизна. Встановлено, що основною причиною внутрішніх та зовнішніх загроз господарській діяльності є зневір'я, втрата моральних цінностей життєдіяльності та господарювання, самонадія, егоїзм. Сутність ЕБП полягає в тому, що це є постійна й надійна захищеність господаря, трудового колективу, його майна та діяльності від розбрату, суперництва, війн, криз та банкрутств заради служіння ближнім, українському народові через дотримання вічних морально-етичних цінностей любові й турботи про оточуючих та довкілля. Тож, визначальним напрямом ЕБП є моральна культура особистості та колективу (культурно-правова складова), від якої залежать усі інші види господарської діяльності, довговічна безпека та сталий розвиток.

Практична значущість. Розроблено основні шляхи підвищення рівня ЕБП: моральне виховання особистості та суспільства на рівні сім'ї, трудового колективу та держави, оскільки безпека господарювання формується з соціально-економічної безпеки кожного члена трудового колективу на основі його історичних культурних (морально-етичних) цінностей. Поле наукових досліджень у цьому найперспективнішому напрямі необмежене ні в просторі, ні в часі.

Ключові слова: морально-етична культура життєдіяльності, соціальна відповідальність сьогодення, перспективна та ретроспективна, особиста та економічна безпека, сталий розвиток.

Постановка проблеми. У ХХІ ст. у світі катастрофічно загострилася проблема безпечного стабільного господарювання – без загроз та ризиків розвитку бізнесу, яка і

привела до зацикленості функціонування багатьох компаній, перманентних полісистемних криз та банкрутств. Щоб досягти довговічної економічної безпеки підприємства (ЕБП), яка є наслідком гармонійного – сталого (життєдайного довговічного) розвитку, що є проблемою № 1 третього тисячоліття, слід дослідити, перш за все, методологію діагностики (філософію, класичну істинну сутність) небезпек, загроз, причин та джерел їхнього виникнення за принципами соціальної відповідальності та морально-етично-культури господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням впливу людського фактору, морально-етичної культури особистості та трудового колективу на економічну безпеку присвячені праці багатьох вітчизняних вчених. Українське суспільство сьогодні через критичний соціально-економічний, політико-правовий, демографічний та екологічний стан поступово переходить до стадії морально-етичного розвитку. Про те, що «Духовність – основа економічної діяльності» свідчить учена (О. Романенко) [9]. Звертає увагу на зростаючу роль людського фактору, «етично-моральний потенціал» системи безпечного господарювання (В. Київська) [4]. Про те, що основою ЕБП та сталого розвитку є духовний розвиток особистості чітко зазначає (Т. Шира) [11], а (О. Ворфоломєєва, О. Яковлєва) [1] наголошують, що економічну безпеку України забезпечують історично традиційні морально-етичні цінності нашого народу. (С. Кучин) [5] справедливо стверджує, що основою виживання людства, господарського розвитку та національної безпеки є морально-етичні культурні цінності людини, яка усвідомлює сенс свого життя, відновлюючи первинний образ життєдіяльності. На морально-етичні чинники ЕБП опирається (І. Сосновська) [10], а на морально-етичних методах захисту підприємства наголошують (Л. Мартюшева) [6], (О. Почечун) [8], (Л. Гнилицька) [2].

Серед закордонних вчених, громадських діячів, які етично-моральний бізнес вважають основою його безпеки та розвитку, також шириться рух. За посиланнями (О. Романенко) [9] Дж. Кейпен-молодший (R. G. Capen, 1997) [13] стверджує, що релігія є «моральним дороговказом для половини

американських підприємців». Дж. Моул (John Mole, 2003) [18] звертає увагу на «моральність людей бізнесу і менеджерів». У. Гут (W. Guth, 1996) [17] радить європейським менеджерам дотримуватися моральних основ підприємництва для «захисту суспільних інтересів», «обов'язку відповідальності за всіх громадян, в тому числі і майбутніх поколінь» особливо при схваленні рішень щодо НТП: «Сьогодні ідея оптимізації прибутку, на противагу її максимізації, повинна враховувати, насамперед, дотримання етичних вимог підприємництва». Класик етичного менеджменту Японії К. Татеїсі (K. Tateisi, 1989) [22] місію корпорації, від якої залежить весь бізнес і його безпека, визначив так: «Працювати в ім'я Кращого життя, Кращого світу для всіх». Його основні принципи соціальної відповідальності корпорацій передбачають: «розробляти соціально-корисні товари і послуги для безпеки» суспільства; «гарантувати своїм службовцям спокійне життя, безпечні і комфортні умови праці, поважати їх життя та індивідуальність» (О. Романенко) [9].

Аналіз останніх досліджень щодо впливу морально-етичної культури особистості та трудового колективу на ЕБП показав, що в світі поступово відроджується соціально орієнтована економіка як основа захищеності суб'єктів від фінансово-економічних потрясінь. Все ж морально-етичний чинник ЕБП частіше розглядається в рамках окремої – кадрової складової, а не як визначального узагальнюючого напрямку. Зараз же постає нагальна потреба проведення подальших досліджень щодо встановлення причин небезпек, рівня ЕБП з морально-етичної точки зору, щоб знати, на яких напрямках слід підвищувати надійність господарської діяльності, чому й присвячується дана стаття.

Формулювання мети статті. Мета статті – розробка методології (морально філософського підходу) визначення сутності ЕБП, причин загроз, рівня безпеки господарювання та шляхів її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Безпека» з грець. «володіти ситуацією». Але володіти станом справ (розуміти сутність подій і приймати вірні господарські рішення), за якими підприємство надійно захищено, людині – невігласу (морально не

культурній) не можливо. Тільки Людина самотньої культури (історично неповторної, оригінальної, без впливу інших культур), наділена справжніми істинними знаннями, може сприяти такій бажаній безпеці трудової діяльності без нескінченних зовнішніх та внутрішніх негативних впливів і загроз.

Адже ЕБП цілком залежить від безпеки життєдіяльності й господарювання кожного члена трудового колективу. Безпека особистості (відсутність внутрішніх та зовнішніх загроз життєдіяльності), ознаками якої є по дитячому щира радість, любов, творчість, правочинність, успіх, у людині формується тільки на основі культурно-моральних цінностей життєдіяльності. Але, щоб повернутися нам – до-рослим до втраченої Любові та Безпеки, нам слід виправитися від невігластва, наслідування плотського, викривленого, меркантильного, аморального образу життя. Згадаймо життєустрій та безпеку наших пращурів нечуваної в світі Трипільської культури, предків епохи Київської Русі «золотого віку розвитку духовної культури з єдиною мовою, релігією, ментальністю» (Ілларіон) [3] («ментальність» лат. «розум, спосіб мислення»).

Тобто, першоосновою економічної безпеки, здобутою морально-етичним, соціально-відповідальним способом господарювання, яка забезпечує стабільну надійність господарювання підприємств, є високий рівень соціально-економічного та екологічного розвитку організації та суспільства. Про «Розвиток як головний компонент економічної безпеки» на основі народної економіки та соціальної відповідальності наголошує український економіст А. Я. Новак [7]. Те ж саме й у світі. Ф. Рузвельт (Franklin D. Roosevelt, 1936) [16] плекав, що Америка «буде зростати у свободі та істині». Екс-кандидат в президенти США Берні Сандерс (Bernie Sanders, 2016) [12] наголошує: «Проблема багатства і нерівності доходів є велика моральна проблема нашого часу... Глибоко неправильно, коли одна десята частина відсотку вищого класу володіє майже таким же багатством, як 90 відсотків нижнього прошарку населення». Папа Римський Франциск нагадує про «заповідь «Не убий», яка встановлює чіткі обмеження з метою захисту цінності людського життя» (Naomi O'Leary, 2013) [19].

Особливо небезпечна пристрасть до збагачення для кожної людини, бізнесмена чи можновладців. Франклін Рузвельт (Franklin D. Roosevelt, 1936) [15] з цього приводу застерігав: «Уряд, яким керують гроші, так само небезпечний, як і уряд, керований злочинцями». Сьогодні американці, як і 80 років тому, нагадують: «Ми покликані пам'ятати» соціально-відповідальні настанови президента Франкліна Д. Рузвельта до американського народу, які є основою економічної безпеки: «не забувати, що ми, люди, що ми повинні піклуватися один про одного, що ми повинні стояти разом, щоб боротися за свободу і справедливість для всіх» [16]. Прихильник скандинавської соціально-орієнтованої економічної системи Берні Сандерс (Bernie Sanders, 2016) [12] запропонував відродити другий – «економічний біль про права» людини Рузвельта [14], який передбачає створення соціально-відповідальної «економіки, яка працює для всіх, а не тільки для дуже багатих» [20]. Рузвельт стверджував, що права людини, «гарантовані Конституцією США і Біль про права виявилися недостатніми, щоб забезпечити нам рівність в досягненні щастя». Президент Рузвельт (Franklin D. Roosevelt, 1936) [15] бачив у «Соціальному захисті гарантію американської безпеки». Він запропонував втілювати в життя такі права, як:

- «зайнятість» (право на справедливо оплачувану працю, щоб задовольняти життєвонеобхідні потреби – нужди);
- «свободу від недобросовісної конкуренції і монополій;
- освіту і медичну допомогу» [23].

Тож, економічна безпека цілком залежить від особистої безпеки трудящого, яка досягається позитивним формуванням та удосконаленням духовно-моральної культури як феномену суспільного життя. «Культура» за латино-російським словником cultura, solo II «любов, повага, турбота, справедливість, добродійне непорочне життя, (і, як наслідок), охорона (безпека). «Культура» – це «виховання, освіта, почитання, історично визначений (духовно-моральний) рівень розвитку суспільства, образу життя людей, творчих сил і можливостей людини, вираже-

ний в упорядкуванні життєдіяльності, взаємовідносин між людьми і створюваних ними духовних та матеріальних цінностях».

Наслідком такої гуманної культури й безпеки стане сталий (життєдайний довговічний) розвиток і щастя людей. Сьогодні за даними міжнародних гуманітарних організацій найвищий рівень задоволеністю життям і щастя зазначають мешканці скандинавських країн, у яких моральність та духовність народу не відокремлені від держави. Україна поки що займає передостаннє місце серед країн світу. Про причини небезпек та нещастя застерігає наш благочестивий філософ Г. С. Сковорода, який справедливо наполягає, що людське щастя втілюється в духовних шуканнях, сердечній радості і в праці в колективі споріднених душ. Здібності надаються культурній Людині зверху (за академіком В. Вернадським «Людина – це мікрокосмос»). «Прислухаючись до цього внутрішнього голосу, Людина має обрати собі заняття не тільки не шкідливе для суспільства, а й таке, яке приносить їй внутрішнє задоволення і душевний спокій. Усі заняття добрі лише тоді, коли виконуються у відповідності з внутрішньою схильністю. Життя Людини має бути радісним і зробити його таким може тільки вона сама. Щастя досягне для всіх». Тобто, економічна наука про ЕБП і сталий його розвиток має бути спрямована на радість життя усіх. Добре, що сьогодні світ на порозі морально-етичного прозріння, з урахуванням тотальної загрози життєдіяльності людей на планеті, що й буде початком ЕБП, стан та рівень якої слід навчитися діагностувати.

Як уже зазначалося, добра (повна) ЕБП починається з відродження морально-етичної культури особистості, потім → її соціальна відповідальність → безпека Людини → морально-етична культура трудящих → соціальна відповідальність підприємства →

гармонійні відносини членів трудового колективу → ЕБП → сталий розвиток організації → сталий розвиток міста та суспільства, що сьогодні і є основною проблемою III-го тисячоліття.

Отже, забезпечення сталого розвитку через перманентне морально-етичне оновлення особистості та трудового колективу і є результатом стабільної безпеки господарювання, як і людської життєдіяльності взагалі. Оновлення ж трудящої людини та колективу у свою чергу залежить від рівня морально-етичної їхньої самобутньої культури (просвітлення, переосмислення сенсу життя). Тому, серед різних напрямів ЕБП ключовою – визначальною складовою, що забезпечує його безпеку та сталий розвиток, є культурно-правова захищеність від руйнівних внутрішніх та зовнішніх загроз.

Отже, тільки формування в особистості та суспільстві морально-етичних цінностей, закладених в нашої історичній культурі, спроможне забезпечити належну безпеку та сталий розвиток господарювання через інтуїтивну творчість просвітленої душі та розуму, про який плекав академік В. Вернадський у майбутньому ноосферному способу життєдіяльності (ноосферній економіці). І цей час відродження морально-етичної культури особистості настав! Тож, безпечно та успішно господарювання, що формує сталий розвиток, досягається, перш за все, соціальною відповідальністю сьогодення, перспективною та ретроспективною на засадах морально-етичної культури життєдіяльності та господарювання кожного з нас.

Рівень ЕБП можна визначити через опитування членів трудового колективу на основі ключових показників, критеріїв оцінки та вагових коефіцієнтів за її складовими та через розрахунки за балансами компанії, наведених у табл. 1.

Таблиця 1.

Ключові показники ЕБП, критерії оцінки, ваговий коефіцієнт (K_i) за її складовими

№	Показники	Критерії оцінки	
1	Культурно-правова складова, $K_i = 0,19$		
1.1	Ступінь гармонійних стосунків у трудовому колективі	Гармонійні стосунки (ГС)	+ГС
		Окремі випадки дисгармонії	–ОД
		Перманентна конфліктність	–ПК

1.2	Ступінь дотримання керівниками чинного законодавства України щодо неприпустимості тіньової економіки (ТЕ)	Відсутня тіньова економіка	+ВТЕ
		Окремі випадки тіньової економіки	–ОТЕ
		Тотальна тіньова економіка	– –ТТЕ
1.3	Ступінь дотримання керівниками чинного законодавства України щодо неприпустимості корупції (К)	Відсутня корупція	+ВК
		Окремі випадки корупції	–ОК
		Тотальна корупція	– –ТК
2	Інформаційна складова, $K_i = 0,17$		
2.1	Коефіцієнт поінформованості працівників про соціально-відповідальні норми господарювання – відповідність фактичного ступеню ознайомленості (ОСВф) до наявної морально-етичної інформації підприємства (ОСВн), $K_{ісв} = ОСВф/ОСВн$	Відсутня чи низька поінформованість	$K_{ісв} = 0,0-0,3$
		Середня поінформованість	$K_{ісв} = 0,4-0,7$
		Найвища поінформованість	$K_{ісв} = 0,8-1,0$
2.2	Коефіцієнт поінформованості працівників щодо професійних норм господарювання – відповідність фактичного ступеню ознайомленості із поточною документацією (наказами, інструкціями, розпорядженнями тощо) (ОПф) до наявної професійної інформації підприємства (ОПн), $K_{іп} = ОПф/ОПн$	Відсутня поінформованість	$K_{іп} = 0,0-0,3$
		Середня поінформованість	$K_{іп} = 0,4-0,7$
		Найвища поінформованість	$K_{іп} = 0,8-1,0$
2.3	Коефіцієнт дотримання працівниками морально-етичних норм господарювання (K_m) – відповідність фактичних дій (ФД) до показників, що зазначені у кодексі честі (КЧ), $K_m = ФД/КЧ$	Відсутнє дотримання	$K_m = 0,0-0,3$
		Середнє дотримання	$K_m = 0,4-0,7$
		Найвище дотримання	$K_m = 0,8-1,0$
3	Соціальна (кадрова) складова, $K_i = 0,16$		
3.1	Можливість добровільно безстрокового (по життєвого) офіційного працевлаштування (БП) на підприємстві	Відсутня можливість	–БП
		Можливість безстрокового працевлаштування	+БП
3.2	Коефіцієнт відповідності фактичних умов праці (безпеки, необтяжливості, зручності, ком-фортності) робітників та цехових службовців (ФУП) до нормативних (НУП), $K_u = ФУП/НУП$	Низька відповідність	$K_u = 0,0-0,3$
		Посередня відповідність	$K_u = 0,4-0,7$
		Повна відповідність	$K_u = 0,8-1,0$
3.3	Наявність професійних захворювань (ПЗ) працівників	Наявність	+ПЗ
		Відсутність	–ПЗ
3.4	Коефіцієнт відповідності фактичної середньої зарплати робітників та службовців (ФЗП) прожитковому мінімуму (ПМ), $K_z = ФЗП/ПМ$	Низька відповідність	$K_z = 0,3-0,6$
		Посередня відповідність	$K_z = 0,7-0,9$
		Повна відповідність	$K_z \geq 1,00$
3.5	Ступінь дотримання керівниками соціальної відповідальності (СВ) перед трудовим колективом (100% оплати за тарифним заробітком чи посадовим окладом, відпусток, лікарняних, навчання, підвищення кваліфікації, відрядження)	В цілому недостатня чи відсутня соціальна відповідальність	–СВ
		Дотримання соціальної відповідальності	+СВ
4	Маркетингова складова, $K_i = 0,15$		
4.1	Проведення маркетингових досліджень (МД) з метою встановлення фізіологічних нужд, потреб та попиту, перш за все, локальних та національних споживачів	Проводяться дослідження	+МД
		Не проводяться дослідження	–МД

4.2	Першочергове задоволення потреб життєдіяльності локальних та національних споживачів (ПС) у якісній продукції	Задоволення потреб	+ПС
		Не задоволення потреб	-ПС
4.3	Доступність цін (ДЦ) локальним та національним споживачам	Доступні ціни для масового споживача	+ДЦ
		Не доступні ціни масовому споживачеві	-ДЦ
5	Екологічна складова, $K_i = 0,12$		
5.1	Коефіцієнт відповідності фактичного забруднення повітря (ФЗП) нормативам викидів шкідливих речовин чи опромінення (НЗП), $K_{зп} = \text{ФЗП}/\text{НЗП}$	Невідповідність нормативам	$K_{зп} > 1$
		Відповідність нормативам	$K_{зп} \leq 1$
5.2	Коефіцієнт відповідності фактичного забруднення води (ФЗВ) нормативам викидів шкідливих речовин чи опромінення (НЗВ), $K_{зв} = \text{ФЗВ}/\text{НЗВ}$	Невідповідність нормативам	$K_{зв} > 1$
		Відповідність нормативам	$K_{зв} \leq 1$
5.3	Коефіцієнт відповідності фактичного забруднення ґрунту (ФЗГ) нормативам викидів шкідливих речовин чи опромінення (НЗГ), $K_{зг} = \text{ФЗГ}/\text{НЗГ}$	Невідповідність нормативам	$K_{зг} > 1$
		Відповідність нормативам	$K_{зг} \leq 1$
6	Технічна складова, $K_i = 0,11$		
6.1	Середній рівень завантаженості техніко-технологічних засобів виробництва, P_z	Критичний	$P_z \leq 0,3$
		Низький	$P_z = 0,4-0,5$
		Середній	$P_z = 0,6-0,7$
		Високий	$P_z = 0,8-1,0$
6.2	Коефіцієнт відповідності фактичного рівня обслуговування техніки (ФОТ) до нормативного (НОТ), $K_o = \text{ФОТ}/\text{НОТ}$	Не відповідність	$K_o < 1$
		Відповідність	$K_o \approx 1$
6.3	Наявність фізично зношеного виробничого обладнання (ФЗО)	Наявність	+ФЗО
		Відсутність	-ФЗО
7	Фінансова складова, $K_i = 0,10$		
7.1	Розмір власних обігових коштів ($K_v = \text{Власний Капітал} - \text{Необоротні активи}$) для покриття витрат (В), ($\pm K_v = K_v - В$)	Достатній чи надлишок	$+K_v \geq 0$
		Нестача	$-K_v < 0$
7.2	Розмір власних обігових коштів та залучених довгострокових позик ($K_{зд}$) ($\pm K_{взд} = K_v + K_{зд} - В$)	Достатній чи надлишок	$+K_{взд} \geq 0$
		Нестача	$-K_{взд} < 0$
7.3	Розмір власних обігових коштів та залучених довгострокових і короткострокових кредитів та позик ($K_{зк}$), ($\pm K_{вз} = K_v + K_{зд} + K_{зк} - В$)	Достатній чи надлишок	$+K_{вз} \geq 0$
		Нестача	$-K_{вз} < 0$

Джерело: Авторська розробка

Залежно від значень критеріїв оцінки показників можна виділити чотири рівні ЕБП: кризовий (незахищений) (оцінка 0,0–1,49), незадовільний (небезпечний) (1,5–2,49), задовільний (середній, допустимий) (2,5–3,49) та добрий (безпечний, стійкий, надійний) (3,5–4,5), оскільки про абсолютну безпеку в цьому матеріальному (тілному) світі мова не може йти. У табл. 2 ці рівні ЕБП

залежно від значень критеріїв оцінки показників за її складовими наведені і виділено курсивом напівжирно значення критеріїв оцінки і відповідного рівня ЕБП для ПАТ «Інтерпайп НТЗ». Методика визначення інтегральної оцінки рівня ЕБП на основі оцінки її складових на прикладі міжнародної корпорації ПАТ «Інтерпайп НТЗ» наведена у табл. 3.

Рівні ЕБП залежно від значень критеріїв оцінки показників за її складовими.*Курсивом напівжирно виділені значення для ПАТ «Інтерпайп НТЗ»*

Рівні ЕБП, оцінка	Складові ЕБП						
	Культурно-правова	Інформаційна	Соціальна	Маркетингова	Екологічна	Технічна	Фінансова
1. Кризовий, 0,0-1,49	– –ПК, – –ТТЕ, – –ТК	$K_{icв} = K_{ip} = K_m = 0,0-0,3$	–БП, $K_y = 0,0-0,3$, +ПЗ, $K_z = 0,3-0,6$, –СВ	–МД, –ПС, –ДЦ	$K_{зп} > 1$, $K_{зв} > 1$, $K_{зг} > 1$	$P_z \leq 0,3$, $K_o < 1$, +ФЗО	– $K_v < 0$, – $K_{взд} < 0$, – $K_{вз} < 0$
2. Незадовільний, 1,5-2,49	– ОД, – –ТТЕ, – –ТК	$K_{icв} = K_{ip} = 0,4-0,7$, $K_m = 0,0-0,3$	–БП, $K_y = 0,0-0,3$, +ПЗ, $K_z = 0,7-0,9$, –СВ	+МД, –ПС, –ДЦ*	$K_{зп} > 1$, $K_{зв} > 1$, $K_{зг} \leq 1$	$P_z = 0,4-0,5$, $K_o < 1$, +ФЗО	– $K_v < 0$, – $K_{взд} < 0$, + $K_{вз} > 0$
3. Задовільний, 2,5-3,49	–ОД, –ОТЕ, –ОК	$K_{icв} = K_{ip} = 0,8-1,0$, $K_m = 0,4-0,7$	–БП, $K_y = 0,4-0,7$, –ПЗ, $K_z \geq 1,00$, –СВ	+МД, +ПС, –ДЦ	$K_{зп} > 1$, $K_{зв} \leq 1$, $K_{зг} \leq 1$ або $K_{зп} \leq 1$, $K_{зв} > 1$, $K_{зг} > 1$	$P_z = 0,6-0,7$, $K_o \approx 1$, +ФЗО	–$K_v < 0$, +$K_{взд} > 0$, +$K_{вз} \geq 0$.
4. Добрий, 3,5-4,5	+ВК, +ВТЕ, +ГС	$K_{icв} = K_{ip} = 0,8-1,0$ $K_m = 0,8-1,0$	+БП, $K_y = 0,8-1,0$, –ПЗ, $K_z \geq 1,00$, +СВ	+МД, +ПС, +ДЦ	$K_{зп} \leq 1$, $K_{зв} \leq 1$, $K_{зг} \leq 1$	$P_z = 0,8-1,0$, $K_o \approx 1$, –ФЗО	+ $K_v \geq 0$, + $K_{взд} \geq 0$, + $K_{вз} \geq 0$.

Джерело: Авторська розробка

Способи та резерви підвищення рівня ЕБП доречно розробляти у залежності від оцінки її рівня за складовими (табл. 1). При цьому слід звернути особливу увагу всіх нас – трудящих на підвищення індивідуальної морально-етичної культури життєдіяльності (культурно-правова складова), як визначального показника соціальної відповідальності,

що безпосередньо впливає на маркетингову та й усі інші види діяльності, а також – на ЕБП та сталий його розвиток. На деяких підприємствах країни (ПАТ «Покровський ГЗК», ПрАТ «Дніпровський крохмале-паточковий комбінат» та ін.) фінансовий стан у 2017 р. був найвищий, але інтегральний рівень ЕБП – на середньому рівні.

Таблиця 3

Інтегральна оцінка рівня економічної безпеки ПАТ «Інтерпайп НТЗ»

№ складових ЕБП	Функціональні складові ЕБП	Ваговий коефіцієнт, K_i	Рівень i -ї складової ЕБП, на основі оцінки O_i	Інтегральна оцінка рівня ЕБП, $O_{ін} = \sum(K_i \times O_i)$	Рівень ЕБП (1-4)
1	Культурно-правова	0,19	3	0,57	
2	Інформаційна (пізнавальна)	0,17	4	0,68	
3	Соціальна (кадрова)	0,16	3	0,48	
4	Маркетингова	0,15	2	0,30	
5	Екологічна	0,12	3	0,36	
6	Технічна	0,11	3	0,33	
7	Фінансова	0,10	3	0,30	
Усього	-	1,00	-	$O_{ін} = 3,02$	Задовільний

Джерело: Авторська розробка

Це підтверджує те, що фінансова складова не є визначальною, а лише наслідком соціокультурного розвитку трудового колективу.

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити методологію (морально філософський сенс) економічної безпеки підприємства. Для того, щоб розробити вірні

шляхи здобуття довгострокової ЕБП, слід зайти істинні причини існуючих та можливих небезпек. Основною причиною внутрішніх та зовнішніх загроз господарській діяльності є невігластво, втрата морально-етичних цінностей життєдіяльності та господарювання (тіньова економіка, що досягла в країні 50 %, тотальна корупція, конкурентна боротьба й ворожнеча, торгові війни, рейдерство). Сутність ЕБП полягає в тому, що це є постійна й надійна захищеність господаря, трудового колективу, його майна та діяльності від розбрату, суперництва, війн, криз та банкрутств заради служіння своєму народові через дотримання вічних загальнолюдських морально-етичних цінностей Любові й турботи про оточуючих та довкілля.

Тож, визначальним узагальнюючим напрямом ЕБП є морально-етична культура особистості та колективу (культурно-правова складова), від якої залежать усі інші види господарської діяльності, довговічна безпека та сталий (животворний) розвиток. Визначено методологію діагностики рівня ЕБП за семи складовими (культурно-правова, значущість якої майже вдвічі перевищує фінансову складову; інформаційна; соціальна (кадрова); маркетингова; екологічна; технічна та фінансова) за чотирьома рівнями (кризовий, оцінка 0,0-1,49; незадовільний, 1,5-2,49; задовільний, 2,5-3,49 та добрий, 3,5-4,5). Методологія діагностики рівня ЕБП апробована в сучасних умовах господарської діяльності ПАТ «Інтерпайп НТЗ». Запропоновано основні шляхи підвищення рівня ЕБП: морально-етичне виховання особистості та суспільства на рівні сім'ї, трудового колективу та держави, оскільки безпека господарювання формується з соціально-економічної безпеки кожного члена трудового колективу на основі його історичних культурних (морально-етичних) цінностей. Поле наукових досліджень у цьому найперспективнішому напрямі необмежене ні в просторі, ні в часі.

Література

1. Ворфоломєєва О. М. Проблеми кадрової безпеки підприємств / [Електронний ресурс] / О. М. Ворфоломєєва, О. В. Яковлева // Проблеми та перспективи функціонування підприємства і підприємництва. – С. 157-161. – Режим доступу: file:///C:/Users/Anny/Downloads/vkpnuen_2015_10_28.pdf
2. Гнилицька Л. В. Дискусійні аспекти фінансової діагностики в системі економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності / [Електронний ресурс] / Л. В. Гнилицька. – Режим доступу: http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/9276/1/Gnilitska_50-54.pdf
3. Илларион. Слово о законе и благодати / [Електронний ресурс] / Илларион // predanie.ru 23 черв. 2015 р. – Режим доступу: <http://predanie.ru/ilarion-kievskiy-svyatitel/book/72200-slovo-o-zakone-i-blagodati/>
4. Києвська В. С. Персонал як вагомий аспект економічної безпеки підприємства / [Електронний ресурс] / В. С. Києвська // Вінницький національний аграрний ун-т. – Режим доступу: http://confcontact.com/2013_04_04_zhv/8_Kyevska.htm
5. Кучин С. П. Духовно-моральний розвиток суспільства — основа соціальної безпеки та важіль розвитку трудового потенціалу держави / [Електронний ресурс] / С. П. Кучин // Інститут економіки промисловості НАН України. 2014. – С. 203–207. – Режим доступу: file:///C:/Users/Anny/Downloads/stvtp_2014_1_32.pdf
6. Мартюшева Л. С. Методологічні основи організації фінансової безпеки підприємства / Л. С. Мартюшева // Фінансовий простір. – 2011. № 1 (1). – С. 85–90.
7. Новак А. Я. Як підняти українську економіку : монографія / А. Я. Новак // Вид. 3-тє, доп. – К.: «Гнозис». – 2011. – 368 с.
8. Почечун О. І. Роль системи економічної безпеки в перевезеннях пасажирів на залізничному транспорті / [Електронний ресурс] / О. І. Почечун. – Режим доступу: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/3145/3/Pochechun.pdf>
9. Романенко О. Духовно-моральні виміри економічного життя сучасного суспільства / О. Романенко / [Електронний ресурс] // Вісник Національного банку України. 12 вер. 2016 р. - See more at. – Режим доступу: <http://r500.ua/duhovno-moralni-vimiri-ekonomichnog/#sthash.2OTmMs6i.dpuf>
10. Сосновська І. М. Поняття та значення економічної безпеки виробничо-господарської діяльності підприємств / [Електронний ресурс] / І. М. Сосновська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4303>
11. Шира Т. Б. Особиста безпека працівника як основа гарантування економічної безпеки підприємства / [Електронний ресурс] / Т. Б. Шира. 17.10.2015 р. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/53.pdf
12. Bernie Sanders @BernieSanders. The political revolution is just beginning. 2016. Tweets by staff. <https://berniesanders.com/issues/income-and-wealth-inequality/>
13. Capen R. G., Jr. Wota etyczne // Etyka biznesu w gospodarce globalnej. – Warszawa: MNO Sp., 1997.

14. Dylan Matthews. A leading socialist explains what Bernie Sanders's socialism gets right – and wrong, Vox (November 20, 2015).
 15. Franklin D. Roosevelt: «Address at Madison Square Garden, New York City» October 31, 1936. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, The American Presidency Project. <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=15219>
 16. Government by organized money is just as dangerous as government by organized mob. (FDR). By ajaradom. Wednesday Apr 06, 2016. 12:55 AM <http://www.dailykos.com/story/2016/4/5/1510982/-Government-by-organized-money-is-just-as-dangerous-as-government-by-organized-mob-FDR>
 17. Guth W. Tradycje etyczne Zachodu a gospodarka. – Poznan: Graf, 1996.
 18. Mole John. Mind Your Manners: Managing Business Cultures in the New Global Europe: – Publisher: Nicholas Brealey International; 3 edition (23 Jan. 2003) – 288 p.
 19. Naomi O'Leary. Pope attacks 'tyranny' of markets in manifesto for papacy. VATICAN CITY. REUTERS / Alessandro Bianchi. World News | Tue Nov 26, 2013 | 11:46am EST. <http://www.reuters.com/article/us-pope-document-idUSBRE9AP0EQ20131126>, www.presidency.ucsb.edu/
 20. Nicole Gaudiano, Sen. Bernie Sanders to explain his democratic socialist views, USA Today (November 18, 2015).
 21. Sunstein Cass. Economic Security: A Human Right. THE AMERICAN PROSPECT. September 20, 2004. <http://prospect.org/article/economic-security-human-right>
 22. Tateisi Kazuma. The Eternal Venture Spirit: An Executive's Practical Philosophy. Combine Editions KAZUMA TATEISI'S BOOKS. 1989.
 23. The Economic Bill of Rights. Franklin D. Roosevelt American Heritage Center. Retrieved 10 November 2011.
- References**
1. Vorfolomieieva, O.M., & Yakovlieva, O.V. (2015). *Problemy kadrovoi bezpeky pidpriemstv* [// Problemy ta perspektyvy funkcionuvannia pidpriemstva i pidpriemnytstva, 157-161. Retrieved from file:///C:/Users/Anny/Downloads/vkpnuen_2015_10_28.pdf
 2. Hnylytska, L.V. (2010). *Dyskusiini aspekty finansovoi diahnostryky v systemi ekonomichnoi bezpeky subiektiv hospodarskoi diialnosti*. Retrieved from http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/9276/1/Gnilitska_50-54.pdf
 3. Illaryon. Slovo o zakone i blahodaty. predanie.ru 23 cherv. 2015. Retrieved from <http://predanie.ru/ilarion-kievskiy-svyatitel/book/72200-slovo-o-zakone-i-blagodati>
 4. Kyievska, V.S. (2013). Personal yak vahomyi aspekt ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. Vinnytskyi natsionalnyi ahrarnyi universytet. Retrieved from http://confcontact.com/2013_04_04_zhv/8_Kyievska.htm
 5. Kuchyn, S.P. (2014). Dukhovno-moralnyi rozvytok suspilstva – osnova sotsialnoi bezpeky ta vazhnyi rozvytku trudovoho potentsialu derzhavy. Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy, 203-207. Retrieved from file:///C:/Users/Anny/Downloads/stvttp_2014_1_32.pdf
 6. Martiusheva, L.S. (2011). Metodolohichni osnovy orhanizatsii finansovoi bezpeky pidpriemstva. *Finansovyi prostir*, 1(1), 85-90.
 7. Novak, A.Ya. (2011). Yak pidniaty ukrainsku ekonomiku. (3-d ed., rev.). Kyiv: «Hnozis».
 8. Pochechun, O.I. Rol systemy ekonomichnoi bezpeky v perevezenniakh pasazhyriv na zaliznychnomu transporti. Retrieved from <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/3145/3/Pochechun.pdf>
 9. Romanenko, O. (2016). Dukhovno-moralni vymiry ekonomichnoho zhyttia suchasnoho suspilstva. Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy, 12 ver. 2016. Retrieved from <http://r500.ua/duhovno-moralni-vimiry-ekonomichnog/#sthash.2OTmMs6i.dpuf>
 10. Sosnovska, I.M. (2015). Poniattia ta znachennia ekonomichnoi bezpeky vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti pidpriemstv. *Elektronne naukovе fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika»*, (9). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4303>
 11. Shyra, T.B. (2015). Osobysta bezpeka pratsivnyka yak osnova harantuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. 17.10.2015. Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/53.pdf
 12. Bernie, Sanders @BernieSanders. (2016). The political revolution is just beginning. Tweets by staff. <https://berniesanders.com/issues/income-and-wealth-inequality/>
 13. Capen, R.G., Jr. (1997). Wota etyczne // Etyka biznesu w gospodarce globalnej. – Warszawa: MNO Sp.
 14. Matthews, Dylan. (2015). A leading socialist explains what Bernie Sanders's socialism gets right – and wrong, Vox (November 20, 2015).
 15. Franklin, D. Roosevelt. (1936). «Address at Madison Square Garden, New York City,» October 31, 1936. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, The American Presidency Project. <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=15219>
 16. Government by organized money is just as dangerous as government by organized mob. (FDR). (2016). By ajaradom. Wednesday Apr 06, 2016. 12:55 AM <http://www.dailykos.com/story/2016/4/5/1510982/-Government-by-organized-money-is-just-as-dangerous-as-government-by-organized-mob-FDR>
 17. Guth, W. (1996). Tradycje etyczne Zachodu a gospodarka. – Poznan: Graf.
 18. Mind your manners: managing business cultures in Europe. (2003). Choice Reviews Online, 41(04), 4 1–2273–41–2273. doi:10.5860/choice.41-2273
 19. O'Leary, Naomi. (2013). Pope attacks 'tyranny' of markets in manifesto for papacy. VATICAN CITY. REUTERS/Alessandro Bianchi. World News | Tue Nov 26, 2013 | 11:46am EST.

<http://www.reuters.com/article/us-pope-document-idUSBRE9AP0EQ20131126>, www.presidency.ucsb.edu/

20. Gaudiano, Nicole. (2015). Sen. Bernie Sanders to explain his democratic socialist views, USA Today (November 18, 2015)

21. Sunstein, Cass. (2004). Economic Security: A Human Right. THE AMERICAN PROSPECT. September

20, 2004. <http://prospect.org/article/economic-security-human-right>

22. Tateisi, K. (1989). The Eternal Venture Spirit: An Executive's Practical Philosophy. Combine Editions KAZUMA TATEISI'S BOOKS.

23. The Economic Bill of Rights. (2011). Franklin D. Roosevelt American Heritage Center. Retrieved 10 November 2011.

МЕТОДОЛОГИЯ ДИАГНОСТИКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В. И. Куценко, к. т. н., доцент, старший научный сотрудник, Днепровский национальный университет имени Олеся Гончара

Методология исследования. Перманентные полисистемные кризисы и банкротства субъектов хозяйствования в Украине и мире свидетельствуют об их экономической незащищенности. Это требует поиска новых путей формирования экономической безопасности предприятия (ЭБП). Научное сообщество все больше склоняется к выводу, что морально-этическая культура трудящихся является основой безопасности и развития, но это требует методологической диагностики уровня безопасности предприятия для ее повышения по разным составляющим. Поэтому цель исследования - разработка методологии (морально философского подхода) определение сущности ЭБП, причин угроз, уровня безопасности хозяйствования и путей ее повышения. Метод исследования: универсальный - общеполитический, основанный на объективных законах развития человечества (анализ, синтез составляющих безопасности предприятия) социологический через интервью, анкетирование, обработку данных, группировку, ранжирование; коллективную оценку.

Результаты. Проведенное исследование позволило определить методологию экономической безопасности предприятия, диагностику уровня безопасности предприятия по семи составляющим (культурно-правовая, значимость которой почти вдвое превышает финансовую составляющую; информационная, социальная (кадровая) маркетинговая; экологическая; техническая; финансовая) и четырьмя уровнями (кризисный, оценка 0,0-1,4; неудовлетворительное - 1,5-2,4; удовлетворительное - 2,5-3,4 и хорошее - 3,5-4,5). Методология диагностики уровня безопасности предприятия апробирована в современных условиях хозяйственной деятельности ОАО «Интерпайп НТЗ».

Новизна. Установлено, что основной причиной внутренних и внешних угроз хозяйственной деятельности является неверие, утрата моральных ценностей жизнедеятельности и хозяйствования, самонадеянность, эгоизм. Сущность безопасности предприятия заключается в том, что это постоянная и надежная защищенность хозяина, трудового коллектива, его имущества и деятельности от раздора, соперничества, войн, кризисов и банкротств ради служения ближним, украинскому народу через соблюдение вечных морально-этических ценностей любви и заботы об окружающих и окружающей среде. Поэтому определяющим направлением безопасности предприятия является нравственная культура личности и коллектива (культурно-правовая составляющая), от которой зависят все другие виды хозяйственной деятельности, долговечная безопасность и устойчивое (животворящее) развитие.

Практическая значимость. Разработаны основные пути повышения уровня безопасности предприятия: нравственное воспитание личности и общества на уровне семьи, трудового коллектива и государства, поскольку безопасность хозяйствования формируется с социально-экономической безопасности каждого члена трудового коллектива на основе его исторических культурных (морально-этических) ценностей. Поле научных исследований в этом перспективном направлении неограничено ни в пространстве, ни во времени.

Ключевые слова: морально-этическая культура жизнедеятельности, социальная ответственность настоящее, перспективная и ретроспективная, личная и экономическая безопасность, устойчивое развитие.

METHODOLOGY OF DIAGNOSTICS OF ECONOMIC SECURITY LEVEL
OF AN ENTERPRISE

V. Y. Kutsenko, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Oles Honchar Dnipro National University

Methods. Permanent multisystem crisis and bankruptcy of business entities in Ukraine and abroad show their economic vulnerability. This requires finding new ways of forming economic security of an enterprise (ESE). The scientific community is inclined to conclude that moral culture of the working people is the basis of development and security, but it requires methodological diagnosis of the ESE level to improve its various components. The purpose is to develop methodology (philosophical approach) determining the essence of ESE, causes of threats, security management and ways to improve it. Research methods are: universal – general philosophical method based on the objective laws of human development (analysis, synthesis of the ESE components); sociological method through interviews, questionnaires, data processing, grouping, ranking, collective assessment.

Results. The study allowed to determine the methodology (philosophical sense) of economic security of an enterprise, diagnostics of the ESE level based on its seven components (cultural and legal component, the significance of which is almost twice as great as the financial one; information; social (HR); marketing; environmental; technical; financial components) and four levels (crisis, evaluation 0,00–1,49; unsatisfactory – 1,50–2,49; satisfactory – 2,50–3,49; and good – 3,50–4,50). Methodology of diagnostics of the ESE level has been tested in modern conditions of economic activity of PJSC «Interpipe NTRP».

Novelty. The main cause of internal and external threats to business activity are loss of moral values of life and business, overconfidence, selfishness. The essence of ESE is that it is a constant and reliable protection work collective, its property and activities from discord, rivalry, wars, crises and bankruptcies neighbor by keeping eternal moral values of love and concern for others and the environment. Therefore, the key direction of ESE is moral culture of the individual and collective (cultural and legal component), which determines all economic activities, sustainable (life-giving) development and its long-term security.

Practical value. Basic ways of raising the ESE level have been developed: moral education of the individual and society at the level of family, of workforce and state, as security management is formed by socio-economic security of every member of the workforce based on their historical, cultural (moral) values. Area of research in this promising direction is unlimited both in space and in time.

Keywords: moral and ethical culture of life, social responsibility of today, perspective and retrospective, personal and economic security, sustainable development.

Надійшла до редакції 28.01.20 р.

РОЗРОБЛЕННЯ ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

В. Л. Дикань, д. е. н., професор, Український державний університет залізничного транспорту, kafeoiup@ukr.net, orcid.org/0000-0002-5173-2469

Г. В. Обруч, к. е. н., докторант, Український державний університет залізничного транспорту, a_obruch@ukr.net, orcid.org/0000-0002-9082-2344

Методологія дослідження. Дослідження виконувалося на основі застосування таких загально-наукових методів, як: загального й особливого – при встановленні особливостей та виявленні недоліків діючої на підприємствах галузі системи мотивації; аналізу й синтезу – при обґрунтуванні доцільності трансформації системи нематеріальної складової мотивації праці на підприємствах залізничного транспорту; групування – при сегментації працівників відповідно до їх домінуючих цінностей.

Результати. У статті визначено, що цифрові перетворення призвели до зміни моделі поведінки працівників та трансформації їх кар'єрних цінностей і мотиваційних стимулів. Встановлено, що для сучасника працівника поряд із матеріальними детермінантами мотивації провідну значущість мають і нематеріальні стимули до праці. Подано характеристику закордонних моделей мотивації персоналу, де визначено ключові принципи мотивації, інструменти матеріального, нематеріально, в тому числі й професійного, заохочення працівників. Наведено перелік основних гарантій, доплат та компенсацій, що входять до складу соціального пакету для працівників підприємств залізничного транспорту.

На основі вивчення особливостей та недоліків діючої на підприємствах галузі системи мотивації встановлено домінуючі мотиваційні та демотиваційні чинники у сфері матеріального заохочення та стимулювання співробітників. Визначено, що попри широкий спектр діючих на підприємствах залізничного транспорту соціальних гарантій для працівників наразі рівень їх виконання не відповідає реальним потребам співробітників. Набір пільг, гарантій, додаткових виплат та компенсацій для працівників, що включені до соціального пакету, діючого на підприємствах залізничного транспорту, на сьогоднішній день не реалізує мотиваційну функцію і потребує якісної трансформації відповідно до вимог цифрового суспільства.

Новизна. Ґрунтуючись на тому, що під впливом процесів цифровізації відбувається зміна цінностей і вподобань працівників, обґрунтовано доцільність трансформації системи нематеріальної складової мотивації праці на підприємствах залізничного транспорту. Запропоновано підхід до формування системи нематеріальної мотивації працівників підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації, який передбачає сегментування працівників відповідно до їх домінуючих цінностей і розроблення на цій основі конкурентоспроможної програми (пакету пільг та заохочень) мотивації.

Практична значущість. Запропонований підхід до формування системи нематеріальної мотивації працівників дозволить підвищити гнучкість системи нематеріального стимулювання і забезпечити її відповідність потребам співробітників в умовах реалізації цифрових перетворень на підприємствах галузі.

Ключові слова: система нематеріальної мотивації праці, домінуючі цінності, підприємства залізничного транспорту, сегментування працівників, принципи, підхід, етапи, цифровізація, мотиваційні та демотиваційні чинники, соціальний пакет.

Постановка проблеми. Цифрові перетворення, що наразі протікають у всіх без виключення сферах економіки, призвели до зміни моделі поведінки працівників та трансформації їх кар'єрних цінностей і мотиваційних стимулів. Якщо раніше ключовим мотиваційним чинником для працівника виступали матеріальна складова мотивації, а саме рівень заробітної плати та соціальних гарантій, то наразі якісно змінилися вимоги співробітників до системи соціальних стандартів. Наряду з рівнем оплати праці для сучасного працівника ключову роль відіграють і такі нематеріальні фактори мотивації, як наявність можливостей для розвитку особистих якостей і здатностей працівника, що охоплюють різного роду заходи та інструменти, зорієнтовані на формування критичного мислення і комунікаційних здібностей у працівника, креативності, ініціативності та наполегливості в процесів досягнення цілей діяльності компанії. Саме розуміючи важливість для сучасника працівника матеріальних і нематеріальних детермінантів мотивації, провідні світові компанії змінюють підхід до системи мотивації, впроваджуючи як прогресивні матеріальні стимули (наприклад, інтерактивний кафетерій пілг, внутрішня валюта для оплати харчування тощо), так й інтерактивні інструменти для навчання, підтримки комунікацій і особистого зростання.

На жаль, реалії функціонування підприємств залізничного транспорту вказують на низьку ефективність діючої системи мотивації. Відтік кадрів, зниження трудової дисципліни та підвищення недовіри працівників до керівництва підприємств галузі свідчать про невідповідність системи мотивації реальним потреб і цінностям працівників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню удосконалення системи мотивації праці на підприємствах залізничного транспорту приділялася величезна увага вченими вітчизняної наукової школи. Свої дослідження цій проблематиці присвятили В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, М. В. Корінь, В. О. Маслова, В. В. Польова, І. В. Токмакова, Т. Г. Сухорукова та інші [1–5]. Оцінюючи в цілому вагомість розробок даних науковців для удосконалення системи

мотивування працівників залізничного транспорту, варто вказати на те, що успішність реалізації цифрових перетворень на підприємствах галузі значною мірою залежить від ефективності системи мотивації, а саме її орієнтації на домінуючі цінності і вповодження працівників в умови цифровізації.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження особливостей діючої на підприємствах залізничного транспорту системи мотивації і внесення пропозицій щодо удосконалення її нематеріальної складової за рахунок врахування домінуючих цінностей працівників підприємств галузі в умовах цифровізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тривалий час у практиці діяльності підприємств переважав спрощений підхід до мотивації праці працівників згідно з яким єдиним стимулом для продуктивної праці виступає високий рівень заробітної плати. Однак трансформація цінностей працівника і факторів праці призвела до зміни й в системі матеріально стимулювання, обумовивши зростання ролі і нематеріальних факторів мотивації. Сьогодні вже не секрет, що успіх компанії на ринку значною мірою залежить не тільки від лояльності споживачів до її продукції, а й від рівня залученості працівника, його усвідомлення та відчуття значущості для досягнення цілей діяльності компанії. Саме розуміння цього факту сприяло формування різних моделей мотивації персоналу, що враховують як культурні цінності та потреби працівників, так і загальнонаціональні (загальнокорпоративні) цінності компаній. Характеристику закордонних моделей мотивації персоналу подано в табл. 1.

Аналізуючи закордонні моделі мотивації персоналу, в першу чергу варто звернути увагу на особливості матеріального заохочення працівників, що характеризуються впровадженням більш гнучких форм оплати праці, а саме переходом від погодинної та відрядно-преміальної оплати праці до участі співробітників у фінансових результатах діяльності компанії. Це підтверджує той факт, що мотиваційна політика більшості економічно розвинутих країн ґрунтується на індивідуальних цінностях працівника і передбачає взаємозв'язок між рівнем оплати праці та залученості співро-

бітника у досягнення цілей діяльності компанії. Беззаперечно, кожна компанія розробляє індивідуальну систему мотивації персо-

налу відповідно до корпоративних цінностей і потреб персоналу, а також специфіки власної діяльності.

Таблиця 1

Характеристика закордонних моделей мотивації персоналу

Країна	Ключові принципи мотивації	Інструменти матеріального заохочення	Інструменти нематеріального стимулювання	Професійне заохочення
Японія	взаємозв'язок трудових гарантій та рівня оплати праці від трудового стажу працівника	премії, бонуси один раз на півроку, медичне страхування, навчання, відшкодування витрат на проїзд і оплату житла	спільні корпоративи, спортивні змагання, колективна гімнастика, ранкові та цехові наради, локальні групові зібрання	розвинуто відчуття власної відповідальності за результати діяльності компанії
США	взаємозв'язок між рівнем оплати праці, кваліфікацією та кількістю освоєних професій	відрядно-преміальна система оплати праці, різні форми модифікації премій, в т.ч. участь співробітників у прибутку компанії	медичне страхування, курси підвищення кваліфікації, безкоштовне харчування, корпоративні свята, спільні подорожі	розвинуто постійне професійне зростання працівника: нарахування балів за кожну додатково здобуту професію з метою отримання надбавок до заробітної плати
Франція	взаємозв'язок між рівнем освіти, кваліфікації, якості виконання професійних обов'язків та рівнем мобільності працівника	оплата праці здійснюється з застосуванням грейдерної системи, а також системи посадових окладів з премією залежно від продуктивності праці та індивідуальних форм (участь у прибутку, виплата премій за результатами продажів тощо)	гнучкий графік, віддалена робота, медичне страхування, безкоштовне харчування, корпоративні свята, спільні подорожі, а також дитячі садки, службові авто, підтримка на пенсії	навчання та професійне зростання за рахунок компанії не сприймається як бонус, а є нормою
Німеччина	взаємозв'язок між рівнем кваліфікації, якістю праці та заробітною платою, високі соціальні гарантії	Єдиний тарифний договір. Поширена система двох напрямів в кар'єрі: передбачає вибір або кар'єрного зростання, або зростання заробітної плати на тій же посаді	м'які методи мотивації: комфорт та раціональна організація робочого часу, демонстрація цінності працівника, залучення до проектів, розвитку нових ідей, безпека праці	розвинуто постійне професійне зростання працівника
Швеція	Солідарна оплата за однаковою працю	Колективний договір, що на національному рівні встановлює рівень оплати праці відповідної посади (професії). Застосовується преміальна система оплати праці відповідно до продуктивності на рівні груп, високі соціальні стандарти	М'які методи мотивації: участь у управлінні, підтримка корпоративної культури, колективні форми мотивації	підтримується професійний розвиток і навчання

Джерело: складено за: [6-9]

Система мотивації персоналу, діюча наразі на підприємствах залізничного транспорту, охоплює широкий спектр інструментів як матеріального, так нематеріального стимулювання. Основним документом, що визначає мінімальні та обов'язкові соціальні гарантії, пільги та умови праці для працівників підприємств залізничного транспорту,

є Галузева угода між Державною адміністрацією залізничного транспорту України та профспілками на 2002–2006 роки, дію якої продовжено і теперішній час. Перелік основних гарантій, доплат та компенсацій, що входять до складу соціального пакету для працівників підприємств залізничного транспорту подано на рис. 1.

Оплата праці та матеріальне стимулювання	розмір мінімальної заробітної плати – 125 % прожиткового мінімуму для працездатного населення
винагорода за підсумками роботи за рік на рівні 45-52,5 % місячної тарифної ставки (посадового окладу)	
Надбавка за вислугу років	від 1 до 3 років – 7 %, від 3 до 5 років – 10 %, від 5 до 10 років – 15 %, від 10 до 15 років – 20 %, від 15 до 20 років – 25 %, від 20 до 25 років – 30 %, більше 25 років – 40 %
Матеріальна допомога при виході на пенсію	до 5 років - 1 середньомісячна заробітна плата; від 5 до 10 років - 2 середньомісячні заробітні плати; більше 10 років - 3 середньомісячні заробітні плати
	додаткова матеріальна допомога за сумлінну працю на залізничному транспорті : для чоловіків: для жінок: з 20 до 25 з 15 до 20 1 середня заробітна плата; з 25 до 30 з 20 до 25 2 середня заробітна плата; з 30 до 35 з 25 до 30 3 середня заробітна плата; з 35 до 40 з 30 до 35 4 середні заробітні плати; понад 40 понад 30 5 середніх заробітних плат;
Побутове паливо	2 тонни палива на 1 сім'ю щорічно за цінами не вище існуючих в територіальних паливних організаціях
Безкоштовний проїзд залізничним транспортом	- річний квиток форми 4 на відстань до 150 кілометрів від місця проживання, але не більше двох напрямків, в сумарному обчисленні; - разовий квиток форми 6 по залізницях України на бланках місцевого сполучення з відміткою „в купейному вагоні швидкого поїзда” на одну особу
Медичне обслуговування	безкоштовні медичні огляди працівників, часткова або повна оплата лікування
Система добровільного медичного страхування	відшкодовується 50% страхових внесків на добровільне медичне страхування за базовою програмою страхування
Пільгове забезпечення форменим одягом	працівникам, які при виконанні службових обов'язків зобов'язані носити формений одяг, останній видається безкоштовно або на пільгових умовах
Підтримка спорту та культурно масової роботи	щорічні Спартакіади залізничників з різних видів спорту, діють спортивні гуртки для залізничників та членів їх сімей
Матеріальна допомога та додаткова відпустка при вступі у шлюб	оплачувана відпустка тривалістю 3 календарні дні та матеріальна допомога у розмірі не менше тарифної ставки (посадового окладу)
Матеріальна допомога при поверненні на роботу на підприємства галузі звільнених в запас військовослужбовців строкової служби	одноразова матеріальна допомога у розмірі двох місячних тарифних ставок (посадових окладів)
Система профнавчання та підвищення кваліфікаційного і професійного рівня	навчання працівників, яке проводиться у неробочий час, оплачується з розрахунку годинної тарифної ставки (окладу) за кожну годину навчання
Галузева система оздоровлення та виплата матеріальної допомоги на оздоровлення	надається матеріальна допомога на оздоровлення не менше 30% тарифної ставки (посадового окладу)
за рахунок підприємств проводиться утримання об'єктів оздоровлення, придбання та здешевлення вартості путівок для працівників на оздоровлення та відпочинок залізничників і членів їх сімей	
Додаткові відпустки	- за безперервний стаж роботи понад три роки – по одному дню за кожний наступний рік, але не більше 3 календарних днів; - за ненормований робочий день - до 7 календарних днів; - у зв'язку зі смертю близьких родичів на поховання - 2 робочі дні зі збереженням заробітної плати
Додаткове недержавне пенсійне забезпечення	недержавного пенсійного забезпечення залізничників через Недержавний професійний пенсійний фонд «Магістраль»
Програма забезпечення житлом	- отримання службового житла (у відповідності з чинним законодавством); - кредитування (в т.ч. іпотечне) під гарантії підприємств; - надання підприємствами АТ „Укрзалізниця” безвідсоткової позики для будівництва та придбання житла (в т.ч. на вторинному ринку житла)

Рис. 1. Перелік основних гарантій, доплат та компенсацій, що входять до складу соціального пакету для працівників підприємств залізничного транспорту (складено за: [10])

Аналізуючи особливості галузевої системи мотивації персоналу, в першу чергу слід звернути увагу на специфіку застосовуваних на підприємствах залізничного транспорту форм оплати праці. Згідно з прийнятим у 2018 році «Положенням про оплату праці працівників публічного акціонерного товариства «Українська залізниця» наразі на

підприємствах залізничного транспорту впроваджено нову систему оцінки результатів праці, що враховує ключові показники ефективності роботи працівників. Її особливістю є перехід до спрощеного механізму стимулювання працівників, що ґрунтується на врахуванні шести ключових показників ефективності, які відповідають напрямам

діяльності конкретного підрозділу, а також диференціацію тарифних ставок працівників відповідно до рівня складності, кваліфікації та умов праці робітників [11]. Впровадження даної системи мотивації праці дозволило не лише запровадити на підприємствах залізничного транспорту єдиний підхід до диференціації тарифних ставок і посадових окладів, а й забезпечити підвищення рівня заробітної плати для працівників масових робітничих професій. Так, за рахунок впровадження корпоративної системи оплати праці заробітна плата робітників, що задіяні в процесі перевезень збільшилася на 19–38 %, зокрема працівників локомотивних бригад у середньому на 30 %, робітників, зайнятих ремонтом рухомого складу – на 21–39 %, а для працівників, задіяних на роботах з управління особливими потужними і складними машинами – на 31–44 % [12].

Однак попри реалізовані на підприємствах залізничного транспорту заходи щодо підвищення рівня заробітної плати працівників, масове невдоволення серед залізничників викликає вкрай високий рівень заробітної плати керівництва галузі, що у сотні разів перевищує рівень оплати праці працівників основних професій на залізничному транспорті. В той час, коли в середньому на підприємствах залізничного транспорту звичайний залізничник отримує заробітну плату в розмірі не вище 12 тис. грн, то адміністративно-управлінський персонал – від 44,2 до 144,7 тис. грн, а керівництво галузі і члени наглядової ради взагалі – до 500 тис. грн. Для порівняння заробітна плата керівника угорських залізниць становить 17,9 тис. євро, чеських – 16,7 тис. євро, литовських – 6,6 тис. євро [13]. Саме високий рівень диференціації заробітної плати на підприємствах залізничного транспорту свідчить про недотримання принципу соціальної справедливості в оплаті праці і призводить до погіршення лояльності працівників, а відповідно й до падіння рейтингу АТ «Укрзалізниця» на ринку роботодавців країни.

Окрім цього, демотиваційний та анти-соціальний характер для працівників мають наміри керівництва галузі щодо закриття близько 300 малодіяльних станцій, які в результаті скорочення обсягів вантажної роботи залізниць є збитковими і не забезпечують

відшкодування витрат на утримання їх інфраструктури [14]. Адже закриття вантажних станцій, в першу чергу, означає звільнення десятків тисяч працівників або переведення їх до складу інших підрозділів підприємств галузі. Такого роду наміри створюють напругу в колективах підприємств залізничного транспорту і тим самим провокують масові звільнення кваліфікованих працівників, не готових очікувати примусового звільнення з займаної посади.

При цьому варто звернути увагу і на те, що не лише невідповідність рівня оплати праці складності виконуваних працівниками галузі робіт є основною причиною зниження престижності професії залізничника. Тенденції останніх років вказують і на погіршення соціального забезпечення та невиконання ряду соціальних гарантій для залізничників, що входять до складу галузевого соціального пакету. Зокрема, як відзначалося раніше, масовий характер набула проблема оплати праці в понаднормово відпрацьований час. Адже відтік персоналу з підприємств залізничного транспорту призвів до дефіциту кадрів робочих спеціальностей і відповідно обумовив необхідність залучення наявних працівників до виконання обсягів роботи з перевезень. Це у підсумку зумовило нагромадження значної кількості понаднормово відпрацьованих годин, що в умовах критичного фінансового становища на більшості підприємств галузі і відповідно тотального скорочення рівня експлуатаційних витрат не проводиться відповідно до законодавчо встановлених норм та перевищують дозволених останнім 120 годин на рік. На цій проблемі неодноразово наголошувалося у звітах Профспілки залізничників та транспортних будівельників України комісією якої постійно встановлюються факти у 2–3 рази перевищення понаднормово відпрацьованих годин серед працівників локомотивних бригад та провідники пасажирських вагонів. Так, за період 2017–2019 роки Правовою інспекцією Профспілки залізничників та транспортних будівельників України у 30 % від загальної кількості виробничих підрозділів підприємств залізничного транспорту виявлено факти неналежного відображення 364,4 тис понаднормово відпрацьованих годин та неоплачених працівникам

58,5 тис. год роботи у вихідні і святкові дні [15]. Окрім цього через різке скорочення рівня доходності підприємств АТ «Укрзалізниця» не забезпечується належне виконання ряду соціальних гарантій для працівників галузі.

По-перше, мають місце численні порушення в частині надання працівникам підприємств залізничного транспорту передбачених колективними договорами усіх видів матеріальної допомоги. Так за період 2017–2019 роки на рівні виробничих підрозділів підприємств залізничного транспорту недовиплачено матеріальної допомоги працівникам на загальну суму 4693 тис. грн. [15]. Зокрема неналежним чином відбувалися нарахування матеріальної допомоги при народженні дитини та у зв'язку зі вступом у шлюб, у зв'язку із ювілеєм та на поховання, доплати за почесний знак та оздоровлення. Сума невідшкодованого розміру матеріальної допомоги працівникам лише на оздоровлення протягом 2017–2019 років сягає 2190 тис. грн. Численними є похибки і в нарахуваннях у зв'язку із виходом на пенсію працівників, розмір недоплачених сум за даним видом матеріальної допомоги працівникам підприємств залізничного транспорту протягом 2017–2019 років сягнув 824 тис. грн [15].

По-друге, неналежним чином проводиться матеріальна підтримка працівників, мобілізованих до лав Збройних Сил України. Зокрема не виконання в окремих випадках встановленої Галузевою угодою норми доплат працівникам, що перебувають в зоні проведення ООС, у розмірі 25 % тарифної ставки чи посадового окладу призвело до того, що сума невиплат за даним видом допомоги на підприємствах залізничного транспорту сягнула 898,5 тис. грн [15].

По-третє, спостерігається недовиконання порядку забезпечення працівників підприємств залізничного транспорту паливом для побутових потреб. Як передбачено Галузевою угодою працівникам підприємств галузі має надаватися 2 тонни побутового палива на рік або грошове відшкодування витрат на його придбання [10]. Протягом 2017–2018 років на підприємствах залізничного транспорту спостерігається погіршення із забезпеченням працівників та пенсіонерів

побутовим паливом, що стало наслідком з одного боку виникнення перебоїв у його постачанні, а з іншого – недостатніми обсягами фінансування даного напрямку соціального забезпечення персоналу галузі.

По-четверте, недостатнім є й рівень забезпечення працівників підприємств залізничного транспорту форменим одягом та взуттям, що має надаватися безкоштовно або на пільгових умовах. Незважаючи на зростання рівня витрат підприємств залізничного транспорту на забезпечення працівників спецодягом і спецвзуттям протягом 2015–2018 років з 127,393 млн. грн до 220,677 млн. грн відповідно, в цілому в галузі спостерігаються проблеми у цій сфері [16]. Зокрема, наряду з недостатніми обсягами забезпечення форменим одягом, взуттям та знаками розрізнення всіх без винятку підрозділів підприємства галузі, має місце і проблема його низької якості.

По-п'яте, не в повному обсязі виконуються і положення галузевого пенсійного страхування працівників. Зокрема підприємствами залізничного транспорту не здійснюються відрахування пенсійних внесків працівників до Професійного недержавного пенсійного фонду «Магістраль» починаючи ще з 2013 року. Станом на кінець 2018 року заборгованість підприємств АТ «Укрзалізниця» з виплати пенсійних внесків залізничникам до Професійного недержавного пенсійного фонду «Магістраль» становила більше 18 млн. грн [17].

Грунтуючись на поведеному аналізі рівня реалізації на підприємствах залізничного транспорту окремих елементів політики мотивації працівників доцільно виділити домінуючі мотиваційні та демотиваційні чинники у сфері матеріального заохочення та стимулювання співробітників. Так, до числа мотиваційних чинників, що сприяють утриманню персоналу на підприємствах залізничного транспорту, слід віднести:

- стабільність зайнятості та оплати праці;
- надання доплат за стаж і шкідливі умови праці;
- широкий пакет соціальних гарантій, що включає як оплату відпусток, лікарняних, так і надання матеріальної допомоги на оздоровлення;

- наявність галузевої системи медичного обслуговування;
- безкоштовний поїзд на роботу залізничним транспортом;
- наявність галузевих об'єктів соціальної інфраструктури, що надають можливість відпочинку на пільгових умовах;
- розвинута система безкоштовного корпоративного навчання;
- наявність галузевих житлових об'єктів та програм забезпечення залізничників житлом;
- дружній колектив;
- наявність системи визнання досягнень: нагороди цінними подарунками, подяки;
- розвинута система культурно-масових заходів: спартакіади, галузеві змагання тощо.

Демотивуючий характер для працівників підприємств залізничного транспорту здійснюють такі фактори:

- непрозорість системи оплати праці та преміювання, не виплата доплат за понаднормово відпрацьований час;
- високий рівень розриву між рівнем заробітної плати топ-менеджменту та апарату управління і працівників основної діяльності;
- неналежне відображення у звітності понаднормово відпрацьованих годин;
- робота на посаді, що не відповідає рівню кваліфікації працівника;
- необ'єктивність процедур відбору та ротації кадрів;
- корумпованість керівного складу, службова недбалість;
- низька компетентність керівного складу, феномен «династійності»;
- відсутність комунікацій з керівництвом;
- демотивуючий стиль керівництва: ігнорування ідей та ініціатив, відсутність відчуття єдності та значущості для компанії;
- недотримання норм ділової етики, відсутність взаємоповаги, довіри та єдності в колективах;
- відсутність заохочення до ініціативності та раціоналізаторства;
- погані умови праці, однобічний погляд їх перегляду;

- низький рівень інформованості персоналу про корпоративні цілі та процес реформування підприємств галузі;
- відсутність моральної підтримки та можливостей для самореалізації;
- втрата іміджу компанії на ринку роботодавців та престижності професії залізничника тощо.

Варто вказати на те, що попри зростання матеріального заохочення працівників, що мало місце протягом останніх двох років, в цілому наявність численних демотиваційних чинників призводить до зростання недовіри персоналу до керівництва підприємств залізничного транспорту та політики розвитку компанії, обумовлюючи цим самим безініціативність, невдоволеність працівників умовами праці і у підсумку масовий відтік персоналу з підприємств галузі.

Отже попри широкий спектр діючих на підприємствах залізничного транспорту соціальних гарантій для працівників наразі рівень їх виконання не відповідає реальним потребам співробітників. Набір пільг, гарантій, додаткових виплат та компенсацій для працівників, що включені до соціального пакету, діючого на підприємствах залізничного транспорту, на сьогоднішній день не реалізує мотиваційну функцію і потребує якісної трансформації відповідно до вимог цифрового суспільства.

Попри значну кількість розробок науковців, спрямованих на формування ефективної системи мотивації праці на підприємствах залізничного транспорту, їх впровадження не відповідає умовам цифровізації галузі та сучасним потребам цифрових колективів. Враховуючи те, що діючі наразі на підприємствах галузі системі мотивації праці властиві суттєві дисбаланси, що знижують рівень лояльності працівників, виникає необхідність її трансформації відповідно до їх ключових цінностей та потреб.

Необхідність переорієнтації системи заохочення працівників відповідно до їх домінуючих цінностей і потреб зумовлена, в першу чергу, зміною вподобань і цінностей суспільства. Адже як свідчать ряд досліджень провідних фахівців потреби молодих та більш літніх спеціалістів значно відрізняються. По-перше, молоді фахівці більше зацікавлені у набутті навиків використання

сучасних цифрових технологій, у наявності можливостей для саморозвитку та самовдосконалення, у визнанні корисності їх праці, а також підтримці ефективних комунікацій з керівництвом та колегами, наявності духу співробітництва та взаємної відповідальності в компанії. По-друге, більш літні співробітники зацікавлені у стабільному матеріальному заохоченні, що виражається в наданні путівок на оздоровлення та додаткових відпусток, проведенні галузевого пенсійного і медичного страхування, забезпечення одягом і взуттям, а також наданні різного роду матеріальних виплат як у зв'язку із виходом на пенсію, так і з у випадку ви-

никнення непередбачених надзвичайних подій у працівника та членів його сім'ї.

Враховуючи те, що під час розроблення системи заохочення працівників має забезпечуватися баланс інтересів різних груп працівників підприємств залізничного транспорту, в основу її формування доцільно покласти такі принципи, як персоніфікація, відкритість, комунікативність та довіра і прозорість. Ґрунтуючись на цьому, доцільно розкрити підхід до формування системи нематеріальної мотивації працівників підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації (див. рис. 2).

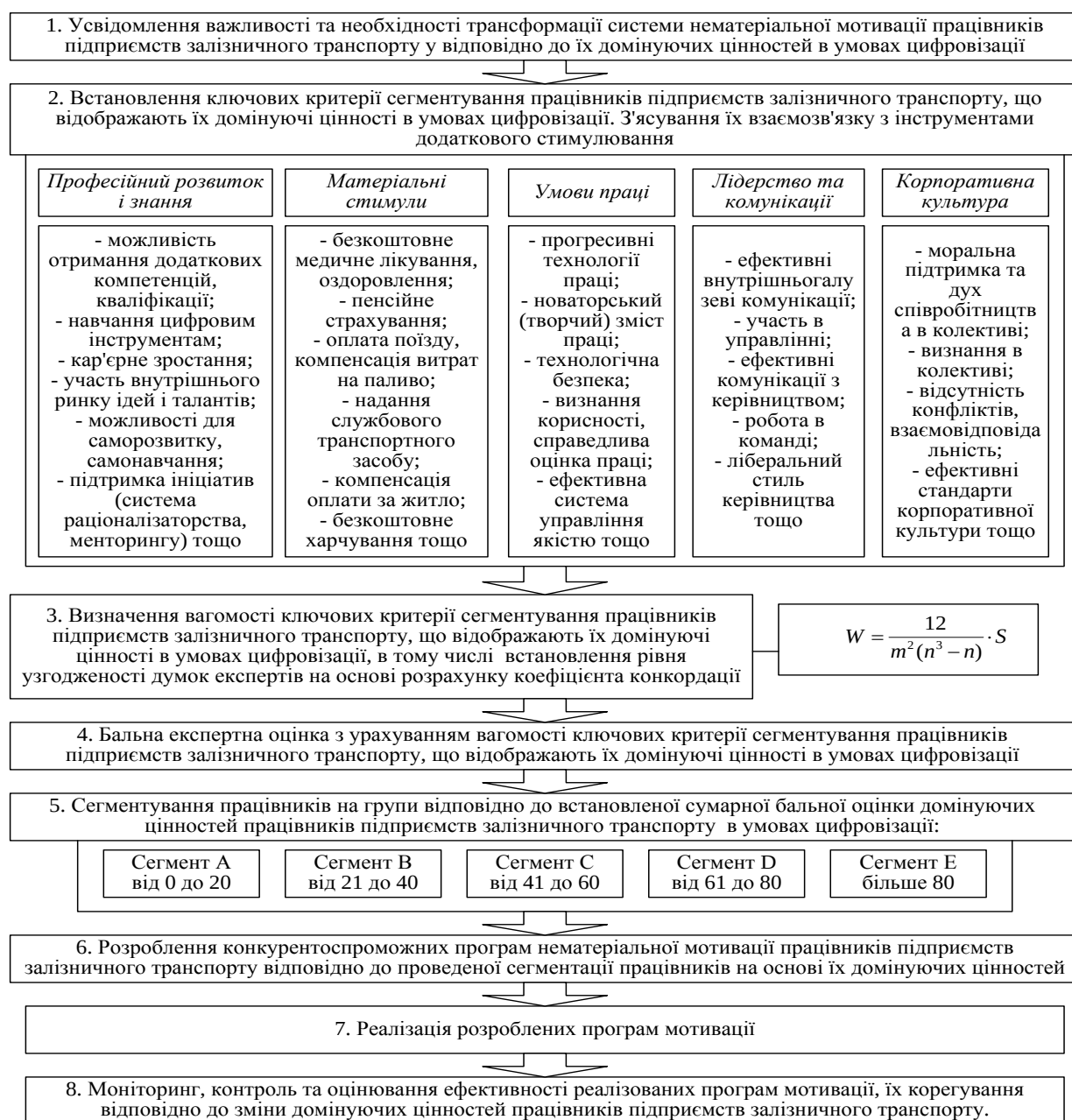


Рис. 2. Підхід до формування системи нематеріальної мотивації працівників підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації

Даний підхід передбачає сегментування працівників відповідно до їх домінуючих цінностей і розроблення на цій основі конкурентоспроможної програми (пакету пільг та заохочень) мотивації, що дозволить підвищити гнучкість системи нематеріального стимулювання і забезпечити її відповідність потребам співробітників в умовах реалізації цифрових перетворень на підприємствах галузі.

Реалізація даного підходу до формування системи мотивації працівників підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації дозволить:

–по-перше, реалізувати персоніфікований підхід до вибору інструментів стимулювання працівників підприємств залізничного транспорту, а відповідно і підвищити рівень їх вмотивованості до досягнення показників результативності праці;

–по-друге, створить можливість для виявлення ініціативних, зацікавлених у творчості та інноваціях працівників;

–по-третє, забезпечити підвищення лояльності працівників підприємств залізничного транспорту за рахунок формування у них відчуття справедливості оцінки результатів праці, а відповідно і зростання іміджу підприємств галузі серед роботодавців.

Висновки. Таким чином, ключовим напрямом реалізації цифрових перетворень на підприємствах залізничного транспорту має стати трансформація системи мотивації працівників. На основі вивчення особливостей та недоліків діючої на підприємствах галузі системи мотивації встановлено домінуючі мотиваційні та демотиваційні чинники у сфері матеріального заохочення та стимулювання співробітників. Ґрунтуючись на тому, що під впливом процесів цифровізації відбувається змінна цінностей і вподобань працівників, обґрунтовано доцільність трансформації системи мотивації праці на підприємствах залізничного транспорту. Запропоновано підхід до формування системи нематеріальної мотивації працівників підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації, який передбачає сегментування працівників відповідно до їх домінуючих цінностей і розроблення на цій основі конкурентоспроможної програми мотивації, що дозволить підвищити гнучкість системи не-

матеріального стимулювання і забезпечити її відповідність потребам співробітників в умовах реалізації цифрових перетворень на підприємствах галузі.

Література

1. Дикань В. Л. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник / В. Л. Дикань, Ю. В. Єлагін, Т. Г. Сухорукова. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 275 с.
2. Компанієць В. В. Впровадження компетентного підходу у систему підготовки, оцінки та відбору кадрів залізничного транспорту / В. В. Компанієць, В. В. Польова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 44. – С. 46–53.
3. Корінь М. В. Теоретико-методологічні аспекти розвитку інфраструктури залізничного транспорту в умовах транскордонного співробітництва: дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук; спеціальність: 08.00.03 / Укр. держ. ун-тет залізничного транспорту / М. В. Корінь. – Харків, 2019. – 524 с.
4. Маслова В. О. Удосконалення системи оплати праці на залізничному транспорті України / В. О. Маслова, О. О. Лісна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 55. – С. 161–166.
5. Токмакова І. В. Теоретико-методологічні основи забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту України: дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук; спеціальність: 08.00.03 / Укр. держ. ун-тет залізничного транспорту / І. В. Токмакова. – Харків, 2015. – 456 с.
6. Зарубежный опыт мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>. – Загл. с экрана (дата обращения: 10.09.2019).
7. Зарубежный опыт мотивации труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/trud-stimulirovanie-motivatsiya-zarabotnaja-plata-premija-stazh-rabota-kvalifikaciya-rezultativnost/>. – Загл. с экрана (дата обращения: 10.09.2019).
8. Головкова С. Обзор мирового опыта мотивации труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://step-ahead.ru/ru/publikatsii/204-obzor-mirovogo-opyta-motivatsii-truda.html>. – Загл. с экрана (дата обращения: 11.09.2019).
9. Николаева И. И. Зарубежный опыт мотивации персонала [Электронный ресурс] / И. И. Николаева // Human progress. – 2018. – Том 4. – № 7. – Режим доступа: http://progress-human.com/images/2018/Tom4_7/Nikolayeva.pdf. – Загл. с экрана (дата обращения: 21.09.2019).
10. Соціальне забезпечення залізничників (соціальний пакет) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/323/31/lang.ukrainian/>. – Назва з екрану (дата звернення: 12.02.2020).
11. «Укрзалізниця» змінює систему оплати праці та мотивації персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zik.ua/news/2016/09/21/ukrzaliznytsya_zminyuye

_systemu_oplaty_pratsi_ta_motyvatsii_personalu_88297
2. - Назва з екрану (дата звернення: 11.10.2019).

12. Працівникам «Укрзалізниці» підвищили зарплати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://konkurent.in.ua/publication/21765/pracivnikam-ukrzaliznici-pidvischili-zarplati/>. – Назва з екрану (дата звернення: 11.10.2019).

13. Зарплати в Укрзалізниці: управлінці отримуватимуть у середньому 145 тис. грн, робочі – 12 тис. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://landlord.ua/news/zarplaty-v-ukrzaliznytsi-upravlintsi-otrymuvatymut-u-serednomu-145-tys-hrn-robochi-12-tys/>. – Назва з екрану (дата звернення: 11.09.2019).

14. Укрзалізниця провела рейтинг-аналіз роботи вантажних станцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/491691/. – Назва з екрану (дата звернення: 10.08.2019).

15. Звіт про роботу Ради профспілки у 2017–2019 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. – Назва з екрану (дата звернення: 12.02.2020).

16. Інтегрований звіт. АТ «Укрзалізниця» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uz.gov.ua/about/investors/issuer/>. – Назва з екрану (дата звернення: 30.12.2018).

17. Звіт про роботу Ради профспілки за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. – Назва з екрану (дата звернення: 12.02.2020).

References

1. Dykan, V.L., Yelahin, Yu.V., & Sukhorukova, T.H. (2012). *Ekonomika pratsi na pidpryyemstvakh zaliznychnoho transportu*. Kharkiv: Ukr-DAZT.
2. Kompaniyets, V.V., & Poliova, V.V. (2013). *Vprovadzheniya kompeten-tnoho pidkhotu u systemu pidhotovky, otsinky ta vidboru kadrov zaliznychnoho transport. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (44), 46-53.
3. Korin, M.V. (2019). *Teoretyko-metodolohichni aspekty rozvytku infrastruktury zaliznychnoho transportu v umovakh transkordonnoho spivrobitnytstva*. Doctor's thesis. Kharkiv: Ukrainsky derzhavnyy universytet zaliznychnoho transportu.
4. Maslova, V.O., & Lisna, O.O. (2016). *Udoskonalennya systemy oplaty pratsi na zaliznychnomu transporti Ukrayiny. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. (55), 161-166.
5. Tokmakova, I.V. (2015). *Teoretyko-metodolohichni osnovy zabezpechennya harmonynoho*

rozvytku zaliznychnoho transportu Ukrayiny. Doctor's thesis. Kharkiv: Ukrainsky derzhavnyy universytet zaliznychnoho transportu.

6. Zarubezhnyy opyt motivatsii personala. (2019). Retrieved from <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>.

7. Zarubezhnyy opyt motivatsii truda. (2019). Retrieved from <http://www.elitarium.ru/trud-stimulirovanie-motivaciya-zarabotnaja-plata-premija-stazh-rabota-kvalifikaciya-rezultativnost/>.

8. Golovkova, S. *Obzor mirovogo opyta motivatsii truda*. (2019). Retrieved from <https://step-ahead.ru/ru/publikatsii/204-obzor-mirovogo-opyta-motivatsii-truda.html>.

9. Nikolayeva, I.I. (2018). *Zarubezhnyy opyt motivatsii personala*. Human progress, Vol.4, (7). Retrieved from http://progress-human.com/images/2018/Tom4_7/Nikolayeva.pdf.

10. Sotsialne zabezpechennia zaliznychnykh (sotsialnyy paket). (2020). Retrieved from <http://zalp.org.ua/content/view/323/31/lang.ukrainian/>.

11. «Ukrzaliznytsya» zminyuye systemu oplaty pratsi ta motyvatsiyi personalu. (2019). Retrieved from https://zik.ua/news/2016/09/21/ukrzaliznytsya_zminyuye_systemu_oplaty_pratsi_ta_motyvatsii_personalu_88297.

12. Pratsivnykam «Ukrzaliznytsi» pidvyshchily zarplaty. (2019). Retrieved from <https://konkurent.in.ua/publication/21765/pracivnikam-ukrzaliznici-pidvischili-zarplati/>.

13. Zarplaty v Ukrzaliznytsi: upravlintsi otymuvatymut u serednomu 145 tys. hrn, robochi – 12 tys. (2019). Retrieved from <https://landlord.ua/news/zarplaty-v-ukrzaliznytsi-upravlintsi-otrymuvatymut-u-serednomu-145-tys-hrn-robochi-12-tys/>. (in Ukrainian).

14. Ukrzaliznytsya provela reytnh-analiz roboty vantazhnykh stantsiy. (2019). Retrieved from https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/491691/.

15. Zvit pro robotu Rady profspilky u 2017-2019 rokakh. (2020). Retrieved from <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. (in Ukrainian).

16. Intehrovanyy zvit. АТ «Ukrzaliznytsya». (2018). Retrieved from <https://uz.gov.ua/about/investors/issuer/>. (in Ukrainian).

17. Zvit pro robotu Rady profspilky za 2018 rik. (2020). Retrieved from <http://zalp.org.ua/content/view/41/86/lang.ukrainian/>. (in Ukrainian).

РАЗРАБОТКА ПОДХОДА К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*В. Л. Дикань, д. э. н., профессор, А. В. Обруч, к. э. н., докторант,
Украинский государственный университет железнодорожного транспорта*

Методология исследования. Исследование выполнялось на основе применения таких общеученных методов, как: общего и особенного – при установлении особенностей и выявлении недостатков действующей на предприятиях отрасли системы мотивации; анализа и синтеза – при обосновании целесообразности трансформации системы нематериальной составляющей мотивации труда на предприятиях железнодорожного транспорта; группировки – при сегментации работников в соответствии с их доминирующими ценностями.

Результаты. В статье определено, что цифровые преобразования привели к изменению модели поведения работников и трансформации их карьерных ценностей и мотивационных стимулов. Установлено, что для современного работника наряду с материальными детерминантами мотивации ведущую значимость имеют и нематериальные стимулы к труду. Приведена характеристика зарубежных моделей мотивации персонала, где определены ключевые принципы мотивации, инструменты материального, нематериального, в том числе и профессионального поощрения работников. Приведен перечень основных гарантий, доплат и компенсаций, входящих в состав социального пакета для работников предприятий железнодорожного транспорта. На основе изучения особенностей и недостатков действующей на предприятиях отрасли системы мотивации установлены доминирующие мотивационные и демотивационные факторы в сфере материального поощрения и стимулирования сотрудников. Определено, что несмотря на широкий спектр действующих на предприятиях железнодорожного транспорта социальных гарантий для работников сейчас их уровень выполнения не отвечает реальным потребностям сотрудников. Набор льгот, гарантий, дополнительных выплат и компенсаций для работников, включенных в социальный пакет, который действует на предприятиях железнодорожного транспорта, на сегодняшний день не реализует мотивационную функцию и нуждается в качественной трансформации в соответствии с требованиями цифрового общества.

Новизна. Основываясь на том, что под влиянием процессов цифровизации происходит изменение ценностей и предпочтений работников, обоснована целесообразность трансформации системы нематериальной составляющей мотивации труда на предприятиях железнодорожного транспорта. Предложен подход к формированию системы нематериальной мотивации работников предприятий железнодорожного транспорта в условиях цифровизации, который предусматривает сегментирование работников в соответствии с их доминирующими ценностями и разработку на этой основе конкурентоспособной программы (пакета льгот и поощрений) мотивации.

Практическая значимость. Предложенный подход к формированию системы нематериальной мотивации позволит повысить гибкость системы нематериального стимулирования и обеспечить ее соответствие потребностям сотрудников в условиях реализации цифровых преобразований на предприятиях отрасли.

Ключевые слова: система нематериальной мотивации труда, доминирующие ценности, предприятия железнодорожного транспорта, сегментирование работников, принципы, подход, этапы, цифровизация, мотивационные и демотивационные факторы, социальный пакет.

DEVELOPMENT OF AN APPROACH TO THE FORMATION OF NON-FINANCIAL MOTIVATION OF EMPLOYEES OF ENTERPRISES OF RAILWAY TRANSPORT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

V. L. Dykan, D.E., Professor, H. V. Obruch, Doctoral Student, Ukrainian State University of Railway Transport

Methods. The research was carried out on the basis of the use of such general scientific methods as: general and special – in establishing the features and identifying the shortcomings of the motivation system operating in the enterprises; analysis and synthesis – at substantiation of expediency of transformation of system of intangible component of labor motivation at the enterprises of railway transport; grouping – when segmenting employees according to their dominant values.

Results. The article determines that digital transformations have led to a change in the behavior of employees and the transformation of their career values and motivational incentives. It is established that for the contemporary employee, along with the material determinants of motivation, non-material incentives to work are also of leading importance. A description of foreign models of personnel motivation was submitted, which defines the key principles of motivation, tools for material, non-material incentives, including professional ones, for employees. The list of basic guarantees, surcharges and compensations included in the social package for employees of railway transport enterprises is given. Based on the study of the features and disadvantages of the current system of motivation at the enterprises of the industry, the dominant motivational and demotivational factors in the field of material incentives and incentives for employees are established. It is determined that despite a wide range of social guarantees for employees operating at railway transport enterprises, the current level of implementation does not meet the real needs of employees. The set of benefits, guarantees, additional payments and compensations for employees included in the social package operating at railway transport enterprises does not currently implement a motivational function and needs to be transformed in accordance with the requirements of the digital society.

Novelty. Based on the fact that under the influence of digitalization processes, variable values and preferences of employees occur, the expediency of transforming the system of non-material component of labor motivation in railway transport enterprises is justified. The proposed approach to the formation of a system of non-material motivation of employees at railway transport enterprises in the conditions of digital-to-VSAT, which provides for the segmentation of workers according to their dominant values and development on this basis of a competitive program (benefits and rewards) motivation.

Practical value. The proposed approach to the formation of a system of non-material motivation will increase the flexibility of the system of moral incentives and to ensure it meets the needs of staff in terms of implementation of digital transformation in the industry.

Keywords: the system of non-material labor motivation, dominant values, railway transport enterprises, employee segmentation, principles, approach, stages, digitalization, motivational and demotivation factors, social package.

Надійшла до редакції 16.01.20 р.

КОНВЕРГЕНТНО-ІНТЕГРОВАНІЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ: НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ РОЗРОБКИ

С. А. Мушнікова, к. е. н., доцент, Національна металургійна академія України, svetamush@gmail.com, orcid.org/0000-0002-3860-522X

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: абстракції – при визначенні сутності поняття «механізм управління безпекою розвитку підприємства»; системного підходу, аналізу й синтезу – при визначенні взаємозв'язку між складовими механізму управління безпекою розвитку підприємства; загального й особливого – при виявленні закономірностей еволюційного розвитку філософського уявлення про категорію «механізм».

Результати. Виявлено основні причини повної або часткової втрати керованості вітчизняними підприємствами і, зокрема, металургійними підприємствами, а саме: фізичне та моральне старіння основних фондів і технологічних процесів, зниження рівня кваліфікації та компетентності управлінського персоналу, що, в свою чергу, знижує здатність підприємств до адаптації, позитивного розвитку та самоорганізації. Показано, що незважаючи на, практично півсторічне використання категорії «механізм» в економіці та управлінні підприємствами, дослідники не прийшли до одностайної думки стосовно його визначення. Визначено, що серед загально визнаних складових механізму управління (мета, принципи, методи, інструменти), конвергентно-інтегрований механізм управління безпекою розвитку підприємства має специфічні функціональні складові, спрямовані на виконання контролінгових функцій.

Новизна. Уточнено уявлення про «механізм управління» з точки зору еволюції філософського аспекту та визначено поняття «механізм управління безпекою розвитку підприємства» як комплекс дій, спрямованих на досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часі. Зазначено, що механізм управління безпекою розвитку підприємства є багатокритеріальним процесом. Тому в межах дослідження пропонується побудова конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку підприємства, заснованого на процесах конвергенції (зближення) та інтеграції (злиття) складових (цілей, принципів, методів) механізмів управління: розвитком підприємства, безпекою, формування альтернативних рішень щодо визначення прийнятного рівня ризику та каузального механізму формування альтернативних управлінських рішень.

Практична значущість. Побудова механізму управління безпекою розвитку металургійних підприємств дозволить досягти захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часі, враховуючи особливості видів діяльності, складності процесів управління.

Ключові слова: конвергенція, інтеграція, механізм управління, філософський аспект, складові механізму, безпека розвитку металургійного підприємства, функціональні складові, забезпечення механізму.

Постанова проблеми. Сучасний стан всіх рівнів національної економіки характеризується нестабільністю, мінливістю обставин, функціонуючи в повній або частковій невизначеності. Промислове підприємство, як складна поліструктурна система, в існую-

чих умовах функціонування втрачає здатність до адаптації, самоорганізації; система управління ним втрачає керованість такою складною системою. При цьому, управління будь-яким промисловим підприємством є складним багатокритеріальним процесом,

спрямованим на його позитивний безпечний розвиток, який, наряду з загальноприйнятими функціями, принципами, методами, впливом різного роду зовнішніх факторів, повинен враховувати особливості напрямів діяльності, розмірів підприємства, складності технологічних процесів та багато ін. В свою чергу це визначає й особливості управління, його організаційну структуру, кількість та функціональну спрямованість ієрархічних рівнів управління на конкретному підприємстві.

Вище перелічені властивості стосуються й системи управління металургійними підприємствами. Зниження рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних металургійних підприємств призвело до втрати ринків збуту й, таким чином, до зниження долі вартості у ВВП. Це відбулося внаслідок фізичного та морального старіння основних фондів, технологічних процесів, зниження рівня кваліфікації та компетентності управлінського персоналу всіх рівнів управління підприємством. В свою чергу, це свідчить про часткову втрату керованості підприємствами.

Виходом з ситуації, що склалася є побудова механізму управління безпекою розвитку металургійних підприємств з метою досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часу, враховуючи особливості видів їх діяльності, складності процесів управління та ін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань побудови економічних, управлінських механізмів сталого розвитку, ринкових відносин і т. д. протягом останніх п'яти десятиріч займаються вітчизняні та закордонні науковці та практики. Єдиної думки про визначення поняття «механізм управління» науковці не знайшли, і це є закономірністю, тому що поняття є індивідуальним під конкретний цілеспрямований механізм. Тому, в рамках дослідження, пропонується власне бачення на побудову конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства.

Формулювання мети статті. Метою статті є теоретичне обґрунтування практичної розробки конвергентно-інтегрованого

механізму управління безпекою розвитку металургійних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Опираючись на основні складові методології дослідження управління безпекою розвитку підприємства, необхідно зазначити їх загальний зміст, а саме: концепція управління відповідає на питання «що робити?» в поточному періоді та майбутньому; механізм, як складний процес та явище – «як робити?»; методика в складі механізму завжди відповідає на питання «в якій послідовності робити?». В цьому спрямуванні визначимося з поняттям «механізм управління безпекою розвитку підприємства».

Необхідно зазначити про достатньо тривалий еволюційний розвиток поняття «механізм» (рис.1).

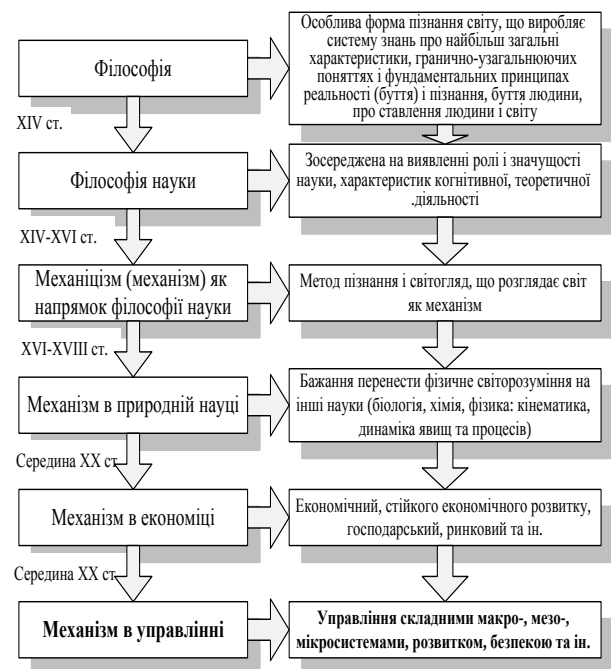


Рис. 1. Філософський аспект еволюції «механізму в управлінні»

Власне, механізм (від лат. *mechanize* – система перетворення руху) – система організації взаємодії, той чи інший спосіб об'єднання окремих складових в єдиний механізм проявляється безпосередньо в процесі його функціонування. Головне в механізмі – як, яким чином організовується таке об'єднання [9].

Протягом декількох сторіч, із зміною світогляду людини, змінюється й поняття «механізму». Якщо на ранніх стадіях пі-

знання світу, формуючи свідомість особистості, загальну систему знань, принципів, сформувалося філософія як наука, згодом визначився напрямок філософії науки, зосередившись на пізнанні природних законів, їх впливу на буденність особистості та соціуму. Зміст і послідовність природних процесів склалися за зв'язками, які еволюційно встановлювалися і були залежними від функціонування систем. В цей час визначився напрямок механіцизму (або механізму) у філософії науки, тобто світ розглядається як механізм. Найбільше розповсюдження механізм отримав в точних та природних науках таких, як: біологія, хімія, математика, фізика, - це стало відправною точкою для використання в економіці та управлінні як науках.

Поняття «механізму» в економіці та управлінні використовується нещодавно, з середини XX сторіччя. Але, за цей час з'явилася значна кількість розробок та досліджень в напрямку побудови механізмів: економічних, господарських, ринкових, управлінських та багато ін., – їх класифікацій за різними ознаками. Всі вони цілеспрямовано вивчаються і адаптуються дослідниками в тих чи інших інтересах. Тому, як зазначалося вище, до тепер не існує одностайної думки про зміст різного роду механізмів, що є закономірним явищем. З часом осмислення принципів дії цих механізмів на основі загального розвитку свідомості і дії дозволило людині широко і різноманітно застосовувати їх з метою створення і використання нових, змішаних організацій.

Економічною основою поняття «механізм» є функціонування цілісної системи економіки та розглядається як сукупність проміжних станів чи процесів будь-яких економічних явищ. Окремі автори визначають сутність механізму управління як поєднання понять «механізм» та «управління». Таке узагальнення дає можливість зробити висновки, що під механізмом управління підприємством слід розуміти цілеспрямовану сукупність дій, які базуються на концептуальних принципах його функціонування, цілях і функціях, з використанням відповідних методів та інструментів управління, спрямованих на забезпечення позитивних трансформацій підприємства у теперішній час та майбутньому [5].

З іншої сторони, збільшення кількості ризиків в умовах нестабільності економіки, які загрожують діяльності підприємства, вплив зовнішніх і внутрішніх загроз зумовлюють необхідність управління його безпекою. Процес управління безпекою підприємства базується на розробці та реалізації певного механізму її забезпечення, який є частиною механізму управління безпекою розвитку підприємства.

Звертає на себе увагу факт, що економісти часто вживають категорію механізм зі сполученнями «фінансово-організаційний» чи «організаційно-економічний» [2].

Складність механізму управління безпекою розвитку підприємства полягає в поєднанні декількох складних структурних елементів: механізм управління розвитком підприємства, механізм управління безпекою підприємства, механізм формування альтернативних рішень щодо визначення прийнятного рівня ризику та каузального механізму формування альтернативних управлінських рішень. Кожний з зазначених механізмів, як елемент механізму управління безпекою розвитку підприємства, передбачає використання відповідних цілей, принципів, методів, важелів та інструментів організації руху ресурсів, оптимізації вартісних пропорцій, що створюються в результаті розподілу ресурсів, єдність яких дозволяє більш ефективно управляти підприємством.

Кінцевим результатом дії будь-якого механізму управління, зокрема, управління безпекою розвитку металургійного підприємства, є вплив на процес розробки та реалізації оптимальних управлінських рішень щодо захисту господарських інтересів підприємства з урахуванням особливостей його діяльності, що забезпечує зростання ринкової вартості підприємства на основі використання інноваційного управлінського апарату стратегічного характеру.

В основу конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку підприємства покладено процес зближення (конвергенція) та об'єднання, злиття (інтеграція) основних складових методологічного базису управління розвитком та управління безпекою підприємства, а саме: цілей, принципів, методів та ін. (рис. 2).

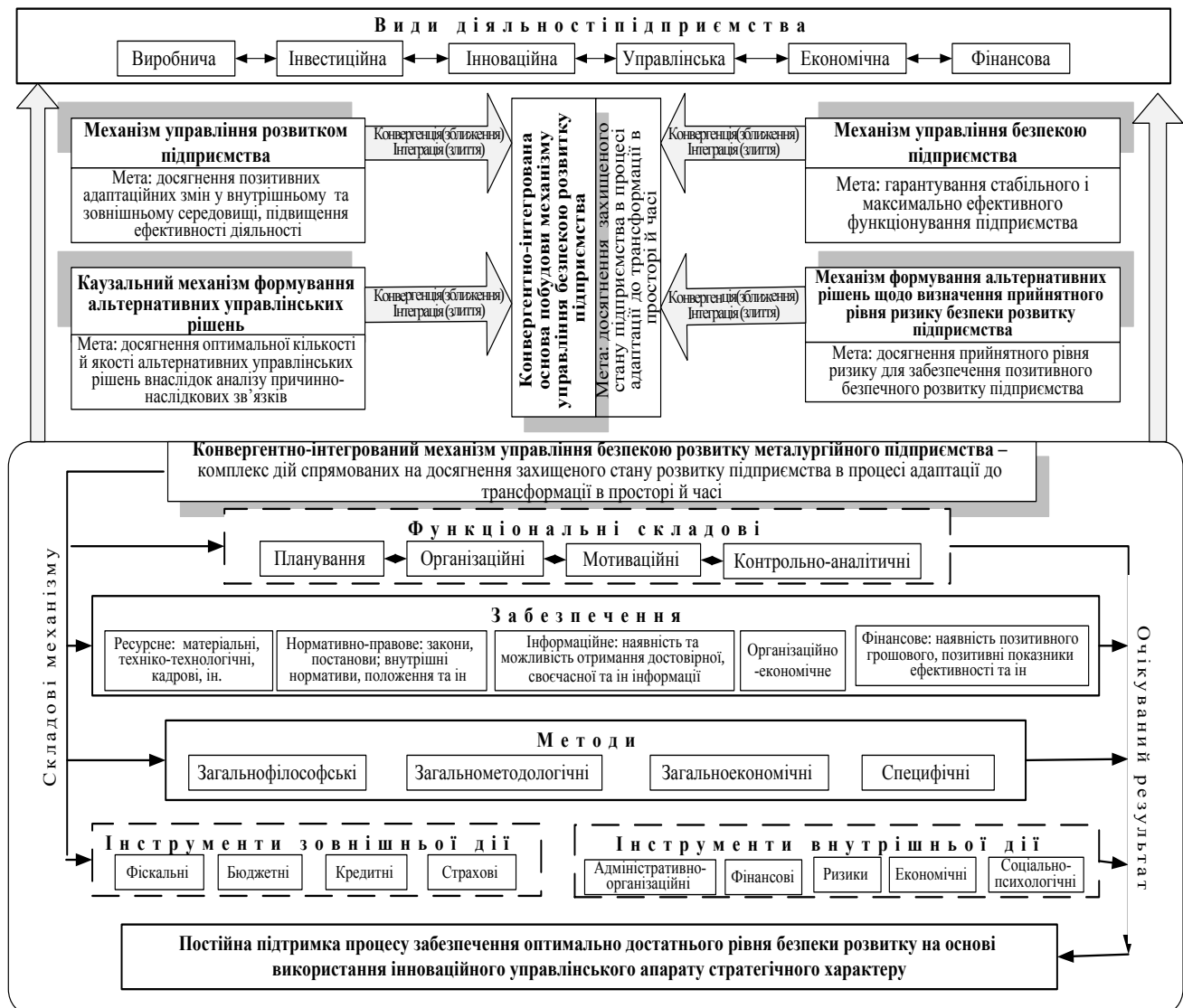


Рис. 2. Конвергентно-інтегрований механізм управління безпекою розвитку металургійного підприємства*

* Побудовано автором за: [6-8]

На підставі досліджень науковців та практиків відносно поняття «механізм управління», «фінансово-економічний механізм», «механізм забезпечення фінансової безпеки», «механізм економічної безпеки» та багато ін., можна стверджувати, що конвергентно-інтегрований механізм управління безпекою розвитку металургійного підприємства являє собою комплекс дій спрямованих на досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часі.

Враховуючи сукупність внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на безпеку розвитку підприємства, можна стверджувати, що пропонувані механізми є відкритою, динамічною системою.

Враховуючи процеси конвергенції та інтеграції, можна зазначити, що на меті розвитку підприємства є досягнення позитивних адаптаційних змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, підвищення ефективності діяльності при досягненні гарантованого стабільного і максимально ефективного захисту функціонування підприємства, дотримуючись умов мети безпеки. Внаслідок процесу конвергенції отримали мету управління безпекою розвитку підприємства, як досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі й часі [6].

Особливої уваги заслуговує конвергенція системи принципів у формуванні концеп-

ції управління безпекою розвитку промислового підприємства. Наряду з загальнонауковими принципами, властивими й для розвитку, й для безпеки, такі як: цілеполягання, керованість процесом управління; актуальність; системність; науковий підхід; – існує ряд принципів притаманні окремим складовим системи управління безпекою розвитку підприємства такі, як: безперервності управління безпекою розвитку, циклічності, адекватності, гнучкості системи управління безпекою розвитку підприємства та ін. [6].

Ключовою складовою конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства є функціональні складові. Їх виконання залежить від специфіки функціонування підприємства, зокрема металургійного підприємства, видів його діяльності. Враховуючи основні класичні функції управління й розвитком, й безпекою діяльності підприємства, а саме: планування, організація, мотивація та контроль, з виділенням підфункції аналізу, яка є безперечною та охоплює в тій чи іншій мірі всі функції управління, - через їх злиття, в процесі управління безпекою розвитку підприємства є можливість впровадження специфічних контролінгових функцій, а саме:

- планування та прогнозування роботи металургійних підприємств;
- оновлення техніко-технологічної бази підприємств;
- удосконалення технологічних процесів виробництва на інноваційній основі;
- формування і розвиток інформаційних технологій;
- реалізація інноваційно-інвестиційних видів діяльності металургійного підприємства;
- мобілізація власних та інвестиційних ресурсів для інноваційного розвитку;
- формування системи мотивації інноваційного розвитку підприємств;
- розвиток інноваційної корпоративної культури металургійного підприємства;
- консалтинговий супровід інноваційного розвитку.

Наряду з завданнями забезпечення економічної безпеки підприємства для подальшого розвитку його діяльності через:

- оцінку внутрішніх і зовнішніх загроз безпеки підприємства;

- підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів про стан зовнішнього середовища, внутрішні умови функціонування;

- перевірку ділової репутації та платоспроможності контрагентів, партнерів для виявлення основних суперечностей у взаємовідносинах з ними;

- формування заходів запобігання виникнення загроз і протиправних дій з боку несумлінних конкурентів;

- перевіркою благонадійності персоналу;

- захисту конфіденційної інформації та багато інше, – в рамках функцій контролінгу також можливо забезпечити:

- організацію системи попереджувальних заходів;

- проведення моніторингу та виявлення загроз безпеки розвитку підприємства та його окремих структурних підрозділів;

- проведення аналізу та оцінки існуючих загроз;

- розробку висновків, пропозицій, рекомендацій і прогнозів для обґрунтування та підготовки ефективного управлінського рішення в сфері забезпечення безпеки розвитку підприємства;

- визначення заходів щодо нейтралізації загроз;

- діяльність щодо нейтралізації загроз безпеці розвитку [6].

Обов'язковими складовими конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства є його забезпечення, а саме:

- ресурсне забезпечення (наявність необхідного та достатнього обсягу матеріальних, техніко-технологічних та кадрових ресурсів відповідної кваліфікації та компетенції металургійного підприємства);

- нормативно-правове забезпечення (наявність регламентів, інструкцій, наказів, законів, що регулюють управління безпекою розвитку на підприємстві);

- інформаційне забезпечення (наявність інформаційно-комунікаційних засобів для вчасного і повного отримання інформації);

- фінансове забезпечення (наявність необхідного обсягу коштів для проведення заходів забезпечення управління безпекою розвитку);

– організаційно-економічне забезпечення (відповідність організаційної структури, що відповідають потребам забезпечення цільового рівня економічної безпеки).

Практична реалізація конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства можлива шляхом застосування відповідних інструментів.

Класифікація інструментів забезпечення може здійснюватись за багатьма ознаками. Для реалізації сформованого механізму важливим є поділ інструментів за змістом (напрямом, характером впливу на об'єкт) та часовою ознакою [1].

Якщо вважати, що інструменти механізму можуть бути як зовнішньої, так й внутрішньої дії, то за змістом інструменти управління безпекою розвитку металургійного підприємства можна узагальнити на такі, як:

– фінансово-економічні, які спрямовані на оперативне покращення фінансових показників діяльності підприємства за рахунок оптимізації цінової політики, покращення використання фінансових ресурсів, скорочення витрат, інкасації дебіторської заборгованості, оптимізації грошових потоків тощо;

– організаційно-технологічні (спрямовані на підвищення ефективності використання наявних ресурсів за рахунок таких організаційних впливів, як оптимізація технологічних процесів, удосконалення оргструктури, зміни кадрової політики тощо).

– аналітичні (спрямовані на попередження реалізації ризиків шляхом постійного моніторингу показників діяльності).

Для ефективного використання конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства доцільно використовувати як загальнонаукові методи управління, такі як: загальнофілософські, загальнометодологічні, загальноекономічні, так й специфічні адміністративні, соціально-психологічних методи управління, які на відміну від загальнонаукових спрямовані на особливості окремих видів діяльності металургійного підприємства.

Зокрема, адміністративні методи управління реалізуються за допомогою нормативно-правового забезпечення та включають [1]:

1. Організаційні методи впливу, що реалізуються через документи тривалої дії – закони, положення, статuti, укази, інструкції, правила, вимоги, норми, акти, протоколи тощо;

2. Розпорядчі методи впливу – реалізуються через накази, розпорядження, вказівки;

3. Дисциплінарні методи впливу – виражаються через зауваження, догани, переміщення і звільнення посадових осіб тощо.

Деякі автори відображають недоліки використання цих методів, а саме: примусовий характер, відсутність стимулювання при прийнятті рішень для досягнення поставлених цілей, а перевагою є швидкість і конкретність дій для забезпечення розвитку підприємств [1].

Соціально-психологічні методи управління реалізуються через врахування та використання інтересів соціуму досліджуваних підприємств. Потрібно зазначити, що при належній увазі до проблем формування і розвитку кадрового потенціалу можна забезпечити максимальний ефект від управлінських рішень.

В результаті побудови конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства можна стверджувати що:

– механізм є невід'ємною складовою системи управління підприємства;

– механізму належить визначальна роль у формуванні і забезпеченні управлінського впливу на стан, функціонування і розвиток керованих об'єктів;

– залежно від сфери використання механізмів призначення і цілей їх функціонування, механізми управління можуть бути локальними й інтегральними;

– для використання в різних сферах діяльності ефективні й раціональні механізми управління потребують науково-теоретичного і методичного обґрунтування, узагальнення і врахування прогресивного досвіду їх побудови;

– складові елементи механізму, їх повне і якісне використання визначають його ефективність через постійну підтримку процесу забезпечення оптимально достатнього

рівня безпеки розвитку на основі використання інноваційного управлінського апарату стратегічного характеру;

– підтримка і підвищення ефективності використання конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійного підприємства повинна здійснюватися шляхом моніторингу його дії, а також шляхом здійснення заходів щодо розширеного інноваційного відтворення його складових.

Висновки. Таким чином, в результаті проведеного дослідження зазначено основні причини повної або часткової втрати керованості вітчизняними підприємствами взагалі та окремо металургійними підприємствами, а саме: фізичне та моральне старіння основних фондів, технологічних процесів, зниження рівня кваліфікації та компетентності управлінського персоналу, що, в свою чергу, знижує здатність підприємств до адаптації, позитивного розвитку та самоорганізації.

Автором уточнено уявлення про «механізм управління» з точки зору еволюції філософського аспекту та визначено поняття «механізм управління безпекою розвитку підприємства» як комплекс дій спрямованих на досягнення захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часі. Зазначено, що механізм управління безпекою розвитку підприємства є багатокритеріальним процесом. Тому, в рамках дослідження пропонується побудова конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку підприємства ґрунтованого на процесах конвергенції (зближення) та інтеграції (злиття) складових (цілей, принципів, методів та ін.) механізмів управління: розвитком підприємства, безпекою, формування альтернативних рішень щодо визначення прийнятного рівня ризику та каузального механізму формування альтернативних управлінських рішень.

Серед загально признаних складових механізму управління, а саме: мета, принципи, методи, інструменти та ін., – конвергентно-інтегрований механізм управління безпекою розвитку підприємства має специфічні функціональні складові, спрямовані на виконання контролінгових функцій.

Практичне застосування конвергентно-інтегрованого механізму управління безпекою розвитку металургійних підприємств дозволить досягти захищеного стану підприємства в процесі адаптації до трансформації в просторі та часі, враховуючи особливості видів їх діяльності, складності процесів управління.

Література

1. Витвицький Я. С. Механізм управління підприємствами сфери виробництва будівельних матеріалів на інноваційних засадах / Я. С. Витвицький, У. Я. Андрусів // Інноваційна економіка. – 2015. – №4 (59). – С. 12–20.
2. Князевич А. О. Управління інфраструктурним забезпеченням інноваційного розвитку економіки: монографія / А. О. Князевич. – Рівне : Волинські обереги, 2018. – 362 с.
3. Конвергенція / Вікіпедія. Цитовано: інтернет-ресурс. Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. Лебедко С. А. Механізм забезпечення економічної безпеки транспортних підприємств // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Київ – 2019. – 22 с.
5. Механізм / Вікіпедія. Цитовано: інтернет-ресурс. Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Мушнікова С. А. Конвергенція як системна основа побудови концепції управління безпекою розвитку промислового підприємства / С. А. Мушнікова // БІЗНЕС-ІНФОРМ. – № 11. – 2019. – С. 336–342.
7. Прохорова В. В. Адаптивне управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств: монографія / В. В. Прохорова, Т. І. Дем'яненко – Харків : НТМТ, 2014. – 193 с.
8. Прохорова В. В. Економічний розвиток підприємств: теоретико-методологічний аспект: [монографія] / В. В. Прохорова. – Х. : УкрДАЗТ, 2010. – 521 с.
9. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. 3-е изд., доп. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М., 2000. [Электронный ресурс]. URL: http://slovari.yandex.ru/dict/economic/article/ses2/ses3531.htm?text=%D0%BC%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%BC&encid=economic&stpa_r3=1.7/
10. Тімченко О. О. Економічний механізм управління підприємством / О. О. Тімченко, В. О. Черепанова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 3–6.
11. Hedstrom P., Ylikoski P. Causal mechanisms in the social sciences, Annual Review of Sociology, 2010, 36, pp. 49–67.

References

1. Vytvytskyi, Ya.S., & Andrusiv U.Ya. (2015). Mekhanizm upravlinnia pidpriemstvamy sfery vyrobnytstva budivelnykh materialiv na innovatsiynykh zasadakh. *Innovatsiyna ekonomika*, 4(59), 12-20.
2. Kniazevych, A.O. (2018). Upravlinnia infrastruktturnym zabezpechenniam innovatsiynoho rozvytku ekonomiky. Rivne: Volynski oberehy.
3. Konverhentsiia. Vikipediia. Retrieved from <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. Lebedko, S.A. (2019). Mekhanizm zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky transportnykh pidpriemstv. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv.
5. Mekhanizm. Vikipediia. Retrieved from <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Mushnikova, S.A. (2019). Konverhentsiia yak systemna osnova pobudovy kontseptsii upravlinnia bezpekoiu rozvytku promyslovoho pidpriemstva. *Biznes-Inform*, (11), 336-342.
7. Prokhorova, V.V., & Demianenko, T.I. (2014). *Adaptyvne upravlinnia innovatsiyno-investytsiynym rozvytkom pidpriemstv*. Kharkiv: NTMT.
8. Prokhorova, V.V. (2010). *Ekonomichnyy rozvytok pidpriemstv: teoretyko-metodolohichnyy aspekt*. Kharkiv: UkrDAZT.
9. Rayzberg, B.A., Lozovskiy, L.Sh., & Starodubtseva, E.B. (2000). *Sovremennyy ekonomicheskyy slovar*. (3d. ed.). Moskva. Retrieved from <http://slovari.yandex.ru/dict/economic/article/ses2/ses353.1.ht m?text=%D0 %BC%D0 %B5 %D1 %85 %D0 %B0 %D0 %BD%D0 %B8 %D 0 %B7 %D0 %BC&encid=economic&stpa r3=1.7/>
10. Timchenko, O.O., & Cherepanova, V.O. (2015). *Ekonomichnyy mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom*, *Visnyk NTU «KhPI»*, 59 (1168), 3-6
11. Hedstrom, P., & Ylikoski, P. (2010). Causal mechanisms in the social sciences, *Annual Review of Sociology*, 36, pp. 49-67.

КОНВЕРГЕНТНО-ИНТЕГРИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗРАБОТКИ

С. А. Мушникова, к. э. н., доцент, Национальная металлургическая академия Украины

Методология исследования. Результаты получены за счет использования методов: абстракции – при определении сущности понятия «механизм управления безопасностью развития предприятия»; системного подхода, анализа и синтеза – при определении взаимосвязи между составляющими механизма управления безопасностью развития предприятия; общего и особенного – при выявлении закономерностей эволюционного развития философского представления о категории «механизм».

Результаты. Указаны основные причины полной или частичной потери управляемости отечественными предприятиями, в частности, металлургическими предприятиями, а именно: физическое и моральное старение основных фондов и технологических процессов, снижение уровня квалификации и компетентности управленческого персонала, что, в свою очередь, снижает способность предприятий к адаптации, положительного развития и самоорганизации. Показано, что несмотря на практически полувековое использование категории «механизма» в экономике и управлении предприятиями, исследователи не пришли к единому мнению относительно его определения. Определено, что среди общих признанных составляющих механизма управления (цель, принципы, методы, инструменты) конвергентно-интегрированный механизм управления безопасностью развития предприятия имеет специфические функциональные составляющие, направленные на выполнение контроллинговых функций.

Новизна. Уточнены представления о «механизме управления» с точки зрения эволюции философского аспекта и определено понятие «механизм управления безопасностью развития предприятия» как комплекс действий, направленных на достижение защищенного состояния предприятия в процессе его адаптации к трансформации в пространстве и времени. Отмечено, что механизм управления безопасностью развития предприятия является многокритериальным процессом. Поэтому в рамках исследования предлагается построение конвергентно-интегрированного механизма управления безопасностью развития предприятия, основанного на процессах конвергенции (сближения) и интеграции (слияния) составляющих (целей, принципов, методов) механизмов управления: развитием предприятия, безопасностью, формирование альтернативных решений по определению приемлемого уровня риска и каузального механизма формирования альтернативных управленческих решений.

Практическая значимость. Построение механизма управления безопасностью развития металлургических предприятий позволит достичь защищенного состояния предприятия в процессе адаптации к трансформации в пространстве и времени, учитывая особенности видов их деятельности, сложности процессов управления.

Ключевые слова: конвергенция, интеграция, механизм управления, философский аспект, составляющие механизма, безопасность развития металлургического предприятия, функциональные составляющие, обеспечение механизма.

CONVERGENT-INTEGRATED SECURITY MANAGEMENT MECHANISM FOR METALLURGICAL ENTERPRISES DEVELOPMENT: SCIENTIFIC-AND-PRACTICAL ASPECT OF DEVELOPMENT

S. A. Mushnikova, Ph. D (Econ.), Associate Professor, National Metallurgical Academy of Ukraine

Research methods. The results are obtained through the use of the following methods: abstraction – in determining the essence of the concept of «enterprise development security management mechanism»; a systems approach, analysis and synthesis – in determining the relationship between the components of the security management mechanism of enterprise development; method of general and special – in identifying the patterns of evolutionary development of the philosophical concept of the category «mechanism».

Results. The main reasons for the complete or partial loss of controllability of domestic enterprises, in particular, metallurgical enterprises, are indicated, namely: physical and moral aging of fixed assets and technological processes, a decrease in the level of qualification and competence of managerial personnel, which, in turn, reduces enterprises' ability to adapt, develop positively and self-organize. It is shown that despite almost half a century of using the category of «mechanism» in economics and enterprise management, researchers have not come to a consensus on its definition. It is determined that among the generally recognized components of the management mechanism (purpose, principles, methods, tools), the convergent-integrated enterprise development security management mechanism has specific functional components aimed at performing controlling functions.

Novelty. The ideas about the «management mechanism» from the point of view of evolution of the philosophical aspect are clarified, and the concept of the «enterprise development security management mechanism» is defined as a set of actions aimed at achieving the protected state of the enterprise in the process of its adaptation to transformation in space and time. It is noted that the mechanism for managing the safety of enterprise development is a multi-criteria process. Therefore, within the framework of the study, it is proposed to build a convergent-integrated mechanism for managing the security of enterprise development, based on the processes of convergence and integration (merging) of components (goals, principles, methods) of management mechanisms: enterprise development, security, the formation of alternative solutions to determine an acceptable risk level and causal mechanism for the formation of alternative managerial decisions.

Practical value. The designing of a security management mechanism for the development of metallurgical enterprises will make it possible to achieve a secure state of the enterprise in the process of adaptation to transformation in space and time, taking into account the specifics of their activities and the complexity of management processes.

Keywords: convergence, integration, control mechanism, philosophical aspect, the components of the mechanism, the security of the development of a metallurgical enterprise, functional components, the provision of the mechanism.

Надійшла до редакції 04.02.20 р.

СУЧАСНИЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЦИКЛІВ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПІДПРИЄМСТВ

В. М. Проценко, к. е. н., професор, Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», protsenko_dinz@ukr.net, orcid.org/ 0000-0003-4299-1298

Методологія дослідження. Завдяки узагальненню та системному аналізу систематизовано теоретичні положення щодо сутності, цілей, функцій і принципів інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств. Структурно-функціональний аналіз дозволив виокремити основні елементи системи заходів щодо підвищення інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств.

Результати. Автором в статті визначено, що будь-яка ініціатива розвитку підприємства окреслюється перспективами розвитку, що визначається в меті, яка досягається завдяки реалізації планів. Чітка мета дозволяє спланувати подальші дії з її досягнення, а також визначити можливі варіанти досягнення і вибрати оптимальні шляхи. Дії можна деталізувати до необхідного і достатнього рівня. Таким чином, втілюється інтенсифікація управління економічною поведінкою підприємств та планування заходів для досягнення поставленої мети. Ефективна система інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств полягає у правильній постановці цілей, завдань і своєчасності їх досягнення. Рівень досяжності визначених цілей необхідно порівнювати з розробленою стратегією підприємств.

Новизна. Визначено системи інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств. Розглянуто принцип підвищення ефективності інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств за допомогою моделі «7S» компанії McKinsey. Запропоновано сучасний науково-практичний підхід до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств.

Практична значущість. Визначено, що велике значення для оцінки циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств має вибір бази для порівняння або визначення рівня ефективності, який приймається за еталон, який може бути розроблений з використанням методів проектування систем управління на основі передового досвіду і застосування прогресивних управлінських рішень. Це дає можливість формувати кілька підходів, які можуть використовуватися до конкретних вимог та в конкретних ситуаціях.

Ключові слова: підприємства; економічна поведінка підприємств; інтенсифікація; науково-практичний підхід.

Постановка проблеми. Кожне підприємство повинно прагнути бути успішним в конкурентному ринковому середовищі шляхом розробки та впровадження постійних інновацій, зниження витрат, будівництва високих стандартів інтенсифікації управління їх економічною поведінкою і обов'язковим контролем. Більшість цих векторів залишаються нереалізованими, незважаючи на витрати значних сил і засобів на їх втілення. Це пов'язують з неправильно обраною стратегічною політикою або не-

ефективною системою планування. Проблема полягає в тому, що ті моделі інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств орієнтовані на централізацію управління, що заважає ефективному плануванню і розробці стратегічних орієнтирів. В даний час модель інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств вимагає досконалого поєднання децентралізації управління з централізацією контролю виконання стратегічних орієнтирів за ключовими показниками діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями формування сучасного науково-практичного підходу до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств в сучасних умовах господарювання займалися: Н. Ганзієнко [1], Г. Капленко [2], Н. Карачина [3], Т. Кондратьєва [4], Ю. Лозовик [5], В. Прохорова [6], В. Цапенко [8] та інші. Аналіз наукових праць свідчить про те, що необхідно проводити подальші дослідження в напрямку формування сучасного науково-практичного підходу до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств в сучасних умовах господарювання.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування сучасного науково-практичного підходу до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яка ініціатива розвитку підприємства окреслюється перспективами розвитку, що визначається в меті, яка досягається завдяки реалізації планів. Чітка мета дозволяє спланувати подальші дії з її досягнення, а також визначити можливі варіанти досягнення поставленої мети, і вибрати оптимальні шляхи. Дії можна деталізувати до необхідного і достатнього рівня. Таким чином,

втілюється інтенсифікація управління економічною поведінкою підприємств та планування заходів для досягнення поставленої мети.

Ефективна система інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств полягає у правильній постановці цілей, завдань і своєчасності їх досягнення. Рівень досяжності визначених цілей необхідно порівнювати з розробленою стратегією підприємств. Існує ієрархія стратегій підприємств, яку формують загальнокорпоративна стратегія і функціональна стратегія. Тому необхідно розуміти як взаємопов'язані стратегії підприємства, оперативні цілі з напрямками їх досягнення та системою бюджетування.

Ефективна система інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств складається з певного порядку дій – керівник ставить цілі, формує та приймає управлінські рішення, делегує повноваження тощо, цей процес розбивається на певні ознаки групи дій, які називають функціями. Повторення цих функцій в заданому порядку формує цикли управління економічною поведінкою підприємств.

Інтенсифікація управління економічною поведінкою підприємств за своїми характеристиками може бути віднесена до різних систем (рис.1).

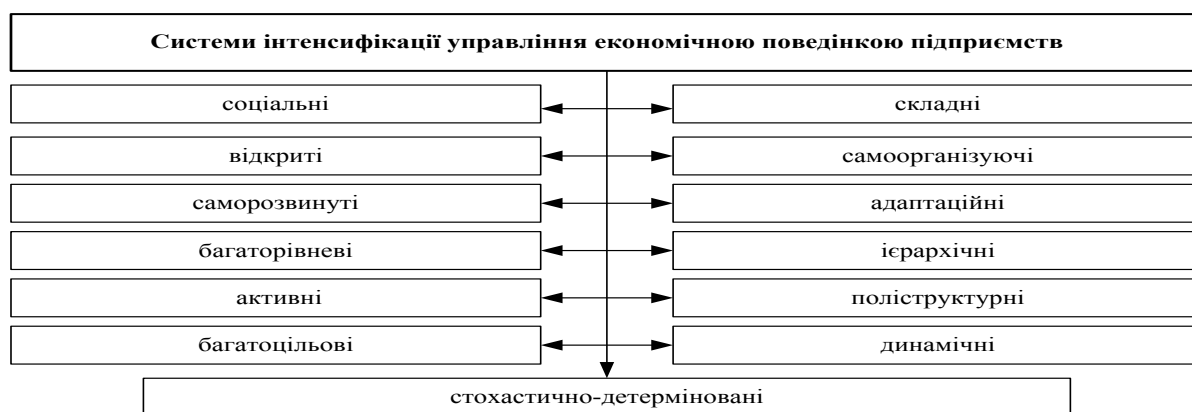


Рис.1. Системи інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств

У таких системах протікають реальні процеси, відповідно, існують матеріальні і інформаційні потоки, вхідна та вихідна інформація. Одним з можливих варіантів підвищення ефективності інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств

вважається «модель 7S» компанії McKinsey, [5, с.43] в ній виділяються сім взаємопов'язаних напрямків аналізу, оцінки та вдосконалення системи управління, як представлено на рис.2.

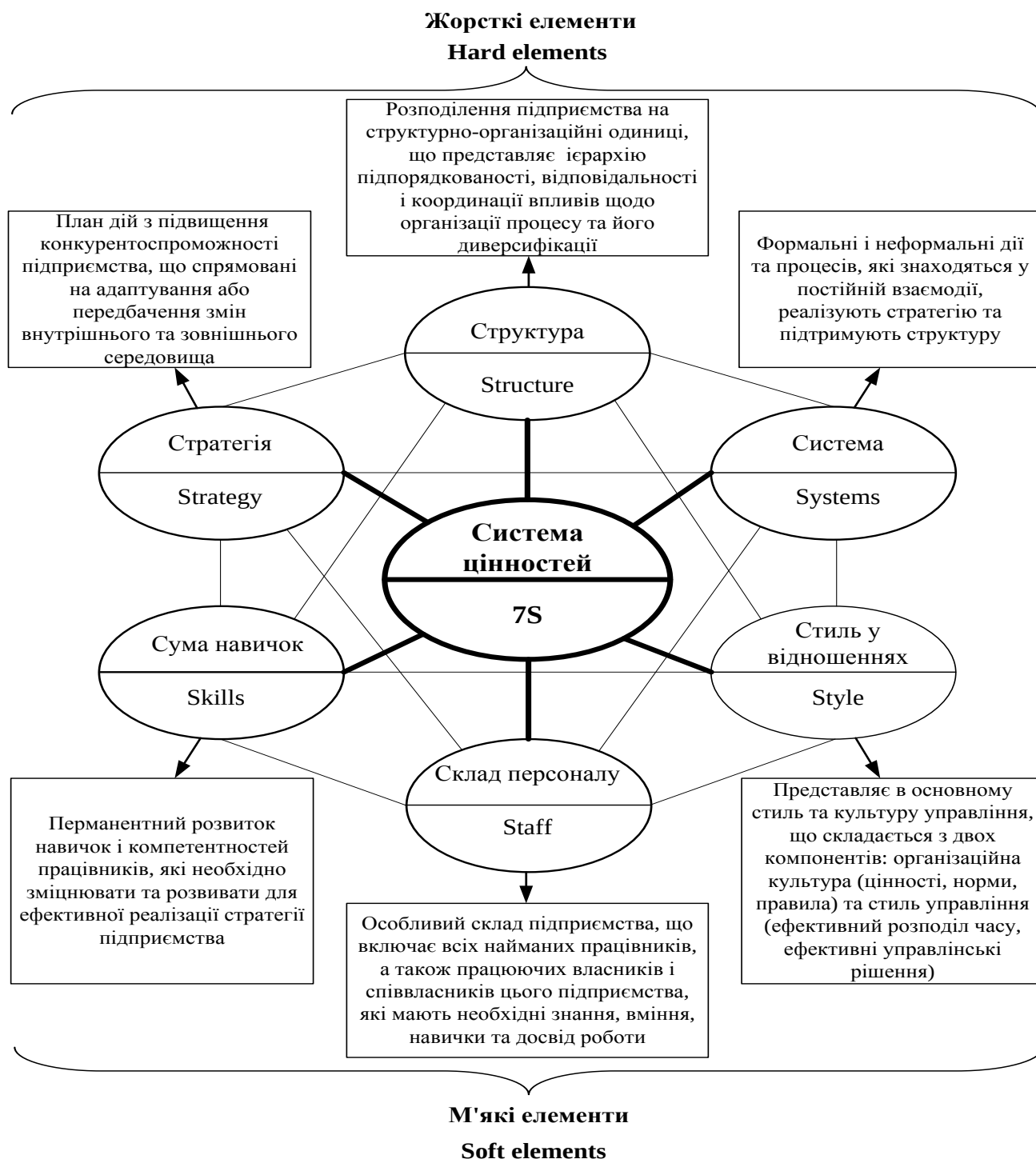


Рис. 2. Принцип підвищення ефективності інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств за допомогою моделі «7S» компанії McKinsey

На основі аналізу діяльності підприємства і вивчення його існуючої системи управління розробляються і впроваджуються заходи щодо підвищення інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств, які враховують всі найважливіші елементи:

– вдосконалення структури управління економічною поведінкою підприємств

(максимальне спрощення, децентралізація більшості функцій, дефініція повноважень керівників з урахуванням кваліфікації та особистих якостей);

– розробка стратегії розвитку підприємства на основі аналізу сильних і слабких сторін, розробка філософії і політики інтенсифікації управління економічною поведін-

кою підприємств, що охоплює всі функціональні напрямки;

- розробка всієї інформаційної системи підприємства, яка забезпечує ефективний зв'язок між персоналом і підрозділами;

- розробка системи прийняття ефективних управлінських рішень, правил і процедур інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств, системи стимулювання;

- формування ефективних професійних навичок співробітника, які накопичуються з підтримкою системи стійкого підвищення кваліфікації співробітників на основі навчання, перепідготовки та розвитку;

- розробка системи підбору, навчання, оцінки та переміщення керівного персоналу, планування кар'єри керівників, використання стилю керівництва, коли розглядаються внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на діяльність підприємства;

- використання більш ефективних методів при оцінці персоналу та його набору, створення ефективної структури персоналу, створення найбільш сприятливого соціально-психологічного клімату.

Для ефективного функціонування система інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств повинна складатися з замкнутого циклу і включати в себе наступні елементи, що наведено на рис.3.

Якщо цикл інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств не налагоджений, то можна констатувати той факт, що ефективної системи управління на підприємстві не існує. Підприємству для реалізації замкнутого циклу управління своєю діяльністю необхідно організувати ланцюг управління.

Цикл інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств – це модель, яка описує процес управління який спрямований на отримання ефективного результату, а саме: повного і стійкого досягнення кінцевих цілей циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств

На початку циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств з'ясовується проблема або ставиться завдання, а завершується він отриманням результату. Всі дії повторюються, а частота

повторення залежить від типу управління економічною поведінкою. До поставленої мети може привести як прогін одного циклу, так і кілька його ітерацій.

Циклічні процеси допомагають виявляти загальні взаємозв'язки, характерні особливості та закономірності, яким підкоряються процеси. На цьому ґрунтується використання планування і прогнозування в управлінні економічною поведінкою підприємств. При розгляді циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств, виділяють його основні характеристики: період (час однієї ітерації); дії (окремі частини циклу); процедури (певний порядок дій).

Для того, щоб система інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств функціонувала ефективно, необхідний замкнутий цикл з послідовно пов'язаними між собою етапами (рис.3).

Постановка цілей є основою циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств для розробки стратегії, фокусує команду на досягнення певних фінансових цілей. Цілі спочатку повинні бути поставлені на рівні підприємства і включати такі поняття як місія, цінності та принципи. Для досягнення цілей використовується метод декомпозиції (поділ великої мети на більш дрібні).

На етапі проведення діагностики дані можуть передаватися або збиратися самостійно, вивчаються основні чинники, які можуть вплинути на отримання результату.

Прогнозування проводиться за допомогою наукових методів, розробляються можливі сценарії розвитку і тимчасові інтервали діяльності підприємства. На підставі прогнозу керівник приймаються рішення.

Прийняття ефективних управлінських рішень одна з головних завдань менеджменту і головний етап циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств. Рішення приймається керівництвом і доводиться до виконавця за допомогою постановки задачі за допомогою конкретної мети та направлене на ліквідацію розриву між плановим і дійсним станом підприємства.



Рис. 3. Сучасний науково-практичний підхід до оцінки інтенсифікації циклів управління економічною поведінкою підприємств

Етап планування проводиться на підставі прогнозу, підпорядковується меті і

враховує прийняте управлінське рішення для досягнення заданої мети і вирішення

поставленого завдання, це створення системи заходів для отримання ефективного результату.

Організація діяльності направлена на: створення певної структури взаємовідносин; постановку завдань працівникам; формування відділів і підрозділів згідно виконуваних функцій.

Мотивацію і стимулювання персоналу виокремлено окремим етапом, але вони повинні бути присутні в складі кожного етапу, використовується для активації персоналу, що створює умови для ефективного виконання робіт і отримання результатів за допомогою впливу.

Контроль за виконанням циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств проводиться шляхом перевірки правильності виконання завдань. Визначаються відхилення фактичних результатів від планових показників, виявляються їх причини, періодичність та випадковість. Контроль повинен бути присутнім як в кінці циклу, так і в складі будь-якого циклу в якості поточного контролю.

Цикл інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств показує, де знаходиться кожен етап в загальній системі управління. Проведення наступної фази не означає, що попередня повністю закінчена та може мати різні терміни. Кожен етап циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств має свою специфіку, однак найбільш відповідальним є контрольний етап, який виправляє помилки та на підґрунті для проведення коригуючих змін.

Висновки. Критерієм ефективності циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств виступає можливість повного досягнення цілей при зменшенні витрат. Критерієм ефективності заходів щодо вдосконалення циклів інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств є можливість більш стабільного досягнення цілей або скорочення витрат.

Велике значення для оцінки циклу інтенсифікації управління економічною поведінкою підприємств має вибір бази для порівняння або визначення рівня ефективності, який приймається за еталон, який може бути розроблений з використанням методів про-

ектування систем управління, на основі передового досвіду і застосування прогресивних управлінських рішень. Це дає можливість формувати кілька підходів, які можуть використовуватися до конкретних вимог та в конкретних ситуаціях.

Література

1. Ганзієнко Н. І. Економічна поведінка молокопереробних підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Н. І. Ганзієнко; Вінницький національний аграрний університет. – В., 2014. – 20 с.
2. Капленко Г. В. Формування економічної поведінки підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Г. В. Капленко; НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Л., 2005. – 20 с.
3. Карачина Н. П. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: автореф. дис... докт. екон. наук: 08.00.04 / Н. П. Карачина; Національний університет «Львівська політехніка». – Л., 2012. – 48 с.
4. Кондратьєва Т. В. Адаптивність економічної поведінки фірми: інституційний підхід: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.01 / Т. В. Кондратьєва; Донецький національний університет. – Д., 2010. – 18 с.
5. Лозовик Ю. М. Стратегічна поведінка підприємства на олігополістичному ринку (на прикладі українських підприємств-виробників мінеральних добрив): автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Ю. М. Лозовик; Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. – К., 2008. – 21 с.
6. Прохорова В. В. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування: монографія. / В. В. Прохорова, В. М. Проценко, В. І. Чобіток – Харків: УПА, 2015. – 291 с.
7. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. пер. с англ. И. Минервина. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 454 с.
8. Цапенко В. Ю. Економічна поведінка підприємств як основа для прийняття управлінських рішень / В. Ю. Цапенко // Бізнес Інформ. – 2014. – №11. – С. 313–317.
9. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд. / Р. А. Фатхутдинов. – СПб: Питер, 2003. – 400 с.

References

1. Hanziienko, N.I. (2014). Ekonomichna povedinka molokopererobnykh pidpriemstv: Extended abstract of Cadidate's thesis. Vinnytsia, Vinnytskyi natsionalnyi ahrarnyi universytet.
2. Kaplenko, H.V. (2005). Formuvannia ekonomichnoi povedinky pidpriemstv: Extended abstract of Cadidate's thesis. Lviv, NAN Ukrainy; Instytut rehionalnykh doslidzhen.
3. Karachyna, N.P. (2012). Ekonomichna povedinka mashynobudivnykh pidpriemstv: Extended

abstract of Doctor's thesis. Lviv, Natsionalnyi universytet «Lvivska politehnika».

4. Kondratieva, T.V. (2010). Adaptivnist ekonomichnoi povedinky firmy: instytutsiinyi pidkhid: Extended abstract of Cadidate's thesis. Donetsk, Donetskyi natsionalnyi universytet.

5. Lozovyk, Yu.M. Stratehichna povedinka pidpriemstva na olihopolistychnomu rynku (na prykladi ukrainskykh pidpriemstv vyrobnykiv mineralnykh dobryv): Extended abstract of Cadidate's thesis. Kyiv, Kyivskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet imeni Vadyma Hetmana.

6. Prokhorova, V.V., Protsenko, V.M., & Chobitok, V.I. (2015). Formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstv na zasadakh innovatsiino-spriamovanoho investuvannia. Kharkiv: UIPA.

7. Porter, M. (2011). Konkurentnaia stratehiia: metodyka analiza otraslei y konkurentov. (I. Mynervyn, Trans). Moskva: Alpyna Pablysher.

8. Tsapenko, V.Iu. (2014). Ekonomichna povedinka pidpriemstv yak osnova dlia pryiniattia upravlinskykh rishen. Biznes Inform, (11), 313-317.

9. Fatkhutdinov, R.A. (2003). Innovatsionnyi menedzhment. Uchebnyk, (4-th ed.). SPb: Pyter.

СОВРЕМЕННЫЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ЦИКЛА УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

*В. М. Проценко, к. э. н., профессор, Открытый международный университет
развития человека «Украина»*

Методология исследования. Благодаря обобщению и системному анализу систематизированы теоретические положения о сущности, целях, функциях и принципах интенсификации циклов управления экономическим поведением предприятий. Структурно-функциональный анализ позволил выделить основные элементы системы мероприятий по повышению интенсификации управления экономическим поведением предприятий.

Результаты. Автором в статье определено, что любая инициатива развития предприятия очерчивается перспективами развития, определяется в цели, которая достигается благодаря реализации планов. Четкая цель позволяет спланировать дальнейшие действия по ее достижению, а также определить возможные варианты достижения и выбрать оптимальные пути. Действия можно детализировать до необходимого и достаточного уровня. Таким образом, воплощается интенсификация управления экономическим поведением предприятий и планирование мероприятий для достижения поставленной цели. Эффективная система интенсификации управления экономическим поведением предприятий заключается в правильной постановке целей, задач и своевременности их достижения. Уровень досягаемости поставленных целей необходимо сравнивать с разработанной стратегией предприятий.

Новизна. Определены системы интенсификации управления экономическим поведением предприятий. Рассмотрены принцип повышения эффективности интенсификации управления экономическим поведением предприятий с помощью модели «7S» компании McKinsey. Предложен современный научно-практический подход к оценке интенсификации циклов управления экономическим поведением предприятий.

Практическая значимость. Определено, что большое значение для оценки цикла интенсификации управления экономическим поведением предприятий имеет выбор базы для сравнения или определение уровня эффективности, который принимается за эталон, который может быть разработан с использованием методов проектирования систем управления на основе передового опыта и применения прогрессивных управленческих решений. Это дает возможность формировать несколько подходов, которые могут использоваться с конкретными требованиями и в конкретных ситуациях.

Ключевые слова: предприятия; экономическое поведение предприятий; интенсификация; научно-практический подход.

MODERN SCIENTIFIC AND PRACTICAL APPROACH TO EVALUATING THE INTENSIFICATION OF THE MANAGEMENT CYCLE OF ENTERPRISES' ECONOMIC BEHAVIOR

Methods. With the help of generalization and systems analysis, the theoretical provisions on the essence, goals, functions and principles of intensification of the cycles of management of economic behavior of enterprises are systematized. Structural and functional analysis made it possible to identify the main elements of the system of measures to increase the intensification of management of economic behavior of enterprises.

Results. It has been established that any initiative for the development of an enterprise is outlined by the development prospects, and determined in the goal, which is achieved through the implementation plans. A clear goal allows one to plan further actions to achieve it, as well as identify possible options for achieving this goal, and choose the best ways. Actions can be detailed to the necessary and sufficient level. Thus, the intensification of managing the economic behavior of enterprises and the planning measures to achieve the goal are implemented.

An effective system for intensifying the management of enterprises' economic behavior is the correct setting of goals, objectives and the timeliness of their achievement. The feasibility of the set goals must be compared with the developed enterprises' strategy.

Novelty. Intensification systems for managing the enterprises' economic behavior are defined. The principle of increasing the efficiency of intensifying the management the enterprises' economic behavior using the McKinsey model 7S is considered. A modern of scientific and practical approach to assessing the intensification of the management cycles of enterprises' economic behavior is proposed.

Practical value. It was determined that the choice of a basis for comparison is of great importance for assessing the cycle of intensifying the management of enterprises' economic behavior, as well as is important the determination the efficiency level, which is taken as a standard that can be developed using the methods designing management systems, based on best practices and the application progressive managerial decisions. This makes it possible to formulate several approaches that can be used with specific requirements and in specific situations.

Keywords: enterprises; economic behavior enterprises; intensification; scientific and practical approach.

Надійшла до редакції 10.02.20 р.

СЦЕНАРНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В ЛАНЦЮГУ ПОСТАЧАЇ

Р. М. Набока, к. е. н., доцент, ХНТУ, rusnaboka@gmail.com, orcid.org/0000-0002-3417-8216

В. В. Шукліна, к. е. н., доцент, ХНТУ, golybtn@gmail.com, orcid.org/0000-0002-9697-092X

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: діалектичного пізнання, системного аналізу – при постановці проблеми, деталізації об'єкта; абстракції – при визначенні сутності категорій «сценарій», «ланцюг постачання», методу сценаріїв; групування – при встановленні змісту й етапів застосування сценарного підходу; класифікації, системний і порівняльний – при обґрунтуванні переваг і проблем застосування сценарного управління інформаційно-комунікаційним потенціалом, для дослідження елементів і ідентифікації факторів впливу; формалізації – при побудові схеми процесу та етапів застосування.

Результати. У статті проведено ґрунтовний аналіз та уточнено можливості застосування сценарного підходу в управлінні інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Визначено особливості застосування сценарного підходу до обґрунтування рішень щодо управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства, а саме: розвинуто сутність категоріального апарату дослідження; встановлено переваги й відмінності сценарного від традиційного підходу вироблення управлінських рішень; розроблено базові сценарії реагування на зміни зовнішнього середовища в процесі управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства. Обґрунтовано концептуальні засади сценарного формування стратегії управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства, які базуються на визначенні напрямів гармонізації розвитку і засобів їх реалізації у непередбачуваному середовищі. Виявлено соціально-економічні передумови застосування стратегій розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства; ідентифіковано проблемні аспекти застосування сценарного підходу.

Новизна. Сформовано сценарний підхід до обґрунтування рішень щодо імплементації стратегій управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства з урахуванням ланцюга постачання. Його відмінність від існуючих базується на деталізації механізму альтернативного вибору узгоджених стратегій розвитку потенціалів підприємства, можливості реалізації кожного сценарію на основі багатоваріантних рішень.

Практична значущість. Обґрунтовано типізацію інформаційно-комунікаційного потенціалу за варіантами узгодженості рівня розвитку потенціалу залучення та потенціалу відтворення інформаційно-комунікаційних ресурсів. За результатами запропоновано орієнтири застосування сценарного підходу до обґрунтування рішень щодо імплементації стратегій управління інформаційно-комунікаційним потенціалом на підприємствах Херсонської області з урахуванням ланцюга постачання. За мірою розвитку фактичних обставин рекомендовано якомога раніше дізнаватися, який сценарій з усіх розроблених ближче за інші знаходиться до реалій існування підприємства за характерними індикаторами.

Ключові слова: управління інформаційно-комунікаційним потенціалом, сценарій, сценарний підхід, стратегія, розвиток, узгодженість, неадитивність, синергічність, гармонізація потенціалів, ситуація, підприємство, ланцюг постачань.

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування соціально-економічних систем характеризуються високим динамізмом, невизначеністю зовнішнього середовища,

інтенсивними ринковими перетвореннями. Виробництво споживання інформації стає найважливішим видом діяльності, а інформація вважається найбільш значущим ресурсом, який формує відносини між учасниками ринкового середовища. Все це сприяє актуалізації питань управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства та забезпечення його процесу ефективним інструментарієм розроблення, в тому числі, стратегічних рішень щодо розвитку з врахуванням впливу ланцюгів поставок. Для цього необхідно теоретико-практичне підґрунтя застосування сценарного підходу в процесах гармонізації управлінського впливу на інформаційно-комунікаційний потенціалом з відповідним з'ясуванням його концептуальних засад. Практичного значення набувають питання типізації інформаційно-комунікаційного потенціалу, імплементації стратегій розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу промислового підприємства та розроблення адекватних управлінських рішень в сфері реалізації потенціалів і забезпечення стабільності впровадження стратегічних орієнтирів діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності потенціалу підприємства, його інформаційною і комунікаційною складовими, структуризації та розвитку, присвячені праці вчених: О. Божанової [1], О. Мельника [4], І. Пипенко [5], Е. Сущенко [7], Р. Шуйлера [11]. Проблеми формування, оцінки і управління потенціалами, в т. ч. логістичної складової, розглядаються у працях таких вчених, як Г. Матвієнко-Біляєва [3], Н. Чухрай [9]. Вперше термін «сценарій» до прогнозування був запропонований німецьким філософом, футурологом Германом Каном. Сценарному підходу до управління присвятили праці автори і дослідники, а саме: В. Георгієв [2], Т. Ставерська [6], В. Філліпова [8], Р. Шуйлер [11], П. Шварц, Дж. Раткліф та інші [10,12]. Вказані дослідники зосередили увагу на використанні ресурсів і можливостей підприємств задля поєднання вказаних ґрунтовних напрямів дослідження з метою підтримання певного рівня їхнього безпечного функціонування. Незважаючи на високу науково-практичну цінність наукового доробку в

даній царині, потребує подальших досліджень проблема сценарного підходу до управління інформаційно-комунікаційний потенціалом підприємства з врахуванням впливу зовнішнього середовища, з метою вироблення адекватних рішень на принципах багатоваріантності і гнучкості, які дозволять реалізувати резерви, забезпечити розвиток без протиріччя загальній стратегії і цілям функціонування.

Формулювання мети статті. Метою статті є розробка сценарного підходу управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства з урахуванням впливу ланцюга поставок через гармонізацію реалізації стратегічних орієнтирів розвитку і формування оперативної послідовності та змісту етапів його застосування, що дозволить визначити такі з них, щонайбільше відповідають реаліям ситуації чи стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. В класичних теоріях сутність управлінської діяльності визначається у забезпеченні досягнення підприємством поставлених цілей, що дозволяє розуміти її зміст як вироблення певних заходів, спрямованих на їх реалізацію.

Основною формою вирішення такого завдання в контексті дослідження є прийняття і реалізація управлінських рішень щодо формування, використання та розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства в ланцюгу поставок. Даний процес здійснюється за допомогою ресурсів внутрішнього і/або зовнішнього середовища; при цьому коли місцем їх виникнення виступає перше, то до цих ресурсів існує прямий доступ; коли ж друге – опосередкований. Управлінський вплив досягається формалізованим на альтернативних засадах методом, за допомогою якого керуюча система впливає на керовану. При цьому синтезуючи економічний, інформаційний, логічний, організаційний, технічний, психологічний, інші компоненти та коригуючи впливи на неї ситуації навколишнього середовища (рис. 1). Управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства є відкритою системою інтенсивного обміну ресурсами з зовнішнім середовищем, якій притаманні властивості, що характеризують, як безпосереднього його взаємозв'язок з зов-

нішнім середовищем, так і методологію функціонування й розвитку.

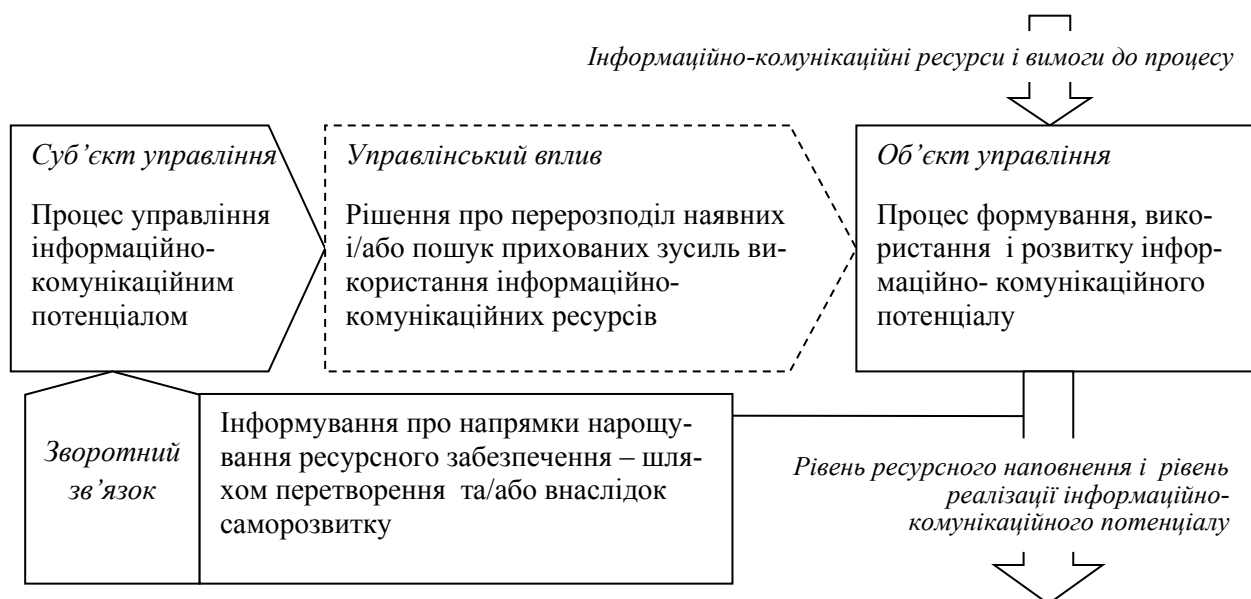


Рис. 1. Загальна схема процесу управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства як відкритої системи інтенсивного обміну ресурсами з зовнішнім середовищем [4-5,7,10]

Управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства є відкритою системою інтенсивного обміну ресурсами з зовнішнім середовищем, якій притаманні властивості, що характеризують, як безпосереднього його і взаємо-зв'язок з зовнішнім середовищем, так і методологію функціонування й розвитку. По-перше, це неадитивність, яка проявляється в тому, що ефект непостійний в часі і не завжди дорівнює арифметичній сумі ефектів частин, що в неї входять, мультиплікативність, емерджентність, цілісність, відкритість, пристосовуваність частин. По-друге, цілеспрямованість, зворотний зв'язок, синергічність, надійність, адаптивність, безперервність [5, с.163].

Сутність інформаційного суспільства значною мірою полягає у формуванні нової інфраструктури, що забезпечує ефективний розвиток електронно-цифрових засобів комунікації, формування інформаційних ресурсів, підготовку інформаційних продуктів, надання послуг у єдиному інформаційному просторі. Управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства є відкритою системою інтенсивного обміну ресурсами з зовнішнім середовищем, якій притаманні властивості, що характеризують,

як безпосереднього його і взаємозв'язок з зовнішнім середовищем, так і методологію функціонування й розвитку. По-перше, це неладитивність, яка проявляється в тому, що ефект непостійний в часі і не завжди дорівнює арифметичній сумі ефектів частин, що в неї входять, мультиплікативність, цілісність, емерджентність, відкритість, взаємну пристосовуваність частин, по-друге, цілеспрямованість, надійність, синергічність, адаптивність, зворотний зв'язок, безперервність [1,7].

За сучасних умов виробництво і споживання інформації є найважливішим видом діяльності, а інформація вважається найбільш значущим ресурсом, який формує відносини між учасниками в процесі ринкової діяльності. Сутність такого інформаційного суспільства значною мірою полягає у формуванні нової інфраструктури, що забезпечує ефективний розвиток електронно-цифрових засобів комунікації, формування інформаційно-комунікаційних ресурсів, підготовки інформаційних продуктів, надання послуг у єдиному інформаційному просторі.

З урахуванням практичних завдань, зміст процесу управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства є управління наявними обсягами інформа-

ційно-комунікаційних ресурсів, інформаційної техніки і технології, інших засобів і можливостей для задоволення інформаційно-комунікаційних потреб через наявні зв'язки, що відображають рівень визначеності та ефективності взаємодії підприємства з елементами зовнішнього середовища [10, с.216].

В ланцюгу поставок його конкретизують такі основні функції, як: визначення цілей і пріоритетів розвитку, регулювання інформаційно-комунікаційних проблем, оцінювання в розрізі ресурсних джерел, підвищення ефективності, розроблення інструментів оптимального використання [3,9].

Процес управління інформаційно-комунікаційним потенціалом передбачає планування, розроблення, реалізацію організаційно-технічних рішень, спрямованих на підтримку системи у бажаному стані та забезпечення раціональності процесів формування, нарощування, використання інформаційно-комунікаційних ресурсів і можливостей підприємства з урахуванням складності ситуації та цілям в ній.

Зрушення в стратегіях сучасних підприємств в бік забезпечення конкурентних переваг за рахунок управління попитом і підвищення доходів за рахунок максимізації внеску в прибуток, а не за рахунок скорочення витрат, показують необхідність поступової інтеграції інформаційно-комунікаційних і матеріальних потоків на всьому ланцюзі поставок як ефективного інструменту розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу та його «нарощування» за рахунок існуючих резервів учасників. В контексті дослідження під ланцюгом поставки автори розуміють комплекс видів діяльності і сукупність підприємств, через які інформаційно-комунікаційні й матеріальні потоки проходять під час свого переміщення від постачальника початкового рівня до кінцевого споживача з охопленням етапу переробки й подальшого використання. При цьому, одностайною є позиція щодо неподільності створення логістичного продукту разом із послугою, яка має форму конкретної операції, що здійснюється з матеріальними, фінансовими, інформаційними потоками [9]. Отже, об'єктами управління логістичною діяльністю є логістичні процеси, які

складаються з низки послідовно здійснюваних операцій у фазах постачання, оцінюються певною сумою логістичних витрат, які, в свою чергу, можуть бути віднесені до певної групи операційних витрат [3, с.293]. Пропозиції щодо структурування логістичних витрат, їх узгодження з операційними витратами підприємства досить змістовно описані в працях [9].

Реалізація інформаційно-комунікаційного потенціалу передбачає спрямованість управлінського процесу на використання інформаційних ресурсів і комунікацій, виявлених під час аналізу їх потенційних можливостей, але не реалізованих. Процес поглиблення інтеграції всіх учасників ланцюга поставок – від кінцевих споживачів до підприємств постачальників товарів, послуг та інформації, має бути спрямований на пошук стратегічних можливостей і ресурсів для зростання інформаційно-комунікаційного потенціалу [2, с.90].

Отже, основним завданням управління інформаційно-комунікаційним потенціалом доцільно визначити орієнтацію на зовнішнє середовище для створення стратегічного потенціалу успіху і забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства [5,7,10]. При цьому управлінський вплив повинен спрямовуватися на основні компоненти: ресурси, знання, компетенції, можливості підприємства, а також структуру, яка характеризує взаємозв'язки між елементами, з метою досягнення позитивного синергічного ефекту у досягненні встановлених цілей або бажаного стану.

Складовою частиною кожної управлінської функції є рішення, необхідність прийняття якого виникає на всіх етапах процесу управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства. Технологія його прийняття передбачає певну послідовність управлінських операцій і процедур, відповідно до яких групують методи [6]: постановки проблеми, виявлення способів її вирішення, оцінки варіантів і вибору найкращого, реалізації рішення. В цілому, методичний інструментарій управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства [8] відповідає системному, функціональному, ситуаційному, провесно-

му, цільовому, інтеграційному, фрактальному і структурному підходам.

Враховуючи складність і непередбачуваність процесів сучасного бізнес-середовища, що набувають ознак, крім іншого, інтелектуалізації і діджиталізації, актуалізуються методи пошуку варіантів рішень, які дають змогу дещо спростити картину оточення та концентруватися на цілях конкретної ситуації, насамперед, це методи сценарного підходу. Його специфічною рисою [4,12], важливою для практики обґрунтування рішень в сфері управління інформаційно-комунікаційним потенціалом, є гнучкість – можливість застосування різних методів на різних етапах дослідження, що сприятиме підвищенню достовірності отриманих результатів, а значить і підвищенню ефективності його застосування.

Популярність сценарного підходу багато в чому обумовлена тим, що в середині двадцятого століття формувалися такі ситуації, які не вкладалися в стандартний хід подій, не могли бути прогнозовані, виходячи з минулих тенденцій, але мали значний вплив на майбутнє процесів. Для сфери управління один із засновників сценарного підходу Олівер Сперроу виділяє такі трактування терміну «сценарій» [12]: «аналіз чутливості» в сфері менеджменту або в розумінні «логічно узгоджене припущення про майбутнє» при прийнятті рішень і формуванні стратегії. За своєю сутністю сценарій є правдоподібним образом майбутнього [8], які, як правило, супроводжуються тенденціями, що демонструють рух із сьогодення в майбутнє, або в зворотному напрямі. Власну дефініцію сценарію управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства можливо визначити як варіант розвитку подій, який має високу ймовірність і може істотно впливати, описується певною послідовністю етапів і надає інформацію про стан в майбутньому (ймовірність бажаного стану), визначає стратегію розвитку з урахуванням впливу факторів ситуації. З терміном «сценарій» більшість науковців [4,6], на думку авторів, коректно ототожнюють з «економічним сценарієм», який переважно трактується як варіативний якісний та кількісний опис майбутнього економічного стану підприємства задля

прийняття певних рішень щодо вдосконалення управління та розкриття економічного потенціалу підприємства. Залежно від реальності виділяють такі види сценаріїв: історичний – набір стресових ситуацій, що відображають певні епізоди, які мали місце в дійсності; гіпотетичний – набір стресових ситуацій, що можуть мати місце, але на практиці ще ніколи не траплялись [6]. Їх особливості важливо враховувати в практиці формування сценаріїв управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства [1, с.75]: перевага першого в тому, що ураховує реальний досвід кризових ситуацій, другого – можливості гнучкішого формулювання можливих криз. Історичні сценарії не враховують усіх змін економічного середовища, які відбуваються з часом; за наявності певних історичних даних можна розрахувати вірогідний діапазон можливих змін за допомогою методу математичної статистики. Недолік гіпотетичних в тому, що не обов'язково надають варіанти найгіршого розвитку подій, але можуть застосовуватися для виявлення подій, відносно яких підприємство є найбільш уразливим.

Сутність сценарного підходу полягає у порівнянні декількох рівноймовірних варіантів розвитку ситуації з урахуванням характерних для кожного суб'єктивних і об'єктивних факторів або їх комбінації. Перевагою його застосування є можливість вибору для побудови сценаріїв управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства методів за участю зацікавлених осіб або таких, що базуються на точних моделях. Методи першого типу дозволяють на початкових етапах сценарного дослідження зібрати різні ідеї для сценаріїв через проведення воркшопів, фокус-груп, громадських слухань та інших. Аналітичні методи містять концептуальне і комп'ютерне моделювання для вивчення можливих в майбутньому взаємодій між обраним набором чинників. Між цими двома підходами знаходяться кабінетні дослідження [6–8]. Різні варіанти розвитку в майбутньому генеруються із застосуванням морфологічного аналізу, а подальше скорочення кількості альтернативних варіантів відбувається за допомогою матриці взаємної узгодженості. Їх комбінація дозволить інтерпретувати

управлінські дії, що вживаються в даний час, в світлі майбутніх подій розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу (або його відсутності), а також виробити рішення, що дозволять уникнути загроз, і наблизитися до поставленої мети або бажаного стану.

В цілому, сценарний підхід в управлінні інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства дає змогу створювати і логічно структурувати різні варіанти зміни подій у майбутньому за послідовністю етапів (рис. 2).

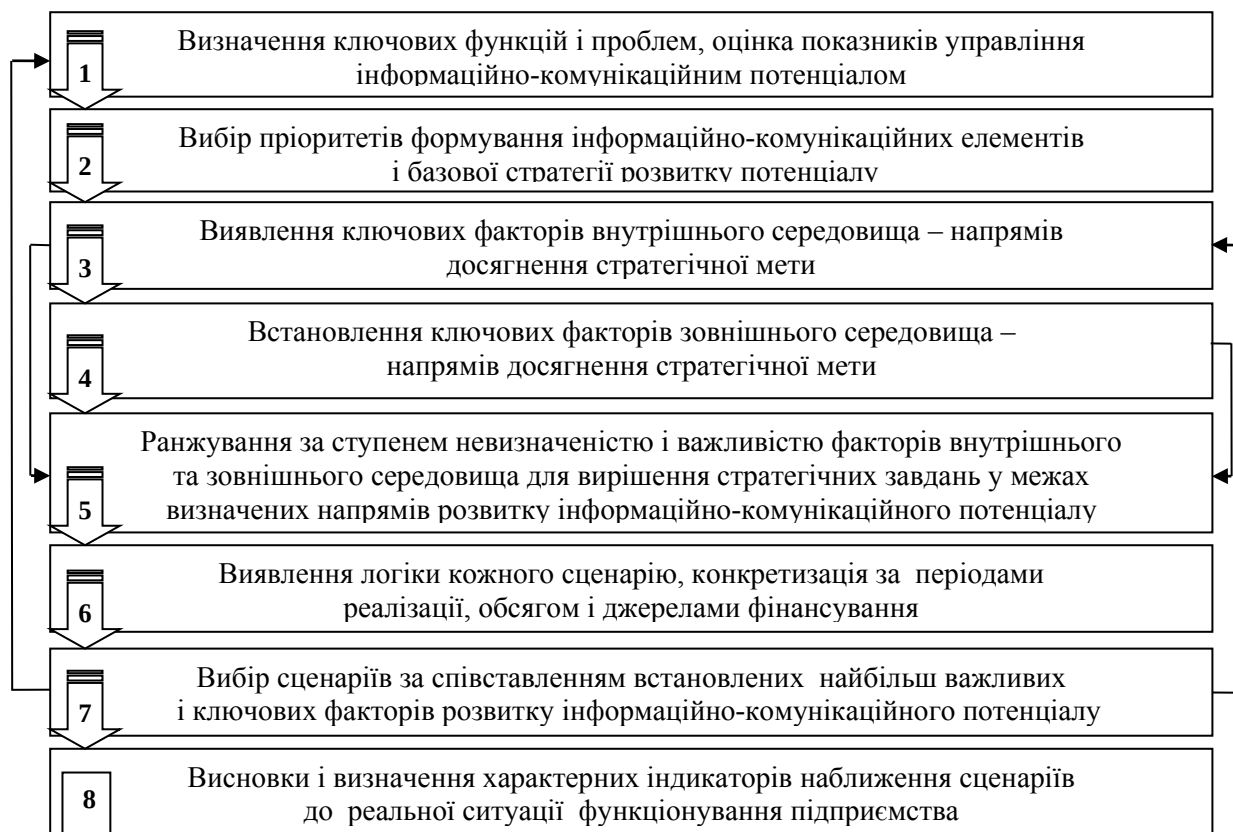


Рис. 2. Етапи застосування сценарного підходу до обґрунтування рішень щодо управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства [4,6,8,11]

Це, тим самим, дозволяє створити передумови успіху підприємства за різних варіантів зміни подій (станів) та врахувати:

- багаторівневість інформаційно-комунікаційного потенціалу в ланцюгу поставок і здатність як гальмувати, так і стимулювати ріст учасників;

- фактори, що впливають на розвиток, різноманітні і не обмежуються високими темпами росту обсягів і продуктивності факторів виробництва, а включають і рівень інвестицій, і рівень структурної перебудови;

- адекватність реакції підприємства на трансформацію економічних відносин,

- ефективне управління інформаційно-комунікаційним потенціалом безпосередньо пов'язано з усіма компонентами по-

тенціалу підприємства, розвитку економіки і тим середовищем, у якому воно здійснюється, тому відсутність позитивних і довгострокових результатів свідчить про наявність негативних тенденцій, здатних надалі звести нанівець наявні позитивні зміни. Аналізуючи побудовані сценарії, формулюється стратегія розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу і/або тестується вже розроблена. В залежності від потреб і/або дослідницького завдання використовуються поєднання різних типів сценарних підходів:

- проектний показує очікування, виходячи з фактичної ситуації,

- візуальний для опису ідеальної або найбільш бажаної перспективи,

– маршрутний для порівняння ситуацій або розроблення стратегій розвитку, альтернативний показує можливі зміни ситуації у майбутньому для обмеження важко прогнозованих чинників.

Проте, основна перевага сценарію як форми обґрунтування управлінських рішень щодо інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства в ланцюгу поставок пов'язана з його можливістю об'єднати достатню кількість чинників і визначити можливі траєкторії зміни рівня розвитку [9]. Крім того, важливими є альтернативні варіанти його кореляції зі зміною факторів впливу, що концентрують увагу на найбільш важливих причинно-наслідкових зв'язках з точки зору необхідності прийняття управлінських рішень.

Основну мету і спрямованість застосування сценарію в управлінні інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства визначено в наступному: розкрити наслідки поточного управління компонентами і позначити прийнятні допущення, сконцентрувати увагу на визначених проблемах за набором сценаріїв із кожного розглянутого рішення, його реалізації, виявлення можливих позитивних і негативних наслідків для можливого подальшого коригування у діяльності підприємства.

Вибір сценарію для конкретного підприємства в ланцюгу поставок має здійснюватись із урахуванням [8]:

- типу фактичного інформаційно-комунікаційного потенціалу,
- характеру факторів, що перешкоджають реалізації інформаційно-комунікаційного потенціалу,
- наявних інформаційно-комунікаційних ресурсів.

За теорією і практикою сценарного обґрунтування рішень [6] щодо управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства науковцями [2,6] визначено деякі правила його застосування, а саме:

- при розробці сценарію ігноруючи варіанти, які виходять за межі певного фіксованого періоду, можна спиратися на попередній досвід, що дає змогу звужити пошук пропонуваніх альтернатив,

– дозволяється нехтувати малозначущими величинами і зважати тільки на найвідчутніші й легко вимірювані фактори,

– необхідно пристосуватися до найближчого горизонту прогнозування,

– слід використовувати метод «виправлення помилок», за яким спочатку приймається попереднє рішення, а при виявленні помилок у процесі його реалізації приймається остаточне рішення.

Для цілей аналізу інформаційно-комунікаційний потенціал в цілому розподіляють на чотири категорії [4,7,11]:

– базовий, що забезпечує підприємству можливість досягнення основних цілей в ланцюгу поставки, створення економічних цінностей і одержання при цьому прибутків, пов'язаний з конкурентними перевагами;

– прихований – активи, що не являють конкретної переваги на сьогодиншньому етапі, в перспективі можуть трансформуватися в базові кошти;

– збитковий характеризується споживанням ресурсів без прибутку;

– пересічний визначається наявністю в підприємства активів, що забезпечують ефективне використання інших потенціалів.

Проте, вже за результатами оцінювання інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства має бути визначений його тип за варіантами [1,8]:

– тип А – незадовільний інформаційно-комунікаційний потенціал, коли підприємство має низький рівень потенціалу залучення інформаційно-комунікаційних ресурсів та низький рівень потенціалу їх відтворення;

– тип В – ризиковий інформаційно-комунікаційний потенціал, що поєднує низький рівень розвитку потенціалу залучення інформаційно-комунікаційних ресурсів та високий рівень потенціалу відтворення;

– тип С – малоперспективний стабільний інформаційно-комунікаційний потенціал, що поєднує низький рівень розвитку потенціалу відтворення інформаційно-комунікаційних ресурсів та високий рівень потенціалу залучення;

– тип D – зростаючий інформаційно-комунікаційний потенціал, характерний для підприємств із високим рівнем розвитку як потенціалу залучення, так і потенціалу від-

творення інформаційно-комунікаційних ресурсів.

В міру розвитку фактичних обставин бажано якомога раніше дізнаватися, який конкретний сценарій з усіх розроблених виявився ближче всіх до реалій існування підприємства через використання характерних індикаторів [11].

В залежності від типу інформаційно-комунікаційного потенціалу, а також рівня загального потенціалу підприємства й динаміки його можливостей, авторами [1–2,7] обґрунтовано з метою імплементації у діяльність промислових підприємств Херсонської області за розглянутим вище підходом вісім можливих сценаріїв управління ним і основних засобів його реалізації: концентрованого росту з залученням інформаційно-комунікаційних ресурсів, механізмів реалізації можливостей, перехід наявного потенціалу у ринкову вартість; трансформаційний – залученням інформаційно-комунікаційних ресурсів придбання активів, їх диверсифікація; диверсифікації – реалізація високого інформаційно-комунікаційного потенціалу через інші більш перспективні компоненти загального потенціалу; стабілізаційний – зменшення внутрішніх ризиків розвитку через їх ліквідацію з метою покращення стану; оптимізаційний – оптимізація структури інформаційно-комунікаційного потенціалу через освоєння нових видів ресурсів для зростання можливостей; консервативний – збереження існуючого інформаційно-комунікаційного потенціалу через використання внутрішніх ресурсів для реалізації наявних інформаційно-комунікаційних можливостей; профілактичний – пошук нового місця реалізації існуючого потенціалу з освоєнням нових елементів; реорганізаційний – оновлення структури з видаленням окремих елементів і/або перегруповуванням компонент потенціалу підприємства.

Для того, щоб інформаційно-комунікаційний потенціал підприємства зміг здійснювати безперервний і постійно відновлюваний процес, він сам також має безперервно і постійно відтворюватись [5], щоб в кожен даний момент часу його характеристики відповідали особливостям загального потенціалу та змінам ситуації. Ця умова буде забезпечуватися з найбільшою повнотою

тільки в тому випадку, якщо всі або найважливіші елементи загального потенціалу будуть відтворюватися усередині системи з урахуванням циркулюючої в ній інформації як про стан окремих елементів і їхніх взаємозв'язків, так і при співвідношенні характеристик – компонент інформаційно-комунікаційного потенціалу і техніко-економічних параметрів визначених проблем і цілей [5,7]. Тобто відтворення інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства в ланцюгу поставок є процесом безперервного відновлення всіх його компонент, що здійснюється в незмінних обсягах для відновлення спожитих факторів виробництва і забезпечення безперервності його функціонування. Розширене відтворення інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства передбачає кількісний і якісний розвиток факторів виробництва та інших складових потенціалу, котрі забезпечують вищу результативність його діяльності [5].

Особливість розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства полягає в його пристосованості до удосконалення шляхом безпосереднього і систематичного використання наукових ідей і технічних досягнень. Для розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємству необхідним є визначений мінімум техніки, здатної викликати ланцюгову реакцію технічного саморозвитку; необхідно створювати техніко-технологічні структури, здатні акумулювати інформаційно-комунікаційні нововведення; постійного підвищувати кваліфікаційні характеристики персоналу, його професійну гнучкість підвищеної адаптивності. Крім того, варто пам'ятати про два типи закономірностей: формувальні, що спричиняють перехід системи в інший якісний стан; регульовальні – сприяють стабілізації наявного рівня якості [1–2,4].

За літературними джерелами [5,11] аргументовано існування двох основних напрямів нарощування інформаційно-комунікаційного потенціалу: зовнішній, пов'язаний з залученням інформаційно-комунікаційних ресурсів на підприємство ззовні і внутрішній – пошук і реалізація внутрішніх резервів підприємства в ланцюгу поставки, що включає їх виявлення та сума-

рну оцінку з аналізом результатів нарощування загального потенціалу.

Запропонований сценарний підхід позитивно відрізняється від традиційного в контексті обґрунтування рішень в сфері управління інформаційно-комунікаційним потенціалом, проте, на сучасному етапі розвитку методології визначено деякі недоліки, котрі ускладнюють застосування в практичній діяльності підприємств, а саме: [6,8,11–12]:

- необхідність глибокого кількісного дослідження кожного сценарію використання (та розвитку), з великим обсягом підготовки, відбору даних і аналітичної роботи,
- невизначеність і прозорість меж сценаріїв, певна свобода при їх виборі,
- чіткість і точність побудови сценарію залежить від якості методики вибору та кількісної оцінки альтернатив,
- логічна кількість комбінацій змінних у сценаріях призводить до обмеження практичної цінності,
- значні фінансові витрати в т.ч. на формування якісних робочих груп [9],
- наявність значної кількості сценаріїв може не лише не спростити процес прийняття рішень, а навпаки, ускладнити і відвернути від початкової мети через відсутність необхідного способу колективного мислення,
- культура вироблення управлінських рішень у більшості підприємств фактично базується на одновекторності і одноваріантності прогнозів.

Взаємодія між елементами інформаційно-комунікаційного потенціалу в процесі управління досягається встановленням зв'язків, що забезпечують їх спільне функціонування з метою утворення нових якостей, що не властиві об'єктам взаємодії [7].

Запропоновані базові сценарії управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства покликані у кінцевому підсумку позитивно вплинути на зростання ринкової вартості за рахунок реалізації накопичених інформаційно-комунікаційних можливостей та формування бажаного стану ситуації функціонування

Таким чином, науково обґрунтований підхід для обґрунтування рішень управління інформаційно-комунікаційним потенціалом

підприємства повинен формуватися на базі сценаріїв. Одним з найбільш ефективних його інструментів є багатоваріантність сценаріїв розвитку подій і станів, що дозволяє враховувати зміни найбільш важливих показників, а також їхній взаємозв'язок під впливом ситуаційних умов.

Висновки. Обґрунтовано концептуальні засади формування стратегії управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства, які базуються на визначенні напрямів гармонійного розвитку та засобів їх реалізації у непередбачуваному середовищі і з користю для всіх учасників ринкової взаємодії; обґрунтуванні соціально-економічних передумов застосування стратегій розвитку інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства в ланцюгу поставок; аналізі організації управління інформаційно-комунікаційним потенціалом на промислових підприємствах; визначенні передумов раціональності його структури; удосконаленні процесу управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства як відкритої системи інтенсивного обміну ресурсами з зовнішнім середовищем; оптимізації управлінських рішень і організаційної структури управління інформаційно-комунікаційним потенціалом, у контексті якого мають бути розроблені і реалізовані. Такий підхід забезпечує в межах підприємства узгодження стратегії розвитку в системі потенціалів, підвищує стратегічну здатність та ефективність реалізації інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства, з метою формування бажаного стану і стійких конкурентних переваг.

Уточнено можливості і умови застосування сценарного підходу до обґрунтування рішень щодо управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства, а саме: розвинуто сутність категоріального апарату дослідження, а саме трактування поняття «сценарій»; встановлено переваги застосування і відмінності історичних від гіпотетичних сценаріїв, сценарного від традиційного підходу розроблення управлінських рішень; обґрунтовано варіанти рішень щодо адекватного і своєчасного реагування на зміни; визначено послідовність і зміст етапів запровадження сценар-

ного підходу; ідентифіковано проблемні аспекти його застосування.

Сформовано сценарний підхід до обґрунтування управлінських рішень щодо імплементації стратегій управління інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства. Його відмінність від існуючих підходів базується на деталізації, котра передбачає альтернативність стратегічного вибору за допомогою гармонізації стратегій розвитку інформаційно-комунікаційного і загального потенціалів промислових підприємств. Результатом гармонізації має стати створення системи кількісних та якісних показників ефективності управління потенціалом підприємства, аналіз яких дає об'єктивну інформацію, котра сприяє прийняттю раціональних управлінських рішень щодо стратегічного розвитку інформаційно-комунікаційним потенціалом підприємства.

Література

1. Божанова О. Управління економічним потенціалом підприємств: теоретичний аспект / О. Божанова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 30. – С. 71–77.
2. Георгієв В. А. Економічний сценарій як інструмент управління підприємством / В. А. Георгієв // Менеджмент і маркетинг. – 2016. – № 1 (34). – С. 89–95.
3. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Логістичний потенціал підприємства в сучасних умовах господарювання / Г. Л. Матвієнко-Біляєва // Економічний форум. – 2017. – №4. – С. 290–295.
4. Мельник О. Інформаційне забезпечення полікритеріальної діагностики діяльності підприємства / О. Мельник // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2009. – № 640. – С. 327–332.
5. Пипенко І. С. Сутність та особливості елементного складу інформаційного потенціалу / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – 2018. – Вип. 21. – С. 162–170.
6. Ставерська Т. О. Методичний підхід до планування на основі сценаріїв / Т. О. Ставерська // Механізми управління економікою України. – Донецьк, 2015. – Вип. 176. – Т.11. – С. 306–315.
7. Сущенко Е. Формирование информационного потенциала предприятия в условиях агрессивной внешней среды / Е. Сущенко // Прометей: регион. зб. наук. праць. – 2012. – Вип. № 3(9). – С. 152–162.
8. Філіппова В. Д. Методика розроблення прогностичних сценаріїв процесу формування і реалізації державної політики / В. Д. Філіппова // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. – 2015. – №1. – С. 33–39. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://el-zbirn-du.at.ua/2015_1/24.pdf.

9. Чухрай Н. І. Формування ланцюга поставок: питання теорії і практики : монографія / Н. І. Чухрай. – Львів : Інтелект-Захід, 2007. – 237 с.

10. Шукліна В. В. Деталізація механізму ситуаційного управління інформаційно-комунікаційним потенціалом промислового підприємства / В. В. Шукліна // Вісник ХНТУ. – 2019. – № 3(70). – С. 215–220.

11. Schuler R.S. Strategic human resource management: linking people with the strategic needs of the business / R. S. Schuler // Organizational Dynamics. – 1992. – № 21 (1).

12. Strategy Planning. – London : Ark Publishing, 2015. – 2(5). – P. 18–21.

References

1. Bozhanova, O. (2015). Upravlinnya ekonomichnym potentsialom pidpryyemstv: teoretychnyy aspekt. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, (30), 71-77.
2. Heorhiyev, V.A. (2016). Ekonomichnyy stsensariy yak instrument upravlinnya pidpryyemstvom. Menedzhment i marketynh, 1(34), 89-95.
3. Matviyenko-Bilyayeva, H.L. (2017). Lohistychnyy potentsial pidpryyemstva v suchasnykh umovakh hospodaryuvannya. Ekonomichnyy forum, (4), 290-295.
4. Melnyk, O. (2009). Informatsiynе zabezpechennya polikryterialnoyi diahnostyky diyalnosti pidpryyemstva. Visnyk NU «Lvivska politehnika», (640), 327-332.
5. Pypenko, I.S. (2018). Sutnist ta osoblyvosti elementnoho skladu informatsiynoho potentsialu. Ekonomika transportnoho kompleksu: zb. nauk. prats, (21), 162-170.
6. Staverska, T.O. (2015). Metodychnyy pidkhid do planuvannya na osnovi stsensariyiv. Mekhanizmy upravlinnya ekonomikoiu Ukrayiny, (176/11), 306-315.
7. Sushchenko, E. (2012). Formyrovannе informatsionnogo potentsiala predpriyatiya v usloviyakh ahressivnoy vneshney sredy. Prometey: rehion. zb. nauk. Prats, 3(9), 152-162.
8. Filippova, V.D. (2015). Metodyka rozroblennia prohoznykh stsensariyiv protsesu formuvannya i realizatsiyi derzhavnoyi polityky. Teoriya ta praktyka derzhavnoho upravlinnia i mistsevoho samovriyaduvannya, (1), 33-39. Retrieved from http://el-zbirn-du.at.ua/2015_1/24.pdf.
9. Chukhray, N.I. (2007). Formuvannya lantsiua postavok: pytannia teoriyi i praktyky. Lviv: Intelekt-Zakhid.
10. Shuklina, V.V. (2019). Detalizatsiya mekhanizmu sytuatsiynoho upravlinnya informatsiynokomunikatsiynym potentsialom promyslovoho pidpryyemstva. Visnyk KHNTU, 3(70), 215-220. <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2019.3.27>
11. Schuler, R. S. (1992). Strategic human resources management: Linking the people with the strategic needs of the business. Organizational Dynamics, 21(1), 18-32. doi:10.1016/0090-2616(92)90083-y

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЦЕПИ ПОСТАВОК

*Р. М. Набока, к. э. н., доцент, В. В. Шуклина, к. э. н., доцент,
Херсонский национальный технический университет*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: диалектического познания, системного анализа – при постановке проблемы, детализации объекта; абстракции – при определении сущности категорий «сценарий», «цепь поставки», метода сценариев группировки – при установлении содержания и этапов применения сценарного подхода; классификации, системный и сравнительный – при обосновании преимуществ и проблем применения сценарного управления информационно-коммуникационным потенциалом, для исследования элементов и идентификации факторов влияния; формализации – при построении схемы процесса и этапов применения.

Результаты. В статье проведен подробный анализ и уточнены возможности применения сценарного подхода в управлении информационно-коммуникационным потенциалом предприятия с учетом влияния внешней среды. Определены особенности применения сценарного подхода к обоснованию решений по управлению информационно-коммуникационным потенциалом предприятия, а именно: определена сущность категориального аппарата исследования; установлены преимущества и отличия сценарного от традиционного подхода выработки управленческих решений; разработаны базовые сценарии реагирования на изменения внешней среды в процессе управления информационно-коммуникационным потенциалом предприятия. Обоснованы концептуальные основы сценарного формирования стратегии управления информационно-коммуникационным потенциалом предприятия, основанные на определении направлений гармонизации развития и средств их реализации в непредсказуемой среде; выявлены социально-экономические предпосылки применения стратегий развития информационно-коммуникационного потенциала предприятия; идентифицированы проблемные аспекты применения сценарного подхода.

Новизна. Сформирован сценарный подход к обоснованию решений по имплементации стратегий управления информационно-коммуникационным потенциалом предприятия с учетом цепи поставки. Его отличие от существующих базируется на детализации механизма альтернативного выбора согласованных стратегий развития потенциалов предприятия; возможности реализации каждого сценария на основе многовариантных решений.

Практическая значимость. Обоснована типизация информационно-коммуникационного потенциала вариантами согласованности уровня развития потенциала привлечения и потенциала воспроизведения информационно-коммуникационных ресурсов, по результатам которой предложены ориентиры применения сценарного подхода к обоснованию решений по имплементации стратегий управления информационно-коммуникационным потенциалом на предприятиях Херсонской области с учетом цепи поставки. По мере развития фактических обстоятельств рекомендуется как можно раньше узнавать, какой сценарий, из всех разработанных, ближе всех находится к реалиям существования предприятия по характерным индикаторам.

Ключевые слова: управление информационно-коммуникационным потенциалом, сценарий, сценарный подход, стратегия, развитие, согласованность, неаддитивность, синергичность, гармонизация потенциалов, ситуация, цепь поставки, предприятие.

SCENARIO APPROACH TO MANAGING THE INFORMATION AND COMMUNICATION POTENTIAL OF THE ENTERPRISE IN THE SUPPLY CHAIN

R. M. Naboka, Ph. D (Econ.), Associate Professor, V. V. Shuklina, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Kherson National Technical University

Methods. The results are obtained through the use of methods: dialectical cognition, systems analysis – in the formulation of the problem, as well as detailing of the object; abstractions – in determining the nature of the categories «scenario», «supply chain», the method of scripts; grouping – in establishing the content and stages of applying the scenario approach; classification, systems approach and comparative approach – in substantiating the advantages and problems of applying the scenario management of information and communication potential, for the study of elements and identification of factors of influence; formalization – when constructing the scheme of the process and stages of application.

Results. The article provides a thorough analysis and clarifies the possibilities of applying the scenario approach in managing the information and communication potential of an enterprise, taking into account the impact of the external environment. The advantages and differences of scenario approach from traditional approach of managerial decision making are established; basic scenarios of response to changes in the environment in the process of managing the information and communication potential of the enterprise are developed. Conceptual bases of scenario formation of strategy of management of information and communication potential of the enterprise are grounded, based on determination of directions of harmonization of development and means of their realization in unpredictable environment; the socio-economic prerequisites are revealed for the application of strategies for the development of information and communication potential of an enterprise. The problematic aspects of the scenario approach are identified.

Novelty. There has been formed the scenario approach to the substantiation of the decisions on the implementation of strategies for managing the information and communication potential of an enterprise with regard to the supply chain. Its difference from the existing ones is based on detailing the mechanism of options of agreed strategies for developing the potential of the enterprise, as well as on the possibility to implement each scenario based on multivariate solutions.

Practical value. There is substantiated the typification of information and communication potential based on the variants of coordination of the level of development of the potential of attraction and the potential of reproduction of information and communication resources, which resulted in the guidelines for the application of the scenario approach to the substantiation of the decisions on the implementation of information and communication potential management strategies at the enterprises of the Kherson region, taking into account the supply chain. It is recommended to find out, as soon as possible, which scenario, of all those developed, is closest to the realities of existence of the enterprise by characteristic indicators.

Keywords: management of information and communication potential, scenario, scenario approach, strategy, development, coherence, non-additivity, synergies, potential harmonization, situation, supply chain, enterprise.

Надійшла до редакції 16.01.20 р.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

М. М. Гавриленко, генеральний директор АТ «Укртранснафта» групи компаній «Нафтогаз України», k.korkushko@ukrtransnafta.com

Методологія дослідження. Формування методологічних засад оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства здійснювалось на основі методології та математичного апарату теорії нечітких множин, а також таксономічного аналізу.

Результати. У статті визначено етапи формування системи оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства, а також запропоновано два підходи оцінювання ефективності бізнес-моделі промислових підприємств. Для оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства сформовано систему одиничних показників оцінки фінансового стану підприємства за такими компонентами, як фінансова стійкість, ліквідність та платоспроможність, ділової активності та рентабельності. За допомогою правила Фішборна запропоновано здійснювати вагове ранжування основних компонент інтегрального показника фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства.

Новизна. Зважаючи на неоднозначні висновки про фінансову ефективність бізнес-моделі промислового підприємства, які здійснюються на основі розрахунку одиничних показників запропоновано застосування методології та математичного апарату теорії нечітких множин. Окрім того для визначення напрямку розвитку досліджуваної проблеми запропоновано використати два методи побудови інтегральних показників. Моделювання інтегральних показників фінансової ефективності бізнес-моделі запропоновано здійснювати з допомогою методу нечітких множин та таксономічного аналізу, що допоможе об'єктивніше оцінити рівень фінансової ефективності бізнес-моделі. При побудові інтегральних показників запропоновано нормалізувати показники із використанням способу агрегування ознак, що ґрунтується на теорії «адитивної цінності», згідно з якою цінність цілого дорівнює сумі цінностей його складових для побудови функції бажаності. При побудові таксономічних показників кожної із категорій, що характеризують фінансову ефективність бізнес-моделі промислового підприємства запропоновано при нормалізації одиничних показників використовувати метод визначення стимуляторів та дестимуляторів ознак.

Практична значущість. Використання методу побудови інтегрального показника з використанням функції бажаності Харрінгтона дозволяє визначити рівень досягнення бажаного показника фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства, а таксономічний метод побудови інтегрального показника дозволить визначити та оцінити рівень розвитку фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства та обґрунтувати резерви його підвищення.

Ключові слова: ефективність, інтегральні показники, бізнес-модель, функція Харрінгтона, таксономічний метод, промислове підприємство.

Постановка проблеми. Важливим питанням при формуванні бізнес-моделі підприємства постає оцінювання її ефективності діяльності, а особливо фінансової ефективності, яка для підприємств зорієнтованих на

отримання економічного ефекту є питанням принциповим.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досліджуючи різноманітні наукові джерела в яких висвітлюються проблеми оцінювання бізнес-моделей підприємств [1, 2, 3,

4, 5, 6, 7] ми дійшли висновків, до формування сучасних бізнес-моделей підприємств, проте нами пропонуються два підходи для оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства відповідно до яких пропонується використовувати інтегральний показник фінансової ефективності бізнес-моделі підприємств з використанням функції бажаності Харрінгтона та методу таксономії.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування методики оцінювання фінансової ефективності діяльності промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова ефективність діяльності промислового підприємства оцінюється комплексною системою показників фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності, ділової активності та рентабельності. Всі ці показники є загальновідомими. Проте для визначення загальної оцінки фінансової ефективності нами пропонується сформулювати інтегральний показник оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства.

Таким чином процес оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства передбачає декілька етапів: формування системи показників оцінки фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства; опрацювання статистичної бази результатів діяльності підприємства та розрахунок сформованої системи груп показників; економіко-математичне моделювання групових показників оцінки фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства; економіко-математичне моделювання інтегрального показника фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства.

Фінансова ефективність бізнес-моделі промислового підприємства може бути оцінена на основі значень узагальнених груп показників:

$$E_f = f(F_1; F_2; F_3; F_4), \quad (1)$$

де Y_i – відповідна i -та група показників.

Зважаючи на те, що кожне значення F_i у моделі (1) є також інтегральним показником оцінки кожного із напрямів оцінювання, то дана модель дещо модифікується:

$$E_f = \begin{cases} F_1(x_{1.1}; x_{1.2}; \dots x_{1.n}); \\ F_2(x_{2.1}; x_{2.2}; \dots x_{2.m}); \\ F_3(x_{3.1}; x_{3.2}; \dots x_{3.l}); \\ F_4(x_{4.1}; x_{4.2}; \dots x_{4.k}). \end{cases} \quad (2)$$

де $x_{1.1}; x_{1.2}; \dots x_{1.n}$ – одиничні показники оцінки фінансової стійкості;

$x_{2.1}; x_{2.2}; \dots x_{2.m}$ – одиничні показники оцінки ліквідності та платоспроможності;

$x_{3.1}; x_{3.2}; \dots x_{3.l}$ – одиничні показники оцінки ділової активності;

$x_{4.1}; x_{4.2}; \dots x_{4.k}$ – одиничні показники оцінки рентабельності.

F_1, F_2, F_3, F_4 – інтегральні показники кожної визначеної компоненти фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства.

Дальше необхідно розрахувати значимість факторів. Для цього можна використати правило Фішберна, яке дає можливість визначити рівень значущості показників на основі їхнього ранжування. Якщо систему показників упорядкувати за ступенем зниження їх значущості, то значущість F_i -ої компоненти слід визначати за формулою (3):

$$r_i = \frac{2(N-i+1)}{(N+1)N} \quad (3)$$

де r_i – ваговий коефіцієнт i -ої компоненти;

N – кількість показників сукупності;

I – порядковий номер (ранг) показника сукупності.

Досліджуючи наукові праці в яких розкривалися питання ранжування компонентних складових фінансової ефективності підприємств було встановлено, що пріоритетними показниками, які характеризують фінансовий стан підприємства є показники рентабельності та ділової активності далі платоспроможності та ліквідності і останні фінансової стійкості.

Слід відмітити, що при аналізі навіть деякої окремої частини показників, які характеризують фінансову ефективність бізнес-моделі промислового підприємства, можливі неоднозначні ситуації, коли за цими певними показниками фінансова ефективність може набувати як позитивних так і негативних тенденцій. Тому для вирішення да-

ної проблеми пропонуємо застосування методології та математичного апарату теорії нечітких множин.

В основі поняття нечітких множин є уявлення про те, що складові елементи даної множини, які володіють загальною властивістю, можуть володіти цією властивістю в різному ступені (різною мірою), а отже належати до даної множини з різним ступенем. Тому необхідно застосування єдиного універсального узагальненого показника.

Якщо ж оцінка фінансової ефективності бізнес-моделі проводиться на основі декількох фінансових показників, то доцільно було б її проводити за допомогою деякого інтегрального показника, при побудові якого можна скористатися узагальненою функцією Харрінгтона:

$$D = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n d_i}, \quad (4)$$

$$d_i = \exp(-\exp(-y_i)) \quad (5)$$

де n – кількість показників, які використовуються для оцінки фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства;

d_i – частинна функція, яка визначена у відповідності зі шкалою Харрінгтона;

y_i – одиничний показник фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства у безрозмірному вигляді.

Узагальнена функція Харрінгтона є кількісним, однозначним, єдиним та універсальним показником якості досліджуваного об'єкту, а якщо додати ще такі якості, як адекватність, ефективність та статистична чутливість, то стає зрозумілим, що її можна використовувати в якості критерію оптимізації.

Шкала Харрінгтона умовно поділяється на п'ять ділянок, які характеризують безрозмірну величину показників, які розглядаються. Для застосування шкали Харрінгтона необхідно всі досліджувані показники привести до безрозмірного виду у відповідності до осі абсцис та розрахувати величини частинних функцій Харрінгтона за рівнянням (4). Число отриманих частинних функцій d_i дорівнює числу показників оцінювання фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства.

Далі обчислюється узагальнений показник ефективності діяльності, на основі значень функції d_i за формулою (5).

В ході дослідження при проведенні інтегральної оцінки фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства на основі нечітко-множинного аналізу було зроблено певні спрощення [9,10,11,12]: нечітко-множинний підхід був реалізований лише для кількісного оцінювання, зокрема при обчисленні ключових фінансових коефіцієнтів; вибір коефіцієнтів фінансово аналізу не є однозначним. Отже, запропонована методика розрахунків працюватиме й за використання інших фінансових показників; дані фінансової звітності підприємств відбиралися з відкритих джерел інформації, які на нашу думку є досить достовірними; фінансовий аналіз здійснено без урахування факторів інфляції, сезонності та ін.

Аналіз фінансової звітності промислових підприємств складається з обчислення певних фінансово-економічних показників – коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності, фінансової стабільності, рентабельності, ділової активності.

Для визначення загального рівня фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства, пропонується використання деякого інтегрального показника, на основі якого можна зробити однозначний висновок щодо рівня ефективності. В основі такого показника полягає ідея перетворення натуральних значень кожного критерія оцінки фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства в безрозмірний вид та подальше обчислення інтегрального показника. Інтегральний показник фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства (в якості такого показника запропоновано використовувати узагальнену функцію Харрінгтона) приймає значення від 0 до 1.

Так як у функції бажаності Харрінгтона використовуються показники фінансової ефективності бізнес-моделі у безрозмірному вигляді, то необхідно провести нормалізацію (стандартизацію) даних показників.

Процедура стандартизації показників приводить як до елімінування одиниць виміру, так і до вирівнювання значень показників.

Маючи множину елементів w , описаних n -ознаками, кожен одиницю можемо інтерпретувати, як точку n -мірного простору з координатами, що дорівнюють значенню n ознак для розглянутої нами одиниці. Зобразимо матрицю наступним чином:

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1k} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2k} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{i1} & x_{i2} & \dots & x_{ik} & \dots & x_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{w1} & x_{w2} & \dots & x_{wk} & \dots & x_{wn} \end{bmatrix} \quad (6)$$

де w – кількість періодів (об'єктів) дослідження, n – кількість показників кожної компоненти фінансової ефективності, x_{ik} – значення показника k кожної конкретної компоненти для періоду (об'єкту) i ($k = 1 \div n$, $i = 1 \div w$).

Диференціація ознак матриці спостережень здійснюється на основі вивчення характеру впливу кожної з ознак на рівень фінансової ефективності, а також розподіл ознак на позитивний (як сукупність стимуляторів) і негативний вплив (сукупність дестимуляторів) на фінансову ефективність бізнес-моделі. Високий рівень певної ознаки визначатиме позитивний, низький рівень – негативний характер ознаки порівняння. Така диференціація надасть можливість вибирати еталонні точки у варіації показників рівня фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства.

Важливим етапом при побудові інтегральних показників оцінки ефективності бізнес-моделі промислового підприємства є нормалізація різнорозмірних одиничних показників ефективності використання набору компонент для цієї процедури використаємо спосіб агрегування ознак, що ґрунтується на так званій теорії «адитивної цінності», згідно з якою цінність цілого дорівнює сумі цінностей його складових. Якщо ознаки множини мають різні одиниці вимірювання, то адитивне агрегування потребує приведення їх до однієї основи, тобто попередньої нормалізації [9].

Нормалізацію для побудови інтегрального показника побудованого з використанням функції Харінгтона здійснюється за формулами:

для показників із пріоритетністю «чим більше, тим краще»:

$$z_{ik} = \frac{x_{ik} - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}, \quad (7)$$

для показників із пріоритетністю «чим менше, тим краще»:

$$z_{ik} = \frac{x_{max} - x_{ik}}{x_{max} - x_{min}}, \quad (8)$$

де z_{ik} – нормалізований показник k , в i -му періоді;

x_{ik} – показник k , в i -му періоді до нормалізації;

x_{min} – мінімальне значення показник k , в i -му періоді до нормалізації;

x_{max} – максимальне значення k , в i -му періоді до нормалізації.

Задача нормалізації показників – це перехід до такого масштабу вимірювань, коли «найкращому» значенню показника відповідає значення 1, а «найгіршому» – значення 0. З точки зору математики, це є задача нормування змінних, а з точки зору статистики – перехід від абсолютних до нормалізованих значень індикаторів, що змінюються від 0 до 1 і вже своєю величиною характеризують ступінь наближення до оптимального значення, що можна також інтерпретувати у відсотках: 0 відповідає 0%, 1 – 100% [10].

Дана шкала була обрана тому, що дозволила об'єднати декілька характеристик з єдиними одиницями вимірювання при врахуванні лінгвістичних оцінок. При цьому вдалось представити кількісно на безмірній шкалі рівень від повністю неприйнятного (0) до повністю прийнятного (1).

У результаті стандартизації ознак матриці спостережень за формулами 7–8 отримуємо наступну матрицю [11]:

$$D_i = 1 - \frac{c_{i0}}{c_0}, \quad (16)$$

$$\bar{c}_0 = \frac{1}{w} \sum_{i=1}^w c_{i0}, \quad (17)$$

$$c_0 = \bar{c}_0 + 2S_0 \quad (18)$$

$$S_0 = \left[\frac{1}{w} \sum_{i=1}^w (c_{i0} - \bar{c}_0)^2 \right]^{\frac{1}{2}}, \quad (15)$$

Отже, інтерпретація розрахованих інтегральних показників фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства наступна: він приймає високе значення при більших значеннях стимуляторів та низьке значення – при малих значеннях стимуляторів. Чим більше показник наближається до одиниці, тим вищий рівень фінансової ефективності бізнес-моделі підприємства. Показник рівня фінансової ефективності бізнес-моделі промислового підприємства може служити для статистичної характеристики безлічі елементів. З його допомогою можна оцінити досягнутий у деякий період або момент часу «середній» рівень значення показників, які характеризують досліджувану проблему.

Література

1. Nuri Kayaoglu, M.A. aus Gumushane, 'A Generic Approach for Dynamic Business Model Evaluation', genehmigte Dissertation, Berlin (2014). <https://depositonce.tu-berlin.de/handle/11303/4036?mode=full> M. Ben Rabha, M.F. Boujmil, M. Saadoun, B. Bessaïs, Eur. Phys. J. Appl. Phys. (to be published)
2. Tesch J.F., Brillinger A.S. The Evaluation Aspect of Digital Business Model Innovation. In: Tesch J. (eds) *Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things*. Progress in IS. Springer, Cham (2019). https://doi.org/10.1007/978-3-319-98723-1_4.
3. Batocchio, A., Ghezzi, A. And Rangone, A. «A method for evaluating business models implementation process», *Business Process Management Journal*, Vol. 22 No. 4, pp. 712-735. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-08-2015-0117> (2016).
4. Marius ALEXA «Business Model Evaluation – A Conceptual Approach», *Review of Economic and Business Studies*, Alexandru Ioan Cuza University, Faculty of Economics and Business Administration, issue 14, pages 245-260, December (2014).
5. Liliana Horal, Vira Shyiko, Oleg Yaroshenko «Modeling Break-even Zone Using the Integral Methods». *Proceedings of the 6th International Conference on Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management (SMTESM 2019)*. Atlantis Press (2019). URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/smtesm-19/125917642> DOI: <https://doi.org/10.2991/mdsmes-19.2019.33>

6. Бахрушин В. С. Методи аналізу даних. Запоріжжя, Україна: КПУ, 2011. – 254 с.

7. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях / Пер. с польск. / В. Плюта. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 175 с.

8. Офіційний сайт ПАТ «Укртранснафта» www.ukrtransnafta.com

9. R. Byrd, N. Calzolari, M. Chodorow, M. Neff and O. Risk, «Tools and Methods for Computational Lexicography» *Computational Linguistics*, vol. 13, n. 3-4, (1987).

10. A. Maedche, V. Pekar and S. Staab, «Ontology learning part One: On Discovering Taxonomic Relations from the Web» in *In Web Intelligence*. Springer, Chapter 1, (2002).

11. D. Zhang and W. S. Lee, «Web Taxonomy Integration through CoBootstrapping», *SIGIR-04*, July 25-29, Sheffield UK, (2004).

12. P. Cimiano, A. Hotho and S. Staab, «Comparing Conceptual, Divisive and Agglomerative Clustering for learning Taxonomies from Text», in *16th ECAI 2004*, Valencia, Spain, (2004).

References

1. Nuri Kayaoglu, M.A. aus Gumushane, 'A Generic Approach for Dynamic Business Model Evaluation', genehmigte Dissertation, Berlin (2014). Retrieved from <https://depositonce.tu-berlin.de/handle/11303/4036?mode=full> M. Ben Rabha, M.F. Boujmil, M. Saadoun, B. Bessaïs, Eur. Phys. J. Appl. Phys. (to be published)
2. Tesch, J.F., & Brillinger, A.S. (2019). The Evaluation Aspect of Digital Business Model Innovation. In: Tesch J. (eds) *Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things*. Progress in IS. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-98723-1_4.
3. Batocchio, A., Ghezzi, A., & Rangone, A. (2016). A method for evaluating business models implementation process. *Business Process Management Journal*, 22(4), 712–735. doi:10.1108/bpmj-08-2015-0117
4. Marius ALEXA. (December 2014), «Business Model Evaluation – A Conceptual Approach», *Review of Economic and Business Studies*, Alexandru Ioan Cuza University, Faculty of Economics and Business Administration, issue 14, pp. 245-260.
5. Horal, L., Shyiko, V., & Yaroshenko, O. (2019). Modeling Break-even Zone Using the Integral Methods. *Proceedings of the 6th International Conference on Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management (SMTESM 2019)*. doi:10.2991/smtesm-19.2019.34
6. Bakhrushyn, V.Ie. (2011). *Metody analizu danykh*. Zaporizhzhia: KPU.
7. Pliuta, V. (1989). *Sravnitelnyy mnogomernyy analiz v ekonomicheskikh issledovaniyakh*. Moskva: Finansy i statistika.
8. Ofitsiynyy sayt PAT «Ukrtransnafta». Retrieved from www.ukrtransnafta.com
9. Byrd, R., Calzolari, N., Chodorow, M., Neff, M., & Risk, O. (1987). «Tools and Methods for

Computational Lexicography» *Computational Linguistics*, vol. 13, n. 3-4.

10. Maedche, A., Pekar, V., & Staab, S. (2003). *Ontology Learning Part One — on Discovering Taxonomic Relations from the Web*. *Web Intelligence*, 301–319. doi:10.1007/978-3-662-05320-1_14

11. D. Zhang, D., & Lee, W.S. (2004). «Web Taxonomy Integration through CoBootstrapping», *SIGIR-04*, July 25-29, Sheffield UK.

12. Cimiano, P., Hotho, A., & Staab, S. (2004). «Comparing Conceptual, Divisive and Agglomerative Clustering for learning Taxonomies from Text», in *16th ECAI 2004*, Valencia, Spain.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. Н. Гавриленко, генеральный директор АО «Укртранснафта» группы компаний «Нафтогаз Украины»

Методология исследования. Формирования методологических основ оценки финансовой эффективности бизнес-модели промышленного предприятия осуществлялось на основе методологии и математического аппарата теории нечетких множеств, а также таксономического анализа.

Результаты. Для оценки финансовой эффективности бизнес-модели промышленного предприятия сформирована система единичных показателей оценки финансового состояния предприятия по таким компонентам как финансовая устойчивость, ликвидность и платежеспособности, деловой активности и рентабельности. С помощью правила Фишборна предложено осуществлять весовое ранжирование основных компонент интегрального показателя финансовой эффективности бизнес-модели предприятия.

Новизна. Несмотря на неоднозначные выводы о финансовой эффективности бизнес-модели промышленного предприятия, осуществляются на основе расчета единичных показателей предложено применение методологии и математического аппарата теории нечетких множеств. Кроме того, для определения направления развития исследуемой проблемы предложено использовать два метода построения интегральных показателей. Моделирование интегральных показателей финансовой эффективности бизнес-модели предложено осуществлять с помощью метода нечетких множеств и таксономического анализа, поможет более объективно оценить уровень финансовой эффективности бизнес-модели. При построении интегральных показателей предложено нормализовать показатели с использованием способа агрегирования признаков, основанный на теории «аддитивной ценности», согласно которой ценность целого равна сумме ценностей его составляющих для построения функции желательности. При построении таксономических показателей каждой из категорий, характеризующих финансовую эффективность бизнес-модели промышленного предприятия предложено при нормализации единичных показателей использовать метод определения стимуляторов и дестимуляторы признаков.

Практическая значимость. Использование метода построения интегрального показателя с использованием функции желательности Харрингтона позволяет определить уровень достижения желаемого показателя финансовой эффективности бизнес-модели промышленного предприятия, а таксономический метод построения интегрального показателя позволит определить и оценить уровень развития финансовой эффективности бизнес-модели промышленного предприятия и обосновать резервы его повышения.

Ключевые слова: эффективность, интегральные показатели, бизнес-модель, функция Харрингтона, таксономический метод, промышленное предприятие.

METHODS OF ESTIMATING THE FINANCIAL EFFECTIVENESS OF BUSINESS MODEL OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

M. M. Havrylenko, General Director PJSC «Ukrtransnafta» of «Naftogaz of Ukraine» Group of Companies

Methods. Formation of methodological bases for evaluating the financial efficiency of a business model of a business enterprise was carried out on the basis of methodology and mathematical apparatus of fuzzy sets theory, as well as taxonomic analysis.

Results. The stages formation system estimation of financial efficiency business model of industrial enterprise are defined in the article, and also two approaches of estimation of efficiency business model of industrial enterprises are suggested. In order to evaluate the financial efficiency of the business model an industrial enterprise, there is formed a system of single indicators for assessing the financial condition of the enterprise by such components as financial stability, liquidity and solvency, business activity and profitability. Fishburne's rule is proposed to use while weighing the main components of the integral index of financial efficiency of the business model of the enterprise.

Novelty. Given the ambiguous conclusions about the financial efficiency of the business model of an industrial enterprise, which are carried out on the basis of the calculation of single indicators, the methodology and mathematical apparatus of fuzzy sets theory are proposed. In addition, to determine the direction of development of the problem under study, we propose to use two methods of constructing integral indicators. It is proposed to model the integral indicators of the financial performance of the business model using fuzzy sets and taxonomic analysis, which will help to evaluate the financial performance level of the business model more objectively. When constructing integral indicators, it is proposed to normalize the indicators using a method of aggregation of features based on the theory of «additive value», according to which the value of the whole is equal to the sum of the values of its constituents for the construction of the function of desirability. In constructing the taxonomic indicators of each of the categories characterizing the financial efficiency of the business model of an industrial enterprise, it is proposed to use the method of determining stimulants and stimulators of features in normalizing the individual indicators.

Practical value. The use of method of constructing an integral indicator using the function of Harrington's desirability allows to determine the level of achievement of the desired index of financial efficiency of a business model of an industrial enterprise, and a taxonomic method of construction of an integral indicator will allow to determine and evaluate the level of development of financial efficiency of a business model of an industrial enterprise and to justify the reserves of its increase.

Keywords: efficiency, integral metrics, business model, Harrington function, taxonomic method, industrial enterprise.

Надійшла до редакції 10.02.20 р.

СИНЕКТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ХОЛІСТИЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

*В. І. Чобіток, к. е. н., доцент, Українська інженерно-педагогічна академія,
vika_chobitok@ukr.net, orcid.org/0000-0002-5272-388X*

Методологія дослідження. Узагальнення та системний аналіз надали можливість з'ясувати, що вітчизняним підприємствам необхідні інноваційні технології, до яких відносяться методики розвитку креативності та нестандартного мислення у керівників і співробітників, перед якими стоїть завдання досягти конкурентних переваг у виробництві продукції або наданні послуг. Для цього необхідно використовувати інструменти генерації нових ідей та інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств. Одним з таких інструментів є синектичний підхід, результатом якого є генерація ідей, конвертованих в користь, для впровадження в практику.

Результати. Автором статті визначено, що застосування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств є підґрунтям пошуку і впровадження нових рішень для вирішення наскрізних і поточних проблем, які допомагають успішно долати труднощі, шукати нові ідеї та радикально змінювати векторну спрямованість роботи підприємства за рахунок виробництва інноваційних товарів чи надання послуг. Члени синектичної групи повинні відрізнятися творчою зрілістю, багатою уявою і фантазією, незалежністю і неупередженістю думок, здатністю ризикувати, умінням абстрагуватися від звичних суджень, нестандартно мислити і виділяти сутність явища, бути розкутими і вільними у своїх думках, доброзичливо сприймати чужі ідеї, вміти зупинити розвиток існуючих ідей для того, щоб шукати нові, бути цілеспрямованими і вірити в можливість вирішення завдання.

Новизна. Визначено аналогії синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств. Продемонстровано, що в синектичному підході до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств відсутні творчі інструменти й технології генерації, які дозволяють кардинально долати стереотипи мислення за рахунок використання принципово інших механізмів: аналогій, асоціацій, метафор і образів. Запропоновано синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств.

Практична значущість. Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств полягає в об'єднанні окремих учасників творчого процесу в єдину групу для спільної постановки і вирішення конкретних завдань з використанням критики, порівнянь та аналогій. Це дозволяє суттєво підвищити ефективність управлінських функцій на підприємстві.

Ключові слова: синектичний підхід; інтелектуалізації управління; холістичний розвиток; персонал; підприємство.

Постановка проблеми. Проблеми ХХІ століття характеризується константним зростанням змін в різних галузях. Вітчизняним підприємствам необхідні інноваційні технології до яких відносяться методики розвитку креативності та нестандартного мислення у керівників і співробітників, стоїть завдання досягти конкурентних переваг

у виробництві продукції або надання послуг. Для цього необхідно використовувати інструменти для генерації нових ідей та інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств. Одним з таких інструментів є синектичний підхід, результатом якого є генерація ідей для впровадження в практику, конвертованих в користь.

Всі підприємства сьогодні працюють в умовах посилення конкуренції, а тому повинні думати про посилення ключових факторів успіху та про формування своїх конкурентних переваг, для підвищення ефективності своєї діяльності необхідно інтелектуалізувати управління їх холістичним розвитком, що сприятиме ефективній організації діяльності на практиці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями формування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання розглядались в працях: Е. Брункінга [1], Н. Валінкевич [2], В. Диканя [3], О. Кузьміна [5], О. Ліпич [5], М. Луцик [6], В. Прохорової [7], А. Штангрета [8] та ін.

Аналіз наукових праць свідчить про те, що необхідно проводити подальші дослідження в напрямку формування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтелектуалізація управління холістичним розвитком підприємств за своєю суттю є процесом, інформаційні дані, аналізуються за допомогою методів та інструментів і формуються альтернативні варіанти розвитку підприємств.

Варто відзначити, що на процес інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств впливає людський фактор. В ході переробки інформації, комунікації і прийняття рішень використовуються різні види мислення, реалізуються певні типи поведінки, які впливають на ефективність діяльності підприємства, вносяться особисті уявлення про цінності, цілі та інтереси.

Працівники підприємства, як правило, схильні до аналітичного та креативного мислення, яке носить суб'єктивний характер. Велика кількість працівників підприємства намагаються самостійно вирішувати виникаючі проблеми, використовуючи логічне

мислення, але не завжди такий підхід є ефективним. Найчастіше над вирішенням проблем працює високоінтелектуальний трудовий потенціал підприємства, але в останні роки на підприємствах з'явилися принципово нові проблеми, які не мають алгоритму вирішення, що потребує використання спеціальних технологій генерування колективних ідей.

Необхідно розглядати проблему в іншому креативно-інноваційному ракурсі. Здатність до творчого мислення є не у кожної людини, але індивідуальне прийняття рішення завжди залежить від здібностей, поглядів, конкретної людини.

Коли проблема вирішується колективним методом, то розгляд будь-якого питання здійснюється в дискусії з урахуванням різних розумінь і підходів. Людей з креативним мисленням набагато менше, ніж з аналітичним мисленням, для ефективного інноваційного рішення необхідно, щоб в групі були присутні люди креативно-мислячі.

Найбільш ефективним методом стимулювання людської креативної діяльності є синектика. Автор методу синектики В. Гордон [9], який запропонував свій метод, що був протилежним проти традиційної точки зору на природу творчих можливостей людей, згідно з якою природа творчості – це верховенство індивідуального генія.

Він створив у 1960 р. фірму «Сінектікс», яка співпрацювала з найбільшими промисловими корпораціями та вищими навчальними закладами, навчаючи синектичної атаки інженерів і студентів. [9].

В. Гордон не заперечував великої ролі «індивідуального погляду» для пошуку інноваційних творчих рішень і при цьому став автором дуалістичного погляду на природу творчості (незбагненна стихійність, унікальність кожної особистості та необхідність системи «спрямованого пошуку рішень»), що дозволяє учасникам взаємодії виявити і використовувати нові можливості. Спроба об'єднати ці погляди і привела до ідеї «групового мислення».

Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств полягає в об'єднанні окремих учасників творчого процесу в єдину групу для спільної постановки і вирішення конк-

ретних завдань з використанням критики, порівнянь та аналогій.

Даний підхід заснований на використанні інстинктивних механізмів, що прояв-

ляються в мисленні людини в момент творчої активності та використовує чотири типи аналогій (рис.1).



Рис. 1. Аналогії синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств

Ефективність синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств багато в чому залежить від правильного добору учасників для цього процесу. Один з ключових критеріїв підбору учасників є наявність досвіду в різних напрямках, необхідно звертати увагу на їх мультифункціональний досвід в минулому, різноманітність їх поглядів та уміння спостерігати тощо. Приймається те рішення, яке набрало підтримку більшості.

На початкових етапах формування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств використовують спеціальні методи дискусійного характеру (структурні дискусії), які дають можливість уникати шаблонного мислення, розглядати альтернативні пропозиції, підтримувати думку меншості запобігати передчасному формулюванню неструктурованої проблеми і постановку задач. Існують методи, що стимулюють формування творчої атмосфери діяльності, основною метою яких є генерування ідей морфологічний аналіз, метод фокальних об'єктів тощо. Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств наведено на рис.2.

У реальній практиці при формуванні інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств доцільно використовувати синектичний підхід дуже важливо дотримуватися послідовності його проведення. Синектичний підхід включає проблематизацію і цілепокладання та складається з етапів, які починаються з постановки цілей і завдань і формулювання проблеми. Керівнику, який управляє синектичний процесом, необхідно досягти ідентичного розуміння проблеми інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств у всіх учасників групової взаємодії. Вважається, що висунення ідей і їх подальший відбір багато в чому залежить від керівника сесії (сінектора), його професійної і комунікативної майстерності, такту, мобільності і винахідливості, вміння створювати творчу атмосферу і стимулювати творчу активність. Керівник повинен володіти мистецтвом постановки питань, вмінням формувати репліки, що знімають напругу, мотивує аудиторію, володіти техніками фантазії та уяви. Від нього залежить розмір «креативного комунікативного поля» пошуку рішення творчого завдання.

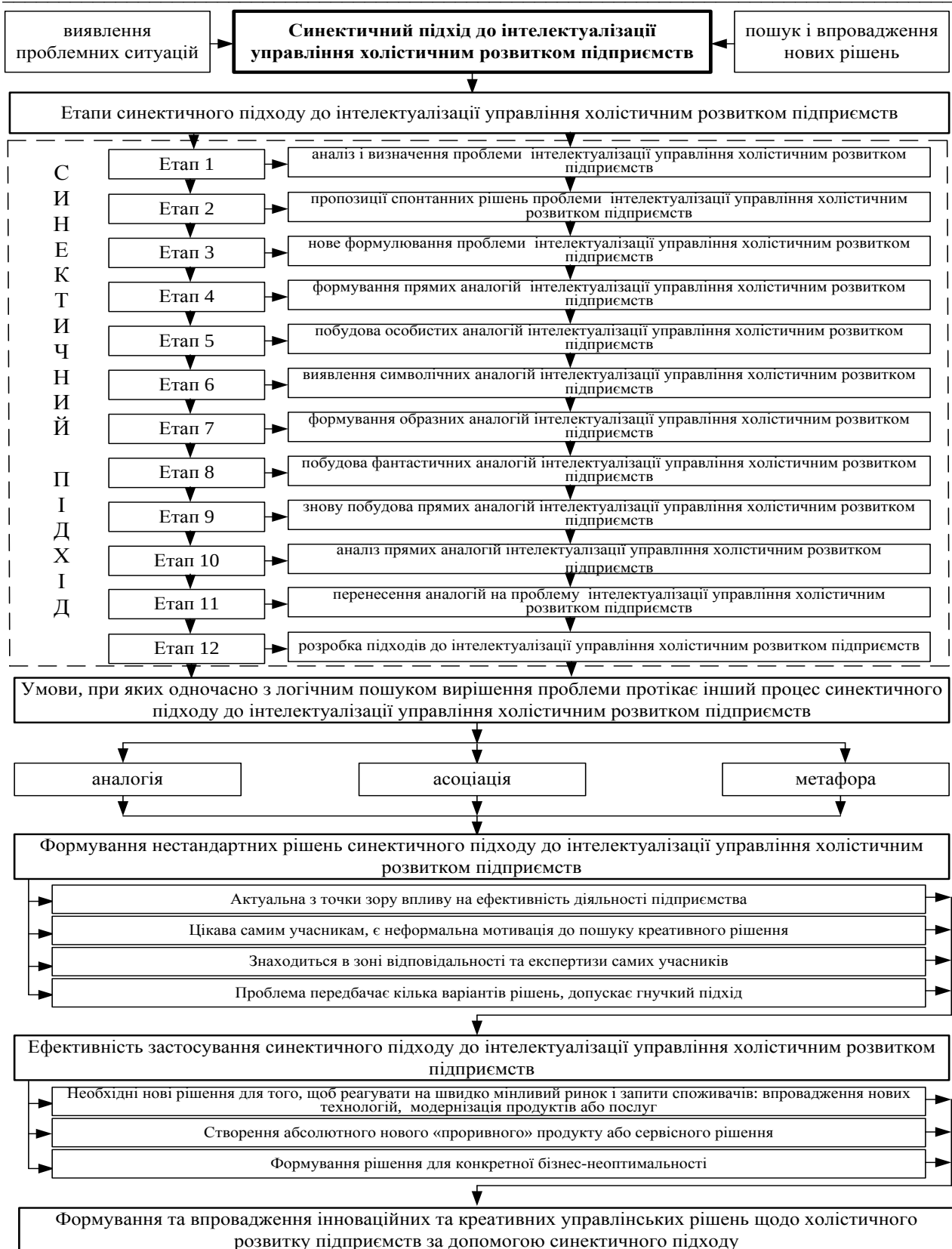


Рис. 2. Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств

Підводячи підсумки, доцільно зазначити, що процес організації творчої роботи в синектичному підході при формуванні інтелектуалізації управління холістичним роз-

витком підприємств включає наступні основні особливості, виявлені в результаті проведення дослідження:

– проблема може бути як управлінською, виробничою, так і дослідницькою, досить складною в теоретичному або практичному відношенні;

– для відповідної доповіді-повідомлення необхідно виступ експерта або компетентного з проблеми фахівця, збір конкретних фактів має лише підпорядковане значення, так як він спрямований на те, щоб закласти основу для вирішення проблеми;

– учасники синектичний сесії пропонують різноманітні інноваційні та креативні підходи до вирішення проблеми інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств;

– кожен учасник в синектичному підході переформулює проблему в своєму власному розумінні, своїми словами, тим самим, наближаючи проблему як би до себе;

– початковий варіант постановки проблеми тимчасово відкладається;

– спонукають учасників до пошуку образних, особистих, «метафоричних» або фантастичних аналогій для закладеної в проблемної ситуації інформації, якщо вироблені рішення виявилися непродуктивними з точки зору сінектора або експерта, то учасники взаємодії шукають нові аналогії;

– аналіз професійної управлінської діяльності, в реальній практиці проведення синектичний сесії учасники, як правило, прагнуть негайно, без дотримання всіх перерахованих синектичний процедур, знайти рішення проблеми. У такій ситуації керівник групової взаємодії шляхом аналізу перших рішень зобов'язаний показати їх слабкі сторони і роз'яснити сутність дійсної проблеми, яку необхідно ефективно вирішити.

В синектичному підході до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств відсутні творчі інструменти і технології генерації, що дозволяють кардинально долати стереотипи мислення за рахунок використання принципово інших механізмів мислення: аналогій, асоціацій, метафор і образів.

Висновки. Отже, застосування синектичного підходу до інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємств є підґрунтям пошуку і впровадження нових рішень для наскрізних і поточних проблем, допомагають успішно долати труднощі, шу-

кати нові ідеї та радикально змінювати векторну направленість роботи підприємства за рахунок виробництва інноваційних товарів чи надання послуг.

Члени синектичний групи повинні відрізнятися творчою зрілістю, багатою уявою і фантазією, незалежністю і неупередженістю думок, здатністю ризикувати, умінням абстрагуватися від звичних суджень, нестандартно мислити і виділяти сутність явища, бути розкутими і вільними у своїх думках, доброзичливо сприймати чужі ідеї, вміти зупинити розвиток знайдених ідей для того, щоб шукати нові, бути цілеспрямованими і вірити в можливість вирішення завдання. Управляти повинен групою досвідчений фахівець, який добре знає прийоми синектики. Основне завдання синектичної групи – використовувати досвід і знання з різних областей, наявні у членів команди, для пошуку ідей і розробки можливих рішень, що допоможе ефективно впроваджувати інтелектуалізацію управління холістичним розвитком підприємств.

Література.

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковачин. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
2. Валінкевич Н. В. Інтелектуалізація розвитку підприємств // Інтелектуальна економіка: глобальні тенденції та національні перспективи: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 26 трав. 2016 р. – Житомир : ЖНАЕУ, 2016. – С. 110–116.
3. Дикань В. Л., Інтелектуальні інвестиції в логістичних системах / В. Л. Дикань, І. В. Корнілова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 199–203.
4. Економічна енциклопедія: у 3-х т. – Т. 3 / гол. ред. Б. Д. Гаврилишин. – Київ-Тернопіль: Академія народ. господарства, 2002. – 951 с.
5. Кузьмін О. Є. Концептуальні засади управління інтелектуальним капіталом підприємства / О. Є. Кузьмін, О. А. Ліпич // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 11. – С. 137–144.
6. Луцик М. В. Роль інформації та знань в розвитку інтелектуальних ресурсів національної економіки / М. В. Луцик // Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2014. – Випуск 51 – С. 275–281.
7. Прохорова В. В., Чобіток В. І. Економічна оцінка зовнішньої та внутрішньої ефективності інноваційних трансформацій в освіті / Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: Монографія За редакцією Ареф'євої О. В. / В. В. Прохорова, В. І. Чобіток. – К. : НАУ, 2019. – С. 95–105.

8. Штангрет А. М. Управління процесом формування людського капіталу як основи розвитку економіки знань / А. М. Штангрет // Науковий вісник НЛТУ України, 2015. – № 3. – Том 25. – С. 396–400.

9. Метод синтетики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inlib.biz/psihologiya-tavistokskie-analiticheskaya/metod-sinektiki-19129.html>

10. Зухвалі і мудрі цитати Вінстона Черчилля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tut-cikavo.com/suspilstvo/tsytaty-ta-aforyzmy/575-zukhvali-i-mudri-tsitati-vinstona-cherchillya>

Reference

1. Bruknh, E. (2001). *Intelektualnyi kapital*. L.N. Kovachyn (Ed.). SPb.: Pyter.

2. Valinkevych, N.V. (2016). *Intelektualizatsiia rozvytku pidpriemstv*. «Proceeding from MIIM»'16. Materialy II Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi internet-konferentsii. (Ukraine, Zhytomyr, May 26, 2016). *Intelektualna ekonomika: hlobalni tendentsii ta natsionalni perspektyvy*. (pp. 110-116). Zhytomyr, ZhNAEU.

3. Dykan, V.L., & Kornilova, I.V. (2010). *Intelektualni investysii v lohystychnykh systemakh*. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (29), 199-203.

4. Havrylyshyn, B.D. (Ed.). (2002). *Ekonomichna entsyklopediia*. (Vols. 1-3). Kyiv-Ternopil: Akademiia narodnoho hospodarstva.

5. Kuzmin, O.Ye., & Lipych, O.A. (2011). *Kontseptualni zasady upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva*. *Aktualni problemy ekonomiky*, (11), 137-144.

6. Lutsyk, M.V. (2014). *Rol informatsii ta znan v rozvytku intelektualnykh resursiv natsionalnoi ekonomiky*. *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriya Ekonomichna*, Issue 51, 275-281.

7. Prokhorova, V.V., & Chobitok, V.I. (2019). *Ekonomichna otsinka zovnishnoi ta vnutrishnoi efektyvnosti innovatsiynykh transformatsii v osviti*. *Proceeding from: Konkurentospromozhnist pidpriemstv u mizhnarodnomu tsyfrovomu prostori*. (pp. 95-105). Kyiv: NAU.

8. Shtanhret, A.M. (2015) *Upravlinnia protsesom formuvannia liudskoho kapitalu yak osnovy rozvytku ekonomiky znan*. *Naukovyy visnyk NLTU of Ukrainy*, (3), vol 25, 396-400.

9. Metod syntetyky. – Retrieved from <https://inlib.biz/psihologiya-tavistokskie-analiticheskaya/metod-sinektiki-19129.html>

10. Zukhvali i mudri tsytaty Vinstona Cherrchillya. Retrieved from <http://tut-cikavo.com/suspilstvo/tsytaty-ta-aforyzmy/575-zukhvali-i-mudri-tsitati-vinstona-cherchillya>

СИНЕКТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ХОЛИСТИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

В. И. Чобиток, к. э. н., доцент, Украинская инженерно-педагогическая академия

Методология исследования. Обобщение и системный анализ предоставили возможность выяснить, что отечественным предприятиям необходимы инновационные технологии, к которым относятся методики развития креативности и нестандартного мышления у руководителей и сотрудников, перед которыми стоит задача достичь конкурентных преимуществ в производстве продукции или предоставлении услуг. Для этого необходимо использовать инструменты генерации новых идей и интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий. Одним из таких инструментов является синектический подход, результатом которого выступает генерация идей, конвертируемых в пользу, для внедрения в практику.

Результаты. Автором статьи определено, что применение синектического подхода к интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий является основой поиска и внедрения новых решений для решения сквозных и текущих проблем, помогает успешно преодолевать трудности, искать новые идеи и радикально менять векторную направленность работы предприятия за счет производства инновационных товаров или предоставления услуг. Продемонстрировано, что члены синектической группы должны отличаться творческой зрелостью, богатым воображением и фантазией, независимостью и беспристрастностью мыслей, способностью рисковать, умением абстрагироваться от привычных суждений, нестандартно мыслить и выделять сущность явления, быть раскованными и свободными в своих мыслях, доброжелательно воспринимать чужие идеи, уметь остановить развитие существующих идей для того, чтобы искать новые, быть целеустремленными и верить в возможность решения задачи.

Новизна. Определены аналогии синектического подхода к интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий. Показано, что в синектическом подходе к интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий отсутствуют творче-

ские инструменты и технологии генерации, позволяющие кардинально преодолевать стереотипы мышления за счет использования принципиально иных механизмов: аналогий, ассоциаций, метафор и образов. Предложено синектический подход к интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий.

Практическая значимость. Синектический подход к интеллектуализации управления холистическим развитием предприятий заключается в объединении отдельных участников творческого процесса в единую группу для совместной постановки и решения конкретных задач с использованием критики, сравнений и аналогий. Это позволяет существенно повысить эффективность управленческих функций на предприятии.

Ключевые слова: синектический подход; интеллектуализации управления; холистическое развитие; персонал; предприятие.

SYNECTIC APPROACH TO INTELLECTUALIZATION OF MANAGEMENT OF ENTERPRISE'S HOLISTIC DEVELOPMENT

V. I. Chobitok, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy

Methods. Generalization and systems analysis allowed to highlight that domestic enterprises need innovative technologies, which include methods for developing creativity and innovative thinking among managers and employees, the task is to achieve competitive advantages in the production products or the provision services. For this, it is necessary to use tools to generate new ideas and intellectualize the management of enterprise's holistic development. One such tool is the synectic approach which results in the generation of ideas convertible in favor for implementation in practice.

Results. The author determined that the application of the synectic approach to intellectualize the management of the enterprise's holistic development is the basis for the search and implementation of new solutions for permanent and current problems, they help to successfully overcome difficulties, seek new ideas and radically change the vector orientation of the enterprise through the production of innovative products or by providing services.

It is shown that the members of the synectic group should be characterized by creative maturity, rich imagination and fantasy, independence and impartiality of thoughts, the ability to take risks, the ability to abstract from habitual judgments, thinking outside the box and seeing into the essence the phenomenon; they also should be relaxed and free in their thoughts, be friendly to accept other people's ideas, be able to stop the development of the existing ideas found in order to search for new ones, be purposeful and believe in the possibility of solving a problem.

Novelty. The analogies the synectic approach to the intellectualization of management of holistic enterprise development are determined. It is revealed that in the synectic approach to the intellectualization of managing the holistic enterprise development there are no creative tools and generation technologies that can radically overcome thinking stereotypes by using fundamentally different thinking mechanisms: analogies, associations, metaphors and images. A synectic approach to the intellectualization of management of holistic enterprise development is proposed.

Practical value. It is determined that the synectic approach to the intellectualization of management of holistic enterprise development consists in uniting individual participants in the creative process into a single group for the joint formulation and solution of specific problems using criticism, comparisons and analogies. This can significantly improve the effectiveness of management functions in the enterprise.

Keywords: synectic approach; management intellectualization; holistic development; staff; company.

Надійшла до редакції 20.01.20 р.

ОЦІНКА ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

*І. Г. Аберніхіна, к. е. н., доцент, Національна металургійна академія України,
irina.abernihina@gmail.com, orcid.org/0000-0003-0692-1276,*

*І. Г. Сокиринська, к. е. н., доцент, Національна металургійна академія України,
sokirinska@gmail.com, orcid.org/0000-0001-6140-8518*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: аналізу – при дослідженні основних теоретичних та методичних підходів щодо оцінки ліквідності і платоспроможності страхової організації; абстрагування – при визначенні суттєвих характеристик ліквідності та платоспроможності; формалізації – при визначенні коефіцієнта ліквідності балансу; узагальнення – при встановленні взаємозв'язку понять «ліквідність» і «платоспроможність» та їх кількісної оцінки в умовах страхових організацій.

Результати. Охарактеризовані ключові відмінності категорій «ліквідність» та «платоспроможність». Обґрунтовано, що ліквідність необхідно розглядати як багаторівневу систему категорій, яка об'єднує, зокрема, поняття ліквідності активів, ліквідності балансу, ліквідності суб'єкта господарювання. Доповнено існуюче в економічній літературі групування активів за ступенем зменшення ліквідності, а також зобов'язань за ступенем терміновості їх погашення з урахуванням специфічних активів та зобов'язань страховика.

Відзначено, що в наукових публікаціях відсутня погодженість щодо кількості та назви коефіцієнтів ліквідності, що призводить до штучного збільшення кількості показників та ускладнює процес оцінки ліквідності страхової організації. Окрім того, не всі дослідники у своїх пропозиціях враховують наявність страхової складової. Аргументовано необхідність конкретизації, подальшої систематизації показників оцінки ліквідності та платоспроможності страхової організації.

Новизна. Удосконалено формулу для визначення коефіцієнта ліквідності балансу з урахуванням суттєвих характеристик ліквідності, а саме: величини активів і часу їх конвертації та величини зобов'язань і терміну їх погашення. Запропоновано авторську систематизацію показників оцінки ліквідності та платоспроможності страхової компанії з урахуванням надбань вітчизняних науковців та дослідників.

Практична значущість. Існуючі показники, які систематизовано авторами в три групи, що дають чітке уявлення про ліквідність страхової компанії, ліквідність страхової діяльності та платоспроможність страховика.

Ключові слова: ліквідність, платоспроможність, страхова компанія, фінансовий стан, надійність та безпечність функціонування страхової компанії.

Постановка проблеми. Суть страхового бізнесу – об'єднання і перерозподіл ризиків. Страховики роблять значний внесок в економічне зростання, надаючи страхувальникам захист від негативних наслідків непередбачених подій. Надійність та безпечність функціонування страхової компанії кореспондується з такими категоріями, як плато-

спроможність і ліквідність страховика.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В роботах сучасних дослідників досліджуються такі аспекти зазначеної проблеми: визначення відмінностей у категоріях «платоспроможність» та «ліквідність» (О. М. Віленчук) [2, с.95]; виділення ключових характеристик ліквідності активів

(Т. Ю. Чайка, Я. С. Водоріз, С. Є. Лошакова) [19, с.902]; визначення поняття «ліквідність страхової організації» (Н. В. Ткаченко) [17, с.25]; визначення коефіцієнтів ліквідності страхових організацій (О. Галасюк) [3, с.40], (А. М. Єрмошенко) [4, с.372, 375], (О. Кнейслер) [5, с.192], (В. О. Кравченко) [6, с.88], (А. М. Кривенцов) [7, с.226], (Г. М. Кулина) [8, с.887], (О. Ю. Сова) [16].

Питання оцінки платоспроможності та ліквідності страхових організацій залишається не розв'язаним в повній мірі і потребує структурування та конкретизації показників, за якими її можна здійснити.

Формулювання мети статті. Метою статті є конкретизація та подальша систематизація показників оцінки ліквідності страхової організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У короткостроковій перспективі одним з критеріїв оцінки фінансового стану страхової компанії виступає її ліквідність і платоспроможність. В той же час ліквідність характеризує як поточний стан розрахунків, так і перспективний.

Очевидним та незаперечним є факт, що ліквідність в науково-методичній літературі розглядають як багаторівневу систему категорій, яка об'єднує, зокрема, поняття ліквідності активів, ліквідності балансу, ліквідності суб'єкта господарювання (рис. 1).

Відповідно до Постанови КМУ «Про затвердження Методики оцінки майна» ліквідні активи — майно, що користується високим попитом на ринку та може бути швидко реалізоване [11].

Отже, суттєвими характеристиками ліквідності активів є: 1) абсолютні величини

активів і готівкових грошових коштів; 2) час конвертації [19, с. 902].

Для оцінки ліквідності балансу активи групують за ступенем зменшення їх ліквідності та порівнюють з зобов'язаннями, які згруповані за ступенем терміновості їх погашення. На думку авторів, з урахуванням надбання науковців з цього питання [1; 19, с. 902], ліквідність балансу характеризує рівень покриття зобов'язань страхової компанії її активами, термін конвертації яких в готівку відповідає терміну погашення зобов'язань.

В таблиці 1 авторами доповнено існуюче в економічній літературі групування активів за ступенем зменшення ліквідності та зобов'язань за ступенем терміновості їх погашення з урахуванням специфічних активів та зобов'язань страховика. Отже, коефіцієнт ліквідності балансу з урахуванням основних характеристик ліквідності, а саме величини активів та часу їх конвертації та величини зобов'язань та терміну їх погашення можна визначити за наступною формулою:

$$K_{\text{ло}} = \frac{\sum_{i=1}^4 A_i}{\sum_{i=1}^4 t_i} \times \frac{\sum_{i=1}^4 t'_i}{\sum_{i=1}^4 \Pi_i} \quad (1)$$

де A_i — величина активу за відповідною групою;

t_i — час конвертації відповідного активу в готівку;

Π_i — величина зобов'язань за відповідною групою;

t'_i — час погашення зобов'язання.

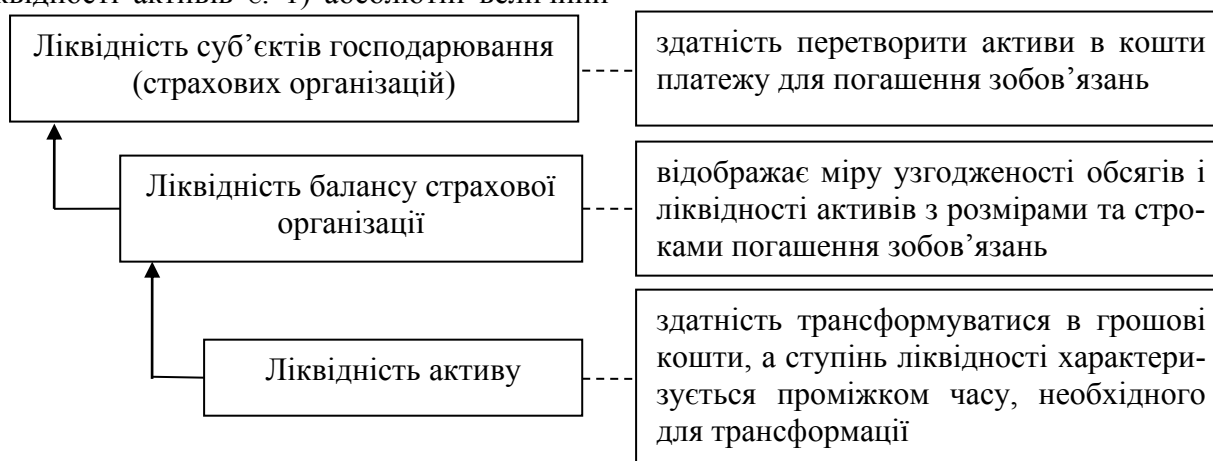


Рисунок 1 – Система категорій ліквідності страхової організації

Розроблено авторами на основі [17, с.25; 19, с.902; 10].

Групування активів та зобов'язань страховика за типами ліквідності

Активи		Пасиви	
Групи активів	Код рядка балансу	Групи зобов'язань	Код рядка балансу
Найбільш ліквідні активи (A1)	1160–1165	Найбільш термінові пасиви (П1)	1615–1635, 1650, 1690
Активи, що швидко реалізуються (A2)	1125–1155	Короткострокові кредити і позики (П2)	1600, 1610
Активи, що повільно реалізуються (A3)	1100, 1110, 1170–1190	Довгострокові зобов'язання та забезпечення (П3)	1595
Активи, що важко реалізуються (A4)	1095	Постійні пасиви (П4)	1495, 1660, 1665, 1700

Доповнено авторами на основі [1] та власними спостереженнями.

Отже, виходячи з групування активів та зобов'язань (таблиця 1), можна оцінити поточну та перспективну ліквідність в абсолютному виразі [1]:

- поточна ліквідність:

$$ПЛ = (A_1 + A_2) - (P_1 + P_2),$$

- перспективна ліквідність:

$$П'Л = A_3 - P_3.$$

В більшості наукових публікацій та словниках страхових термінів ліквідність характеризує спроможність страховика своєчасно виконувати свої фінансові зобов'язання (передусім сплачувати борги) та є показником того, як швидко можна реалізувати матеріальні цінності і отримати гроші, необхідні для покриття зобов'язань [3, с.401; 13; 14; 15].

На думку Ткаченко Н. В. поняття ліквідності щодо страхової компанії визначається як здатність забезпечувати своєчасне трансформування активів у гроші для виконання з мінімальними витратами зобов'язань, що виникають [17, с.25].

Оцінка ліквідності суб'єкта господарювання, зокрема і страхової організації, в більшості випадків здійснюється шляхом розрахунку коефіцієнтів ліквідності, які характеризують поточний стан розрахунків.

Коефіцієнти ліквідності в основному цікавлять короткострокових кредиторів. Це єдина група коефіцієнтів, яку можна використовувати для усіх галузей чи видів бізнесу.

На думку дослідників Чайки Т. Ю., Лошакової С. Є., Водоріз Я. С. коефіцієнти ліквідності характеризують здатність підприємства погашати короткострокові борго-

ві зобов'язання і конвертувати свої активи в грошові кошти. Ліквідність не слід плутати з платоспроможністю. Платоспроможність вимірює здатність компанії виконувати свої фінансові зобов'язання. Коефіцієнти платоспроможності включають фінансові зобов'язання як у довгостроковій, так і в короткостроковій перспективі, тоді як коефіцієнти ліквідності більшою мірою стосуються короткострокових боргових зобов'язань і поточних активів компанії [19, с.902].

Отже, авторами на основі вище зазначеного зроблено висновок, що за допомогою показників ліквідності визначається достатність та можливість покриття наявними активами прийнятих страхових й інших короткострокових зобов'язань страхової організації.

Авторами статті проведено аналіз сучасних наукових публікацій та в таблиці 2 узагальнені коефіцієнти ліквідності, які пропонують вітчизняні дослідники використовувати для оцінки ліквідності страхової організації.

Як свідчать дані таблиці, серед науковців відсутня погодженість щодо кількості та назви коефіцієнтів ліквідності, за якими визначатиметься ліквідність страховика. Різні дослідники надають характеристику та формульне визначення за суттю одному показнику, але називають їх по-різному. Це призводить до штучного збільшення кількості показників та ускладнює процес оцінки ліквідності страхової організації. Окрім того, не всі автори в своїх пропозиціях враховують наявність страхової складової.

Аналіз коефіцієнтів ліквідності страхових організацій, що зустрічаються в наукових публікаціях вітчизняних дослідників

Коефіцієнти ліквідності		Авторська характеристика коефіцієнтів Галасюк О. [3, с. 40]	
Коефіцієнт ліквідності	поточної	$K_{пл} = \frac{OA}{ПЗ}$, де OA – оборотні активи; ПЗ – поточні зобов’язання	
Коефіцієнт ліквідності	критичної	$K_{кл} = \frac{OA-3}{ПЗ}$, де OA – оборотні активи; 3 – запаси; ПЗ – поточні зобов’язання	
Єрмошенко А.М. [4, с. 372]			
Коефіцієнт ліквідності	критичної	характеризує достатність найбільш ліквідних активів з урахуванням більш ризикованого виду активу з точки зору поверненості – дебіторської заборгованості для покриття термінових страхових зобов’язань: $K_{кл}^{ск} = \frac{КДЗ + ГК + КЦП}{ТР + КЗ + КК}$, де КДЗ – короткострокова дебіторська заборгованість; ГК – грошові кошти; КЦП – короткострокові цінні папери; ТР – технічні резерви; КЗ – кредиторська заборгованість; КК – короткострокові кредити	
Коефіцієнт ліквідності	швидкої	відображає достатність найбільш ліквідних активів для покриття термінових зобов’язань: $K_{шк}^{ск} = \frac{ГК + КЦП}{РНЗ + РЗ}$, де ГК – грошові кошти; КЦП – короткострокові цінні папери; РНЗ – резерв незароблених премій; РЗ – резерв збитків	
Показник ліквідності	комплексної	показує достатність активів для покриття суми зобов’язань виражених у вигляді страхових резервів та інших зобов’язань: $K_{комп-л}^{ск} = \frac{IA - ВСФП + КДЗ + ГК}{СР + КЗ + КК}$, де IA – інвестиційні активи; ВСФП – вкладення в статутні фонди інших підприємств; КДЗ – короткострокова дебіторська заборгованість; ГК – грошові кошти; СР – технічні резерви; КЗ – кредиторська заборгованість; КК – короткострокові кредити	
Кривенцова А.М. [7, с. 226]			
Коефіцієнт ліквідності	загальної	характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов’язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів	
Коефіцієнт ліквідності	абсолютної	дозволяє визначити частку короткострокових зобов’язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів	
Коефіцієнт ліквідності	поточної	показує, яку частину поточних зобов’язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості	
Кнейслер О. [5, с. 192]			
Коефіцієнт ліквідності	загальної	характеризує спроможність страхової компанії у найкоротший термін виплатити страхове відшкодування за рахунок наявних активів: $K_{зл} = \frac{ЛА}{СР}$, де ЛА – ліквідні активи; СР – страхові резерви	
Чайка Т.Ю., Лошакова С.Є., Водоріз Я.С. [19, с. 903]			
Коефіцієнт ліквідності	абсолютної	відображає здатність покривати короткострокові боргові зобов’язання наявними і короткостроковими фінансовими вкладеннями: $AT = \frac{C + ShI}{CL}$	
Коефіцієнт ліквідності	поточної	відображає взаємозв’язок між розміром поточних активів і поточними зобов’язаннями; показує здатність підприємства погашати поточні (короткострокові, до одного року) зобов’язання тільки за рахунок поточних (оборотних) активів: $CR = \frac{CA}{CL}$	
Коефіцієнт ліквідності	швидкої	відношення високоліквідних поточних (оборотних) активів до поточних (короткострокових) зобов’язань (поточних пасивів): $QR = \frac{CA - I}{CL}$	

Узагальнено авторами на основі [3, 4, 5, 7, 19].

Платоспроможність страховика – це його здатність своєчасно і в повному обсязі виконати свої фінансові зобов'язання, передусім страхові, за рахунок наявності достатньої суми ліквідних активів і засобів платежу [16].

Платоспроможність страхової компанії безпосередньо залежить від ліквідності його активів. Адже чим їх легше і дорожче можна продати, тим вище ймовірність погасити всі свої зобов'язання перед третіми особами, а значить, тим вище платоспроможність [20].

Поняття «платоспроможність» та «ліквідність» тісно взаємозв'язані, але не є тотожними. У науковій літературі платоспроможність страхової компанії оцінюється достатністю покриття зобов'язань страховика власними коштами, у той самий час поняття «ліквідність» трактується як здатність елементів основного та обігового капіталів компанії швидко і легко реалізовуватися. Отже, забезпечення належного рівня платоспроможності та достатньої ліквідності страховика означає його здатність виконувати свої прямі функціональні обов'язки, пов'язані з повнотою та своєчасністю виплат страхових відшкодувань за страховими подіями [2, с.95].

У вітчизняному законодавстві закладено низку умов забезпечення платоспроможності, які зобов'язані дотримуватись страховики, серед яких:

- наявність сплаченого статутного фонду та гарантійного фонду страховика;
- створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум та покриття збитків від реалізації застрахованих ризиків;
- перевищення фактичного запасу платоспроможності страховика над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності [12, ст. 30].

Авторами проведено аналіз досліджень сучасних науковців щодо показників, за якими пропонується оцінити рівень платоспроможності страхової організації. Результати такого аналізу представлені в таблиці 3.

Страхові компанії є специфічними суб'єктами господарювання, які концентрують на собі майнові інтереси страхувальни-

ків (фізичних і юридичних осіб) та в той же час самі функціонують як юридичні особи, що займаються господарською діяльністю з надання фінансових послуг.

Для аналізу ліквідності страхової компанії як юридичної особи, що займається господарською діяльністю з надання фінансових послуг можна використовувати стандартні коефіцієнти ліквідності, зокрема такі як коефіцієнт загальної, поточної чи абсолютної ліквідності.

Але, якщо оцінювати ліквідність страхової компанії з позиції здатності виконувати свої прямі функціональні обов'язки, пов'язані з повнотою та своєчасністю виплат страхових відшкодувань за страховими подіями, потрібне коригування розрахунку коефіцієнтів ліквідності з урахуванням особливостей страхової діяльності, зокрема формування страхових резервів.

На рисунку 2 авторами розкрито взаємозв'язок понять «ліквідність–платоспроможність» та їх кількісна оцінка в умовах страхових організацій.

Авторами пропонується виділити, на основі проведеного аналізу існуючих в науковій літературі показників ліквідності та платоспроможності, три групи показників, за якими можна оцінити ліквідність та платоспроможність страхової компанії (табл.4):

- ліквідність діяльності страхової компанії як юридичної особи;
- ліквідність страхової діяльності;
- платоспроможність страхової компанії.

Перша група показників – це стандартні показники оцінки ліквідності страхової компанії, як суб'єкта господарювання: коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Друга група показників – це показники, за якими можна оцінити ліквідність страхової діяльності: коефіцієнт покриття зобов'язань страховика за укладеними договорами страхування та коефіцієнт достатності страхових резервів. Автори не применшують значення проведених досліджень інших науковців з цього питання, але вважають, що ці коефіцієнти найбільш повно враховують страхову складову при визначенні ліквідності саме страхової діяльності.

Аналіз сучасних досліджень щодо показників оцінки рівня платоспроможності страхової організації

Автор	Характеристика показників	
Коефіцієнт фінансової спроможності		
Кравченко В.О. [6, с. 88] Кулина Г.М. [8, с. 887]	Характеризує платоспроможність страхової компанії щодо виконання своїх зобов'язань за страховими виплатами: $K_{\phi c} = \frac{CP + \Phi ЗП}{CB}$, де CP – сума страхових резервів на кінець періоду; ФЗП (Нетто-Активи) – фактичний запас платоспроможності (нетто-активи) за період; CB – сума страхових виплат за період	
Коефіцієнт поточної платоспроможності (рівень достатності покриття власними коштами)		
Сова О.Ю. [16]	Ткаченко Н.В. [18]	Єрмошенко А.М. [4, с. 375]
Розраховується за методикою ЄС: через коефіцієнт платоспроможності оцінюється достатність капіталу страхової компанії: $SR = \frac{OF}{SCR}$, де OF – власні кошти; SCR – необхідний платоспроможний капітал	$CAR = \frac{F - N}{N}$, де F – фактичний рівень платоспроможності; N – нормативний рівень платоспроможності	Характеризує достатність коштів у вигляді страхових премій для покриття поточних витрат на здійснення страхових виплат та оплати поточних витрат на ведення справи (оптимальне значення >100%): $K_{nn} = \frac{СП - СППП}{CB + OB}$, де СП – сума страхових премій; СППП – сума страхових премій передана перестраховальникам; CB – сума страхових виплат; OB – сума операційних витрат
Коефіцієнт достатності страхових резервів (ліквідності страхових резервів)		
Кравченко В.О. [6, с. 88] Кулина Г.М. [8, с. 887]	Характеризує достатність страхових резервів компанії, які можуть бути використані для погашення поточних зобов'язань. Цей коефіцієнт показує, скільки грошових одиниць страхових резервів припадає на кожен грошову одиницю зобов'язань за договорами страхування: $K_{\phi(л)cp} = \frac{CP}{ЛА}$, де CP - страхові резерви; ЛА – ліквідні активи	
Коефіцієнт страхового покриття		
Кравченко В. О. [6, с.88] Кулина Г. М. [8, с.887]	Характеризує достатність страхових резервів страхової компанії для здійснення страхових виплат. Цей коефіцієнт може знижуватися, якщо страхова компанія здійснює неефективні інвестиції за рахунок страхових резервів: $K_{cn} = \frac{CP \times K_{\phi(л)cp}}{CB}$, де CP – сума страхових резервів; K _{д(л)ср} – коефіцієнт достатності страхових резервів (ліквідності страхових резервів); CB – сума страхових виплат	

Складено авторами на основі [4, 6, 8, 16, 18].

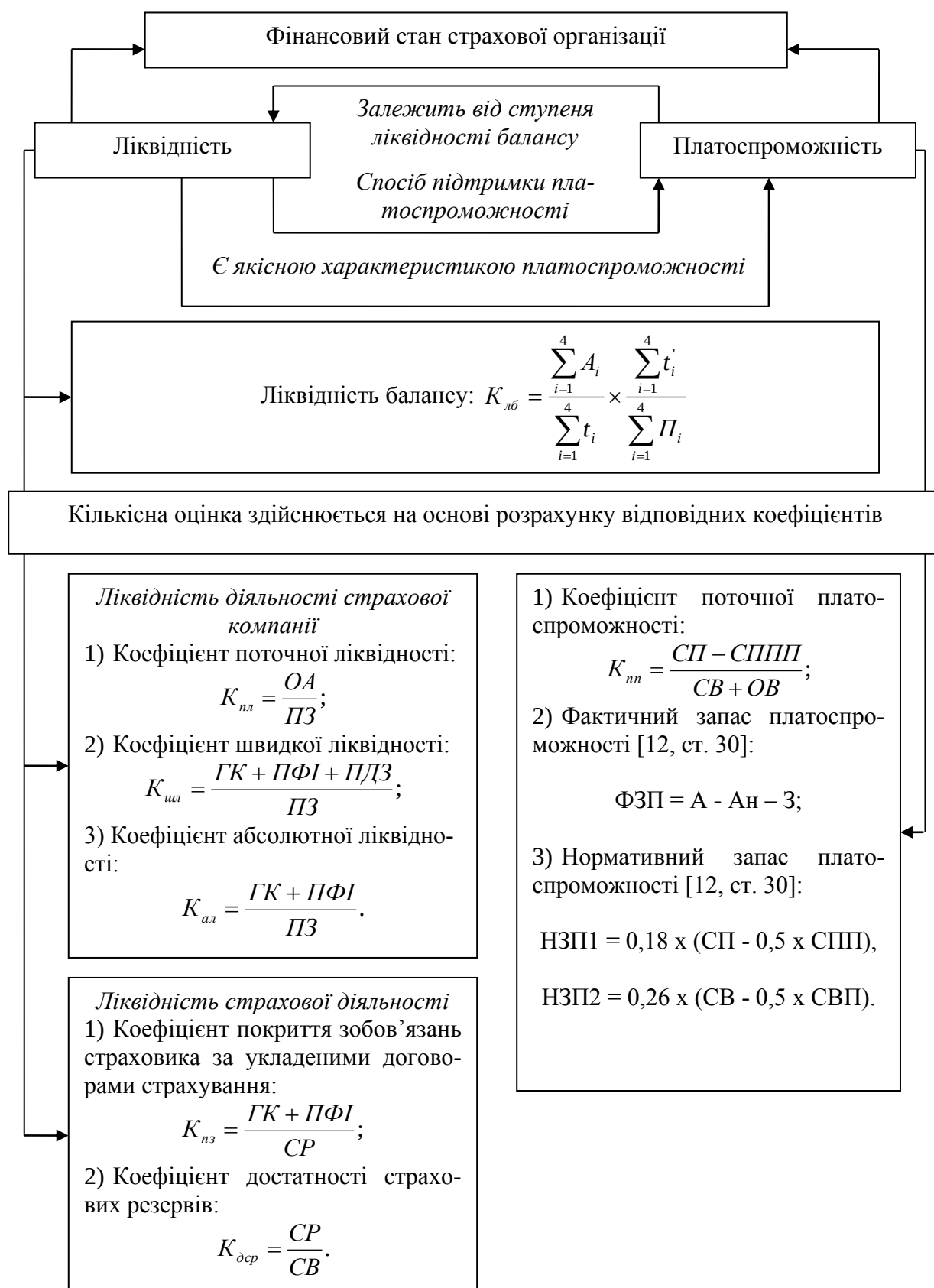


Рисунок 2 – Взаємозв'язок понять «ліквідність–платоспроможність» та їх кількісна оцінка в умовах страхових організацій
Розроблено авторами

Авторська систематизація показників оцінки ліквідності та платоспроможності страхової компанії

Назва показника	Формульне визначення	Сутнісна характеристика
1	2	3
<i>Ліквідність діяльності страхової компанії</i>		
Коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт покриття, коефіцієнт загальної ліквідності)	$K_{nl} = \frac{OA}{PZ},$ де OA – оборотні активи; PZ – поточні зобов'язання	показує здатність компанії погашати поточні (короткострокові, до одного року) зобов'язання тільки за рахунок поточних (оборотних) активів
Коефіцієнт швидкої ліквідності (коефіцієнт «критичної оцінки», проміжний коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт критичної ліквідності, «кислотний тест»)	$K_{шл} = \frac{ГК + ПФІ + ПДЗ}{PZ},$ де ГК – грошові кошти; ПФІ – поточні фінансові інвестиції; ПДЗ – поточна дебіторська заборгованість	показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена не лише за рахунок грошових коштів, але й за рахунок очікуваних надходжень
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{ал} = \frac{ГК + ПФІ}{PZ}$	показує здатність покривати поточні зобов'язання за рахунок грошових коштів і короткострокових фінансових вкладень
<i>Ліквідність страхової діяльності</i>		
Коефіцієнт покриття зобов'язань страховика за укладеними договорами страхування	$K_{nz} = \frac{ГК + ПФІ}{CP},$ де ГК – грошові кошти; ПФІ – поточні фінансові інвестиції; CP – страхові резерви (страхові зобов'язання) [12]	показує здатність погасити за рахунок найбільш ліквідних активів зобов'язання страхової компанії за укладеними договорами страхування
Коефіцієнт достатності страхових резервів	$K_{дср} = \frac{CP}{CB},$ де CB – сума страхових виплат	показує достатність страхових резервів страхової компанії для здійснення страхових виплат. Цей коефіцієнт може знижуватися, якщо страхова компанія здійснює неефективні інвестиції за рахунок страхових резервів
<i>Платоспроможність страхової компанії</i>		
Коефіцієнт поточної платоспроможності	$K_{nn} = \frac{СП - СППП}{CB + OB},$ де СП – сума страхових премій; СППП – сума страхових премій передана перестраховальникам; CB – сума страхових виплат; OB – сума операційних витрат	показує достатність коштів у вигляді отриманих страхових премій для покриття поточних витрат на здійснення страхових виплат та оплати поточних витрат на ведення справи (оптимальне значення >100%) [8]

1	2	3
Фактичний запас платоспроможності [12]	$\Phi ЗП = А - А_n - З,$ де $\Phi ЗП$ – фактичний запас платоспроможності (нетто-активи); A – загальна сума активів (рядок 1300 балансу); A_n – сума нематеріальних активів (рядок 1000 балансу); $З$ – загальна сума зобов'язань (сума рядків 1595, 1695 балансу)	
Нормативний запас платоспроможності	$НЗП1 = 0,18 \times (СП - 0,5 \times СПП),$ де $НЗП1$ – нормативний розрахунковий запас платоспроможності на підставі страхових премій; $СП$ – сума надходжень страхових премій протягом звітного періоду; $СПП$ – сума страхових премій, переданих у перестраховування протягом звітного періоду.	
	$НЗП2 = 0,26 \times (СВ - 0,5 \times СВП),$ де $НЗП2$ – нормативний розрахунковий запас платоспроможності на підставі страхових виплат; $СВ$ – сума страхових виплат, здійснених страховиком протягом звітного періоду; $СВП$ – сума страхових виплат, компенсованих перестраховиками протягом звітного періоду.	

Розроблено на основі [6, 8, 12, 19] та власними спостереженнями.

Стосовно третьої групи показників, авторами запропоновано доповнити розрахунк фактичного та нормативного запасу платоспроможності, що встановлено на законодавчому рівні, розрахунком коефіцієнта поточної платоспроможності, запропонованого дослідником Г.М. Кулиною. Це надасть всім зацікавленим особам більш повне уявлення про рівень поточної платоспроможності страхової організації.

Висновки. Спірні моменти та складність в дослідженнях питань оцінки ліквідності страхової організації викликані перш за все специфічністю діяльності цих суб'єктів господарювання. По друге, відсутністю погодженості щодо назви коефіцієнтів ліквідності, що призводить до штучного збільшення кількості показників, що зустрічаються у наукових публікаціях, а також іноді викликає непорозуміння та плутанину у термінології.

Таким чином, в результаті проведеного дослідження запропонована авторська систематизація показників оцінки ліквідності та платоспроможності страхової компанії з урахуванням надбань вітчизняних науковців та дослідників. Авторами існуючі показники

систематизовано в три групи, що дають чітке уявлення про ліквідність страхової компанії, як суб'єкта господарювання, ліквідність страхової діяльності та платоспроможність страхової організації.

Перспективу подальших досліджень становить розробка оптимальних значень коефіцієнтів, за якими оцінюється ліквідність страхової діяльності.

Література

1. Аналіз платоспроможності та ліквідності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/22graboveckij_finansovij_analiz_zvitnist/link-4/4.html.
2. Віленчук О. М. Методологічні засади інституціональних перетворень на ринку аграрного страхування / О. М. Віленчук. // Механізм регулювання економіки. – 2015. – №1. – С. 88–99.
3. Галасюк О. Аналіз фінансової звітності страхових компаній / О. Галасюк. // Економічний аналіз. – 2010. – №6. – С. 400–403.
4. Єрмошенко А. М. Методичний підхід до аналізу стресостійкості страхових компаній / А. М. Єрмошенко. // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №7. – С. 369–377.
5. Кнейслер О. Прагматизм фінансової стійкості страховика / О. Кнейслер. // Світ фінансів. – 2009. – №4. – С. 191–197.
6. Кравченко В. О. Розвиток методів аналізу платоспроможності страховика як складової фінан-

сової безпеки страхової компанії / В. О. Кравченко. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – №1. – С. 85–89.

7. Кривенцова А. М. Удосконалення оцінки фінансового стану страхових компаній в Україні / А. М. Кривенцова. // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2015. – №6. – С. 223–227.

8. Кулина Г. М. Теоретико-методичні засади оцінювання платоспроможності страхових компаній / Г. М. Кулина. // Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – 2015. – №5. – С. 885–889.

9. Ліквідні активи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://slovopedia.org.ua/38/53403/381289.html>.

10. Ліквідність [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123427&cat_id=123216.

11. Про затвердження Методики оцінки майна : Постанова КМУ від 10.12.2003 № 1891 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1554-2000-p>.

12. Про страхування : Закон України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-vr>.

13. Словник страхових термінів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://krayina.com/l/>.

14. Словник страхових термінів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.vuzlib.su/Str_O/slovnik.htm.

15. Словник страхових термінів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://iic.kharkov.ua/ua/slovnik-strahovih-terminiv>.

16. Сова О. Ю. Проблематика забезпечення фінансової стійкості страхових компаній [Електронний ресурс] / О. Ю. Сова // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні економічні дослідження» м. Краматорськ. 12 лютого 2017 року. – Режим доступу до ресурсу: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materia-li-konferentsij/sova_0011.pdf.

17. Ткаченко Н. В. Фінансова стійкість страхових компаній (методологія оцінки та механізми забезпечення) : дис. докт. ек. наук : 08.00.08 / Н. В. Ткаченко – Суми, 2011. – 418 с.

18. Ткаченко Н. В. Сучасний стан оцінки платоспроможності страхових компаній [Електронний ресурс] / Н. В. Ткаченко – Режим доступу до ресурсу: <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29635/26521>.

19. Чайка Т. Ю. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності за балансом, урахування фінансових і виробничих особливостей підприємства під час здійснення коефіцієнтного аналізу ліквідності / Т. Ю. Чайка, С. Є. Лошакова, Я. С. Водоріз. // Економіка і суспільство. – 2018. – №15. – С. 900–908.

20. Що таке ліквідність: інструкція з розрахунку коефіцієнта ліквідності, формули та аналіз з прикладами [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://itstatti.in.ua/16-finansy-ta-investytsii/561-likvidnist.html>

References

1. Analiz platospromozhnosti ta likvidnosti. Retrieved from: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/22graboveckij_finansovyj_analiz_zvitnist/link-4/4.html [in Ukrainian].

2. Vilenchuk, O.M. (2015). Metodolohichni zasady instytutsionalnykh peretvoren na rynku aharnoho strakhuvannia. Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky, (1), 88–99.

3. Halasiuk, O. (2010). Analiz finansovoi zvitnosti strakhovykh kompanii. Ekonomichniy analiz, (6), 400–403.

4. Iermoshenko, A.M. (2016). Metodychnyi pidkhd do analizu stresostiykosti strakhovykh kompaniy. Aktualni problemy ekonomiky, (7), 369–377.

5. Kneisler, O. (2009). Prahmatyzm finansovoi stiikosti strakhovyya. Svit finansiv, (4), 191–197.

6. Kravchenko, V.O. (2013). Rozvytok metodiv analizu platospromozhnosti strakhovyya yak skladovoi finansovoi bezpeky strakhovoi kompanii. Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu, (1), 85–89.

7. Kryventsova, A.M. (2015). Udoskonalennia otsinky finansovoho stanu strakhovykh kompanii v Ukrainy. Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova, (6), 223–227.

8. Kulyna, H.M. (2015). Teoretyko-metodychni zasady otsiniuvannia platospromozhnosti strakhovykh kompanii. Mykolaivskyi natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho, (50), 885–889.

9. Likvidni aktyvy. Retrieved from <http://slovopedia.org.ua/38/53403/381289.html>.

10. Likvidnist. Retrieved from https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123427&cat_id=123216.

11. Pro zatverdzhennia Metodyky otsinky maina: Postanova KМУ vid 10.12.2003 № 1891. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1554-2000-p>.

12. Pro strakhuvannia : Zakon Ukrainy. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-vr>.

13. Slovyk strakhovykh terminiv. Retrieved from: <https://krayina.com/l/>.

14. Slovyk strakhovykh terminiv. Retrieved from https://www.vuzlib.su/Str_O/slovnik.htm [in Ukrainian].

15. Slovyk strakhovykh terminiv. Retrieved from <https://iic.kharkov.ua/ua/slovnik-strahovih-terminiv>.

16. Sova, O.Iu. Problematyka zabezpechennia finansovoi stiikosti strakhovykh kompanii. Proceedings from: MIIM '17 Materialy III-d mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Suchasni ekonomichni doslidzhennia». m. Kramatorsk. Retrieved from https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materia-li-konferentsij/sova_0011.pdf.

17. Tkachenko, N.V. (2011). Finansova stiikist strakhovykh kompanii (metodolohiia otsinky ta mekhanizmy zabezpechennia). Doctor's thesis. Sumy.

18. Tkachenko, N.V. Suchasnyi stan otsinky platospromozhnosti strakhovykh kompanii. Retrieved from <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29635/26521>.

19. Chaika, T.Yu., Loshakova, S.Ye., & Vodoriz, Ya.S. (2018). Rozrakhunok koefitsientiv likvidnosti za balansom, urakhuvannia finansovykh i vyrobnychykh osoblyvostei pidpriemstva pid chas zdiisnennia koefitsi-

ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*И. Г. Абернихина, к. э. н., доцент, Национальная металлургическая академия Украины,**И. Г. Сокиринская, к. э. н., доцент, Национальная металлургическая академия Украины*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: анализа – при исследовании основных теоретических и методических подходов к оценке ликвидности и платежеспособности страховой организации; абстрагирования – при определении существенных характеристик ликвидности и платежеспособности; формализации – при определении коэффициента ликвидности баланса; обобщения – при установлении взаимосвязи понятий «ликвидность» и «платежеспособность», а также их количественной оценки в условиях страховых организаций.

Результаты. Охарактеризованы ключевые отличия категорий «ликвидность» и «платежеспособность». Обосновано, что ликвидность необходимо рассматривать как многоуровневую систему категорий, которая объединяет, в частности, понятия ликвидность активов, ликвидность баланса, ликвидность предприятия. Дополнена и углублена существующая в экономической литературе группировка активов по степени убывания ликвидности, а обязательств по степени срочности их погашения с учетом специфических активов и обязательств страховщика.

Отмечено, что в научных публикациях отсутствует несогласованность по количеству и названиям коэффициентов ликвидности, что приводит к искусственному увеличению количества показателей и усложняет процесс оценки ликвидности страховой организации. Кроме того, не все исследователи в своих предложениях учитывают наличие страховой составляющей. Аргументирована необходимость конкретизации, дальнейшей систематизации показателей оценки ликвидности и платежеспособности страховой организации.

Новизна. Усовершенствована формула для определения коэффициента ликвидности баланса с учетом существенных характеристик ликвидности, а именно: величины активов и времени их конвертации, а также величины обязательств и срока их погашения. Предложена авторская систематизация показателей оценки ликвидности и платежеспособности страховой компании с учетом достижений отечественных исследователей.

Практическая значимость. Существующие показатели, систематизированные авторами в три группы, дают четкое представление о ликвидности страховой компании, ликвидности страховой деятельности и платежеспособности страховщика.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, страховая компания, финансовое состояние, надежность и безопасность функционирования страховой компании.

LIQUIDITY AND SOLVENCY ASSESSMENT OF AN INSURANCE COMPANY

*I. H. Abernikhina, Ph. D (Econ.), Associate Professor, National Metallurgical Academy of Ukraine**I. H. Sokyrynska, Ph. D (Econ.), Associate Professor, National Metallurgical Academy of Ukraine*

Methods. The results are obtained through the use of methods: analysis – in the study of the basic theoretical, methodological approaches to assessing liquidity and solvency of an insurance organization; abstraction – in determining essential characteristics of liquidity and solvency; formalization – when determining the liquidity ratio; generalization – when establishing the relationship between the concepts of «liquidity» and «solvency» and their quantification for insurance companies.

Results. The key differences between the categories of «liquidity» and «solvency» are characterized. It is substantiated that liquidity should be considered as a multilevel system of categories that integrates, in particular, the concept of assets liquidity, balance sheet liquidity, liquidity of a company on the whole. The existing classification of assets by the liquidity reduction degree and liabilities according to the term of maturity has been supplemented and deepened, taking into account insurer's asset and liabilities specifics.

It is noted that there is no agreement on the number and name of liquidity ratios in scientific publications, that leads to an artificial increase in the number of indicators and complicates the process of an insurance organization liquidity assessing. In addition, not all the researchers consider the availability of an insurance component in their publications. The necessity to specify and further systematize the indicators of liquidity and solvency assessment of an insurance organization is substantiated.

Novelty. The formula for determining the balance sheet liquidity ratio has been improved, taking into account the essential characteristics of liquidity, namely the assets value and the time of their conversion, the magnitude of liabilities and their maturity. The author's systematization of liquidity and solvency assessment indicators of an insurance company is offered, taking into account the national scientists publications.

Practical value. The existing indicators are organized by authors into three groups, which gives a clear idea of the insurance company liquidity, the liquidity of the insurance activity and the insurer solvency.

Keywords: liquidity, solvency, insurance company, financial state, reliability and safety of an insurance company.

Надійшла до редакції 16.01.20 р.

СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ ТАРИФУ НА РОЗПОДІЛ ГАЗУ В СКЛАДІ ЦІНИ ГАЗУ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ

О. О. Столяр, аспірант, Івано-Франківський національний технічний університету нафти і газу, Stolar4@ukr.net, orcid.org/0000-0002-2128-1636

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок використання методу структурного аналізу. Цей метод дослідження статичних характеристик ієрархічно впорядкованої системи шляхом виділення в ній підсистем і елементів різного рівня дозволяє визначити відносини і зв'язки між ними. Об'єктом дослідження структурного аналізу в даному випадку є тариф на розподіл газу газорозподільними підприємствами як варіант впорядкованої системи, структура якої буде виявлена в процесі декомпозиції системи, що дозволить всебічно оцінити властивості системи в цілому.

Результати. Проаналізовано тариф як складову ціни газу для кінцевого споживача, що дало можливість розкрити його роль у процесах спеціалізації і комплексоутворення галузі, а також проаналізовано власну компонентну структуру такого тарифу, яка відобразила сукупність його функціональних компонентів. Проведено структурний аналіз на прикладі проектного тарифу на послуги розподілу природного газу ПАТ «Івано-Франківськгаз», розглянуто детально кожен складову планової тарифної виручки та виділено структурні співвідношення окремих складових. Визначено, що газорозподільні компанії законодавчо поставлені в умови самокупності на фоні значної регульованості державними органами в питаннях формування тарифу. Це зумовлює накопичення недоотриманої тарифної виручки роками, провокує неспроможність виконувати план розвитку через нестачу частини коштів. Але з іншого боку, розглянувши всі складові планового тарифу на досліджуваному підприємстві, розкрито складність та ієрархічність зв'язків, які діють у даній галузі.

Новизна. У ході розробки теоретичних та методичних аспектів для дослідження складових тарифу на розподіл газу газорозподільними підприємствами та вивчення місця такого тарифу в структурі ціни газу для споживачів з метою подальшого удосконалення механізму тарифоутворення на послуги таких компаній виявлено ключові елементи системи розподілу газу задля коректного визначення як складових, так і причинно-наслідкових зв'язків у процесі встановлення тарифу.

Практична значущість. Отримані результати структурного аналізу тарифу на розподіл газу у складі ціни газу для споживачів спрямовані на вивчення тарифоутворення на енергетичному ринку, особливо в контексті відносин відповідних елементів газорозподільної системи та кінцевих споживачів із подальшим врахуванням досвіду різних країн та регіонів, проблематики державно-регулюючого процесу.

Ключові слова: тариф на розподіл природного газу, газорозподільні компанії, структурний аналіз, планова тарифна виручка, планові виробничі витрати, ціна газу, послуги газорозподільних компаній.

Постановка проблеми. Головним енергетичним ресурсом є газ, питання формування ціни на який носить стратегічний характер. З одного боку для господарських суб'єктів це – сировинний ресурс, тому його вартість спричиняє рівень витрат товаровиробників і податкові надходження в бюджет

різного рівня. З іншого боку, рівень ціни на газ стає важливим фактором соціальної стабільності в регіонах, які характерні відмінними рівнями соціально-економічного розвитку. Такі умови актуалізують потребу глибокого дослідження особливостей формування тарифу на газ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основна увага в публікаціях українських вчених та практиків приділялася питанням управління підприємствами газотранспортної галузі та його удосконалення.

Як стверджується [1], недостатньо детально в існуючій науковій літературі висвітлено особливості застосування різних видів тарифів щодо окремих категорій споживачів, зокрема, для промислових і приватних до них споживачів, бюджетних організацій, установ централізованого теплопостачання, населення тощо, потребують додаткових досліджень і питання регулювання тарифів природних монополій, зокрема і в енергетичній сфері, про що свідчать публікації [2; 3; 4; 5; 6; 7].

Проте у всіх вищенаведених розробках неповністю визначено проблеми механізму тарифоутворення, зокрема у газорозподільних підприємствах.

Актуалізується та ініціюється газорозподільними підприємствами [8] необхідність перегляду складових тарифу на їх послуги та дослідження впливаючих факторів через різні обставини. Відповідно до статті 9 Закону України «Про природні монополії» [9] державне регулювання діяльності суб'єктів природних монополій здійснюється на основі принципів, зокрема самоокупності суб'єктів природних монополій. При цьому, відповідно до частини шостої статті 4 Закону України «Про ринок природного газу» тарифи, повинні бути встановленими з урахуванням належного рівня рентабельності. Отже, такі компанії завдяки реформуванню відносин із материнською НАК «Нафтогаз України» покладені в умови самоокупності, а тим самим потребують приведення тарифу на надані послуги розподілу газу до економічно обґрунтованого рівня задля належного фінансування власних витрат, забезпечення належного рівня заробітної плати працівників відповідно до середніх показників по промисловості, зменшення відтоку кваліфікованих кадрів, забезпечення належного фінансування плану заходів пов'язаних з утриманням системи газопостачання у надійному та безпечному стані, а також включення до структури тарифу витрат, обов'язковість сплати яких передбачена на законодавчому рівні, але без джерел їх фінансування.

Враховуючи вищенаведені умови та регульованість тарифу на послуги даних підприємств при удосконаленні механізму тарифоутворення, слід враховувати: ціну природного газу, який використовується на виробничо-технологічні витрати та власні потреби; вартість палива, матеріалів, електроенергії, комплектуючих; вартість послуг; витрат пов'язаних зі сплатою обов'язкових податків; рівень мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімум, середньої заробітної плати у інших галузях; наявність додаткових витрати, обов'язковість сплати яких передбачена нормативними документами, а джерела сплати – відсутні.

Літературний огляд та практичні реалії доводять, що за межами відомих досліджень залишився структурний аспект формування тарифу на послуги розподілу газу в цій галузі, вивчення всіх складових потребує уваги в умовах постійних змін через реформування та удосконалення відносин як між підприємствами досліджуваної галузі, так і у стосунку до кінцевих споживачів.

Формулювання мети статті. Мета даної статті полягає в розробці теоретичних та методичних аспектів для дослідження складових тарифу на розподіл газу газорозподільними підприємствами та вивчення місця такого тарифу в структурі ціни газу для споживачів для подальшого удосконалення механізму тарифоутворення на послуги розподілу газу газорозподільними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення поставленої цілі використаємо методику структурного аналізу. Цей метод дослідження статичних (сталих) характеристик ієрархічно впорядкованої системи шляхом виділення в ній підсистем і елементів різного рівня дозволяє визначити відносини і зв'язки між ними. Об'єктами дослідження структурного аналізу в даному випадку є тариф на розподіл газу газорозподільними підприємствами як представлений варіант впорядкованої системи, структура якої буде виявлена в процесі декомпозиції системи, що дозволить всебічно оцінити властивості системи в цілому.

Загалом структура – це такий спосіб сполучення (організації) будь-яких предметів (елементів) між собою, при якому утво-

рюється новий предмет, що має свої специфічні емерджентні (цілісні) властивості. Структурний аналіз – це метод дослідження, який полягає у виділенні окремих структур, що дозволяє всебічно вивчити складні суспільно об'єкти, їх функціональну структуру [10]. Сам механізм ціноутворення в енергетичній галузі, базується на сукупності певних, визначених наукою, науковцями, нор-

мативно-законодавчими актами чи рішеннями відповідних посадових осіб та регулюючих органів тощо, складових. В Україні на теоретично-законодавчому рівні визначено ціну на газ, як показник, що складається з вартості газу, вартості поставки, тарифу на транспортування магістральними трубопроводами, тарифу на транспортування розподільними трубопроводами (рис. 1).

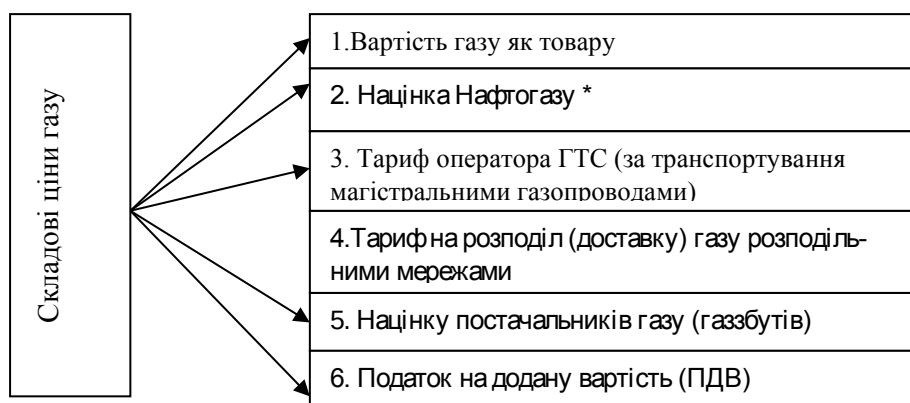


Рис.1 Структура ціни газу (сформовано автором на основі [11])

1. Вартість газу як товару на законодавчому рівні зафіксовано як таку, що [12] з 1 січня 2020 р. НАК «Нафтогаз України» здійснює продаж/постачання природного газу за цінами, що встановлюються продавцем (постачальником) і покупцем (споживачем), але не вище рівня, який, зокрема, враховує середньоарифметичне значення фактичних цін (End of Day) природного газу на наступну добу поставки газу (Day-Ahead and Weekend) на нідерландському газовому хабі (TTF) за період 1–22 числа місяця постачання газу відповідно до інформації біржі Powernext/EEEX, різницю (спред) між ціною на хабі TTF та кордоні України і тариф на послуги транспортування природного газу для точки входу в Україну на міждержавному з'єднанні з Польщею/Словаччиною/Угорщиною.

2. Націнка Нафтогазу [12]: «З 1 січня 2020 р. ціна придбання природного газу не може бути вищою за ціну продажу природного газу, визначену відповідно до пункту 13 цього Положення, за вирахуванням торговельної надбавки (націнки) НАК «Нафтогаз України» на рівні 1,917 відсотка зазначеної ціни.».

3. Тариф оператора ГТС (за транспортування магістральними газопроводами)

включає в себе вартість транспортування природного газу магістральними трубопроводами, його закачування до підземних сховищ, зберігання та відбір, а також виробничо-технічні втрати газу. Іншими словами, цей тариф визначається питомими витратами державної компанії ПАТ «Укртрансгаз» для забезпечення газом побутових потреб населення. Тариф на транспортування є диференційованим відповідно до територій ліцензованої діяльності підприємств з газопостачання та газифікації. Його розмір розраховується та встановлюється НКРЕКП. Загалом, тариф на послуги транспортування природного газу для точок входу і точок виходу – виражена у грошовій формі вартість забезпечення у планованому періоді замовнику обсягу замовленої потужності, вираженої в 1000 м³ (одиницях енергії) до одиниці часу в точках входу в газотранспортну систему та точках виходу з газотранспортної системи [13].

4. Тариф на розподіл (доставку) газу [14]: Вартість послуги розподілу природного газу визначається як добуток 1/12 річної замовленої потужності об'єкта (об'єктів) споживача на тариф, встановлений регулятором для відповідного оператора ГРМ із розрахунку місячної вартості одного кубічного

метра замовленої потужності. Рахунки з платою за доставку газу отримують всі клієнти операторів ГРМ, яким надано технічну можливість в будь-який час використовувати газ для своїх потреб. Кожний клієнт оператора ГРМ, підключений до газопроводу, має можливість використовувати газ будь-коли. Цілодобове забезпечення такої можливості для всіх клієнтів є обов'язком операторів ГРМ і фінансується за їх рахунок: відповідно до договору на розподіл (доставку) газу.



Рис. 2 Структура ціни газу для побутових споживачів з ПДВ (на прикладі 8,54892 грн. за куб. м на 1 листопада 2018), % [11]

При цьому важливим для оцінки зв'язку тарифо- та ціноутворення на енергетичному ринку є факт нарахування ПДВ на кожен складовий елемент даної системи.

При аналізі саме тарифоутворення на послуги газорозподільних компаній важливим є початкове визначення ключових елементів системи розподілу газу, задля коректного визначення як складових, так і причинно-наслідкових зв'язків в процесі встановлення тарифу.

Для порівняно глибокого пізнання цього тарифу, як досліджуваного об'єкта, слід проаналізувати компонентну структуру. Компонентна (точніше, функціонально-компонентна) структура об'єкта – це склад, сукупність його функціональних компонентів (галузей, видів діяльності, інтеграцій, агрегацій), які розкривають його роль в процесах спеціалізації і комплексоутворення (зовнішній і внутрішній аспекти функції).

В даній системі початковим елементом можна вважати оператора ГТС (газорозподільне підприємство), що транспортує газ магістральними газопроводами (розподільними мережами) від газорозподільної станції на

5. Націнку постачальників газу (газзбудів) (граничний рівень 2,5% від оптової ціни газу)

6. Податок на додану вартість, який нараховується у розмірі 20% від суми перелічених вище складових.

При всьому вищезазначеному складові ціни на газ для побутових споживачів розподілено таким чином (рис. 2).

відгалуженні магістралі до об'єкта споживача. За надання послуг такого характеру підприємство отримує відповідну складову роздрібної ціни – тариф на транспортування або розподіл.

В межах даного дослідження детальніше розглянемо газорозподільну компанію, як суб'єкта ринку у ролі оператора газорозподільної мережі.

Газорозподільні підприємства в Україні виникли в середині минулого століття в період масової газифікації. Вони створювалися для побудови газорозподільних мереж і їх експлуатації, також у їхню відповідальність було покладено весь комплекс робіт з безпечного та безперебійного постачання газу споживачам, в тому числі доставка та продаж.

У 2015 році такі компанії були реформовані за європейською моделлю: від них відокремили функцію продажу газу. Торгівлею зайнялися спеціальні компанії-постачальники, після чого газорозподільні підприємства перетворилися в операторів газорозподільних мереж (ГРМ). Тепер їхнє функціо-

нальне навантаження у наданні послуг із доставки і розподіл газу по мережах від магістральних газопроводів до кожного споживача. Також в компетенцію газорозподільних компаній-операторів ГРМ відноситься підтримка мережі та обладнання в робочому стані, приймання аварійних викликів і усунення аварійних ситуацій, що часто загрожують життю і здоров'ю людини, надавання послуг та консультації в центрах обслуговування клієнтів. Аварійно-диспетчерська служба операторів «ГРМ 104» забезпечує безпеку споживачів.

Затверджений Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП), Кодекс газорозподільних систем [15] визначає взаємовідносини оператора газорозподільних систем – газорозподільну компанію із іншими суб'єктами ринку природного газу, серед яких:

- оператори суміжних газорозподільних систем;
- газодобувні підприємства та виробники біогазу або інших видів газу з альтернативних джерел, які підключені (планують приєднатися) до ГРМ;
- споживачі, які підключені до ГРМ;
- постачальники природного газу, які планують чи здійснюють постачання природного газу споживачам, підключеним до газорозподільної системи оператора ГРМ;
- замовники приєднання власних об'єктів до ГРМ.

Також Кодекс визначає правові, технічні, організаційні та економічні засади функціонування газорозподільних систем з приводу здійснення послуг з розподілу природного газу.

Відповідно до визначення, зафіксованого у Типовому договорі розподілу природного газу [14], послуга з розподілу природного газу – це послуга оператора ГРМ, яка надається споживачу та включає в себе забезпечення цілодобового доступу споживача до газорозподільної системи і розподіл (переміщення) належного споживачу (його постачальнику) природного газу газорозподільною системою з метою його фізичної доставки до межі балансової належності об'єкта споживача.

При існуванні такої системи для споживачів актуалізується питання про встановлення тарифу на послугу з розподілу природного газу, а саме питання щодо виконавчих органів, які визначають вартість та щодо всіх складових елементів при тарифоутворенні, якими керуються газорозподільні компанії.

Тарифи на розподіл газу розраховуються і встановлюються НКРЕКП окремо для кожного газорозподільного підприємства, а роздрібні ціни на газ з урахуванням всіх тарифів і зборів для побутових споживачів (населення) з 1 травня 2019 року розрізняються залежно від зони обслуговування.

При чому з 1 квітня 2016 року набули чинності нові правила, за якими всі споживачі повинні оплачувати природний газ та послуги з його доставки за різними договорами: за використаний газ – компанії-постачальнику; за доступ до потужностей газових мереж – відповідному Оператору. За роздільними рахунками за газ і його доставку на сьогоднішній день платять всі споживачі. Для зручності таких споживачів рахунок постачальника зазвичай включає вартість транспортування і розподілу газу. Тариф на послуги розподілу природного газу – це грошове відображення вартості надання послуги за її кількісну одиницю.

Планована тарифна виручка – планований дохід суб'єкта господарювання на планований період для фінансування його обґрунтованих витрат, пов'язаних з наданням послуг розподілу природного газу. Дохід суб'єкта господарювання – це тарифна виручка отримана від надання послуг розподілу природного газу за установленим НКРЕКП тарифом.

Зокрема, структура тарифу – перелік елементів витрат суб'єкта господарювання при здійсненні відповідного виду діяльності, що групуються за елементами витрат собівартості відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 року № 318, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 19 січня 2000 року за № 27/4248, та витрат із прибутку [16].

Проведемо структурний аналіз на прикладі проектного тарифу на послуги розподілу природного газу, сформованого ПАТ «Івано-Франківськгаз» (без урахування

ПДВ) відповідно до Тимчасової методики визначення та розрахунку тарифу на послуги розподілу природного газу (підпункт 3 пункту 8.6 глави 8) (табл. 1)

Таблиця 1

Результат структурного аналізу на прикладі проектного тарифу на послуги розподілу природного газу, сформованого ПАТ «Івано-Франківськгаз» (без урахування ПДВ)

№ з/п	Показники (елементи витрат) річної планованої тарифної виручки	Значення показників, тис. грн.	Структурне співвідношення складових показників до значення тарифу на послуги розподілу природного газу, %
1	Тариф на послуги розподілу природного газу, грн за 1000 м ³	2 245,60	100
2	Планована тарифна виручка (дохід), усього	1 482 548,2	100
2.1	Плановані виробничі витрати, усього	1 340 338,3	90
2.1.1	Матеріальні витрати, усього	309 642,0	21
2.1.1.1	у т. ч.: вартість газу на технологічні та власні потреби	287 927,8	19
2.1.1.2	вартість матеріалів (паливо, електроенергія, витрати на ремонт, інші матеріальні витрати)	21 714,3	1
2.1.2	Витрати на оплату праці	374 602,0	25
2.1.3	Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування	82 412,0	6
2.1.4	Амортизаційні відрахування	25 298,9	2
2.1.5	Інші витрати, усього	548 383,4	37
2.1.5.1	повідка та ремонт лічильників	4 300,0	0
2.1.5.2	витрати, пов'язані з експлуатацією газорозподільних систем, власником яких є держава	13407,6	1
2.1.5.3	витрати на оплату оператору газотранспортної системи обсягу замовленої потужності в точках виходу з газотранспортної системи	109 855,6	7
2.1.5.2	інші витрати *	420 820,2	28
2.1.6	Витрати на встановлення індивідуальних лічильників газу населенню	0,0	0
2.1.7	Сервісні центри з повірки та ремонту лічильників газу	0,0	0
2.2	Прибуток, усього	142 209,9	10
2.2.1	у т. ч. податок на прибуток	75 200,1	5
2.2.2	прибуток на капітальні вкладення	0,0	0
Довідково: Обсяг розподілу природного газу, усього, 660,2 тис. куб. м			

Джерело: розраховано за: [17]

Проектний тариф на послуги розподілу природного газу газорозподільними компаніями регулюється НКРЕКП. Відповідно до Тимчасової методики [18] такий тариф включає планову тарифну виручку, що забезпечить рівень рентабельності у розмірі 10,6%.

При цьому, із планованої суми прибутку вираховується податок на прибуток у сумі 75200,1 тис. грн. відповідно до вимог Податкового кодексу, а решта сума прибутку (67009,8 тис. грн., або 5% від планованих виробничих витрат) буде використана товариством на поточні та додаткові зобов'язання, зокрема для:

– забезпечення виплат працівникам соціального характеру, передбаченого умовами Колективного договору;

– забезпечення інших платежів та зобов'язань, які виникають в результаті провадження діяльності з розподілу природного газу.

Структурний зріз планової виручки газорозподільного підприємства для забезпечення потрібної прибутковості має вигляд (рис 3.)

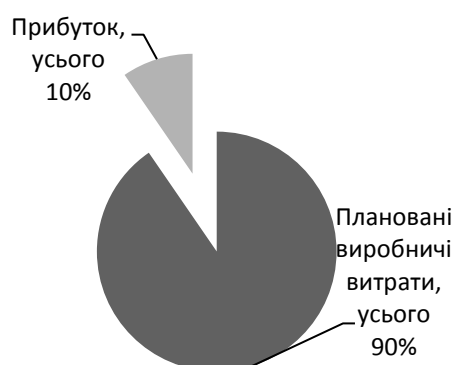


Рис.3 Структура планової тарифної виручки (сформовано автором на основі [17])

Як видно на рисунку 3, планові виробничі витрати складають велику долю, розглянемо їх структуру окремо детальніше (рис. 4).

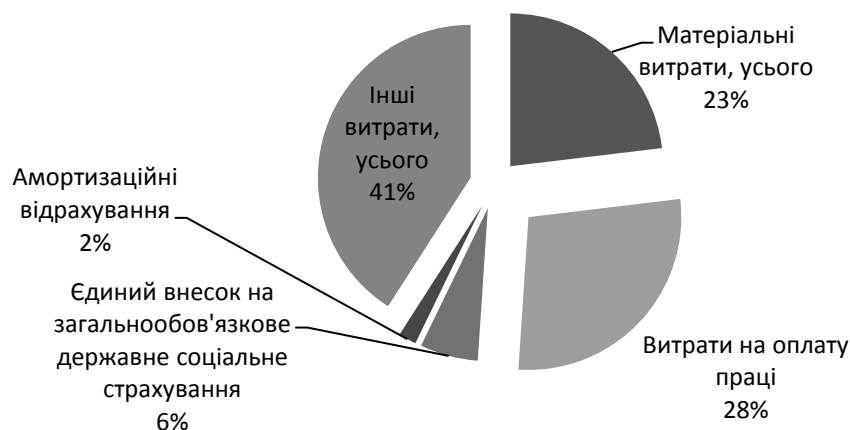


Рис.4 Структура планових виробничих витрат (сформовано автором на основі [17])

Згідно проектному тарифу на 2019 рік розгляданої газорозподільної компанії матеріальні витрати (паливно-мастильні матеріали, електроенергія, комплектуючі, тощо) складають 23 % від загальної суми планових виробничих витрат. Зокрема, матеріальні витрати даного підприємства у структурному відношенні складається із двох складових [16]:

1) витрати у сумі 21714,3 тис. грн. (7% від загальної суми матеріальних витрат – 309642 тис. грн.), розрахована виходячи з їх потреби для забезпечення виробничо-господарської діяльності з урахуванням прогнозованих цін на матеріали, паливо, електроенергію, тощо та з урахуванням прогнозованого індексу інфляції на 2019 рік, передбаченого

постановою КМУ від 11.07.2018 № 546 «Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2019–2021 роки»;

2) витрати у частині вартості природного газу, який використовується на виробничо-технологічні та власні потреби (послуга балансування) (93 % від загальної суми матеріальних витрат – 309642 тис. грн.), ці витрати у сумі 287927,8 тис. грн. розраховані виходячи з фактичних обсягів ВТВ, які склалися у продовж останніх років у кількості 30,365 млн. куб. м та обсягів газу на власні потреби у кількості 0,412 млн.куб.м та діючої у грудні 2018 року ціни послуги балансування природного газу у розмірі 9355,3 грн. за 1000 куб. м. (рис. 5)



Рис.5 Структура матеріальних витрат (сформовано автором на основі [17])

Повернемося до розгляду рис. 4. Крім матеріальних витрат з їх складовими, до планових виробничих витрат відносять витрати на оплату праці (28 % від загальної суми 1340338,30 тис. грн. планових виробничих витрат). Розрахунок витрат на оплату праці, проведено відповідно до вимог розділу 6 Тимчасової методики розрахунку тарифу, що враховує показники [16; 18]:

- середню заробітну плату в розрахунку на одного штатного працівника, зайнятого у промисловості;

- прогнозованого річного індексу зростання номінальної заробітної плати та індексу споживчих цін у середньому до попереднього року відповідно до основних прогнозних макрпоказників економічного і соціального розвитку України на 2019 рік (постанова КМУ від 11 липня 2018 р. № 546).

Для розрахунку витрат на оплату праці застосований приведений рівень середньої заробітної плати, який обчислено на основі середньої заробітної плати у розрахунку на одного штатного працівника за січень-жовтень 2018 р. по промисловості і який склався в регіоні за січень-жовтень 2018 р. (9425 грн.) та коефіцієнта її росту розрахованого виходячи з прогнозованих індексів на 2019 р. Розрахунок витрат на оплату праці проведено з урахуванням оптимальної для забезпечення діяльності з надання послуг розподілу чисельності персоналу у кількості 2284 осіб.

При цьому слід зазначити, що фактична (оптимальна) чисельність персоналу становить 80% від нормативної, потреба якої розрахована виходячи з обсягів робіт при обслуговуванні, утриманні та експлуатації газорозподільних мереж (протяжності газових мереж, кількості ГРП, ШРП, БРТ, станцій катодного захисту, систем хімзахисту, вузлів

обліку газу, споживачів, автотранспорту, тощо) з урахуванням періодичності їх обслуговування та затверджена штатним розписом товариства. Отже, витрати на оплату праці плануються у сумі 374602 тис. грн. Рівень середньомісячної заробітної плати одного штатного працівника фактично зайнятого наданням послуги розподілу планується у розмірі 13668 грн., що дозволяє зменшити відтік кваліфікованих кадрів, адже упродовж останніх років плінність кадрів через низький рівень оплати праці складає близько 15%, тобто щорічно звільняється близько 320 осіб [16].

Витрати у частині «нарахування на заробітну плату» – це наступна складова, що становить 6 % від загальної суми планових витрат даної газорозподільної компанії (рис. 4). Величина витрат розрахована виходячи зі ставки єдиного соціального внеску, встановленого законодавством у розмірі 22,0% від витрат на оплату праці.

Амортизаційні відрахування – 2 % від загальної суми планових витрат товариства, що надає послуги із розподілу газу. Величина витрат планується на рівні фактичної (бухгалтерської) амортизації 2018 р. При цьому слід зазначити, що планована у тарифі величина амортизації є джерелом інвестицій для Плану розвитку на 2019 р. Найбільшу частку 41 % від суми планових виробничих витрат становлять інші витрати [16], серед яких:

1. Витрати у частині відрахування плати за надане в експлуатацію державне майно, що обліковується на балансі Оператора. Величина витрат у сумі 13407,6 тис. грн. розрахована відповідно до умов Договору, укладеного між Міністерством енергетики та вугільної промисловості України (Орган Управління) та ПАТ «Івано-Франківськгаз» (Оператор) від 24 травня 2017 р. №

240517/08-Іф-ГРМ «Договір експлуатації газорозподільних систем або її складових» у розмірі 10% від залишкової вартості державного майна. При цьому для розрахунку застосована залишкова вартість державного майна у сумі 134075816,5 грн., яка узгоджена сторонами договору (протокол наради від 20 березня 2018 р., лист Міністерства енергетики та вугільної промисловості України №31,3-ВИХ/401-18 від 23.03.2018 р.).

2. Витрати по сплаті внесків на регулювання (НКРЕКП), які плануються відповідно до Порядку розрахунку та встановлення ставки внесків на регулювання, затверджених постановою НКРЕКП від 06.04.2017 р. № 491. Величина витрат розрахована на основі планованого доходу (планованої тарифної виручки) та ставки внесків на регулювання (0,1%), передбаченого постановою НКРЕКП і становить 1482,0 тис. грн., яка у проекті тарифу включена до елемента «Інші витрати».

3. Витрати на заміну лічильників та створення їх обмінного фонду. Необхідність у таких витратах пов'язана з виконанням значних обсягів робіт по повірці побутових лічильників газу населенню, які виконуються відповідно до вимог ЗУ «Про метрологію та метрологічну діяльність» та заміною лічильників газу, як таких, що не відповідають вимогам комерційного обліку після проведення їх повірки (вимоги гл. 8 розділу X Кодексу ГРМ, яким передбачено створення обмінного фонду приладів обліку газу в межах 3 % від встановленої кількості приладів обліку у населення). Планована сума коштів на створення обмінного фонду лічильників дозволить поповнити обмінний фонд лічильників, що, в свою чергу, скоротить витрати, підвищить продуктивність праці та збільшить обсяги робіт, пов'язаних з повіркою побутових лічильників газу населенню. Крім того, плановані витрати на заміну лічильників дадуть можливість провести їх заміну у населення, як таких що не відповідають вимогам комерційного обліку за результатами їх повірки, що сприятиме частковому зменшенню втрат природного газу при його вимірюванні побутовими лічильниками. При цьому планована сума коштів розрахована у сумі 16276,6 тис. грн, яка є джерелом Плану розвитку на 2019 р., і у проекті тарифу включена до елемента «Інші витрати».

4. Витрати на оплату оператору газотранспортної системи обсягу замовленої потужності в точках виходу з газотранспортної системи. Величина витрат у сумі 109855,6 тис. грн. розрахована виходячи з тимчасових тарифів на послуги транспортування природного газу для внутрішніх точок входу і точок виходу в/з газотранспортну(ої) систему(и) на перший рік другого регуляторного періоду для АТ «УКРТРАНСГАЗ», затверджених постановою НКРЕКП від 21.12.2018 року у розмірі 157,19 грн. за 1000 куб. м на добу та планованих обсягів надходження природного газу у кількості 698,87 млн.куб.м.

5. Витрати на капітальні вкладення. Відповідно до частини першої статті 42 Закону України «Про ринок природного газу» з метою забезпечення безпеки, надійності, регулярності та якості постачання природного газу газорозподільною системою та з урахуванням законодавства з питань охорони довкілля та ефективності енергозбереження, оператор газорозподільної системи розробляє та щорічно подає на затвердження Регулятору план розвитку газорозподільної системи на наступні 10 років. Враховуючи те, що система газопостачання області експлуатується зі значно перевищеними термінами її експлуатації, виникає потреба у виконанні значних обсягів робіт пов'язаних з заміною та капітальним ремонтом системи газопостачання. Тих коштів, які з року у рік передбачалися структурою тарифів у частині амортизаційних відрахувань у сумі 17561,6 тис. грн. є недостатньо для утримання системи газопостачання у надійному стані. Отже, для забезпечення безпеки, надійності, регулярності та якості постачання природного газу газорозподільною системою, а саме заходів, передбачених Планом розвитку газорозподільної системи плануються витрати на капітальні вкладення у сумі 50597,8 тис.грн., що у проекті тарифу включена до елемента витрат «Інші витрати».

6. Витрати у частині послуги балансування. Зазначена витрати базуються на розрахунку втрат природного газу при його вимірюванні побутовими лічильниками у разі неприведення обсягу газу до стандартних умов. За таких умов розрахункова величина втрат складає 7874,091 тис.куб.м що в грошовому еквіваленті з застосуванням вартості

послуги балансування, яка склалася за грудень 2018 року у сумі 9355,3 грн. за 1000 куб. м, становитиме 73664,4 тис.грн. без ПДВ, яка у проекті тарифу включена у елемент витрат «Інші витрати».

7. Витрати у частині погашення реструктуризованої заборгованості за природний газ. Зазначені витрати плануються у сумі 23860,0 тис. грн., що відповідають річній сумі оплати з забезпечення поточних зобов'язань перед НАК «Нафтогаз України» та ДК Газ України, відповідно до Договорів на реструктуризацію заборгованості, зокрема:

- перед ДК Газ України у частині сплати реструктуризованої заборгованості у сумі 7660,0 тис.грн. у рік, відповідно до Закону України від 12.05.2011 року №3319/VI;

- перед НАК «Нафтогаз України» у сумі 16200 грн. у рік.

Зазначені витрати включені у проект тарифу у елемент витрат «Інші витрати».

8. Компенсація недоотриманої тарифної виручки на оплату за ВТВ та власні за 2014–2018 рр. Діючі протягом 2014–2018 років тарифи на послуги розподілу природного газу не забезпечували покриття фактично понесених витрат як у цілому для забезпечення експлуатаційної діяльності, так і у частині складової тарифу «вартість природного газу використаного на ВТВ та власні потреби» (послугу балансування).

Така ситуація склалася з незалежних від товариства причин, і спричинена двома факторами впливу, це падіння обсягів природного газу у порівнянні з затвердженими тарифними та різниця у цінах, яка склалася між фактичною ціною придбання природного газу для потреб ВТВ та власних (послуга балансування) та ціною, яка була врахована у діючих тарифах, що в свою чергу призвело до виникнення заборгованості за природний газ (послугу балансування) використаний на ВТВ та власні потреби.

Незважаючи на те, що починаючи з квітня 2015 року, НКРЕКП у структуру тарифу включає дві її складові, а саме: «Компенсація різниці в цінах на ВТВ за 2014 рік та І квартал 2015 року» та «Компенсація недоотриманої тарифної виручки у зв'язку із зменшенням обсягів розподілу природного газу у 2014 році», отримання яких відповідно

до протокольного рішення НКРЕКП мали цільове використання, тобто направлялися виключно на погашення заборгованості за ВТВ перед НАК «Нафтогаз України», що відповідно підтверджено актом перевірки, але цих фактично отриманих коштів було недостатньо для проведення повних розрахунків. Так, на сьогодні непогашеною є заборгованість перед НАК «Нафтогаз України» у сумі 44778,7 тис. грн. з урахуванням ПДВ. Крім цього, у 2015 - 2018 роках із-за невідповідності рівня встановлено тарифу, що зумовлено різницею у ціні придбання обсягів газу для потреб ВТВ та власних (послуги балансування) у порівнянні з закладеною у тарифах, товариство знову у продовж цих років недоотримує значних сум коштів для фінансування цих витрат. При цьому, тільки у 2016 році, внаслідок збільшення обсягів розподілу за рахунок Бурштинської ТЕС, товариству було достатньо коштів для фінансування витрат у частині вартості газу для ВТВ та власних потреб..

З огляду на зазначене, за період 2014–2018 роки, частина вартості природного газу (послуга балансування), який використаний на ВТВ та власні потреби залишається без джерел фінансування, а це кошти розраховані з $K=1$ у сумі 224970,9 тис. грн. без урахування ПДВ, що і пропонується до відшкодування, що у проекті тарифу включена до елемента витрат «Інші витрати».

Висновки. Тож проаналізувавши детально кожен складову планової тарифної виручки на прикладі ПАТ «Івано-Франківськгаз» та виділивши структурне співвідношення окремих складових, можна підвести результати.

Газорозподільні компанії законодавчо покладені в умови самоокупності на фоні значної регульованості державними органами в питаннях формування тарифу. Це зумовлює накопичення недоотриманої тарифної виручки роками (2014–2019 роки) і провокує неспроможність виконувати план розвитку через нестачу частини коштів із тарифу. Але з іншого боку, розглянувши всі складові планового тарифу на досліджуваному підприємстві, можна відчувати всю складність та ієрархічність зв'язків, які діють у даній стратегічній галузі, де газорозподільні

підприємства мають свою історію розвитку і функціонального навантаження.

Результуючи дослідження тарифо- та ціноутворення на енергетичному ринку, особливо в контексті відносин відповідних елементів газотранспортної системи та кінцевих

споживачів, важливо в подальшому розглянути досвід різних країн та регіонів, адже проблематика стосується саме державно-регулюючого процесу.

Література

1. Лінчевський М. П. Аналіз методик, що застосовуються при розрахунку тарифів на транзит та транспортування газу в країнах ЄС та в Україні / М. П. Лінчевський, О. Е. Луцук, Н. М. Лінчевська // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. – 2012. – № 2 (32). – С. 53–59.

2. Венгер В. В. Державне регулювання цін на продукцію природних монополій / В. В. Венгер // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 82.

3. Проблемы совершенствования цен и тарифов в газовой промышленности / [В. Д. Щекина, В. А. Корнеева, З. Г. Акулова и др.] // Проблемы экономики газовой промышленности: сборник статей. – М. : Газоил пресс, 2001. – 352 с.

4. Система цен и эффективность хозяйствования / [В. И. Тарасов, В. Г. Герасимова, П. П. Мезян и др.] – Минск : Наука и техника, 1991. – 248 с.

5. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика / Э. А. Уткин. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 1998. – 224 с.

6. Фурман И. Дифференциация цен на газ в зависимости от режимов газопотребления / И. Фурман // Газовая промышленность. – 1997. – №6. – С. 7–9. 169.

7. Цапулин А. И. Цены и ценообразование в системе маркетинга: Учебное пособие / А. И. Цапулин. – М. : Филинъ, 1998. – 448 с.

8. ПАТ «Івано-Франківськгаз» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>

9. Закону України «Про природні монополії» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14>

10. Роль структурного аналізу в суспільній географії / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/795-rol-strukturnogo-analizu-v-suspilnij-geografiji>

11. Ціни на природний газ для населення / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://104.ua/ua/gas-and-money/id/tarifi-na-transportuvannja-gazu-8780>.

12. Постанова «Про внесення змін до «Положення про покладення спеціальних обов'язків на суб'єктів ринку природного газу для забезпечення загальносуспільних інтересів у процесі функціонування ринку природного газу»» / <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/17-2020-p>

13. Постанова «Про затвердження «Методики визначення та розрахунку тарифів на послуги транспортування природного газу для точок входу і точок

виходу на основі багаторічного стимулюючого регулювання» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1384-15>

14. Постанова «Про затвердження «Типового договору розподілу природного газу» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1384-15>

15. КОДЕКС газорозподільних систем / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1379-15>

16. Обґрунтування щодо необхідності перегляду тарифу на послуги розподілу природного газу на 2019 рік для ПАТ «Івано-Франківськгаз» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>

17. Розрахунок тарифу (ПРОЕКТ) на послуги розподілу природного газу на 2019 рік для ПАТ «Івано-Франківськгаз» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>

18. Про затвердження «Тимчасової методики визначення та розрахунку тарифу на послуги розподілу природного газу» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0389874-18>

Reference

1. Linchevsky, M.P., Lutsyk, O.E., & Linchevska, N.M. (2012). Analiz metodyk, shcho zastosovuiutsia pry rozrakhunku taryfiv na tranzyt ta transportuvannia hazu v krainakh ES ta v Ukraini. Naukovyy visnyk Ivano-Frankivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu nafty i hazu, 2 (32), 53-59.

2. Venher, V.V. (2005). Derzhavne rehuliuвання tsin na produktsiyu pryrodnykh monopoliy. Finansy Ukrainy, (3). 82.

3. Shchekina, V.D., Korneeva, V.A., Akulova, Z.G. «et. al.» (2001). Problemy sovershenstvovaniya tsen i tarifov v gazovoy promyshlennosti. Proceedings of: Problemy ekonomiki gazovoy promyshlennosti. Moskva: Gazoyl press.

4. Tarasov, V.I., Gerasimova, V.G., Mezyan, P.P. «et. al.» (1991). Sistema tsen i effektivnost khozyaystvovaniya. Minsk: Nauka i tekhnika.

5. Utkin, E.A. (1998). Tseny. Tsenoobrazovanie. Tsenovaya politika. Moskva: Assotsiatsiya avtorov i izdateley «Tandem», Izdatelstvo EKMOS.

6. Furman, I. (1997). Differentsiatsiya tsen na gaz v zavisimosti ot rezhimov gazopotrebleniya. Gazovaya promyshlennost. (6), 7-9.

169. Furman, I.Ya. (2001). Uchyt rezhymov gazopotrebleniya v tsenakh na gaz. Proceedings of: Problemy ekonomiki gazovoy promyshlennosti. Moskva: Gazoil press.
7. Tsapulin, A.I. (1998). Tseny i tsenoobrazovanie v sisteme marketinga. Moskva: Filin.
8. PAT «Ivano-Frankivskhaz». Retrieved from <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>
9. Zakon Ukrainy «Pro pryrodni monopolii». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14>
10. Rol strukturnoho analizu v suspilnij heohrafii. Retrieved from <http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/795-rol-strukturnogo-analizu-v-suspilnij-geografiji>
11. Tsiny na pryrodnyy gaz dlia naselennia. Retrieved from 104.ua <https://104.ua/ua/gas-and-money/id/tarifi-na-transportuvannja-gazu-8780>
12. Postanova «Pro vnesennia zmin do «Polozhennia pro pokladennia spetsialnykh oboviazkiv na subiektiv rynku pryrodnogo hazu dlia zabezpechennia zahalnosuspilnykh interesiv u protsesi funktsionuvannia rynku pryrodnogo hazu». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/17-2020-p>
13. Postanova «Pro zatverdzhennia «Metodyky vyznachennia ta rozrakhunku taryfiv na posluhy transportuvannia pryrodnogo hazu dlia tochk vkhodu i tochk vykhodu na osnovi bahatorichnoho stymuliuuuchoho rehuliuivannia». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1384-15>
14. Postanova «Pro zatverdzhennia «Typovoho dohovoru rozpodilu pryrodnogo hazu». / Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1384-15>
15. KODEKS hazorozpodilnykh system. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1379-15>
16. Obhruntuvannia shchodo neobkhdnosti perehliadu taryfu na posluhy rozpodilu pryrodnogo hazu na 2019 rik dlia PAT «Ivano-Frankivskhaz». Retrieved from <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>
17. Rozrakhunok taryfu (PROEKT) na posluhy rozpodilu pryrodnogo hazu na 2019 rik dlia PAT «Ivano-Frankivskhaz». Retrieved from <https://if.104.ua/ua/services/zaplatiti-za-gaz/tarifi-na-gaz/id/proekt-strukturi-tarifu-na-poslugi-z-rozpodilu-pri-32390>
18. Pro zatverdzhennia «Tymchasovoi metodyky vyznachennia ta rozrakhunku taryfu na posluhy rozpodilu pryrodnogo hazu». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0389874-18>

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ТАРИФА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ГАЗА В СОСТАВЕ ЦЕНЫ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*О. А. Столяр, аспирант, Ивано-Франковский национальный технический университет
нефти и газа*

Методология исследования. Результаты получены за счет использования метода структурного анализа. Этот метод исследования статических характеристик иерархически упорядоченной системы путем выделения в ней подсистем и элементов разного уровня позволяет определить отношения и связей между ними. Объектом исследования структурного анализа в данном случае является тариф на услугу распределения газа газораспределительными предприятиями как вариант упорядоченной системы, структура которой будет обнаружена в процессе декомпозиции системы, позволяющие всесторонне оценить свойства системы в целом.

Результаты. Проанализирован тариф распределения как составляющая цены газа для конечного потребителя, что позволило раскрыть его роль в процессах специализации и комплексообразования области, также проанализирована собственная компонентная структура тарифа, которая отразила совокупность его функциональных компонентов. Проведен структурный анализ на примере проектного тарифа на услуги распределения природного газа ОАО «Ивано-Франковскгаз», рассмотрена каждая составляющая плановой тарифной выручки и выделены структурные соотношения отдельных ее составляющих.

Определено, что газораспределительные компании законодательно помещены в условия самокупаемости на фоне значительной регулируемости государственными органами вопросов формирования тарифа. Это приводит к накоплению недополученной тарифной выручки годами, провоцирует неспособность выполнять план развития из-за нехватки части средств. Но с другой стороны, рассмотрев все составляющие планового тарифа на исследуемом предприятии, раскрыты сложность и иерархичность связей, действующих в данной отрасли.

Новизна. В ходе разработки теоретических и методических аспектов для исследования составляющих тарифа на распределение газа газораспределительными предприятиями и изу-

чения места такого тарифа в структуре цены газа для потребителей с целью дальнейшего совершенствования механизма тарифообразования на услуги таких компаний выявлены ключевые элементы системы распределения газа для корректного определения как составляющих, так и причинно-следственных связей в процессе установления тарифа.

Практическая значимость. Полученные результаты структурного анализа тарифа на распределение газа в составе цены газа для потребителей направлены на изучение тарифообразования на энергетическом рынке, особенно в контексте отношений соответствующих элементов газораспределительной системы и конечных потребителей с дальнейшим с учетом опыта различных стран и регионов и проблематики государственно-регулирующего процесса.

Ключевые слова: тариф на распределение природного газа, газораспределительные компании, структурный анализ, плановая тарифная выручка, плановые производственные затраты, цена газа, услуги газораспределительных компаний.

STRUCTURAL ANALYSIS OF GAS DISTRIBUTION AS A PART OF GAS PRICE FOR CONSUMERS

O. O. Stoliar, post-graduate student, Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University

Methods. The results are obtained through the use of structural analysis techniques. This method of studying the static characteristics of a hierarchically ordered system by allocating it subsystems and elements of different levels allows one to determine the relationships and links between them. The object of structural analysis research in this case is the gas distribution tariff for gas distribution companies as a variant of an orderly system, the structure of which will be revealed in the process of decomposition of the system, which allow to evaluate comprehensively the properties of the system as a whole.

Results. This tariff is analyzed as a component of the price of gas for the end consumer, which made it possible to reveal its role in the processes of specialization and complex formation of the industry, also its own component structure of such tariff is analyzed, which reflected the totality of its functional components. A structural analysis is carried out on the example of the project tariff for natural gas distribution services of PJSC «Ivano-Frankivskgas», each component of the planned tariff revenue is examined in detail, and structural relationships of individual components are highlighted.

It has been determined that the gas distribution companies are legislated in terms of self-sufficiency against the background of considerable regulation by the state bodies in matters of tariff formation. This causes the accumulation of under-received tariff revenue over the years, provokes the inability to execute the development plan due to lack of funds. On the other hand, considering all the components of the planned tariff in the enterprise under study, the complexity and hierarchy of the relationships that operate in the industry are revealed.

Novelty. During the development of theoretical and methodological aspects, key elements of the gas distribution system were identified for the correct determination as components, and cause and effect relationships during the tariff setting process for the study of the components of the gas distribution tariff by gas distribution companies and the study of the place of such tariff in the structure of the gas price for consumers in order to further improve the mechanism of tariff formation for the services of such companies.

Practical value. The results of the structural analysis of the gas distribution tariff as a part of the gas price for consumers are aimed at studying the tariff formation in the energy market, especially in the context of relations between the relevant elements of the gas distribution system and end consumers in the future, taking into account the experience of different countries and regions and the problems of state-regulatory process.

Keywords: natural gas distribution tariff, gas distribution companies, structural analysis, planned tariff revenue, planned production costs, gas price, services of gas distribution companies.

Надійшла до редакції 20.01.20 р.

КРИТЕРІАЛЬНА МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Т. В. Куваєва, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
kuvaiava.t.v@nmu.one, orcid.org/0000-0002-8796-3189*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: теоретичного узагальнення – при визначенні сутності категорії «маркетинг партнерських відносин»; логіко-аналітичних – при встановленні єдності й відмінності стратегічних цілей підприємств у партнерстві; методи економічного аналізу діяльності підприємств – при обґрунтуванні показників досягнення стратегічних цілей партнерства; стандартні методи багатокритеріальної оптимізації.

Результати. Встановлено, що участь підприємств у партнерстві може бути обумовлена отриманням низки цінностей. Показано, що існують різні підходи до систематизації даних цінностей. Виявлено, що такими цінностями можуть бути змінні, які впливають на успіх відносин, як-то економічні, технічні, службові, соціальні вигоди, а також поведінкові та стратегічні аспекти. Доведено, що для формування стратегії взаємодії підприємств на засадах маркетингу партнерських відносин в Україні доцільно використовувати одночасно декілька загальноприйнятих моделей врахування мотивів. Обґрунтовано критеріальну модель мультифакторного оцінювання результативності партнерських відносин для повного врахування цілей підприємства через формування оцінки результативності за мотивами, що пов'язують з виробничими, логістичними, маркетинговими процесами, та групу показників, що оцінюють взаємовідносини.

Новизна. У процесі дослідження встановлено диференціацію та індивідуальність стратегічних цілей підприємств при участі у партнерстві, що призводить до різноспрямованості векторів їхньої діяльності і потребує комплексного оцінювання ефективності партнерських відносин.

Практична значущість. Запропоновано методологічний підхід оцінювання ефективності маркетингу партнерських відносин для підприємства на базі досягнення цільового значення участі підприємства у партнерстві та подальшого коригування маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетинг партнерських відносин, результативність партнерства, відносини, збалансована ситема показників, маркетингові цінності, логістичні мотиви, виробничі мотиви, маркетингові мотиви, стратегічні цілі, партнерство, стратегія взаємодії.

Постановка проблеми. Протягом останніх років однією з характерних тенденцій у машинобудівельному комплексі України є реструктуризація підприємств, які мали повний виробничий цикл на середні та, частково, малі підприємства [1]. Усі вони є технологічно-спеціалізованими підприємствами, тому що виникли шляхом розділення стадій технологічного процесу між окремими підприємствами. Сектор малих та се-

редніх підприємств відіграє ключову роль в економіці всіх країн світу. Ці суб'єкти становлять основу для розвитку національної та глобальної економіки. Розуміючи, що між такими підприємствами різних галузей економіки виникають бізнес-відносини – продаж товарів та послуг, виробництво товарів чи надання послуг тощо – виникає необхідність вибору найбільш раціональних стратегій взаємодії.

Паралельно з процесами реструктуризації відбувається процес створення нових малих і середніх підприємств, які спрямовані на виробництво новітньої продукції як за призначенням, так і за технологією виробництва [2]. Діяльність таких підприємств характеризується динамічною зміною зовнішнього середовища, і тому проблема їх стійкого розвитку в умовах мінливого ринку, зміни структури промисловості та невизначеності економічної ситуації набуває для них першочергового значення. Це спонукає їх до пошуку партнерів для формування стійких каналів забезпечення і збуту на основі мережових структур.

Завдяки зростанню конкуренції та за умов динамічності зовнішнього середовища більшість компаній визначили маркетинг партнерських відносин як одну із стратегій збереження та покращення відносин із клієнтами для сприяння розвитку компанії. Особливу актуальність у цьому напрямку набуває пошук надійних партнерів і своєчасне коригування таких відносин, спираючись на об'єктивне оцінювання результативності взаємодії з ними. Таке оцінювання повинне спиратися на повноту досягнення підприємством його цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ідея формування кооперативних, а не конкурентних відносин з постачальниками з'явилася в літературі кілька десятиліть тому [3]. Особливостям використання стратегій співпраці присвячено чимало досліджень [4–9]. Переважна більшість вчених розглядали цю проблему з точки зору отримання конкурентної переваги, що, у першу чергу, стосується мінімізації витрат взаємодії [4; 5]. Лише порівняно нещодавно акцент змістився на застосування партнерства для формування стратегії розвитку підприємства [6]. При цьому дослідники для опису стратегій співпраці використовують різні варіації назви, серед яких співробітництво, кооперація, альянси, партнерство тощо. Варіації також з'явилися в галузі маркетингу під назвою реляційний маркетинг, маркетинг відносин або маркетинг партнерських відносин [7].

Маркетинг партнерських відносин – одна зі стратегій взаємодії, яку компанії застосовують у своєму бізнесі, змушуючи себе

та своїх партнерів наближатися до клієнтів, щоб створити цінність та перетворити проблеми клієнтів у рішення, а не просто здійснювати діяльність з продажу [8]. Компанії приймають стратегії взаємовідносин, що містять маркетингові програми, які сприятимуть позитивній поведінці споживачів, змушуючи їх робити вибір на користь компанії. Практикуючі компанії повинні приймати правильне рішення щодо вибору стратегії взаємодії з партнерами.

Дослідження взаємозв'язків партнерів в основному прагнули пояснити природу відносин і зосередити увагу на визначенні якості відносин, але було знехтувано тим, що динаміка відносин може відрізнятися залежно від різних технологічних зв'язків між фокусною компанією та членами ланцюга поставок. Більше того, відносини у ланцюгу поставок можуть також відрізнятися залежно від типу придбаного товару. Так, у дослідженнях [9] основний акцент було зроблено тільки на якості відносин, а саме довірі. Довіра часто виникає у багатьох дослідженнях як ключове питання, що визначає успіх чи інше зусилля щодо співпраці в ланцюгу постачань. Однак довіра – неоднозначне і складне явище, яке вміщує в себе й інші аспекти взаємодії партнерів.

В інших роботах було досліджено відносини з позиції декількох цінностей [10; 11; 12]. Андерсон Дж., Джайн Д. виділяють чотири класи вигод від відносин: економічні, технічні, службові та соціальні вигоди [10]. В інших дослідженнях [11] доводиться, що цінність відносин включає економічний, поведінковий та стратегічний аспекти. Форд Д. та МакДауелл Р. стверджують, що значення відносин виходить за рамки тільки фінансового виміру [12]. Вони наголошують на тому, що цінності залежать від потреб учасників партнерства та пропонують розглядати такі форми цінності взаємовідносин, як передача знань, підвищення репутації та доступ до мережі. У дослідженнях Метцера Дж., Ачрола С. та Гіндлаха Г. взаємовідносини між підприємствами розглядаються з позиції аспектів опортунізму, довіри і прихильності [13]. Вони вказують на те, що оцінка можливостей використання маркетингу партнерських відношень не повинна обмежуватися потенційною рента-

бельністю клієнтів, але й розширюється до факторів, які можуть посилити або зменшити прихильність партнерів з обміну.

У дослідженнях [14] зроблена проба аналітичного опису взаємовідносин між партнерами з позицій рівня прихильності продавця і покупця, але автори обмежилися лише загальними аналітичними виразами.

Кожна з наведених моделей розглядає вузьке коло питань, на підставі яких формується обґрунтування доцільності партнерства. У той же час проведені дослідження [15] показали, що для формування стратегії партнерства підприємств в Україні доцільно використовувати одночасно декілька загальноприйнятих моделей.

Таким чином, стратегія в партнерстві має декілька завдань, які мають спільну мету. Даний підхід передбачає розробку комплексної оцінки результативності партнерства як ступіня досягнення встановлених цілей взаємодії для формування стійких взаємовідносин між партнерами.

Таким чином має місце нагода в розробці принципів оцінювання результативності партнерських відносин для кожного з підприємств партнерів, виходячи з саме його стратегічних інтересів.

Формулювання мети статті. Обґрунтувати інструментарій формування критеріальної моделі мультифакторного оцінювання результативності партнерських відносин для промислового підприємства, що базується на його стратегічних цілях участі у партнерстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз проведених досліджень показав, що компанії можуть ідентифікувати чотири різні форми цінності: особисту цінність, фінансову цінність, цінність знань та стратегічну цінність. У той же час стає зрозумілим, що особиста цінність може включати й фінансову й всі інші. Це залежить від стратегічних цілей підприємства. Спираючись на цю перспективу, запропоновано для повного врахування цілей підприємства використовувати більш плюралістичний підхід, де окремий інструментальний випадок розглядається з цілої низки пояснювальних критеріїв. Крім того, запропоновано в деяких випадках використовувати й інші змінні, які впливають на мету участі у партнер-

стві. На наш погляд, така систематика допомагає практикам і вченим зрозуміти природу цінності партнерських відносин.

Відтак показники оцінювання результативності партнерства кожним окремим партнером обираються самостійно відповідно до специфіки його діяльності та стратегічних цілей участі у партнерстві. За стандартизованим підходом вони можуть обиратися за системою KPI або BSC [16; 17]. Ці системи дають можливість кожному з підприємств-партнерів сформулювати комплекс показників, що оцінюють результативність за різними групами мотивів (логістичними, виробничими, маркетинговими тощо) та є основними для даного підприємства і кореспондуються з їхніми цінностями.

Мотиви, що пов'язані з виробничими процесами. Дана група мотивів передбачає покращення показників, що пов'язані з перетворенням ресурсів в кінцевий продукт. Це стосується аспектів роботи обладнання та експлуатації виробничих площ і приміщень. Тому, пропонується наступні показники (більш характерні для виробника):

– ритмічність виробництва [18]:

$$K_{\text{рт}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (BП_{\text{фi}} - BП_{\text{п}})^2}{n}}}{BП_{\text{п}}}, \quad (1)$$

де $BП_{\text{фi}}$ – кількість робочих часів обладнання або фактичний випуск товарної продукції у періоді (доба, місяць, квартал); $BП_{\text{п}}$ – середнє значення завдання за графіком у періоді (доба, місяць, квартал); n – кількість періодів, що оцінюються (кількість завдань виробничої програми).

Якщо $0,9 \leq K_{\text{рт}} \leq 1$, то виробництво є ритмічним, якщо $0,8 \leq K_{\text{рт}} < 0,9$, то ритмічність середня. Виробництво є неритмічним при $K_{\text{рт}} < 0,8$.

– ступінь використання виробничих потужностей [18]:

$$K_{\text{вп}} = \frac{BП_{\text{фi}}}{BП_{\text{п}}}, \quad (2)$$

– точність виконання виробничого графіка [24];

За нормативними даними встановлюють тривалість виробництва певної кількості

продукції. Причому розраховують мінімальну $t_{\min}$, найбільш ймовірну $t_{\text{впр}}$ та максимальну $t_{\max}$:

$$T_{\text{вп}} = \frac{T_{\phi}}{(t_{\min} + 4t_{\text{впр}} + t_{\max})/6}, \quad (3)$$

де T_{ϕ} – фактичний час, витрачений на виконання роботи за певний період; $t_{\min}$ – час на виконання роботи за сприятливих умов за певний період; $t_{\text{впр}}$ – найбільш ймовірна оцінка часу на виконання роботи за певний період; $t_{\max}$ – час на виконання роботи за несприятливих умов за певний період.

Чим ближче даний показник до одиниці, тим точніше виконується виробничий графік.

Мотиви, що пов'язані з логістичними процесами. Показники даної групи мотивів відображають покращення результатів діяльності підприємства у сфері отримання, зберігання та розподілу ресурсів та товарів, а саме дії з сировиною і матеріалами, їхнім зберіганням, обліком запасів, розрахунки з поставальниками; розподіл і фізична доставка товару покупцям, а саме, складування готових виробів, фізичне поводження з ними, використання транспортних засобів, обробка замовлень й складання графіків руху. Такими показниками можуть бути:

– складські витрати [19]:

$$B_{\text{скл}} = B_{\text{скл}}^{\text{пост}} + B_{\text{скл}}^{\text{зм}} \times M_{\text{зап}}, \quad (4)$$

де $B_{\text{скл}}^{\text{пост}}$ – постійні витрати на утримання складу; $B_{\text{скл}}^{\text{зм}}$ – змінні витрати на одиницю запасу щодо утримання власного складського приміщення; $M_{\text{зап}}$ – рівень запасу.

– своєчасність поставок продукції [19]:

Даний показник відображає рівень дотримання підприємством-виробником умов поставок:

$$K_{\text{св}} = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n \frac{N_{\text{сві}}}{N_{\text{загі}}}}, \quad (5)$$

де $N_{\text{сві}}$ – кількість своєчасно виконаних замовлень;

$N_{\text{загі}}$ – загальна кількість замовлень.

– кількість по кожній позиції в закупівлі та на складі:

$$K_3 = n, \quad (6)$$

де n – кількість одиниць по кожній товарній позиції в закупівлі:

$$K_c = m, \quad (7)$$

m – кількість одиниць по кожній товарній позиції на складі.

– кількість разів, коли певний товар був відсутній на складі за період:

$$T_{\text{від}} = v, \quad (8)$$

де v – кількість разів за певний період, коли товар був відсутній на складі.

Мотиви, що пов'язані з маркетинговими процесами. Дана група мотивів передбачає покращення показників у сфері купівлі – продажу товару, просування його на ринок, збутових операцій, маркетингових аспектів ціноутворення, маркетингових показників діяльності на ринку та дій, що підвищують або підтримують цінність продукту, такі як сервісне та гарантійне обслуговування:

– витрати взаємодії [20]:

$$B_{\text{вз}} = B_{\text{ін}} + B_{\text{вп}} + B_{\text{вим}} + B_{\text{укл}} + B_{\text{мон}} + B_{\text{зп}}, \quad (9)$$

де $B_{\text{ін}}$ – усі витрати, що несе підприємство до укладання договору. Першочергово, це витрати, які пов'язані з пошуком інформації про потенційного партнера; $B_{\text{вп}}$ – витрати, що пов'язані з проведенням переговорів щодо умов взаємодії, наприклад, заробітна плата робітника підприємства (торгового агента), що відповідає за пошук партнерів; $B_{\text{вим}}$ – витрати, що пов'язані з процедурами виміру атрибутів товарів або послуг з метою оцінки відповідності заявленої якості; $B_{\text{укл}}$ – витрати, що пов'язані безпосередньо з укладанням угоди між сторонами; $B_{\text{мон}}$ – витрати, що пов'язані з моніторингом умов угоди та дотриманням усіх пунктів договору; $B_{\text{зп}}$ – витрати, що пов'язані зі захистом прав сторін (судові витрати у разі невиконання умов договору тощо).

– кількість повторних замовлень (частка клієнтів, які повторно звертаються за замовленнями) [20]:

$$q = \frac{Q_{\text{повт}}}{Q_{\text{заг}}}, \quad (10)$$

де $Q_{\text{повт}}$ – кількість клієнтів, що повторно звертаються за замовленнями; $Q_{\text{заг}}$ – загальна кількість клієнтів.

– індекс лояльності клієнтів [20].

Знаходження індексу лояльності пропонується здійснювати за методикою NPS (*Net Promoter Score*). Відповідно до даної методики, вимірювання індексу лояльності передбачає отримання відповідей від партнерів на питання «Яка ймовірність того, що Ви порекомендуєте компанію для співпраці?». Для оцінки ступеня прихильності використовується 10-бальна шкала, де 0 відповідає відповіді «Ні в якому разі не буду рекомендувати», а 10 – «Обов'язково порекомендую». На основі отриманих оцінок всі споживачі поділяються на 3 групи: 9–10 балів – прихильники (*promoters*) компанії, 7–8 балів – нейтральні клієнти, 0–6 балів – критики (*detractors*).

Індекс NPS розраховується за формулою:

$$NPS = \frac{K_{\text{прих}} - K_{\text{крит}}}{K_{\text{респ}}} \cdot 100\%, \quad (11)$$

де $K_{\text{респ}}$ – кількість респондентів; $K_{\text{прих}}$ – кількість прихильників; $K_{\text{крит}}$ – кількість критиків.

– індекс задоволеності клієнтів [21].

Даний показник пропонується знаходити за методикою «Needs&Gaps». Респонденту пропонується оцінити ступінь важливості та задоволеності певними характеристиками за 5-ти бальною шкалою, де 1 – *взагалі не важливо*, а 5 – *дуже важливо*. Для оцінки задоволеності використовується та ж сама шкала, проте з наступною інтерпретацією: 1 – *повністю не задоволений*, а 5 – *повністю задоволений*.

Такий підхід дозволяє, по-перше, відокремити «зону дефіциту» та «зону задоволених потреб». *Зона дефіциту* містить аспекти взаємодії підприємства, що мають високу важливість для партнерів та одночасно низький ступінь задоволеності. *Зона задоволених потреб* містить ті елементи, що мають високу важливість для партнерів і одночасно високий ступінь задоволеності.

По-друге, такий підхід дозволяє встановити загальний індекс задоволеності з урахуванням вагомості кожного критерію. Знайти загальний індекс задоволеності можна наступним чином:

$$p_i = \frac{B_i}{\sum_{j=1}^n B_j}, \quad (12)$$

де B_i – оцінка важливості i -того критерію;

$\sum_{j=1}^n B_j$ – сума оцінок важливості за усіма критеріями;

p_i – вагомість кожного критерію;

$$I_{\text{задов}} = \sum_{i=1}^n \left(\frac{Z_i}{5} \cdot p_i \right) \cdot 100\%, \quad (13)$$

де Z_i – задоволеність i -тим критерієм.

Якщо $I_{\text{задов}}$ наближається до 100%, то це говорить про високий рівень задоволеності споживачем діяльністю підприємства.

– зміна частки ринку:

$$d = \frac{\mathcal{C}_{\text{факт}} - \mathcal{C}_{\text{баз}}}{\mathcal{C}_{\text{баз}}}, \quad (14)$$

де $\mathcal{C}_{\text{факт}}$ – частка підприємства в аналізованому періоді; $\mathcal{C}_{\text{баз}}$ – частка підприємства в базисному періоді;

– коефіцієнт співпраці з клієнтами [21]:

$$K_{\text{сп}} = \frac{\sum_{i=1}^n R_i}{R_{\text{заг}}}, \quad (15)$$

де R_i – термін співпраці i -того клієнта; $R_{\text{заг}}$ – термін присутності компанії на ринку; n – кількість клієнтів.

Причому для кожного з партнерів перелік даних показників може відрізнятися. Забезпечення ефективного товароруку від постачальника до споживача вимагає координацію різних сфер діяльності підприємства. Логістика забезпечення, розподілу та складська логістика є елементами одного цілого – переміщення матеріального потоку. Тому, неекономія витрат на одному з даних елементів може забезпечити зниження витрат в інших сферах діяльності, тим самим забезпечуючи реалізацію інших мотивів, наприклад виробничих. Зменшення простою обладнання, зменшення товарних запасів, своєчасна доставка, збільшення оборотності складських запасів, перехід на використання системи управління запасами точно в строк, поліпшення системи планування закупівлі

товарів, чітке дотримання замовлень клієнтів є також показниками оцінки вигідності участі у партнерстві. Так, як це було доведено вище [22], одним з основних чинників, за якими досягається ефект при партнерстві підприємств машинобудування, (компанії, яка виробляє витратні комплектуючі) з її партнерами, є зменшення обсягу одиничних партій постачання і підвищення частоти їх постачання, що важко реалізувати без встановлення партнерських відносин з логістичною компанією. Реалізація маркетингових мотивів – мінімізація числа втрачених клієнтів, збільшення прибутковості операцій з клієнтами, дозволяє вийти на показники взаємовідносин.

Група показників, що оцінюють взаємовідносини, аналізується окремо, оскільки є ключовою при формуванні партнерських відносин і є складновимірюваною. Взаємовідносини – це процеси, які розкриваються через дії підприємств-партнерів, а також яким чином виконуються ці дії. Вони охоплюють неформальні стримуючі механізми, що формують міжособистісну взаємодію [23]. Тому нами запропоновано виокремити показники відносин, як-то:

- довіра;
- ступінь прихильності;
- опортунізм;
- прозорість у прийнятті рішень;
- справедливість тощо.

До цього ж спонукає складність їх виміру та необхідність переводу з якісних показників до кількісних та подальше нормування. Аналіз існуючих підходів до оцінки взаємовідносин показав, що сьогодні використовуються, як правило, методи експертних оцінок. Головною перевагою даних методів слугує використання висновків на всіх етапах аналізу та оцінка якісних показників. Тому взаємовідносини оцінюються експертним шляхом.

Отже, основними властивостями партнерства були встановлені дві групи показників його результативності та відносини, що формуються у процесі взаємодії.

Як зазначалося вище, вибір конкретних показників щодо результативності залежить від об'єктивних параметрів, таких як ємність ринку, темпи його розвитку, рівень конкуренції тощо, а також від суб'єктивних,

наприклад, важливість мотиву у ієрархії цінностей підприємства.

Після визначення чинників взаємодії кожного учасника партнерства, формується система показників результативності вибору стратегії. При цьому розраховується як поточні, так і бажані значення показників, які підприємство планує досягти в результаті участі у партнерстві. Встановлене цільове значення є індикатором досягнення необхідного результату щодо участі підприємства у партнерстві.

Наявність множин показників, за якими оцінюють досягнення цілей партнерства, потребує визначення як чисельної оцінки кожного окремого показника, так інтегральної оцінки успішності досягнення цілей партнерства для кожного з підприємств учасників каналу забезпечення та збуту продукції.

Механізм оцінки результативності партнерства дозволяє порівнювати різні значення показників при існуванні багатьох критеріїв, за якими можна проводити таке порівняння. Такий підхід, з одного боку, дозволяє перевести порівняння в область кількісних оцінок, а з іншого сторони, визначає основні причини відхилень. Кількісна оцінка будь-якого показника може бути здійснена безпосередньо за результатами його виміру, або, якщо така оцінка не може бути встановлена, то – через експертну оцінку. Успіх партнерства для підприємства визначається кількома ключовими факторами успіху (ключовими показниками результативності діяльності). Кожен з даних показників має свою вагу: чим важливіше показник, тим він більший.

Нехай $\psi(i, j)$ є чисельним значенням j -го показника i -ого мотиву, який при формуванні каналу забезпечення та збуту продукції на засадах партнерських відносин, має для поточного підприємства значення $\psi_{п_0}(i, j)$. Саме ж підприємство ставить мету досягнення, завдяки участі очікує, що в результаті партнерства цей показник досягне бажаного значення $\psi_M(i, j)$.

Тоді поточну відносну ступінь досягнення мети за цим показником – $\zeta_{п}(i, j)$, можна визначити так:

$$\varsigma_{\Pi}(i, j) = \begin{cases} \frac{\psi_{\Pi}(i, j)}{\psi_{\Pi_0}(i, j)} & \text{при } \psi_{\Pi}(i, j) > \psi_{\Pi_0}(i, j) \\ \frac{\psi_{\Pi}(i, j)}{\psi_{\Pi}(i, j)} & \text{при } \psi_{\Pi}(i, j) < \psi_{\Pi_0}(i, j) \end{cases}, \quad (16)$$

де $\psi_{\Pi}(i, j)$ – поточне чисельне значення j -го показника i -ого мотиву.

Вочевидь, відносний ступінь досягнення мети за показником $\psi(i, j)$ на момент формуванні каналу забезпечення та збуту продукції на засадах партнерських відносин – $\varsigma_{\Pi_0}(i, j)$, має значення менше за одиницю.

Для отримання інтегральної оцінки треба визначитися з ваговим коефіцієнтом кожного з показників, так щоб:

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^{m_i} \chi(i, j) = 1, \quad (17)$$

де $\chi(i, j)$ – ваговий коефіцієнт показника $\psi(i, j)$, n – кількість мотивів, за якими оцінюється успішність партнерства, m_i – кількість показників i – того мотиву, за яким оцінюється успішність партнерства.

Слід зазначити, що вагові коефіцієнти показників можуть визначатися безпосередньо, але ж при загальній великій чисельності таких показників вони можуть визначатися в два етапи – спочатку визначається ваговий коефіцієнт i -ого мотиву – χ_i , так, що:

$$\sum_{i=1}^n \chi_i = 1, \quad (18)$$

потім – ваговий коефіцієнт j -го показника у i -му мотиві – χ_j , так, що:

$$\sum_{j=1}^{m_i} \chi_j = 1, \quad (19)$$

а потім вже вираховується $\chi(i, j)$:

$$\chi(i, j) = \chi_i \cdot \chi_j. \quad (20)$$

Таким чином, інтегральна оцінка для підприємства ступеня досягнення мети партнерства – $\mathfrak{I}_{\text{пт}}$, розраховується за формулою:

$$\mathfrak{I}_{\text{пт}} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^{m_i} (\chi(i, j) \cdot \varsigma_{\Pi}(i, j)). \quad (21)$$

Дана інтегральна оцінка використовується як для поточного аналізу ступеня досягнення мети партнерства, так і для остаточного контролю для прийняття рішень щодо доцільності участі підприємства у такому партнерстві або доцільності зміни типу відносин. Певна річ, для підсумкового контролю визначається його періодичність – $T_{\text{к-п}}$.

Слід додати, що при визначенні інтегрального індексу ефективності партнерства необхідно також перевіряти по кожному показнику виконання нерівності:

$$\varsigma_{\Pi}(i, j) \geq \varsigma_{\Pi_0}(i, j), \quad (22)$$

де $\varsigma_{\Pi_0}(i, j)$ – рівень досягнення мети при формуванні/переформатуванні партнерських відносин.

Коли дана нерівність не виконується для певного показника, то це є приводом додаткової уваги саме до цього показника навіть при задовільній інтегральній оцінці. Результати підсумкового контролю застосовуються для коригування подальшої маркетингової стратегії підприємства.

Висновки. Доведено, що в сучасних умовах ведення бізнесу, формування стратегії взаємодії підприємств машинобудування з ключовими партнерами, що заснована на маркетингу партнерських відносин є одним з основних шляхів утримання клієнтів та формування конкурентних переваг.

Проведений аналіз останніх досліджень показав, що сьогодні партнерські відносини розглядаються з позиції декількох цінностей, таких як економічні, технічні, службові та соціальні вигоди. Проте, у той же час моделі, що описують стан таких відносин, засновані на більш якісних характеристиках, таких як довіра та обмежуються лише загальними аналітичними виразами.

В результаті було зроблено висновок, що хоча кожен із цих наборів цінностей є важливим, проте навіть разом вони є недостатніми для пояснення типу поведінки взаємодії партнерів. В результаті цих спостережень, запропоновано оцінювати результативність партнерства за двома взаємопов'язаними групами, які визначали б успіх співпраці. Це результативність, що включає різні групи мотивів в залежності від стратегічних цілей підприємства, та показники якості взаємовідносин, що включає такі аспекти, як

довіра, опортунізм, ступінь прихильності тощо. Такий підхід дозволяє всебічно оцінити партнерські відносини підприємства та забезпечити коригування подальших дій підприємства в залежності від встановлених стратегічних цілей співпраці.

Напрями подальших досліджень повинні ґрунтуватися на оцінці результативності партнерства і визначенні напрямів коригування стратегій взаємодії з позиції досягнення цілей підприємства від участі у партнерстві та врахуванні чинників зовнішнього середовища підприємств-партнерів на їхню подальшу взаємодію.

Література

1. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Моніторинг реєстраційних даних українських компаній [Електронний ресурс]. – URL: <https://opendatabot.ua/>
3. Farmer D., Macmillan K. The benefits of reducing opportunism in buyer-supplier relationships / D. Farmer, K. Macmillan // *Purchasing and Supply Management*. – 1978. – P. 10–13.
4. Harrigan K. Joint ventures and competitive strategy / K. Harrigan // *Strategic management journal*. – 1988. – P. 141–158. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wiggo.com/mgmt8510/Readings/Readings12A/harrigan1988smj.pdf>
5. Barclay D. Organizational Buying Outcomes and Their Effects on Subsequent Decisions / D. Barclay // *European Journal of Marketing*. – 1992. – P. 48–64. DOI: 10.1108/03090569210012417
6. Yang Q. How do an alliance firm's strategic orientations drive its knowledge acquisition? Evidence from Sino-foreign alliance partnership / Q. Yang, Y. Liu, Y. Li // *Journal of Business & Industrial Marketing*. – 2019. – Vol. 34. – No. 2. – P. 505–517. DOI: 10.1108/JBIM-05-2018-0158
7. Shaw R. Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing / R. Shaw // *J Direct Data Digit Mark Pract*. – 2002. – No. 3. – P. 291–292. DOI: 10.1057/palgrave.im.4340142
8. Vanags A. Partnership strategy model for small and medium enterprises / A. Vanags, A. Ābelīņa, R. Zvirgzdiņa // *Problems and Perspectives in Management*. – 2018. – No. 16(1). – P. 336–347. DOI: 10.21511/ppm.16(1).2018.33
9. Brown J. Is the theory of trust and commitment in marketing relationships incomplete? / J. Brown, J. Crosnob, P. Tongc // *Industrial Marketing Management*. – 2019. – Vol. 77. – P. 155–169. DOI: 10.1016/j.indmarman.2018.10.005
10. Anderson J. Customer Value Assessment in Business Markets: A State-of-Practice Study / J. Anderson, D. Jain, P. Chintagunta // *Journal of Business-to-Business Marketing*. – 1993. – No. 1. – P. 3–29.
11. Wilson D. Understanding the Value of a Relationship / D. Wilson, S. Jantrania // *Asia-Australia Marketing Journal*. – 1996. – No. 2 (1). – P. 55–66.
12. Ford D. Managing Business Relationships by Analyzing the Effects and Value of Different Actions / D. Ford, R. McDowell // *Industrial Marketing Management*. – 1999. – No. 28 (5). – P. 429–442.
13. Gundlach G. The Structure of Commitment in Exchange / G. Gundlach, R. Achrol, J. Mentzer // *Journal of Marketing*. – 1995. – P. 78–92.
14. Fruchter G., Sigué S. Transactions vs. Relationships: What Should the Company Emphasize? [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.biu.ac.il/soc/sb/papers/fruchter/2.pdf>
15. Решетілова Т. Вибір інноваційної маркетингової стратегії промислового підприємства на засадах партнерства / Т. Решетілова, Т. Куваєва // *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки: наук. журн.* – 2017. – Вип (2). – С. 130–135.
16. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский и др. // М. : ЗАО Олимп – Бизнес. – 2004. – 409 с.
17. Kaplan R. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / R. Kaplan, D. Norton // *Harvard Business Review*. – 1992. – Vol. 70. – No. 1. – P. 71–79.
18. Тарасюк Г. Планування діяльності підприємства / Г. Тарасюк, Л. Шваб // *Навч. пос.. К. : Каравела*. – 2003. – 432 с.
19. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник / Є. Крикавський // Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». – 2004. – 448 с.
20. Фэррис П. Маркетинговые показатели пер. с англ. А. Шамрай. / П. Фэррис, Н. Бендл, Ф. Пфайфер, Д. Рейбштейн // *Днепропетровск : Баланд Бизнес Букс*. – 2009. – 441 с.
21. Лилик І. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи. Практикум / І. Лилик, О. Кудирко // К. : КНЕУ. – 2010. – 313 с.
22. Reshetilova T. Modeling of business forms of the industrial enterprise in the conditions of high instability of the external environment / T. Reshetilova, T. Kuvaeva // *Scientific Bulletin of National Mining University*. – 2018. – Iss. 1. (163). – P. 124–132.
23. Šonková T. Customer engagement: transactional vs. relationship marketing / T. Šonková, M. Grabowska // *Journal of International Studies*. – 2015. – Vol. 8. – No 1. – P. 196–207. DOI: 10.14254/2071-8330.2015/8-1/17 2015

References

1. Pokaznyky strukturalnoi statystyky po subiektakh hospodariuvannia z rozpodilom za yikh rozmiramy. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Monitorynh reiestratsynykh danykh ukrainskykh kompaniy. Retrieved from <https://opendatabot.ua/>.

3. Farmer, D., & Macmillan, K. (1978). The benefits of reducing opportunism in buyer-supplier relationships. *Purchasing and Supply Management*, 10-13.
4. Harrigan, K. R. (1988). Joint ventures and competitive strategy. *Strategic Management Journal*, 9(2), 141–158. doi:10.1002/smj.4250090205
5. Barclay, D. W. (1992). Organizational Buying Outcomes and Their Effects on Subsequent Decisions. *European Journal of Marketing*, 26(4), 48–64. doi:10.1108/03090569210012417
6. Yang, Q., Liu, Y., & Li, Y. (2019). How do an alliance firm's strategic orientations drive its knowledge acquisition? Evidence from Sino-foreign alliance partnership. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(2), 505–517. doi:10.1108/jbim-05-2018-0158
7. Shaw, R. (2002). Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing. *Interactive Marketing*, 3(3), 291–292. doi:10.1057/palgrave.im.4340142
8. Vanags, A., Ābeltiņa, A., & Zvirgzdiņa, R. (2018). Partnership strategy model for small and medium enterprises. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 336–347. doi:10.21511/ppm.16(1).2018.33
9. Brown, J. R., Crosno, J. L., & Tong, P. Y. (2019). Is the theory of trust and commitment in marketing relationships incomplete? *Industrial Marketing Management*, 77, 155–169. doi:10.1016/j.indmarman.2018.10.005
10. Anderson, J. C., Jain, D. C., & Chintagunta, P. K. (1992). Customer Value Assessment in Business Markets: *Journal of Business-to-Business Marketing*, 1(1), 3–29. doi:10.1300/j033v01n01_02
11. Wilson, D. T., & Jantrania, S. (1994). Understanding the Value of a Relationship. *Asia-Australia Marketing Journal*, 2(1), 55–66. doi:10.1016/s1320-1646(94)70278-1
12. Ford, D., & McDowell, R. (1999). Managing Business Relationships by Analyzing the Effects and Value of Different Actions. *Industrial Marketing Management*, 28(5), 429–442. doi:10.1016/s0019-8501(99)00065-6
13. Gundlach, G. T., Achrol, R. S., & Mentzer, J. T. (1995). The Structure of Commitment in Exchange. *Journal of Marketing*, 59(1), 78. doi:10.2307/1252016
14. Fruchter, G. E., & Sigué, S. P. (2005). Transactions vs. Relationships: What Should the Company Emphasize? *Journal of Service Research*, 8(1), 18–36. doi:10.1177/1094670505276629
15. Reshetilova, T., & Kuvaeva, T. (2017). Vybiri innovatsiinoi marketynhovoi stratehii promys-lovoho pidpriemstva na zasadakh partnerstva. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, (2), 130-135.
16. Gershun, A., Gorskiy, M. (2004). *Tehnologii sbalansirovannogo upravleniya*. Moskva: ZAO Olimp.-Biznes.
17. Kaplan, R. & Norton, D. (1992). Measures then drive Performance. *Harvard Business Review*, 70, 1, 71-79.
18. Tarasiuk, H. & Shvab, L. (2003) *Planuvannia diialnosti pidpriemstva*. Kyiv: Karavela.
19. Krykavskiy, Ye. (2004) *Lohistyka. Dlia ekonomistiv*. Lviv: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika».
20. Ferris, P. (2009) *Marketingovyie pokazateli per. s angl. A. Shamray*. Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks.
21. Lylyk, I. & Kudyrko, O. *Marketynhovi doslidzhennia: keisy ta sytuatsiini vpravy*. Praktykum. Kyiv: KNEU
22. Reshetilova, T. B., & Kuvaeva, T. V. (2018). Modeling of business forms of the industrial enterprise in the conditions of high instability of the external environment. *Scientific Bulletin of National Mining University*, 1, 124–132. doi:10.29202/nvngu/2018-1/5
23. Šonková, T., & Grabowska, M. (2015). Customer engagement: transactional vs. relationship marketing. *Journal of International Studies*, 8(1), 196–207. doi:10.14254/2071-8330.2015/8-1/17

КРИТЕРИАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. В. Куваева, к. э. н, доцент, НТУ «Днепро́вская политехника»,

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: теоретического обобщения – при определении сущности категории «маркетинг партнерских отношений»; логико-аналитических – при установлении единства и различия стратегических целей предприятий в партнерстве; методы экономического анализа деятельности предприятий – при обосновании показателей достижения стратегических целей партнерства; стандартные методы многокритериальной оптимизации – при синтезе критерия оценки эффективности партнерства промышленных предприятий.

Результаты. Установлено, что участие предприятий в партнерстве может быть обусловлено получением ряда ценностей. Показано, что существуют различные подходы к систематизации данных ценностей. Выявлено, что такими ценностями могут быть переменные, которые влияют на успех отношений, а именно экономические, технические, служебные, социальные выгоды, а также поведенческие и стратегические аспекты. Доказано, что для

формирования стратегии взаимодействия предприятий на основе маркетинга партнерских отношений в Украине целесообразно использовать одновременно несколько общепринятых моделей учета мотивов. Обоснованно критериальную модель мультифакторного оценивания результативности партнерских отношений для полного учета целей предприятия через формирование оценки результативности по мотивам, связанным с производственными, логистическими, маркетинговыми процессами, и группу показателей, оценивающих взаимоотношения.

Новизна. В процессе исследования установлено дифференциацию и индивидуальность стратегических целей предприятий при участии в партнерстве, что приводит к разнонаправленности векторов их деятельности и требует комплексной оценки эффективности партнерских отношений.

Практическая значимость. Предложено методологический подход оценки эффективности маркетинга партнерских отношений предприятия на базе достижения целевого значения участия предприятия в партнерстве и дальнейшей корректировки маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: маркетинг партнерских отношений, результативность партнерства, отношения, сбалансированная система показателей, маркетинговые ценности, логистические мотивы, производственные мотивы, маркетинговые мотивы, стратегические цели, партнерство, стратегия взаимодействия.

CRITERIA MODEL FOR EVALUATING THE PARTNERSHIP EFFECTIVENESS FOR THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

T. V. Kuvaieva, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The results are obtained with the following methods: theoretical generalization in determining the essence of the category «marketing partnerships»; logical and analytical methods in establishing unity and difference in the strategic goals of enterprises in partnership; methods of economic analysis of enterprises in substantiating indicators of achieving the strategic goals of the partnership; standard methods of multicriteria optimization in the synthesis of a criterion for assessing the effectiveness of partnerships of industrial enterprises.

Results. It was established that the participation of enterprises in a partnership may be determined by receiving several values. It is shown that there are different approaches to the systematization of these values. It was revealed that such values can be variables that affect the success of relationships, namely economic, technical, service, social benefits, as well as behavioral and strategic aspects. It is proved that for the forming of the interaction strategy of enterprises based on marketing partnerships in Ukraine, it is advisable to use several generally accepted models of motive accounting. There is justified the criteria-based model of multi-factorial assessment of the effectiveness of partnerships that take into account the goals of the enterprise through the formation of a performance assessment of the motives related to production, logistics, marketing processes, and a group of indicators that evaluate relationships.

Novelty. It is established that there is differentiation and individuality of strategic objectives of enterprises participation in the partnership, which leads to the multidirectional of their activity vectors and requires a comprehensive assessment of the effectiveness of partnerships.

Practical value. A methodological approach for evaluating the effectiveness of partnership relations of the enterprise based on achieving the target indicators of the enterprise participation in partnerships and further adjustment of the marketing strategy is proposed.

Keywords: partnership marketing, partnership effectiveness, relationships, balanced scorecard, marketing values, logistic motives, production motives, marketing motives, strategic goals, partnership, interaction strategy.

Надійшла до редакції 14.01.20 р.

ВПЛИВ АТРИБУТИВ БРЕНДУ НА ФОРМУВАННЯ ЙОГО ЦІЛЬОВОГО ІМІДЖУ В НОВИХ РИНКОВИХ І ТЕХНОЛОГІЧНИХ УМОВАХ

С. В. Яцентюк к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», ysv65@ua.fm, orcid.org/0000-0002-4402-5731

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: абстракції – при визначенні сутності категорії «імідж бренду» та актуальних ключових атрибутів бренду; стандартних методів маркетингових досліджень – при здійсненні діагностики впливу атрибутів бренду на процес створення цільового ринкового «іміджу бренду», який планується сформувати у цільовій аудиторії спонсорами бренду, його власниками та менеджерами; методи критичного аналізу практики брендингу в аспекті організації і розвитку ключових атрибутів бренду в умовах перманентних змін; метод Гар аналізу розриву бренду на основі логічних ланцюгів атрибутів бренду.

Результати. Доведено актуальність і важливість ключових атрибутів бренду в процесі реалізації цілей і завдань брендингу підприємства по формуванню необхідного йому цільового «іміджу бренду». Висновки зроблено на підставі аналізу практичної маркетингової діяльності підприємств з бренд-менеджменту, практики глобального брендингу в аспекті організації і розвитку ключових атрибутів бренду та їх сприйняття цільовою аудиторією в сучасних умовах перманентних змін, перебудові формату системи суспільних комунікацій, модернізації існуючих і появи нових споживчих трендів, швидкій динаміці і пертурбації запитів та вподобань нових поколінь стейкхолдерів брендів. Визначено сутність і значення основних складових стратегії брендингу, які реалізуються у практичному бренд-менеджменті при формуванні запланованого спонсорами бренду ринкового «позиціонування бренду» з метою досягнення цільового «іміджу бренду». Доведено, що «імідж бренду», або його ринкова «позиція», є відображенням результатом його сприйняття ринковими стейкхолдерами бренду, а, відповідно, потребує від спонсорів бренду організації постійного моніторингу ключових атрибутів бренду з точки зору його цільової аудиторії і швидкої адаптації власної практики реалізації стратегії брендингу.

Новизна. Для формування ефективної системи швидкого реагування та адаптації стратегії брендингу до змін у сприйнятті ринковими стейкхолдерами бренду запропоновано застосувати метод управління «Гар - розривом бренду» як ефективного інструменту підтримки конкурентоспроможного бренд-менеджменту підприємства і як базового підходу щодо визначення реальних напрямів і показників прикладного моніторингу актуальності та відповідності ключових атрибутів бренду в процесі організації і реалізації цільового «іміджу бренду» на ринку.

Практична значущість. Надано практичні рекомендації щодо організації системи постійного моніторингу ключових атрибутів бренду з точки зору його цільової аудиторії і швидкої адаптації власної практики реалізації стратегії брендингу. Наведено ключові кроки, необхідні для формування ефективної системи управління Гар - розривом бренду.

Ключові слова: бренд, ключові атрибути бренду, бренд - менеджмент підприємства, брендинг, цільова аудиторія бренду, позиціонування бренду, цільовий імідж бренду, «Гар - розрив бренду».

Постановка проблеми. Вхідження світової економіки у четвертий етап індустріальної революції, інноваційні прориви цифрових технологій викликав бурхливий та

швидкий всебічний розвиток і зміну інформаційно - комунікативного простору існування, взаємодії та зв'язків як у глобальному суспільстві, в цілому, так і у окремих його

суб'єктів (в першу чергу, економічних). Внаслідок цього нагально постало питання швидкого адекватного реагування економічних суб'єктів на такі перманентні зміни та їх адаптація до цих змін. Отже, сьогодні це є обов'язковою умовою не тільки для розвитку підприємств та ділових процесів, але і, взагалі, для їх існування на сучасному ринку.

Звичайно така вимога, великою мірою, впливає на одну з важливих функцій підприємств, як реалізація брендингу в його маркетинговій діяльності. В останні десятиліття XX сторіччя через посилення світової конкуренції та зростання цінності нематеріальних активів підприємств, завдання створення, обслуговування та розвиток корпоративних і товарних брендів стало пріоритетним напрямом у підприємницької діяльності. Слід, також враховувати, що вищезгадані глобальні зміни призвели і до зсуву акценту на глобальний пріоритет і важливість індустрій, що відобразилось у динаміці в рейтингу компаній з найбільшою капіталізацією і вартістю власних брендів. Так, якщо раніше ключові топ-позиції в цьому рейтингу займали, в основному, компанії і бренди енергетичного, фінансового, нафто-газового, медіа і промислового секторів економіки, то, в останнє десятиріччя чітко спостерігається перехід цих позицій до компаній Hi-tech і цифрового сектору, які майже не володіють реальними матеріальними цінностями, а їх основний капітал виражається у нематеріальних активах, серед яких бренди займають ключове місце. Це підтверджується останньою версією рейтингу десяти найдорожчих світових брендів [1], згідно з яким, п'ять – належать до брендів працюючих в Hi-Tech секторі: Apple (1-й), Google (2-й), Amazon (3-й), Microsoft (4-й), Samsung (6-й). За іншим рейтингом Brand Finance Global 500 [2] до топ-10 найдорожчих брендів увійшли п'ять представників зі сфери IT – технологій (Google, Apple, Microsoft, Samsung, Huawei), два – зі сфери online & offline рітейлу (Amazon, WalMart) і тільки по одному – з банківського (ICBC), страхового (Ping An Insurance) та on-line медіа бізнесу (facebook). Тобто ринкове позиціонування 7-мі з 10-ти цих брендів формується виключно в сегменті цифрових технологічних компаній. До речі, цей рейтинг ще у 2016 році [3] ранжував лише п'ять брендів,

які оперували в цифровому сегменті в першій десятці, хоча вже тоді був відмічений надзвичайно стрімкий ріст саме Hi-Tech брендів порівняно з розвитком брендів традиційних секторів економіки.

З іншого боку, відбулись зміни у сфері комунікацій і соціальних взаємовідносин, що спростило доступ підприємств до покупців і значно покращило здатність продавців по представленню і реалізації своїх товарів. Це сталося, в першу чергу, через розвиток online торгівлі і e - комерції та завдяки появі можливості простої і прямої інтерактивної комунікації бізнесу і брендів зі своєю цільовою аудиторією, а підприємцям – новачкам стало значно легше виходити на ринок і успішно конкурувати, навіть з глобальними і сталими лідерами, як на локальних так і на світовому ринках. Це підтверджується багатьма історіями успіху компаній – start uppers в різних країнах і сегментах ринку [4]. При цьому, слід підкреслити, що в процесі виходу на ринок і просування продукції підприємства на ньому, саме бренд є найкращим комунікатором бізнесу з його цільовою аудиторією і найкращим трансфером товарів і послуг на нові ринки. Отже, адекватний і відповідний брендинг є тією сучасною «козирною картою», яка робить бізнес успішним в нових швидкоплинних умовах [5].

Таким чином, для брендингу і бренд-менеджменту підприємства в цілому, і для окремих їх складових, адекватна адаптація їх функціонування при постійних змінах і турбулентності є перманентним процесом, який потребує постійної уваги, аналізу та відповідного опрацювання прикладними науковцями і практиками бізнесу. При чому, у пріоритеті цього завдання постає актуальність удосконалення процесу організації фундаментальних засад брендингу, зокрема: формування, реалізація і підтримка необхідного ринкового позиціонування бренду і забезпечення досягнення цільового іміджу бренду. І від того, як ключові показники бренду, тобто його атрибути позиціонування на ринку та атрибути його цільового ринкового іміджу відповідають змінам ринкових трендів, технологічним і комунікаційно-інформаційним інноваціям та новим вимогам і перевагам цільової аудиторії бренду, залежить розвиток і успіх чи стагнація і невдача бізнесу.

Відповідно пошук, аналіз і розробка найбільш ефективних рішень і методів щодо формування та адаптування конкретних інструментів і процесів бренд-менеджменту підприємства до актуальних волатильних вимог ринку в умовах пришвидшеної динаміки розвитку стратегічних, оперативних і поточних завдань у підприємницької діяльності є актуальним і необхідним науковим та прикладним завданням, яке має запит і зацікавленість у відповідних стейкхолдерів і яке потребує подальшого дослідження, всебічного аналізу, критичного мислення і творчого підходу, щодо його вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна наука та світова бізнес-практика свідчать, що вивченню цієї проблеми і розробці підходів, щодо її вирішення приділяється багато уваги і ресурсів, як в науковому середовищі, так і у прикладній сфері, про що свідчать роботи, публікації і результати досліджень Девіда Аакера [6], Джека Траута і Ела Райса [7], Алін Уиллер [8], Марті Ноймаєра [9], Олега Ткачева [10], Вадима Пустотина та інших [11,12].

Автори досліджують і аналізують питання створення ефективного бренд-менеджменту підприємств, адаптації брендингу до нових умов ринку, як в цілому, так і в окремих його складових та інструментах маркетингової діяльності, пропонують інноваційні методи і підходи, щодо побудови, розвитку і підтримування конкурентоспроможних брендів із необхідним цільовим іміджем адекватним вподобанням і очікуванням його стейкхолдерів. Тим не менш, питання формування ефективного брендингу постійно розвивається у різних його аспектах, а отож, вимагає подальшого перманентного дослідження, аналізу модернізації.

Слід відмітити, що як зазначалось вище, з настанням ери цифрових технологій функція брендингу відіграє ще важливішу і особливу роль не тільки в підприємницькій діяльності, а також, привертає увагу суб'єктів таких ключових глобальних сфер життєдіяльності сучасного суспільства, як інформаційна спільнота [13], бізнес – середовище [14], новаторські державних інституції [15] і, що особливо актуально – на результати і практику здійснення функції брендингу підприємств все більш жваво і сутнісно реагує

споживче ринкове середовище [16], що є ключовою ціллю і фокусом діяльності брендингу.

Формулювання мети статті. Виділити та представити актуальне значення і вплив ключових атрибутів бренду на процес формування і досягнення його необхідного цільового іміджу на основі аналізу наявної діяльності з бренд-менеджменту підприємств, а також, дослідити актуальну практику брендингу в аспекті організації і розвитку ключових атрибутів бренду в сучасних умовах перманентних змін, зламу старого формату системи суспільних комунікацій, розвитку існуючих і появи нових споживчих трендів, швидкій динаміці і пертурбації запитів нових поколінь стейкхолдерів брендів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для коректного аналізу і представлення суті даного дослідження необхідно конкретизувати і охарактеризувати його ключові поняття, дії і терміни. Отож, в даному дослідженні, категорія «атрибут» виступає як суттєва, невід'ємна властивість певного об'єкта (предмета) або суб'єкта чи явища, необхідну для забезпечення його цілісності [19].

Створюючи і виводячи бренд на ринок його спонсори бренду формують ринкове «позиціонування бренду», де термін «позиціонування бренду» слід розглядати як цільовий результат комплексної системної взаємодії унікальних властивостей товару, торгової марки та елементів «ідентичності бренду», який:

- а) відображає бажане з точки зору власників / менеджерів місце бренду на ринку та у свідомості його цільової аудиторії;
- б) включає такі пропозиції бренду, які гарантуватимуть, що споживачі зможуть їх визначити, диференціювати і аутентифікувати із конкретним брендом;
- в) має на меті визначати конкурентні переваги бренду та доносити їх до свідомості цільової аудиторії щодо обраної позиції бренду.

При цьому слід зазначити, що саме «атрибути бренду» є тими інструментами формування його «ідентичності» та засобами її доведення до цільової аудиторії бренду.

Рефлектуючи на формування «позиціонування бренду» на ринку створюється певний «імідж бренду», який є відображенням особистості бренду, думок, почуттів і очікувань цільової аудиторії від бренду. Отже, «імідж бренду» представляє існуюче сприйняття бренду його стейкхолдерами і, на відміну від «ідентичності бренду», «імідж бренду» фактично є наслідком того, як бренд виконує свої обіцянки та зобов'язання перед цільовою аудиторією [11].

Також, слід відмітити, що це підтверджує відомий аналітик проривних технологій та їх впливу на бізнес Брайан Соліс у останньому своєму бестселері 2019 року [20], де на його думку, головним принципом в організації сучасного ефективного брендингу підприємства має бути фокусування на формуванні таких ключових аспектів бренду, як «ідентичність бренду», «особистість бренду», «сутність бренду» і «обіцянки бренду» для його цільової аудиторії.

Отже, у відповідь на дії спонсорів бренду по формуванню його ринкового «позиціонування» у його цільової аудиторії виникає своя «позиція» щодо бренду, тобто «імідж бренду» і під цим поняттям слід розуміти споживче сприйняття бренду, яке рефлексивно формується цільовою аудиторією бренду на основі минулого досвіду споживання або спостереження за брендом через сукупність асоціацій, думок, почуттів, очікувань, дій і комунікацій бренду та відображає ступінь виконання брендом своїх обіцянок [11].

Слід зазначити, що ринкове споживче середовище, також, змінюється відповідно до розвитку технологій і пов'язаних з ними модифікуванням соціальних комунікацій, процесів, сфер, і це безпосередньо впливає на функції брендингу. Отже, для забезпечення ефективної діяльності і прибуткової результативності бренд-менеджменту компанії, слід чітко уявляти собі - де, як, коли і в чому відбувається трансформація та переформатування запитів і вподобань власних цільових аудиторій та їх стейкхолдерів, відслідковувати появу і ключові аспекти нових трендів, стиль і динаміку їх розвитку, нові засоби та методи комунікацій. Все це є тими факторами на які орієнтується бренд-менеджмент при створенні, представленні та просуванні

тих атрибутів бренду, які плануються та реалізуються власниками і менеджерами бренду (надалі – спонсорами бренду) для формування необхідного їм ринкового «позиціонування бренду» та цільового «іміджу (позиції) бренду», схема реалізації яких представлених на Рисунку 1. (А та Б).

Організація і реалізація цього процесу, у свою чергу, потребує від спонсорів бренду перманентного проведення первинних і вторинних маркетингових досліджень, їх детального аналізу, а потім – відповідної адаптації і оперативного корегування всього комплексу маркетингових дій з брендингу. В іншому випадку, виникає ризик того, що в бренд-менеджменті підприємства сформується таке явище як «Gap - розрив бренду» [9,12], який є наслідком невідповідності дій спонсорів бренду по формуванню його ринкового позиціонування і реальним відображенням та зворотнім реагуванням цільової аудиторії бренду на цей брендинг. Така рефлексія цільової аудиторії виражається у фактичних атрибутах «іміджу бренду», тобто ключових складових ринковій позиції бренду яку він займає у його цільової аудиторії. При відсутності адекватної реакції спонсорів бренду, направленої на недопущення виникнення «Gap - розрив бренду» чи, у випадку його виникнення, то спрямованих дій на його ліквідацію, така ситуація може призвести до негативних чи, навіть, катастрофічних наслідків як для окремого бренда, так і для підприємства в цілому. Це підтверджують негативні приклади fail stories таких ще нещодавно лідируючих і найдорожчих брендів і компаній, як Kodak, Nokia, Blockbuster чи то таких товарних брендів, як Ping від Apple, Arch Deluxe burger від McDonald's, New Coke і Coca-Cola Life від Coca-Cola та інші [17].

Звичайно тому, для спонсорів бренду життєво необхідно будувати і реалізувати бренд-менеджмент таким чином, щоб при формуванні запланованого ринкового «позиціонування бренду» той рефлексивний «імідж бренду», що утворюється внаслідок цих дій, максимально був відповідним до цілей і завдань бренду. Таким чином має бути досягнутий необхідний цільовий «імідж бренду».

З метою всебічного розуміння питання слід зазначити, що бренди, які оперують на традиційних ринках, також, мають активно застосовувати новітні технології комунікацій зі споживачем та інноваційні методи просування бренду на ринку.

Звичайно, найбільшого успіху досягають ті бренди, які найбільш адекватно реф-

лектують на ці інновації та найшвидше адаптуються до волатильного і постійно змінного ринку та які першими реагують на нові споживчі тренди і які самі формують нові споживчі запити на ринку або створюють нестандартні методи і засоби комунікацій зі споживачем.

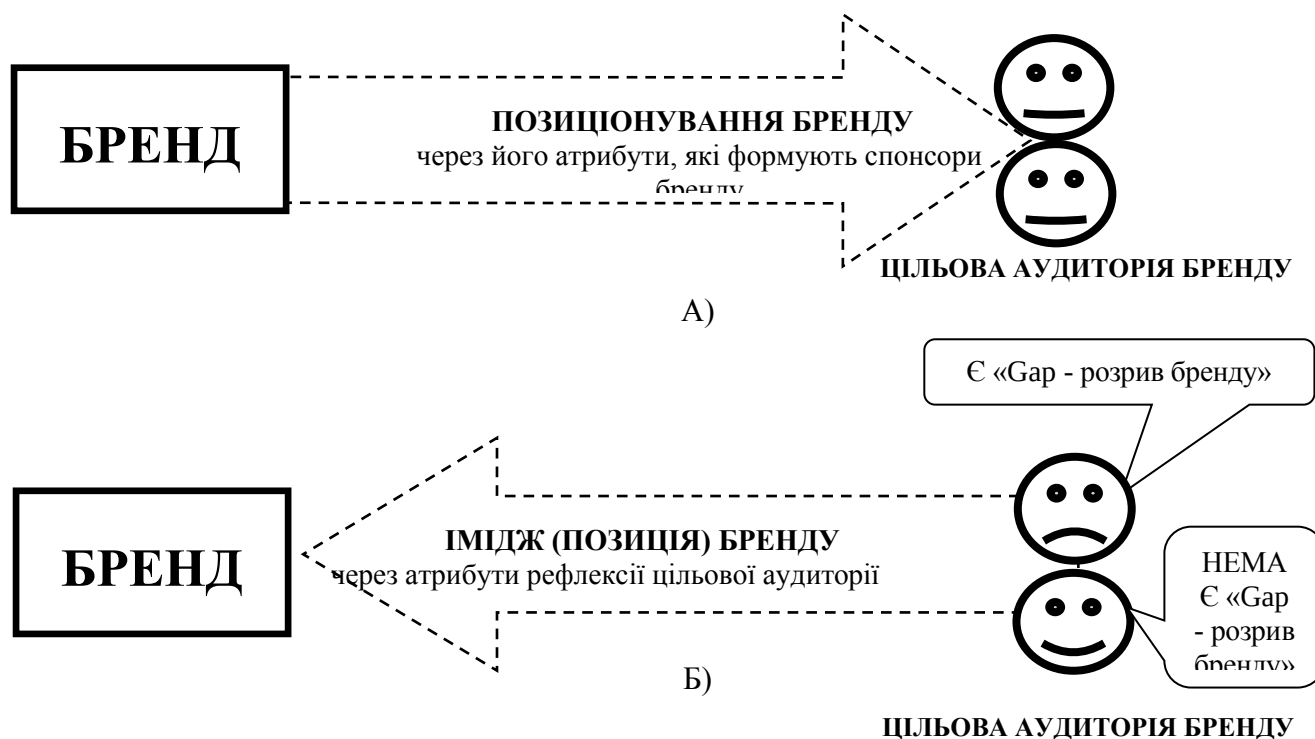


Рис.1. Схема формування впливу атрибутів бренду з боку його спонсорів (А) і зворотної рефлексії цільової аудиторії на дії спонсорів бренду (Б)

Джерело: складено автором за [11,12].

Для цього більшість сучасних підприємств вивчають можливості застосування різних сучасних Інтернет – каналів і засобів, зокрема таких як пошукова система оптимізації сайту чи SEO (Search Engine Optimization), соціальні медіа, Інтернет – прес – релізи, Інтернет - ринки. Завдяки цьому вони намагаються побудувати цільову обізнаність щодо своїх брендів, встановити більш міцні зв'язки зі споживачами, сформувати та підтримувати їх лояльність, які потім формують потрібний цільовий «імідж бренду» на ринку.

Так, завдяки перевагам, які Інтернет надає таргетованим інтерактивним комунікаціям в моделях: «бренд – цільова аудиторія», «бренд – споживач», «бренд – покупець», «бренд – контактор», «бренд – суспільство»,

«бренд – держава» виникли і ефективно використовуються такі нові інструменти брендингу як Інтернет-брендинг (або Онлайн-брендинг), що представляє собою таку технологію управління брендом, де Інтернет виступає як базове середовище для позиціонування бренду на ринку та Цифровий брендинг, тобто технологію управління брендом, що реалізує комбінацію Інтернет-брендингу та цифрового маркетингу, який діє на ринку через використання цифрових технологій в Інтернеті, тобто завдяки відповідним додаткам і програмам мобільних смартфонів, медійній (дисплейній) рекламі та іншим цифровим носіям інформації [5,14,18].

У січні 2020 року опубліковані цікаві результати глобального дослідження (більше 25 тис. респондентів) по вивченню впливу

брендингу на рішення різних категорій споживачів [16]. Його дані підтверджують збільшення впливу атрибутів бренду на формування цільового «іміджу бренду». Зокрема дослідження свідчить, що 59% покупців вважають за краще купувати нові продукти від знайомих їм брендів, а 21% з них роблять покупку нових продуктів від бренду, який їм подобається, 38% матерів більш схильні купувати продукти від брендів, які інші жінки лайкнули у Facebook, 77% респондентів спілкуються з брендами в соціальних медіа, запитуючи в них поради, додаткової інформації або допомоги, 59% споживачів зазначають, що бренд стає улюбленим після першої

покупки або сервісу, в США 4 з 10 бойкотували бренд в минулому році за його безвідповідальну поведінку, 38% людей порекомендували би бренд, за яким слідують в мережах до інших споживачів, 84% B2B маркетологів назвали обізнаність про бренд ключовою метою контент-маркетингу для їх бізнесу, 64% респондентів відкриють е-мейл від бренду, тому що довіряють йому. На підставі цього дослідження автор виділив п'ять ключових і найбільш важливих атрибутів бренду, що були обрані споживачами. Їх рейтинг і сутність наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Рейтинг ключових і найбільш важливих атрибутів бренду, з точки зору його споживачів

Атрибут бренду (Brand Attribute) і його сутність		Доля атрибуту, %
1	НАДІЙНІСТЬ (Trustworthiness) - здатність бренду бути чесним і правдивим щодо своїх обіцянок, комунікацій і стосунків з власною цільовою аудиторією.	31%
2	КРЕАТИВНІСТЬ (Creativeness) - здатність і сила бренду знаходити і проявляти творчі здібності, винахідливість, дотепність, вигадку, власну оригінальність щодо очікувань і запитів цільової аудиторії.	29%
3	ІНТЕЛЕКТ, КМІТЛИВІСТЬ (Intelligence) - здатність бренду набувати актуальні необхідні знання і дані та вміння застосовувати їх у відповідності із очікуваннями і запитами власної цільової аудиторії.	23%
4	АВТЕНТИЧНІСТЬ, ДОСТОВІРНІСТЬ (Authenticity) - якісна здатність бренду бути справжнім, бути переконливим у тому, що він відповідає реальним фактам чи переконливо ґрунтується на них.	22%
5	ВПЕВНЕНІСТЬ, ДОВІРА (Confidence) - здатність бренду формувати у цільової аудиторії довіри до нього і викликати їхнє почуття у те, що йому можна вірити чи покладатися на нього.	21%

Джерело: складено автором за [16].

Отже, якщо порівняти атрибути бренду, які формують його спонсори при реалізації ринкового «позиціонування бренду» з ключовими атрибутами бренду, які виділили його споживачі, необхідно відмітити, що вони майже співпадають за основними вимогами, а отже, це ще раз підтверджує актуальність і важливість запобігання виникнення в брендингу підприємства явища «Гар - розрив бренду». Вирішення цього завдання вимагає від бренд-менеджменту підприємства перманентного ринкового моніторингу

показників ключових атрибутів бренду і своєчасне реагування на їх зміни через заходи та інструменти marketing mix бренду.

Актуальними ефективними прикладами такого адаптаційного бренд-менеджменту можуть служити, наприклад, стратегічна реконцепція і рестайлінг брендів Mac Donald's [21] і «АТБ» [22] – лідируючих брендів у своїх категоріях, або інспіруюча динаміка розвитку бренду Apple, який будучи вірним принципам Стіва Джобса, і далі надихатиме особливий досвід і безпрецедентне

почуття причетності до Apple у своїх клієнтів, що підтверджується беззаперечним лідерством Apple на високо конкурентному ринку.

Висновки. Узагальнюючи вище викладене підсумовуємо, що, по-перше, актуальність представленого матеріалу набуває внаслідок того, що, сучасний бурний глобальний розвиток технологій, зв'язків, комунікацій, ринків і спільнот значно впливає на існуючу практику реалізації функції брендингу підприємств та вимагає від бренд-менеджменту швидкого, своєчасного та адекватного реагування і адаптації до актуальних змін та нових вимог ринку і цільової аудиторії.

По-друге, при реалізації завдань брендингу по формуванню необхідного спонсорам бренду його ринкового «позиціонування», все більшого значення для цільової аудиторії набувають ті атрибути бренду, що формують його «ідентичність» і виконують «обіцянки бренду». Отже, на теперішній час, для досягнення необхідного цільового «іміджу бренду» у його ринкових стейкхолдерів, ключовими ціннісними атрибутами бренду для цільової аудиторії виступають його «надійність», «креативність», «інтелект», «автентичність» і «довіра до бренду».

По-третє, для запобігання провальній не конкурентоспроможності або ринкової неадекватності чи неспроможності бренду, які виражаються у виникненні «Gap – розрив бренду», в практиці реального бренд-менеджменту слід запровадити систему перманентного моніторингу актуального фактичного сприйняття ключових ціннісних атрибутів бренду його цільовою аудиторією. Виходячи з результатів цього моніторингу, доцільно впроваджувати адекватні відповідні заходи з бренд-менеджменту, включаючи рестайлінг, реконцепцію чи репозиціонування бренду та інші.

Динаміка і широта даного дослідження та об'єм однієї статті не дозволяє охопити і розкрити всі аспекти його вирішення в даній публікації, тому вони потребують подальшої роботи і висвітлення у подальших творах. Зокрема, потребують опрацювання аспекти конкретизації показників атрибутів бренду і пошук ефективних прикладних інструментів та сучасних практичних методів їх досягнення.

Література

1. These are the top 10 brands in the world in 2019. Facebook isn't one of them. / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/interbrand-top-10-brands-in-the-world-2019-10-1028610273#5-coca-cola-brand-value-63-4-million6>
2. Золоті імена. Скільки коштують десять найдорожчих брендів світу – інфографіка. / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://nv.ua/ukr/biz/markets/amazon-i-naydorozhchi-brendi-svitu-reyting-2020-roku-novini-biznesu-50068630.html>
3. Brand Finance Global 500 February 2016 / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // https://brandfinance.com/images/upload/global_500_2016_website.pdf [Заголовок з екрану]
4. It has never been easier to launch a new brand / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.economist.com/business/2020/01/23/it-has-never-been-easier-to-launch-a-new-brand>
5. Christopher Wallace, 5 Key Strategies To Build Your Brand Online / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>
6. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-28703.html>
7. Траут Дж. Позиционирование. Битва за узнаваемость / Дж. Траут, Э. Райс: Серия: Деловой бестселлер. Пер. С. Жильцова. – СПб: Питер, 2004. – 256 с.
8. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / А. Уиллер / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 235 с.
9. Neumeier Marty, The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design / Marty Neumeier – New Riders; 5th edition 2011.
10. Ткачев О. Visual бренд: Притягивая взгляды потребителей / Олег Ткачев. – М.: Альпина Букс, 2009. – 216
11. Вдовиченко Ю. В. Цифрові технології як основа та рушійна сила розвитку сучасної глобальної економіки / Ю. В. Вдовиченко. – Економіка та держава – 2018. – № 1 – С. 79–82.
12. Яцентюк С. В. Формування ідентичності та іміджу бренду у процесі його позиціонування / С. В. Яцентюк // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Вип. 3. – Т.18. – С. 163–166.
13. Яцентюк С. В. Створення ефективного підходу щодо формування та розвитку капіталу бренду за допомогою методу управління «Gap – розривом бренду» / С. В. Яцентюк // Економічний вісник НГУ. – 2015. – № 4 (52). – С. 153–160.
14. Важность бренда в эпоху цифрового дарвинизма / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://adindex.ru/publication/opinion/marketing/2012/03/19/87465.phtml>
15. Hafiz Muhammad Ali, Leading The Way: Seven Brands That Are Doing Digital Right /

[Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.entrepreneur.com/article/317949>

16. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020) Концептуальні засади (версія 1.0) Торгово-промислова палата України (ТПП України) Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

17. Khalid Saleh, How Branding Influences Purchase Decisions [Infographic] / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.invespcro.com/blog/how-branding-influences-purchase-decisions-infographic/>

18. Смерть гігантів: провальні проекти від відомих брендів / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://navkolonas.com/archives/3811>

19. Harish Sharma, The Top 28 Digital Marketing Terms You Need to Know / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.lyfemarketing.com/blog/marketing-terms/>

20. Attribute | Definition of Attribute by Merriam-Webster / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.merriam-webster.com/dictionary/attribute>

21. Brian Solis, WTF!? What's The Future Of Business: Changing The Way Businesses Create Experiences / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.briansolis.com/2019/08/wtf-whats-the-future-of-business-changing-the-way-businesses-create-experiences/>

22. McDonald's відкрив другий ресторан у форматі «досвід майбутнього» в Україні (+фото) / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://rau.ua/povyni/novini-kompanij/mcdonalds-opyt-budushhego/>

23. Гаврилюк В. Дискаунтеры нового поколения: зачем «АТБ-маркет» меняет магазины / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://retailers.ua/news/menedjment/7854-diskaunteryi-novogo-pokoleniya-zachem-atb-market-menyaet-magazinyi---ekspertyi>

References

1. These are the top 10 brands in the world in 2019. Facebook isn't one of them. Retrieved from <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/inter-brand-top-10-brands-in-the-world-2019-10-1028610273#5-coca-cola-brand-value-63-4-million6>

2. Zoloti imena. Skilky koshtuyut desyat naydorozhchix brendiv svitu. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/biz/markets/amazon-i-naydorozhchibrendi-svitu-reyting-2020-roku-novini-biznesu-50068630.html>

3. Brand Finance Global 500 February 2016 Retrieved from https://brandfinance.com/images/upload/global_500_2016_website.pdf

4. It has never been easier to launch a new brand. / Retrieved from <https://www.economist.com/business/2020/01/23/it-has-never-been-easier-to-launch-a-new-brand>

5. Christopher Wallace, 5 Key Strategies To Build Your Brand Online. Retrieved from <https://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>

6. Aaker, D. Sozdanie silnykh brendov [Creating strong brands] Retrieved from <http://ru-docs.exdat.com/docs/index-28703.html>

7. Traut, Dzh. & Rays, E. (2004). Pozitsionirovanie. Bitva za uznavaemost. Seriya: Delovoy best-seller. Sankt-Peterburg: Piter.

8. Uiller, A. (204). Individualnost brenda. Rukovodstvo po sozdaniyu, prodvizheniyu i podderzhke silnykh brendov. Moskva: Alpina Biznes Buks.

9. Neumeier, Marty. (2011). The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design. New Riders; 5th edition 2011.

10. Tkachev, O. (2009). Visual brend: Prityagivaya vzglyady potrebiteley. Moskva: Alpina Buks.

11. Vdovychenko, Yu.V. (2018). Tsyfrovi tekhnologii yak osnova ta rushyina syla rozvytku suchasnoi globalnoi ekonomiky. [Digital technologies as the basis and driving force for the development of today's global economy] Ekonomika ta derzhava, (1), 79-82.

12. Yatsentyuk, S.V. (2013). Formuvannia identychnosti ta imidzhu brendu u protsesi yoho pozytsionuvannia. Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomika, Issue 3, T.18, 163-166.

13. Yatsentyuk, S.V. (2015). Stvorennia efektyvnoho pidxodu shhodo formuvannia ta rozvytku kapitalu brendu za dopomohoyu metodu upravlinnia «Gap - rozryvom brendu». Ekonomichnyy visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu, 4 (52), 153-160.

14. Vazhnost brenda v epokhu tsifrovogo darvinizma. Retrieved from <https://adindex.ru/publication/opinion/marketing/2012/03/19/87465.phtml>

15. Hafiz Muhammad Ali. Leading The Way: Seven Brands That Are Doing Digital Right. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/article/317949>

16. Tsyfrova adzhenda Ukrayiny – 2020 («Tsyfrovyj poriadok dennyy» – 2020) Kontseptualni zasady (versiya 1.0) Torhovo-promyslova palata Ukrayiny Pershocherhovi sfery, initsiatyvy, projekty «tsyfrovizatsiyi» Ukrayiny do 2020 roku. Retrieved from <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

17. Khalid Saleh, How Branding Influences Purchase Decisions [Infographic]. Retrieved from <https://www.invespcro.com/blog/how-branding-influences-purchase-decisions-infographic/>

18. Smert hiantiv: provalni projekty vid vidomykh brendiv [Death of Giants: Failure Projects from Famous Brands] / Retrieved from <https://navkolonas.com/archives/3811> [in Ukrainian]

19. Harish Sharma. The Top 28 Digital Marketing Terms You Need to Know. Retrieved from <https://www.lyfemarketing.com/blog/marketing-terms/>

20. Attribute. Definition of Attribute by Merriam-Webster. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/attribute>

21. Brian Solis. WTF!? What's The Future Of Business: Changing The Way Businesses Cre-

ate Experiences. Retrieved from <https://www.briansolis.com/2019/08/wtf-whats-the-future-of-business-changing-the-way-businesses-create-experiences/>

22. McDonald's vidkryv druhyy restoran u formati «dosvid maybutnoho» v Ukrayini [McDonald's has opened a second restaurant in the "experience of the future" format in Ukraine] / Retrieved from <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/mcdonalds-opyt-budushhego/>

23. Gavryliuk, V. Diskauntery novogo pokoleniya: zachem «ATB-market» menyaet magazyny [Discounters of the new generation: why ATB market changes stores] / Retrieved from <https://retailers.ua/news/management/7854-diskaunteryi-novogo-pokoleniya-zachem-atb-market-menyaet-magazyny---ekspertyi>

ВЛИЯНИЕ АТРИБУТОВ БРЕНДА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЕГО ЦЕЛЕВОГО ИМИДЖА В НОВЫХ РЫНОЧНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

С. В. Яценюк, к. э. н., доцент, НТУ «Днепропетровская политехника»

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: абстракции - при определении сущности категории «имидж бренда» и актуальных ключевых атрибутов бренда; стандартных методов маркетинговых исследований – при осуществлении диагностики влияния атрибутов бренда на процесс создания целевого рыночного «имиджа бренда», который необходимо и планируется сформировать у целевой аудитории спонсоры бренда его собственниками и менеджерами; методов критического анализа практики брендинга в аспекте организации и развитии ключевых атрибутов бренда в условиях перманентных изменений; метод Гар анализа разрыва бренда на основе логических цепей атрибутов бренда.

Результаты. Доказана актуальность и важность ключевых атрибутов бренда в процессе реализации целей и задач брендинга предприятия по формированию необходимого ему целевого «имиджа бренда». Выводы сделаны на основании анализа практической маркетинговой деятельности предприятий в сфере бренд-менеджмента, практики глобального брендинга в аспекте организации и развития ключевых атрибутов бренда и их восприятия целевой аудиторией в современных условиях перманентных изменений, перестройки формата системы общественных коммуникаций, модернизации и появления новых потребительских трендов, быстрой динамики и предпочтений новых поколений стейкхолдеров брендов. Установлены сущность и значение основных составляющих стратегии брендинга, которые реализуются в практическом бренд-менеджменте при формировании запланированного спонсорами бренда рыночной «позиции бренда», с целью достижения целевого «имиджа бренда». Доказано, что «имидж бренда», или его рыночная «позиция», является отраженным результатом его восприятия рыночными стейкхолдерами бренда, а, соответственно, требует от спонсоров бренда организации постоянного мониторинга ключевых атрибутов бренда с точки зрения его целевой аудитории и быстрой адаптации собственной практики реализации стратегии брендинга.

Новизна. Для формирования эффективной системы быстрого реагирования и адаптации стратегии брендинга к изменениям в восприятии рыночными стейкхолдерами бренда предложено применять метод управления «Гар – разрывом бренда», как эффективного инструмента поддержки конкурентоспособного бренд-менеджмента предприятия и как базового подхода по определению реальных направлений и показателей оперативного мониторинга актуальности и соответствия ключевых атрибутов бренда в процессе организации и реализации целевого «имиджа бренда» на рынке.

Практическая значимость. Даны практические рекомендации по организации системы постоянного мониторинга ключевых атрибутов бренда с точки зрения его целевой аудитории и быстрой адаптации собственной практики реализации стратегии брендинга. Приведены ключевые шаги, необходимые для формирования эффективной системы управления Гар – разрывом бренда.

Ключевые слова: бренд, ключевые атрибуты бренда, бренд - менеджмент предприятия, брендинг, целевая аудитория бренда, позиционирование бренда, целевой имидж бренда, «Гар - разрыв бренда».

INFLUENCE OF THE BRAND ATTRIBUTES ON THE FORMATION OF ITS TARGET IMAGE UNDER NEW MARKET AND TECHNOLOGICAL CONDITIONS

S. V. Yatsentyuk, Ph. D (Econ.), Dnipro University of Technology

Methods. The results were obtained through the application of the following methods: abstraction – in determining the essence of the category «brand image» and relevant key brand attributes; standard methods of marketing research – when diagnosing the influence of brand attributes on the process of creating the target market «brand image», which is necessary and planned to form the brand's sponsors with its owners and managers; methods of critical analysis of branding practice in terms of organization and development of key brand attributes in the conditions of permanent changes; Gap method of brand gap analysis based on the logical chains of brand attributes

Results. The relevance and importance of the key attributes of the brand in the process of implementing the goals and objectives of branding the company to form the necessary target «brand image» has been proved. The conclusions were made on the basis of the analysis of the practical marketing activities of enterprises in the field of brand management, the practice of global branding in terms of organizing and developing key brand attributes and their perception by the target audience in modern conditions of permanent changes, restructuring the format of the public communications system, modernizing and the emergence of new consumer trends, the fast dynamics and preferences of new generations of stakeholder brands. The essence and significance of the main components of the branding strategy were formulated, which are implemented in practical brand management when forming the sponsors-planned «brand position» in order to achieve the target «brand image». It is proved, that the «brand image», or its market «position», is a reflected result of its perception by the market stakeholders of the brand, and, accordingly, requires the brand sponsors to constantly monitor key brand attributes from the point of view of its target audience and quickly adapt its own implementation practice of branding strategies.

Novelty. To create an effective quick response system and adapt the branding strategy to changes in the perception of the brand by market stakeholders, it is proposed to use the «Brand Gap» management method as an effective tool to support competitive brand management of the enterprise and as a basic approach to determine the real directions and indicators of operational monitoring of relevance and the correspondence of key brand attributes in the process of organizing and implementing the target «brand image» in the market.

Practical value. The practical recommendations were given on organizing a system for continuous monitoring of key brand attributes in terms of its target audience and quick adaptation of its own practice of branding strategy implementation. The key steps necessary for the formation of an effective Gap – brand break management system were presented.

Keywords: brand, key attributes of the brand, enterprise brand-management, branding, target audience of the brand, brand positioning, target image of the brand, «Brand Gap».

Надійшла до редакції 08.01.20 р.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

УДК 338:005.94+658.15

<https://doi.org/10.33271/ev/69.197>

МОДЕЛЮВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*В. Д. Козенкова, асистент, Національна металургійна академія України,
13managua@gmail.com, orcid.org/0000-0003-4159-4610*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: системного аналізу – для вивчення конкретних методів оцінювання нематеріальних активів; експертні методи – для регулювання елементів нематеріальних активів; методи математичної статистики і нечіткої логіки – для визначення залежностей між значеннями елементів нематеріальних активів та їх інтегральної оцінкою; методи економетричного моделювання – для побудови економіко-математичної моделі оцінки нематеріальних активів.

Результати. Проаналізовано підходи до структурування складу нематеріальних активів. Розроблено групи показників (пакетів), які характеризують нематеріальні активи, представлена їх характеристика та розрахункові формули. Обґрунтовано підхід до визначення показників на основі теорії корисності для індивідуальних і групових оцінок. Представлено модель оцінювання якісних показників нематеріальних активів на основі використання лінгвістичних оцінок з їх подальшим нечітким шкалюванням, яка базується на формуванні індикаторних змінних, вибір і аналіз яких заснований на експертному оцінюванні з подальшим усередненням оцінок і визначенням інтервальних шкал за допомогою методів нечіткої логіки.

Новизна. Розроблена модель оцінювання нематеріальних активів підприємства, яка базується на структуруванні пакетів нематеріальних активів, виборі методів оцінювання та їх модифікації з використанням механізмів нечіткої логіки для забезпечення оцінювання якісних характеристик цих пактів.

Практична значущість. Запропонований підхід вносить певний внесок у розвиток методики проведення оцінки нематеріальних активів і сприяє її ефективному проведенню на практиці, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на забезпечення зростання ефективності діяльності підприємств на основі активного використання нематеріальних активів.

Ключові слова: нематеріальні активи, показники оцінки, експертна оцінка, кількісні оціночні судження, якісні оціночні судження, теорія корисності, метод аналізу ієрархій, нечітка логіка, лінгвістичні змінні, функція приналежності.

Постановка проблеми. В останні роки у світовій економіці відбувається зміна структури капіталу у напрямку зростання частки нематеріальних активів (НМА). Так, за останні роки на НМА припадає 40% від загального капіталу в ЄС та 60% – у США. При цьому, у ЄС спостерігалися різні тенденції - Північна Європа, а також деякі краї-

ни континентальної Європи (Франція, Бельгія, Нідерланди) інвестують у НМА досить інтенсивно. Швеція є провідною країною з нематеріальною часткою ВВП у 10,4%, далі йдуть Великобританія (9,0%), Фінляндія (8,8%), Франція (8,7%), Нідерланди та Ірландія (по 8,5%), Бельгія (8,1%) і Данія

© 2020. V. D. Kozenkova. Published by Dnipro University of Technology on behalf of Economics bulletin of the National Mining University. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted reuse, distribution and reproduction in any medium provided the original work is properly cited

(7,8%). Німецькомовні країни, а також країни Середземномор'я є менш активними. Так, в Австрії рівень інвестицій у НМА складає 6,7%, у Португалії – 6,0%, у Німеччині – 5,9; за нею йде Італія – 5,3% та Іспанія – 4,6%. Греція має найнижчу середню частку за цей період як для НМА (3,7%), так і для матеріальних цінностей (8,8%) [1].

Протягом 90-х років минулого століття багато вчених і все більша кількість компаній, почали розглядати питання про вимірювання, оцінку та звітність про НМА. Оскільки НМА збільшували своє значення в економічній діяльності підприємства, стали з'являтися концепції управління НМА, в основі яких лежали нові підходи до визначення їх вартості. Потреба у нових знаннях визвала необхідність використання нових інструментів та методів для розуміння, розкриття та визначення цінності НМА як драйверів розвитку підприємства. Це сприяло появі нових інноваційних аналітичних інструментів, спрямованих на краще розуміння та представлення НМА.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основною ознакою НМА є відсутність матеріальної форми, яка за певних обставин може отримати матеріальне втілення. Традиційно поняття НМА використовують у бухгалтерському обліку, як грошове відображення результату використання інтелектуальних активів [2]. Деякі автори визначають у НМА й інші складові. Так, наприклад, Л. Едвінсон та М. Мелоун виділяють людський та структурний капітал [3], К.-Е. Свейбі – індивідуальну компетентність, внутрішню та зовнішню структуру підприємства [4], Х. Сент-Онж – клієнтський капітал [5], М. Армстронг – організаційний капітал [6], Ю. Х. Даум – клієнтський та партнерський капітал [7], А. М. Колот – капітал установи та капітал взаємодії з інститутами ринку [8], О. М. Вакульчик та Г. Л. Ступнікер – вартість бренду [9], Й. С. Ситник – емоційний капітал [10] тощо. Але, існуючі підходи до структурування НМА є дещо еkleктичними та не завжди мають прикладне значення. Це потребує формування такого переліку структурних складових, який може відображати більшість властивостей НМА та використовуватися для їх економічного оцінювання

Не менш проблематичною є ситуація з оцінкою вартості НМА. На сьогодні існує більш, ніж шістдесят різних методів та методик оцінки НМА [11]. Деякі з них носять теоретичний характер, інші практично реалізуються на підприємствах різних типів; існують також методи, засновані на традиційних фінансових теоріях. Загалом методи оцінки є складними, з обмеженим доказом практичної застосовності, з широким використанням якісних методів, тому жоден з них не отримав універсального визнання. Значною проблемою є також неповнота та інформаційна асиметрія інформації, тобто наявність так званих «НЕ-факторів» [12].

За цією умовою для визначення вартості НМА потрібне використання як фінансових, так і нефінансових показників, які мають як кількісну, так і якісну оцінку. Вирішення цього завдання потребує використання сучасних технологій обробки інформації, зокрема методів нечіткої логіки. Саме це обумовлює актуальність дослідження та його мету.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є дослідження проблем оцінки нематеріальних активів та формування підходу до проведення їх оцінювання за допомогою кількісних та якісних оціночних суджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений розгляд існуючих підходів до формування оцінки НМА дає можливість представити підхід, згідно з яким у складі НМА виділено наступні групи (або пакети): об'єкти інтелектуальної власності; людський, організаційний, інфраструктурний, клієнтський, марочний, соціальний капітал та релятивний капітал.

До групи об'єктів інтелектуальної власності можуть відноситися НМА у вигляді патентів, ліцензій, ноу-хау, авторських прав, зареєстрованих товарних знаків, прав на дизайн тощо.

Людський капітал поєднує НМА, які характеризують характеристики робочої сили, особисті якості працівників та їх мотивацію, інвестиції в розвиток персоналу, продуктивність праці, доходи власників бізнесу тощо.

Організаційний капітал – це НМА, які характеризують систему менеджменту під-

приємства; організацію його бізнес-процесів; організаційну структуру та внутрішні положення; засоби мотивування, контролю та регулювання; форми влади та стилі керівництва.

Інфраструктурний капітал – це НМА, які пов'язані з транспортно-логістичним обслуговуванням бізнесу, діловими відносинами з контрагентами, партнерами та власниками, інформаційне та програмне забезпечення бізнесу, документообіг та система комунікацій.

Клієнтський капітал об'єднує НМА у вигляді бази даних з визначенням постійних та потенційних клієнтів, характеристики

відносин з ними, ділову репутацію підприємства у клієнтів тощо.

Марочний капітал – це НМА, які пов'язані з інтелектуальними продуктами бренд-менеджменту, а також з технологіями маркетингу – методами аналізу ринку, комунікаціями, рекламою та PR, тощо.

Соціальний капітал характеризує НМА у сфері соціальних комунікацій та соціальної відповідальності, суспільної репутації підприємства.

Релятивний капітал охоплює відносини організації з інвесторами та акціонерами,

Таблиця 1

Характеристика показників оцінки НМА

Група	Назва	Порядок розрахунку
Об'єкти інтелектуальної власності (IPO)	Балансова вартість об'єктів інтелектуальної власності (VIA)	$VIA = BVA - TBV$
Людський капітал (HC)	Продуктивність праці (LP)	$LP = S/ANE$
	Зарплатомісткість продукції (PS)	$PS = PF/S$
	Коефіцієнт рентабельності витрат на розвиток персоналу (PRSDC)	$PRSDC = E/PDS$
Організаційний капітал (OC)	Рівень витрат на 1 грн. реалізованої продукції (CL)	$CL = CP/S$
	Частка витрат на утримання апарату управління (PCUM)	$PCUM = CUM/TCP$
	Коефіцієнт цілеспрямованості структури управління (FMS)	$FMS = MSD/MS$
Інфраструктурний капітал (InC)	Оборотність запасів (IT)	$IT = (CS \times 2) / (Ib + Ie)$
	Рівень технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS)	Якісна експертна оцінка
	Частка документованих бізнес-процесів і процедур (SDPP)	Якісна експертна оцінка
Клієнтський капітал (CC)	Індекс приросту клієнтської бази (ISBG)	$ISBG = Sr/Sb$
	Питома вага витрат на формування та розвиток клієнтської мережі (SCFDCN)	$SCFDCN = CFDCN/SCE$
	Показник перспективи розвитку клієнтської бази (PCBD)	Якісна експертна оцінка
Марочний капітал (BE)	Показник охоплення цільового ринку (TMRI)	$MRI = SVTM/TSAM$
	Впізнаваність індивідуальності бренду (BIR)	Якісна експертна оцінка
	Рівень корпоративної репутації підприємства (LCRC)	Якісна експертна оцінка
Соціальний капітал (SC)	Рівень довіри до підприємства (LTE)	Якісна експертна оцінка
	Рівень соціальної інтегрованості співробітників (LSI)	Якісна експертна оцінка
	Рівень сітьової взаємодії з учасниками ринку (LNI)	Якісна експертна оцінка
Релятивний капітал (RC)	Рентабельність чистих активів (ROIC)	$ROIC = (NOPAT/IC) \times 100$ $NOPAT = OI(1 - TRP)$
	Показник підвищення інвестиційної привабливості підприємства (IAE)	$IAE = MSP/SY$
	Сумарна доходність акціонерів (STR)	$STR = (ESP/ISP) + (DP/ISP)$

Примітка: Розроблено автором

характеризує можливість забезпечення зростання капіталізації підприємства, підвищення його інвестиційної привабливості, тощо.

У таблиці 1 наведено перелік обраних показників, які характеризують складові частини НМА та порядок їх розрахунку. При формуванні показників використано рекомендації Конференції європейських статистиків [13].

У таблиці 1 використовуються наступні позначення та назви показників: BVA – балансова вартість активів; TBV – балансова вартість матеріальних активів; S – виручка від реалізації продукції; ANE – середня чисельність працівників; E – чистий прибуток; PDS – витрати на розвиток персоналу; CP – витрати на виробництво продукції; PF – фонд оплати праці; CUM – витрати на утримання апарату управління; TCP – повна собівартість виробництва; MSD – кількість управлінського персоналу, зайнятого вирішенням проблем розвитку; MS – кількість всього управлінського апарату; CS – собівартість продукції; Ib – вартість запасів на початок періоду; Ie – вартість запасів на кінець періоду; Sr – продажі звітного періоду; Sb – продажі базового періоду; CFDCN – витрати на формування та розвиток клієнтської мережі; SCE – загальна сума витрат на збут; SVTM – обсяг продажу на цільовому ринку; TSAM – сумарний обсяг продажу усіма учасниками цільового ринку; NOPAT – операційний прибуток після податків; IC – інвестований капітал; OI – операційний прибуток; TRP – ставка податку на прибуток; MSP – ринкова ціна акції; SY – доходність акції; ESP – ціна акції на кінець періоду; ISP – початкова ціна акції; DP – виплачений дивіденд наприкінці року

Загалом схема розрахунку показників вартості НМА підприємства включає наступні етапи: формування мети оцінки та набору показників, за допомогою яких можлива її реалізація; розрахунок обраних показників; вибір методу згортки показників до єдиного інтегрального показника; проведення нормування показників; розрахунок інтегрального показника; перевірка якості проведених розрахунків; отримання кінцевого інтегрального показника вартості НМА; деталізація вартості груп (пакетів) НМА.

При вирішенні завдань моделювання розгляд набору показників іноді потребує якісної інтерпретації, що пов'язано з використанням лінгвістичних оцінок. Важливим є визначення взаємозв'язку між кількісними значеннями приватних показників та інтегральним, результуючим, показником, значення якого характеризує рівень вартості НМА в цілому. Також важливо при оцінці вартості розглядати не тільки кількісні показники, але й розуміти чи є добрими значення цих показників, та якщо так, то в якій мірі. Для достовірної лінгвістичної оцінки параметрів необхідно визначити лінгвістичну шкалу для проведення оцінки та консолідувати необхідну для даної оцінки інформацію.

Потрібно відзначити, що показники, за допомогою яких проводиться оцінювання вартості НМА підприємств, можна розділити на три групи.

До першої відносяться показники, значення яких отримані із фінансової звітності підприємств та інформації відкритого доступу. Це такі показники як BVA, TBV, S, E, ANE, PF, CP, CS, TCP, Ib, Ie, Sb, Sr, IC, OI, TRP, MSP, SY, ISP, ESP, DP. До другої групи віднесено показники, які містяться у внутрішній управлінській звітності підприємства, або можуть бути оцінені чи розраховані за кількісними оціночними судженнями експертів – PDS, CUM, MSD, MS, CFDCN, SCE, SVTM, TSAM. Третя група – це показники, які можуть бути оцінено лише за допомогою якісних оціночних суджень експертів про рівень проявлення параметра за допомогою методів нечіткої логіки. Це такі показники як LAISS, SDPP, IPCBD, BIR, LCRC, LTE, LSI, LNI.

Побудова нечіткої моделі оцінки зводиться до вирішення наступних завдань: визначення структури, завдання нечітких множин, завдання функцій приналежності, вибір алгоритму розрахунку нечіткого виведення та ін. [14].

Відповідно до обраного підходу до оцінювання вартості складових НМА виконується наступні етапи.

На першому етапі проводиться вибір показників та їх розрахунок. Якщо розрахунок показників першої групи не викликає ніяких проблем, то при визначенні показни-

ків другої групи вони є. Для їх визначення пропонується наступний підхід.

Як вже відзначалося, отримання певної інформації про витрати, місткість ринків збуту, або перспективи їх розвитку тощо на будь-якому підприємстві має певні проблеми. Перш за все – це відсутність реального обліку по деяких статтях витрат або їх елементах, відсутність достовірної інформації про ємність ринку підприємства та його сегменти, небажання менеджменту підприємства відкривати управлінську інформацію про реальний стан та перспективи розвитку підприємства. У цих умовах отримання більш-менш достовірної інформації може базуватися на визначенні існуючих тенденцій розвитку підприємств-аналогів, інформації про дослідження у цих сферах та ін., та у значній мірі від фахових знань та компетентності експертів, які залучаються до проведення експертиз. Можна погодитися, що така інформація не є достатньо достовірною, але в умовах неможливості отримання реальної, формально підтвердженої інформації, вона дає можливість дослідити наявні тенденції розвитку ситуації на досліджуваних підприємствах, якого достатньо для тих завдань, які поставлено у дослідженні.

Для вирішення задачі отримання частково неповної інформації було використано експертне опитування, яке проводилося за наступними алгоритмом. По-перше, була сформована група експертів у кількості 7 осіб. Далі була сформовано анкети для опитування, у яких експертам було запропоновано розподілити або витрати між місцями їх виникнення, або межі частки ринку підприємства та перспективи його розширення частки ринку, або ін. Потрібно визначити, що розподіл мав еталонний характер, тобто в процесі опитування було визначено лише відсотки розподілу витрат або зміни інших показників.

При обробці результатів експертних опитувань було використано технологію отримання групової експертної оцінки шляхом підсумовування індивідуальних оцінок з вагами компетентності і важливості, яка ґрунтується на виконанні: аксіом теорії корисності для індивідуальних і групових оцінок а також умов непомітності об'єктів в груповому відношенні, якщо вони невиразні

у всіх індивідуальних оцінках (частковий принцип Парето) [15].

Обробка результатів оцінки проводилася наступним чином.

Певна кількість експертів (m) провела оцінку n об'єктів за рядом показників (розподіл витрат на персонал між витратами на утримання апарату управління, включаючи витрати на оплату праці, підвищення кваліфікації тощо) та іншими витратами на персонал підприємства – h).

Результати оцінювання представлені величинами x_{ij}^h , де i – номер об'єкту, j – номер експерта, h – номер показника. Величини x_{ij}^h отримані методом безпосереднього оцінювання (є числами, які характеризують частку (відсоток) розподілу певного виду витрат між місцями їх виникнення. Як групову оцінку для кожного з об'єктів можна отримати середнє зважене значення його оцінки

$$x_i = \sum_{h=1}^l \sum_{j=1}^m q_h x_{ij}^h k_j, (i=1,2,\dots,n) \quad (1)$$

де q_h – коефіцієнти ваги показників порівняння об'єктів; k_j – коефіцієнти компетентності експертів.

Величини q_h і k_j є нормованими, тобто $\sum_{h=1}^l q_h = 1$, $\sum_{j=1}^m k_j = 1$. Коефіцієнти q_h можуть бути визначені експертним шляхом, як середній коефіцієнт ваги h -ого показника по всіх експертах, тобто $q_h = \sum_{j=1}^m q_{hj} k_j$. Коефіцієнти компетентності експертів можна обчислити за апостеріорними даними, тобто за наслідками оцінки об'єктів.

Основною ідеєю цього обчислення є припущення про те, що компетентність експерта повинна оцінюватися за мірою узгодженості його оцінок з груповою оцінкою об'єктів.

Для спрощення подальшого викладу, можна обмежитися розглядом випадку $h=1$. Тобто коли групове оцінювання об'єктів проводиться на основі тільки одного показника. Алгоритм обчислення групових оцінок

і коефіцієнтів компетентності експертів для цього випадку має вигляд:

а) початкові умови при $t=0$

$$k_j^0 = \frac{1}{m}, (j = \overline{1, m}), \quad (2)$$

тобто початкове значення коефіцієнтів компетентності для всіх експертів є однаковим і дорівнює один одному;

б) рекурентні співвідношення для $t=1, 2, 3$ є такими:

– групові оцінки для i -того об'єкту на t -тому кроці на основі індивідуальних оцінок x_{ij}

$$x_i^t = \sum_{j=1}^m x_{ij} k_j^{t-1}, (i = \overline{1, n}) \quad (3)$$

– нормувальний коефіцієнт

$$\lambda^t = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m x_i^t x_{ij} \quad (4)$$

– коефіцієнти компетентності для i -того експерта на t -тому кроці

$$k_j^t = \frac{1}{\lambda^t} \sum_{i=1}^n x_{ij} x_i^t, (j = \overline{1, m-1}) \quad (5)$$

– коефіцієнти компетентності m -того експерта виходячи з умов нормування

$$k_m^t = 1 - \sum_{j=1}^{m-1} k_j^t \quad (6)$$

в) ознака закінчення ітераційного процесу

$$\max(|x_i^t - x_i^{t-1}|) < E \quad (7)$$

Надалі загальні витрати на персонал можуть бути розподілені за цими коефіцієнтами між обома зазначеними групами витрат. За цим алгоритмом розраховуються й інші показники другої групи для показників оцінки НМА підприємства.

Більш складною проблемою є визначення показників третьої групи, тобто таких які не мають ніякої кількісної, а лише якісну експертну оцінку. Для вирішення завдань визначення показників пропонується використання лінгвістичних оцінок з їх наступним нечітким шкалюванням. Модель базується на формуванні підмножин інформативних ознак - індикаторних змінних, вибір і

аналіз яких заснований на експертному оцінюванні. Вимірювання індикаторних змінних проводиться за допомогою опитування експертів з подальшим усередненням їх думок, що дозволяє отримати деяку точку на інтервальній шкалі.

Побудова функції приналежності передбачає задання лінгвістичної змінної; визначення універсальної множини, на якій задається лінгвістична змінна; задання сукупності нечітких термів, які використовуються для оцінки лінгвістичної змінної; формування матриці рангів кожного оцінюваного терму; визначення функції приналежності для кожного терму; подальше нормування отриманих функцій, яке може здійснюватися шляхом ділення на найбільші ступені приналежності.

Лінгвістична змінна є апаратом для подання в системах прийняття рішень якісних категорій та їх вербальних значень, а її терм-множина має бути функціонально повною і покривати всю базову множину B .

Лінгвістична змінна L визначається трійкою $L = \langle NL, B, T \rangle$, де NL – її назва, B – базова шкала, $T = \{t1..tm\}$ – терм-множина, яка задає набір її значень.

При цьому кожен елемент терм-множини є нечіткою змінною на шкалі B .

Крім того, до складу лінгвістичної змінної у якості елементів входять синтаксичне правило, на основі якого генеруються нові терми із застосуванням слів природної або формальної мови, а також семантичне правило, яке кожному значенню лінгвістичної змінної ставить у відповідність нечітку підмножину множини.

При моделюванні значень індикаторних змінних (показників) можуть бути використані п'ять термів для кожної змінної, тобто єдиної шкали оцінки з п'яти якісних термів. Тобто, для окремого показника X_i задається лінгвістична змінна B_i «рівень показника X_i » на наступній терм-множині значень: підмножина «низький рівень показника»; підмножина «рівень нижче середнього показника»; підмножина «середній рівень показника»; підмножина «рівень вище середнього показника»; підмножина «високий рівень показника». Для визначення межі значень можливо використання шкали Сааті [16].

Фрагмент сформованої характеристика терм-множин та меж їх визначення для кожної лінгвістичної змінної наведено у таблиці 2.

Нечітка множина, за допомогою якої формалізується терм T , представляє сукупність пар

$$B = \left\{ \frac{\mu_B(t_1)}{t_1}, \frac{\mu_B(t_2)}{t_2}, \dots, \frac{\mu_B(t_m)}{t_m} \right\} \quad (8)$$

де $T = \{t_1..t_m\}$ — універсальна множина, на якій задається нечітка множина, $B \subset T$; $\mu_B(t_i) = u$ — ступінь приналежності елемента $t_i \in T$ до нечіткої множини B .

Таблиця 2

Визначення терм-множин для лінгвістичних змінних оцінки НМА (фрагмент)

Позначення	Характеристики лінгвістичних змінних	Значення
LAISS	Ім'я змінної	Рівень технологічності системи інформаційного забезпечення
	Терм множина	[низький рівень показника, рівень показника нижче середнього, середній рівень показника, рівень показника вище середнього, високий рівень показника]
	Межі значень	[1,9]
...	...	...
LNI	Ім'я змінної	Рівень сітьової взаємодії з учасниками ринку
	Терм множина	[високий, добрий, середній, низький, незадовільний]
	Межі значень	[1,9]

Джерело: розроблено автором

Необхідно визначити значення $\square B(t_l)$ для всіх $l = \overline{1, m}$. Сукупність цих значень буде утворювати функцію приналежності.

Далі використовується розподіл ступенів приналежності елементів універсальної множини, яка передбачає, що правило, згідно з яким чим більшим є ранг елемента, тим більша ступінь його приналежності [17].

Рангом елемента є число, що характеризує важливість (або вагу) цього елемента у формуванні властивості, яка описується нечітким термом, тобто

$$r_B(u_i) = r_i, \quad \mu_B(u_i) = \mu_i, \quad (9)$$

При цьому відношення рангу елемента до його ступеню приналежності є сталою нормованою величиною

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{\mu_1}{r_1} = \frac{\mu_2}{r_2} = \dots = \frac{\mu_n}{r_n} \\ \mu_1 + \mu_2 + \dots + \mu_n = 1 \end{array} \right. \quad (10)$$

Ступінь приналежності всіх елементів універсальної множини визначається через ступінь приналежності опорного елемента

$$\mu_j = \frac{r_j}{r_i} \cdot \mu_i; \text{ для усіх } i \neq j \quad (11)$$

де r_j — ступінь приналежності j -того елемента універсальної множини; r_i — ступінь приналежності опорного елемента $t_i \in T$.

Далі проводиться експертна оцінка рангів та формування діагональної транзитивної матриці A з елементами $a_{ij} = r_i/r_j$

$$A = \begin{bmatrix} 1 & r_2/r_1 & \dots & r_n/r_1 \\ r_1/r_2 & 1 & \dots & r_m/r_2 \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r_1/r_m & r_2/r_m & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad (12)$$

Оскільки матриця (12) може бути інтерпретована як матриця парних порівнянь рангів, то для експертної оцінки елементів цієї матриці можна використати шкалу Сааті, тобто

$$a_{ij} = \frac{r_i}{r_j} = \begin{cases} 1 - \text{відсутність переваги } r_i \text{ над } r_j, \\ 3 - \text{незначна перевага } r_i \text{ над } r_j, \\ 5 - \text{суттєва перевага } r_i \text{ над } r_j, \\ 7 - \text{явна перевага } r_i \text{ над } r_j, \\ 9 - \text{абсолютна перевага } r_i \text{ над } r_j, \\ 2, 4, 6, 8 - \text{проміжні порівняльні оцінки.} \end{cases}$$

Використовуючи наведений метод побудовано функцію приналежності для всіх нечітких термів, які характеризують лінгвіс-

тичні зміни оцінки HMA (LAISS, SDPP, IPCBD, BIR, LCRC, LTE, LSI, LNI).

Методику побудови функції приналежності проілюструємо для одного з обраних показників - LAISS

Лінгвістична змінна $L1$ для показника $X1$ – «Рівень технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS)» визначається універсальною множиною $B(L1) = [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9]$ у.о.

Для лінгвістичної оцінки фактору $L1$ використаємо сукупність нечітких термів: $Bi1$ - підмножина «низький рівень показника Xi »; $Bi2$ – підмножина «рівень нижче середнього показника Xi »; $Bi3$ – підмножина «середній рівень показника Xi »; $Bi4$ – підмножина «рівень вище середнього показника Xi »; $Bi5$ – підмножина «високий рівень показника Xi ».

Для фактору $L1$ будується матриця, яка відображає парні порівняння оцінок рівня технологічності системи інформаційного забезпечення з огляду близькості до терму $Bi1$ - підмножина «низький рівень показника Xi ».

Розраховані ступені приналежності елементів $u1 \square u5$ терму $Bi1$ будуть мати значення $[0,36; 0,28; 0,20; 0,12; 0,04]$.

Для термів $B(L1)2$ – підмножина «скоріше середній рівень показника Xi »; $B(L1)3$ – підмножина «скоріше високий рівень показника Xi » матриці попарних порівнянь та ступені приналежності елементів $u1 \square u5$ термів $B(L1)2$ та $B(L1)3$ визначаються таким же чином. Отримані значення функцій приналежності надалі нормуються із використанням у якості знаменника максимального їх значення.

Сформовано нечіткі множини, які характеризують рівень технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS):

$$LAISS1 = \left(\frac{1}{1}; \frac{0,78}{2}; \frac{0,56}{3}; \frac{0,33}{4}; \frac{0,11}{5} \right).$$

$$LAISS2 = \left(\frac{0,56}{1}; \frac{0,81}{2}; \frac{1}{3}; \frac{0,81}{4}; \frac{0,56}{5} \right)$$

$$LAISS3 = \left(\frac{0,11}{1}; \frac{0,33}{2}; \frac{0,56}{3}; \frac{0,78}{4}; \frac{1}{5} \right)$$

Результати розрахунків значення функції приналежності лінгвістичної змінної $B(L1)$ у фіксованих точках поділу інтервалу визначення на універсальній множині наведено у таблиці 3.

Для неперервного задання лінгвістичних змінних використовують формулу лінійної інтерполяції:

$$\mu(x) = \mu_i + \frac{\mu_{i+1} - \mu_i}{u_{i+1} - u_i} (x - u_i) \quad (13)$$

Функція приналежності для лінгвістичної змінної $B(L1)$ «Рівень технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS)» у проміжних точка поділу за термами «скоріше низький рівень показника», «скоріше середній рівень показника», «скоріше високий рівень показника» буде мати наступний вид

$$\mu_{B(L1)1}(t_1) = \begin{cases} 1 + \frac{0,78 - 1}{2 - 1} (t_1 - 1), \in [1; 2] \\ 0,78 + \frac{0,56 - 0,78}{3 - 2} (t_1 - 2), \in [2; 3] \\ 0,56 + \frac{0,33 - 0,56}{3 - 2} (t_1 - 3), \in [3; 4] \\ 0,33 + \frac{0,11 - 0,78}{4 - 3} (t_1 - 4), \in [4; 5] \end{cases}$$

$$\mu_{B(L1)2}(t_1) = \begin{cases} 0,56 + \frac{0,81 - 0,56}{2 - 1} (t_1 - 1), \in [1; 2] \\ 0,81 + \frac{1 - 0,81}{3 - 2} (t_1 - 2), \in [2; 3] \\ 1 + \frac{0,81 - 1}{3 - 2} (t_1 - 3), \in [3; 4] \\ 0,81 + \frac{0,56 - 0,81}{4 - 3} (t_1 - 4), \in [4; 5] \end{cases}$$

$$\mu_{B(L1)3}(t_1) = \begin{cases} 0,11 + \frac{0,33 - 0,11}{2 - 1} (t_1 - 1), \in [1; 2] \\ 0,33 + \frac{0,56 - 0,33}{3 - 2} (t_1 - 2), \in [2; 3] \\ 0,56 + \frac{0,75 - 0,56}{3 - 2} (t_1 - 3), \in [3; 4] \\ 0,75 + \frac{1 - 0,75}{4 - 3} (t_1 - 4), \in [4; 5] \end{cases}$$

Розв'язання задачі знаходження рівня технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS) з встановленням значень функцій приналежності, обчислених на основі сформульованих експертами вихідними значеннями лінгвістичних змінних на основі терм-множин дає можливість визначити значення показника у розмірі $B(L1) = 1,45$ у.о.

Аналогічним чином розраховуються показники функцій приналежності, які характеризують лінгвістичні зміни інших показників третьої групи оцінки HMA (SDPP, IPCBD, BIR, LCRC, LTE, LSI, LNI).

На наступному етапі формується база знань процесу оцінювання HMA підприєм-

ства відповідно до моделі логічного виведення.

При цьому пропонується для визначення системного інтегрального показника оцінки нематеріальних активів використовувати наступні шість термів

$T(QIA)$ ($QIA1$, $QIA2$, $QIA3$, $QIA4$, $QIA6$, $QIA6$),

де $QIA1$ - підмножина «скоріше низький рівень показника QIA »; $QIA2$ - підмножина «скоріше нижче середнього рівня показника QIA »; $QIA3$ - підмножина «скоріше середній рівень показника QIA »; $QIA4$ - під-

множина «скоріше нижче середнього рівня показника QIA »; $QIA4$ - підмножина «скоріше вище середнього рівня показника QIA »; $QIA45$ - підмножина «скоріше високий рівень показника $QIA4$ », $QIA46$ - підмножина «скоріше дуже високий рівень показника $QIA4$ ». Для спрощення запису введемо такі скорочення: «низький» - L , «нижче середнього» - BM , «скоріше середній» - M , «вище середнього» - AM , «високий» - H , «дуже високий» - VH ,

Таблиця 3

Функція приналежності терм-множини $B(L1)$ «Рівень технологічності системи інформаційного забезпечення (LAISS)»

$B(L1)$, у.о.	1	2	3	4	5
скоріше низький рівень показника $B(L1)1$	1	0,78	0,56	0,33	0,11
скоріше середній рівень показника $B(L1)2$	0,56	0,81	1	0,81	0,56
скоріше високий рівень показника $B(L1)3$	0,11	0,33	0,56	0,78	1

Джерело: розроблено автором

$T(QIA) = (L, BM, M, AM, H, VH)$ - Оцінка нематеріальних активів.

$T(QHC) = (L, M, H)$ - Людський капітал.

$T(QOC) = (L, M, H)$ - Організаційний капітал.

$T(QInC) = (L, M, H)$ - Інфраструктурний капітал.

$T(QCC) = (L, M, H)$ - Клієнтський капітал.

$T(QBC) = (L, M, H)$ - Марочний капітал.

$T(QSC) = (L, M, H)$ - Соціальний капітал.

У результаті база знань процесу оцінювання НМА відповідно до моделі логічного виведення матиме наступний узагальнений вигляд.

ЯКЩО $(QHC = L) \text{ I } (QHC = M) \text{ I } (QHC = H)$

$\text{I } (QOC = L) \text{ I } (QOC = M) \text{ I } (QOC = H)$

$\text{I } (QInC = L) \text{ I } (QInC = M) \text{ I } (QInC = H)$

$\text{I } (QCC = L) \text{ I } (QCC = M) \text{ I } (QCC = H)$

$\text{I } (QBC = L) \text{ I } (QBC = M) \text{ I } (QBC = H)$

$\text{I } (QSC = L) \text{ I } (QSC = M) \text{ I } (QSC = H)$

ТОДІ $(QIA = L) \text{ I } (QIA = BM) \text{ I } (QIA = M) \text{ I }$

$\text{I } (QIA = AM) \text{ I } (QIA = H) \text{ I } (QIA = VH)$

Фрагмент сформованої матриці знань наведено у таблиці 4.

Таблиця 4

Матриця знань лінгвістичної змінної «Оцінка нематеріальних активів» (фрагмент)

№ з/п	QHC	QOC	$QInC$	QCC	QBC	QSC	QIA
1	L	L	L	L	L	M	L
2	L	L	L	L	L	H	
3	L	L	L	L	V	M	
4	L	M	M	L	L	L	BM
5	L	L	H	M	L	L	
6	L	L	H	M	L	M	
7	L	M	L	M	L	H	
8	L	M	M	M	M	L	
...	...	...	...	...	...	...	...
28	H	H	M	H	L	H	VH
29	H	H	H	M	H	H	
30	H	H	H	H	L	H	

Джерело: розроблено автором

Далі записуються нечіткі логічні рівняння для термів лінгвістичної змінної Q_{IA} «Оцінка нематеріальних активів». Наприклад, для терму «L» рівняння можна записати наступним чином:

$$\begin{aligned}\mu_L(Q_{IA}) = & [\mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_L(Q_{BC}) \wedge \mu_L(Q_{SC}) \vee \\ & \vee \mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_L(Q_{BC}) \wedge \mu_H(Q_{SC}) \vee \\ & \vee \mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_{LV}(Q_{BC}) \wedge \mu_M(Q_{SC})]\end{aligned}$$

Значення лінгвістичних змінних Q_{HC} , Q_{OC} , Q_{InC} , Q_{CC} , Q_{BC} , та Q_{SC} дають можливість визначити терм-множини лінгвістичної змінної Q_{IA} . Терм-множина $T(Q_{IA}) = \langle L, BM, M, AM, H, VH \rangle$ задається шістьма точками на універсальній множині $U(Q_{IA}) = \{q_1, q_2, q_3, q_4, q_5, q_6\}$:

$$Q_{IA} = \left\{ \frac{\mu_L(Q)}{q_1}; \frac{\mu_{BM}(Q)}{q_2}; \frac{\mu_M(Q)}{q_3}; \frac{\mu_{AM}(Q)}{q_4}; \frac{\mu_H(Q)}{q_5}; \frac{\mu_{VH}(Q)}{q_6} \right\}$$

На основі розрахованих значень функцій приналежності лінгвістичних змінних HC, OC, CC, BC, SC, RC , які визначають показники якості виокремлених рівнів факторних оцінок отримаємо значення функції належності для лінгвістичної змінної системного рівня, що визначає інтегральний показник оцінки НМА на терм-множині $\{L, BM, M, AM, H, VH\}$. Так, для терму «L» рівняння можна записати як

$$\begin{aligned}\mu_L(Q_{IA}) = & [\mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_L(Q_{BC}) \wedge \mu_L(Q_{SC}) \vee \\ & \vee \mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_L(Q_{BC}) \wedge \mu_H(Q_{SC}) \vee \\ & \vee \mu_L(Q_{HC}) \wedge \mu_L(Q_{OC}) \wedge \mu_L(Q_{InC}) \wedge \\ & \wedge \mu_L(Q_{CC}) \wedge \mu_{LV}(Q_{BC}) \wedge \mu_M(Q_{SC})]\end{aligned}$$

Обчислення кількісного показника оцінки НМА підприємства проведемо на основі методу центра мас або центра ваги плоскої фігури, що обмежується графіком функції приналежності і віссю абсцис. Ця процедура є оберненою до операції фазифікації і полягає у дефазифікації нечіткої множини з врахуванням знайдених значень функцій приналежності.

Дефазифікація лінгвістичної змінної обчислюється як

$$Q_{IA} = \frac{\sum_{i=1}^m \left[\frac{Q_{IA} + (1 - \frac{Q_{IA} - Q_{IA}}{m - 1})}{m - 1} \right] \cdot \mu_i(Q_{IA})}{\sum_{i=1}^m \mu_i(Q_{IA})} \quad (14)$$

де: $\underline{Q_{IA}}, \overline{Q_{IA}}$ – відповідно мінімальний і

максимальний рівень показника оцінки НМА підприємства; m – кількість заданих нечітких термів для лінгвістичної змінної Q_{IA} .

Задавши значення змінних до формули (14), зокрема: $m=6$; $\mu_1(Q_{IA})=\mu_L(Q_{IA})$; $\mu_2(Q_{IA})=\mu_{BM}(Q_{IA})$; $\mu_3(Q_{IA})=\mu_M(Q_{IA})$; $\mu_4(Q_{IA})=\mu_{AM}(Q_{IA})$; $\mu_5(Q_{IA})=\mu_H(Q_{IA})$; $\mu_6(Q_{IA})=\mu_{VH}(Q_{IA})$ та визначивши точки обчислення за встановленою нижньою та верхньою межею $[0,01;1,00]$ для лінгвістичної змінної Q_{IA} , проводиться визначення показника оцінки НМА підприємства. При розрахунках пропонується встановити інтервал обчислення $[0,01;0,20;0,40;0,60;0,80;1,00]$.

Висновки. Представлений підхід, згідно з яким у складі показників нематеріальних активів виділено групи як фінансових, так і нефінансових показників (або пакети): об'єкти інтелектуальної власності; людський капітал; організаційний капітал; інфраструктурний капітал; клієнтський капітал; марочний капітал; соціальний капітал та релятивний капітал.

Визначено три групи показників, за допомогою яких проводиться оцінювання нематеріальних активів – значення яких отримують із фінансової звітності; які можуть бути оцінені за кількісними оціночними судженнями експертів на основі теорії корисності для індивідуальних і групових оцінок; які можуть бути оцінено лише за якісними оціночними судженнями експертів на основі використання функції приналежності. Запропонований підхід дає можливість підвищити адекватність оцінок нематеріальних активів та їх складових та знизити їх суб'єктивізм.

Література.

1. Corrado C. Intangible investment in the EU and US before and since the Great Recession and its contribution to productivity growth/ C. Corrado, J. Haske, C. Jona-Lasinio and M. Iommi // Journal of Infrastructure, Policy and Development. – 2018. – Vol.2. – Issue 1. – Retrieved from <http://www.systems.enpress-publisher.com/index.php/jipd/article/view/205>.
2. Hitchner J. R. Financial Valuation: Applications and Models, 3-rd Edition / J. R. Hitchner. – N.Y.: John Wiley & Sons, 2001. – 1320 p.
3. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden

Roots/ L. Edvinsson, M. Malone. – N. Y.: Harper Business, 1997. – 240 p.

4. Sveiby K. E. Measuring Intangibles and Intellectual Capital – An Emerging First Standard / Karl-Erik Sveiby // Retrieved from: <http://www.sveiby.com/articles/EmergingStandard.html#Why>

5. Saint-Onge H. Strategic Capabilities: Shaping Knowledge Management within the Knowledge-Driven Enterprise/ H. Saint-Onge – Received from <http://www.knowinc.com/saintonge/library/strategic.htm>.

6. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами: пер. с англ. 8-е изд. / М. Армстронг. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с.

7. Daum J. H. Intangible Assets and Value Creation / J. H. Daum. – Chichester – UK: Wiley, 2002. – 444 p.

8. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А. М. Колот // Економічна теорія. – 2007. – № 2. – С. 3–13.

9. Вакульчик О. М. Економічна діагностика інтелектуального капіталу в умовах інноваційного розвитку підприємства / О. М. Вакульчик, Г. Л. Ступнікер. – Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2011. – 148 с

10. Ситник Й. С. Інтелектуалізація капіталу організації та його структурування / Й. С. Ситник // Формування ринкової економіки. – 2012. – Спец. вип.: у 2 ч. – Ч. 1: Стратегічні імперативи сучасного менеджменту. – С. 332–342.

11. Sveiby K.-E. Methods for Measuring Intangibles Assets. Karl-Erik Sveiby, Received from <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

12. Душкин Р. В. Методы получения, представления и обработки знаний с НЕ-факторами / Р. В. Душкин. – М. : ДМК пресс, – 2011. – 115 с.

13. Доклад о работе шестьдесят третьей пленарной сессии Конференции европейских статистиков. – Европейская экономическая комиссия; Конференция европейских статистиков. – Женева, 2015. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2015/Report_1512361Rus.pdf

14. Ярушкіна, Н. Г. Основы теории нечетких и гибридных систем / Н. Г. Ярушкіна: учеб. пос. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.

15. Подиновский В. В. Парето-оптимальные решения многокритериальных задач / В. В. Подиновский, В. Д. Ногин. – М. : Наука, 1982. – 256 с.

16. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с

17. Ротштейн О. П. Soft Computing в біотехнології: багатофакторний аналіз і діагностика: Монографія / О. П. Ротштейн, Є. П. Ларяшкін, Ю. І. Мітюков. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 144 с.

References

1. Corrado, C., Haskel, J., Jona-Lasinio, C., & Iommi, M. (2018). Intangible investment in the EU and US before and since the Great Recession and its contribution to productivity growth. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 2(1), 11. doi:10.24294/jipd.v2i1.205

2. Hitchner, J.R. (2001). *Financial Valuation: Applications and Models*, 3-rd Edition, N.Y.: John Wiley & Sons.

3. Edvinsson, L., & Malone, M. (1997). *Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots*, N. Y.: Harper Business.

4. Sveiby, K.E. Measuring Intangibles and Intellectual Capital – An Emerging First Standard. Received from: http://www.sveiby.com/articles/_EmergingStandard.html.

5. Saint-Onge, H. Strategic Capabilities: Shaping Knowledge Management within the Knowledge-Driven Enterprise. Received from: <http://www.knowinc.com/saintonge/library/strategic.htm>.

6. Armstrong, M. (2005). *Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami*, per. s angl., 8-e izd. Sankt Peterburg: Piter.

7. Daum, J.H. (2002). Werttreiber Intangible Assets: Brauchen wir ein neues Rechnungswesen und Controlling? *Controlling*, 14(1), 15–24. doi:10.15358/0935-0381-2002-1-15

8. Kolot, A.M. (2007). Innovacijsna praca ta intelektual'nij kapital u sistemi faktoriv formuvannya ekonomiki znan, *Ekonomichna teoriya*, (2), 3-13.

9. Vakulchik, O.M. & Stupniker, G.L. (2001). *Ekonomichna diagnostika intelektual'nogo kapitalu v umovah innovacijnogo rozvitku pidpriemstva*, Dnipropetrovsk: IMA-pres.

10. Sytnyk, Y.S. (2012). Intelektualizatsiya kapitalu organizatsii ta jogo strukturuvannya, *Formuvannya rinkovoi ekonomiki*, Spets. vyp., (Ch.1), Strategichni imperatyvy suchasnoho menedzhmentu. 332-342.

11. Sveiby, K.-E. Methods for Measuring Intangibles Assets. Received from <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

12. Dushkin, R.V. (2011). *Metody polucheniya, predstavleniya i obrabotki znaniy s NE-faktorami*, Moskva: DMK press.

13. Doklad o rabote shestidesyat tretey plenarnoy sessii Konferentsii evropeyskikh statistikov (2015), Zheneva. Received from https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2015/Report_1512361Rus.pdf.

14. Yarushkina, N.G. (2004). *Osnovy teorii nechetkikh i gibridnykh system*, Moskva: Finansy i statistika.

15. Podinovskiy, V.V., & Nogin, V.D. (1982). *Parreto-optimalnye resheniya mnogokriterialnykh zadach*, Moskva: Nauka.

16. Saati, T. (1993). *Prinyatie reshenij. Metod analiza ierarhii*. Moskva: Radio i svyaz.

17. Rotshtejn, O.P., Laryashkin, Ye.P., & Mityukov, Yu.I. (2008). *Soft Computing v biotekhnologii: bagatofaktorniy analiz i diagnostyka*, Vinnytsia: UNIVERSUM-Vinnytsia.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ*В. Д. Козенкова, ассистент, Национальная металлургическая академия Украины*

Методология исследования. Результаты получены за счет применения методов: системного анализа – для изучения конкретных методов оценивания нематериальных активов; экспертные методы – для регулирования элементов нематериальных активов; методы математической статистики и нечеткой логики – для определения зависимостей между значениями элементов нематериальных активов и их интегральной оценкой; методы эконометрического моделирования – для построения экономико-математической модели оценки нематериальных активов.

Результаты. Проанализированы подходы к структурированию состава нематериальных активов. Разработаны группы показателей (пакетов), характеризующих нематериальные активы, представлена их характеристика и расчетные формулы. Обоснован подход к определению показателей на основе теории полезности для индивидуальных и групповых оценок. Представлена модель оценивания качественных показателей на основе использования лингвистических оценок с их последующим нечетким шкалированием, базирующаяся на формировании индикаторных переменных, выбор и анализ которых основан на экспертном оценивании с последующим усреднением оценок и определением интервальных шкал.

Новизна. Разработана модель оценивания нематериальных активов предприятия, которая базируется на структурировании пакетов нематериальных активов, выборе методов оценивания и их модификации с использованием механизмов нечеткой логики для обеспечения оценивания качественных характеристик этих пакетов.

Практическая значимость. Предложенный подход вносит определенный вклад в развитие методики проведения оценки нематериальных активов и способствует ее эффективному проведению на практике, что позволит принимать обоснованные управленческие решения, направленные на обеспечение роста эффективности деятельности организации на основе активного использования нематериальных активов

Ключевые слова: нематериальные активы, показатели оценки, экспертная оценка, количественные оценочные суждения, качественные оценочные суждения, теория полезности, метод анализа иерархий, нечеткая логика, лингвистические переменные, функция принадлежности.

MODELING OF ASSESSMENT INDICATORS OF INTANGIBLE ASSETS OF
INDUSTRIAL ENTERPRISES*V. D. Kozenkova, Assistant Lecturer, National Metallurgical Academy of Ukraine*

Methods. The results are obtained with the following methods: systems analysis - to study specific methods for assessing intangible assets; expert methods – to regulate the elements of intangible assets; methods of mathematical statistics and fuzzy logic – to determine the relationships between the values of the elements of intangible assets and their integrated assessment; econometric modeling methods – to build an economic-mathematical model for evaluating intangible assets.

Results. The approaches to structuring the composition of intangible assets are analyzed. Groups of indicators (packages) characterizing intangible assets are developed, their characteristics and calculation formulas are presented. The approach to the determination of indicators based on utility theory for individual and group assessments is substantiated. A model for assessing qualitative indicators based on the use of linguistic estimates with their subsequent fuzzy scaling is presented, based on the formation of indicator variables, the selection and analysis of which is based on expert evaluation, followed by averaging of estimates and determination of interval scales.

Novelty. A model has been developed for assessing intangible assets of an enterprise, which is based on structuring packages of intangible assets, choosing valuation methods and modifying them

using fuzzy logic mechanisms to ensure the assessment of the qualitative characteristics of these packages.

Practical value. The proposed approach makes a certain contribution to the development of the methodology for assessing intangible assets and contributes to its effective implementation in practice, which will make it possible to make informed management decisions aimed at ensuring an increase in the effectiveness of the organization based on the active use of intangible assets

Keywords: intangible assets, assessment indicators, expert assessment, quantitative value judgments, qualitative value judgments, utility theory, hierarchy analysis method, fuzzy logic, linguistic variables, membership function.

Надійшла до редакції 1.02.20 р.

ECONOMIC MODELS OF OPTIMAL ENTERPRISE PRODUCTION OUTPUT STRATEGY

*M. A. Demydenko, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
demidenko.m.a@nmu.one. orcid.org/0000-0001-6298-2079*

*D. V. Kabachenko, Ph. D (Econ.), Associate. Professor, Dnipro University of Technology,
kabachenko.d.v@nmu.one. orcid.org/0000-0001-6126-4809*

Methods. The article explores and substantiates methods for determining consumer demand and, on this basis, develop optimal production plans considering technological, operational and market restrictions.

Results. Model of optimal strategy production output are proposed Implementation of these methods allows the company to be more competitive. The research was carried out at «Pridneprovsky» company, Dnipro, Ukraine. The company is a modern, mechanized and automated business. Nowadays the company produces more than one hundred kinds of dairy products. The company controls the terms of production, storage and transportation of their products from a farm to the sale of finished products. Economic efficiency of «Prydniprovsky» company depends on the timely and proper response to consumer demand. Therefore, the enterprise must adapt plans and range of foods. These changes may range from once a month to once in ten days. Adjustment plans, in most cases, are carried out by income criteria or sales volume. This calculation is usually performed manually, and decisions are made by experienced specialists. These decisions can be attributed to rational or close to optimal. Practice management now shows that such plans and management decisions are not perfect. Deficiencies are caused by different experience planning professionals, lack of time to consider all the factors, subjective approaches to solving the problems. The proposed methodology eliminates these shortcomings and allow to increase profitability of this enterprise.

Novelty. Proposed models and methods given differ from the existing ones by the formalized approach, the use of economic mathematical models of demand assessment and optimal finished product determination considering technological and market constraints.

Practical importance. The models of demand forecast and calculation of the optimal plan of production of the «Pridneprovsky» company are offered. Models allow to increase profitability and competitiveness of this enterprise. The results of the study presented in the article are of practical interest for businesses operating in the consumer market.

Keywords. Optimization, demand, forecast model, production output, criterion, technological constraints, correlation.

Problem statement. At present, in the current economic situation, it is necessary for the company to form an effective strategy of production. To do this, the company needs to forecast the demand for products and in accordance with this demand to formulate a production program.

Therefore, it is advisable to explore scientifically the substantiated methods for determining customer demand and on this basis to develop optimal production plans considering

technological, operational and market constraints.

Analysis of recent research and publications. Commercial enterprises tasks of industrial activity planning economic-mathematical models are studied and described in many research papers. So, the paper [1] presents the concept and algorithm of the complex production program development and implementation.

Efficiency estimates of the product range management system on market are presented in paper [2]. Practical recommendations for enterprise efficiency improving are investigated and provided in the paper [3]. Production program optimization as a part of the dynamic system of the enterprise activity planning was carried out in research paper [4]. In the publication [5] the process of forming an enterprise's production program is considered and mathematical model for estimating the level of uncertainty is proposed.

Enterprise production program planning system using economic and mathematical methods and models is proposed in research paper [6]. The article [7] substantiates the necessity and expediency of the production program fuzzy linear optimization model with flexible restrictions of production resources.

Complex analysis was carried out and some methods of forming an effective goods assortment were proposed in the paper [8].

Despite many scientific publications on the chosen topic enterprise's production program formation economic-mathematical model needs further improvement.

Formulating the purpose of the article. The purpose of the article is to develop scientifically the substantiated methodology for optimal production plans considering forecast of customer demand, technological, operational and market constraints

Outline of the main research material. Investigation of demand for products is performed in two stages. The first stage includes the research and product sales analysis, the second one calculation of optimal output to meet the demands. The assortment and volume of products are calculated for each consumer who buys them. As a result, the company can identify the most profitable customers and to link production with actual market needs, improve sales system, establish an individual approach to meet the individual consumer's needs.

Every month several parameters are calculated for each consumer.

The average volume of products purchased from a consumer to an enterprise.

$$\bar{p}_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^n p_{ij}^k}{n} \quad (1)$$

where – p_{ij} sales i – product type j – consumer, for k – day,

$\bar{p}_{ij}$ – sales i – product type j – consumer per month,

n – number of days in the month.

Standard deviation in sales during the month of the average volume is estimated by the following equation:

$$S_{ij} = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^n (p_{ij}^k - \bar{p}_{ij})^2}{n-1}} \quad (2)$$

In general, the rate of satisfying demand for the i -th kind of production will be calculated by the formula:

$$K_i = \frac{\sum_{j=1}^m (z_{ij}^k - \bar{p}_{ij})}{\sum_{j=1}^m z_{ij}^k} \cdot 100\% \quad (3)$$

where, z_{ij}^k – request for i -th type of product, per j day, by k -s customer.

The variable K_i can identify those customers and products, which do not meet the demand. Further, this value should be used to adjust the production enterprise program, raw materials purchase policy and enterprise development [12].

For quantitative assessment of demand and production of the i -th type of product in time we introduce the R_i coefficient.

$$R_i = \frac{\sum_{k=1}^n p_{ij}^k z_{ij}^k - \left(\sum_{k=1}^n p_{ij}^k \right) \left(\sum_{k=1}^n z_{ij}^k \right) / n}{\sqrt{\sum_{k=1}^n (p_{ij}^k)^2 - \frac{(\sum_{k=1}^n p_{ij}^k)^2}{n}} \cdot \sqrt{\sum_{k=1}^n (z_{ij}^k)^2 - \frac{(\sum_{k=1}^n z_{ij}^k)^2}{n}}} \quad (4)$$

Thus, if the value R_i is within 0,8-1, the production properly responds to the demand change on this product type. If R_i is within 0,8-0,4, the production does not meet the demand and needs to review the approach to the production. If R_i is less than 0.4 enterprise pays no attention to these products.

The next stage assesses the consumers tastes around the city of Dnipro. The analysis shows the products which are in demand in the given area of the city to provide product plan-

ning taking into account the benefits of different social groups living in the area.

For this purpose, consumers of the regions are grouped and supply and demand for

the kinds of products Z_{ij}^m , P_{ij}^m are counted up, where m – number of the area of town. Then goods that meet the highest demand are calculated by the formula $Z_{\max} = \max_{i=1..m} (Z_{ij}^m)$. Then the coefficient of demand is calculated.

$$K^* = \frac{Z_{\max} - P_{\max}}{Z_{\max}} 100\% \quad (5)$$

where $P_{\max}$ – products which meet the highest demand.

The analysis of K^* coefficients makes it possible to adjust production for the most important consumer products [12], [9].

In order to timely meet the demand for products short-term forecasting models are proposed [7], [8], [9]. The models make it possible to calculate the demand for the next planning period [10], [11]. Forecasting results are given to the enterprise administration for production program adjustment.

Model of Short-term Forecasting of Demand for Products. In order to forecast the processes with rather high sales (more than 100 outlets), there is a convenient forecast approach using Fourier transformation with a further ranging trend separation [13].

Let $x(t)$ is a random process specified by x_i , $i = 1 \dots n$. Having expanded this process in Fourier series by means of fast Fourier transformation, then we get the following:

$$c_j = \frac{1}{\sqrt{n}} \sum_{k=0}^{n-1} x_k e^{2\pi i(j/n)k} \quad (6)$$

where n – number of values in the sample

x_i

c_j – Fourier series expansion coefficient.

We calculate the absolute value, $j = 1, \dots, m$ and calculate the trend frequency using the formula:

$$g_j = c_j \cdot H(|c_j| - L) \quad (7)$$

where

$$H(x) = \begin{cases} 1 & \text{if } x \geq 0 \\ 0 & \text{if } x < 0 \end{cases}$$

L – const.

With (7), the coefficients in the expansion, which values are lower of the threshold L are converted to zero. Thus, the random component in the spectrum is truncated. The remaining coefficients describe the trend. Having applied the inverse Fourier transformation to c_j , trend value is restored. Continuing the obtained trend for 1-5 values forward, we produce forecast with low relative error.

It is suggested to apply the extrapolation formulae that use one and two prehistory points.

For one-point extrapolation, the formula is of the form:

$$x_{t+1} = \frac{K_x(t)}{K_x(0)} (x_t - \bar{x}) + \bar{x}, \quad (8)$$

where x_{t+1} – estimated value, x_t – prehistory point.

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (9)$$

$K_x(1)$, $K_x(2)$ – values of the correlation functions for $\tau=1$ and $\tau=2$.

Correlation function is calculated by the formula:

$$K_x(\tau) = \frac{1}{(n-\tau)} \sum_{i=1}^{n-\tau} (x_i - \bar{x})(x_{i+\tau} - \bar{x})$$

To forecast two prehistory points, the extrapolation formula is of the form:

$$x_{t+1} = \frac{K_x(0)K_x(1) - K_x(2)K_x(1)}{K_x^2(0) - K_x^2(1)} x_t + \frac{K_x(0)K_x(2) - K_x^2(1)}{K_x^2(0) - K_x^2(1)} x_{t-1} - x_{t-2} \left[\frac{K_x(1) - K_x(2)}{K_x(0) - K_x(1)} - 1 \right] \quad (11)$$

The maximum mean quadratic error for the formula (8) will be equal:

$$\varepsilon_1^2 = K_x(0) - \frac{K_x^2(1)}{K_x(0)} \quad (12)$$

The maximum mean quadratic error for the formula (11) will be equal:

$$\varepsilon^2 = K_x(0) - \frac{K_x(0)K_x^2(1) - 2 \cdot K_x^2(1)K_x(2) + K_x(0)K_x^2(2)}{K_x^2(0) - K_x^2(1)} \quad (13)$$

The forecast results analysis by one and two prehistory points has shown that the prediction accuracy is slightly higher at an extrapolation of two prehistory points, although the accuracy increase is negligible. The value of correlation function $R_x(\tau)$ for $\tau=1,2$ must satisfy the inequality:

$$R_x(1) = \frac{K_x(1)}{K_x(0)} > 0,4 \div 0,5 \quad (14)$$

$$R_x(2) = \frac{K_x(2)}{K_x(0)} > 0,4 \div 0,5 \quad (15)$$

The average quadratic prediction error for one prehistory point for $R_x(1) > 0,4$ will be equal to $\varepsilon^2 = 0,84 \cdot K_x(0)$.

To forecast errors for two prehistory points for $R_x(1) > 0,5$ and $R_x(2) > 0,4$ we will get:

$$\varepsilon^2 \leq \frac{0,79 \cdot K_x^3(0) - 0,5 \cdot K_x^2(0)}{K_x^2(0) - 0,5 \cdot K_x(0)} \quad (16)$$

The formulae given demonstrate that these models make it possible to describe and predict the processes that satisfy the given constraints.

To determine the optimal strategy of products, the economic and mathematical model is proposed. The criterion of optimization is the minimum costs of production, inventory, fulfillment of basic and overtime operations.

$$\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (v_{it} x_{it} + c_{it} I_{it}^+ + b_{it} I_{it}^-) + \sum_{t=1}^T (r_t w_t + a_t O_t + h_t H_t + f_t F_t) \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} x_{it} + I_{it-1}^+ - I_{it-1}^- = z^t; & (17) \\ \sum_{i=1}^N k_i x_{it} - w_t - O_t \leq 0; & (18) \\ w_t - w_{t-1} - H_t + F_t = 0; & (19) \\ -p_t w_t + O_t \leq 0; & (20) \end{cases}$$

$$x_{it} \geq 0;$$

$$I_{it}^+ \geq 0;$$

$$I_{it}^- \geq 0;$$

$$w_t, O_t, P_t, H_t, F_t \geq 0;$$

$$i = 1, 2, \dots, N; j = 1, 2, \dots, T.$$

x_{it} - production output within the t period;

v_{it} - unit cost produced within the t period;

c_{it} - storage costs per unit of i -type products of t period;

I_{it}^+ - volume of product stored during period t ;

I_{it}^- - volume of product, which was not supplied to the consumer for the t period;

b_{it} - losses due to the lack of i -product;

r_{it} - the cost of man-hour of primary labour force for the t period;

w_t - number of man-hour of primary labour force necessary for production output during the t period;

a_t - man-hour cost of overtime labour force during the t period;

O_t - number of man-hours of overtime labour force needed for production during the t period;

h_t - man-hour cost of additionally employed labour force during the t period;

H_t - number of man-hours of additionally employed labour force needed for production during the t period;

f_t - man-hour cost of fired labour force during the t period;

F_t - number of man-hours of fired labour force during the t period;

N - number of products varieties;

T - number of planning periods of t length each;

z_i - demand for i product during the t period;

k_i - unit labour costs for production of the i -th product;

P_t - percentage of overtime work during the t period.

Restriction (17) balances demand, production, stocks and debt on goods. Restriction (18) is imposed on the available workforce. Equation (19) limits the changes in workload and labor. Restriction (20) is imposed on the upper limit of the use of overtime work.

Conclusions. The method of the demand calculation of the company products that makes it possible to determine the amount of demand as well as properly respond to changes of consumer preferences and quantify the response quality on changing demand is proposed.

The economic and mathematical model proposed enables to determine the optimal amount of production considering technological, operational, and market constraints, the model is implemented on the PC using the improved simplex method.

Calculation results are provided to the company executives to make the final management decisions.

The economic and mathematical models can significantly reduce the undermade profits and improve the whole enterprise efficiency.

Література

1. Чорна Л. О. Виробнича програма. Проблеми організації / Л. О. Чорна, О. М. Чумак, Н. Ю. Чорна // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2010. – №10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=375>
2. Біленький О. Ю. Удосконалення системи управління сортуванням продукції: напрямки та ефективність / О. Ю. Біленький // Вісник ОНУ імені І.І. Мечников. – 2013. – Том 18. – № 1/1, С. 31–37.
3. Гайдаєнко О. Аналіз беззбитковості підприємства на прикладі «Дніпропетровської пекарні №9» / О. Гайдаєнко, Т. Кушнір // Бухгалтерська економіка управління: наукові записки: міжнародний збірник наукових праць Луцького НТУ. – 2016. – № 1 (9). – Частина 1, С. 72–78.
4. Падерін І. Д. Виробнича програма як основа динамічної системи планування промислових підприємств / І. Д. Падерін // Журнал АМСУ. Серія «Економіка». – 2015. – № 1 (53). – С. 135–142.
5. Повідайчик М. М. Особливості стратегічного планування виробничої програми легкої промисловості в призових умовах в умовах невизначеності / М. М. Повідайчик // Науковий вісник Ужгородського ун-ту. Серія «Економіка». – 2014. – №. 1(42). – С. 59–63.
6. Фесшур Р. В. Маркетингове планування виробничої програми фірмового бізнесу / Р. В. Фесшур, О. Б. Свірська // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць Київського національного університету. – 2010. – №. 23. – С. 112–121.
7. Карпенко І. І. Оптимізація виробничої програми підприємства через незрозумілі обмеження / І. І. Карпенко // Управління розвитком складних систем: збірник наукових праць Київського національного університету будівництва та архітектури. – 2014. – № 20. – С. 170–173.
8. Демиденко М. Системи планування ресурсів підприємства / М. Демиденко. – Saarbrücken, Deutschland: LAMBERT Academic Publishing, 2019. – 142 с.
9. Демиденко М. А. Економіко-математична модель оптимального ціноутворення постачальників і переробників сировини для сталого розвитку гірничо-металургійного комплексу України / М. А. Демиденко. // International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference

Proceedings, Part III, Le Mans, France: Baltic States. – 2017. – №1. – Р. 141–142.

10. Демиденко М. А. Економіко-математична модель – оптимізація маркетингових компаній у пошукових системах. / М. А. Демиденко, О. Ю. Чуриканова. // «Intelkt XXI». – Випуск 2. – 2019. – С. 27–30.

11. Чуриканова О. Ю. Моделі підтримки прийняття рішень при торгівлі крипто валютою. / О. Ю. Чуриканова, Б. А. Демиденко // Вісник ХНУ. – 2019. – №2. – Хмельницький. – 2019. – С. 89–103. DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-114-118

12. Демиденко М. Метод вибору ERP-систем за допомогою моделей багатокритеріальної оптимізації / М. А. Демиденко // Науковий Вісник НГУ. – 2018. – №5. – С. 132–137. DOI: 10/29202 / nvngu / 2018-5 / 21

13. Демиденко М. А. Оптимізація функціонування українського бізнесу на національному та зовнішньому ринках в умовах ускладнення постачання сировини. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, городян: за ред. Г. Г. Півняк; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – С. 115–126.

14. Кабаченко Д. В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику / Д. В. Кабаченко // Економічний вісник НГУ. – 2017. – №2 (58). С. 107–115.

15. Кабаченко Д. В. Вибір в реалізації стратегії управлінського персоналу підприємства / Д. В. Кабаченко, А. В. Луценко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Херсон : Херсонський державний університет, Видавний дім «Гельветика». – 2015. – Вип. 15. – Ч. 1. – С. 58–62.

References

1. Chorna, L.O., Chumak, O.M., & Chorna, N.Yu. (2010). Vyrobnycha programa. Problemy organizatsii. Efektivna ekonomika: electronne naukovе fakhove vydannia, (10). Received from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=375>
2. Bilenskyi, O.Yu. (2013). Udoskonalennia systemy upravlinnia sortuvanniam produktsii: napriamky ta efektyvnist. Visnyk ONU imeni I.I. Mechnikova. Volume 18, 1/1, 31-37.
3. Haydaenko, O., Kushnir, T. (2016). Analiz bezzbytkovosti pidpriemstva na prykladi «Dnipropetrovskoi pekarni №9». Bukhhalterska ekonomika upravlinnia: naukovy zapysky: mizhnarodnyy zbirnyk naukovykh prats Lutsenko NTU, № 1 (9). Part 1, 72-78.
4. Paderin, I.D. (2015). Vyrobnycha prohrama yak osnova dynamichnoi systemy planuvannia promyslovykh pidpriemstv. Zhurnal AMSU. Seriya «Ekonomika», 1 (53), 135-142.
5. Povidaychik, M.M. (2014). Osoblyvosti stratehichnoho planuvannia vyrobnynchoi prohramy lehkoj promyslovosti v pryzovykh umovakh v umovakh nevyznachenosti. Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika», 1(42), 59-63.
6. Feschur, R.V., & Svirskia, O.B. (2010). Marketingove planuvannia vyrobnynchoi prohramy

firmovoho biznesu. Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky: zbirnyk naukovykh prats Kyivskoho natsionalnoho universytetu, (23), 112-121.

7. Karpenko, I.I. (2014). Optymizatsiia vyrobntchoi prohramy pidpriemstva cherez nezrozumili obmezhenia. Upravlinnia rozvytkom skladnykh system: Zbirnyk naukovykh prats Kyivskoho natsijnalnoho universytetu budivnytstva ta arkhitektury, (20), 170-173.

8. Demydenko, M. (2019). Enterprise resource planning systems. Saarbrücken, Deutschland: LAMBERT Academic Publishing, 142 p.

9. Demydenko, M.A. (2017). Economic and mathematical model of optimal pricing of suppliers and processors of raw materials for sustainable development of the mining and metallurgical complex of Ukraine. Proceedigs from: MIIM' International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise», Part III, Le Mans, France: Baltic States. (1), 141-142.

10. Demydenko, M.A., Churikanova O.Yu. (2019). Ekonomiko-matematychna model optymizatsiyi marketynhovykh kompaniy v poshukovykh systemakh. «Intelekt XXI», vypusk (2), 27-30.

11. Churikanova, O.Yu. & Demydenko, M.A. (2019). Modeli pidtrymky pryynyattya rishen pry torhivli krypto valyutoyu. Visnyk KHNU, (2), 89-103. Khmelnytskyi. DOI: 10.31891/2307-5740-2019-268-2-114-118.

12. Demidenko, M. (2018). Metod vyboru ERP-system za dopomohoiu modeley bahatokryterialnoi optymizatsii. Naukovyi Visnyk NHU, (5), 132-137. DOI: 10/29202/nvngu/2018-5/21.

13. Demydenko, M.A. (2014). Optymizatsiya funktsionuvannya ukrainskoho biznesu na natsionalnomu ta zovnishniomu rynkakh v umovakh uskladnennya postachannya syrovyny. Sotsialna vidpovidalnist vlady, biznesu, horomadian. T.1. H.H. Pivnyak (Ed). Diprope-trovsk: NHU.

14. Kabachenko, D.V. Pryynyattia upravlinskykh rishen v umovakh nevyznachenosti ta ryzyku. Ekonomichnyy visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu, 2 (58), 107-115.

15. Kabachenko, D.V., & Lutsenko, A.V. (2015). Vybir v realizatsii stratehii upravlinskoho personalu pidpriemstva. Naukovyy visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky, Vyp. 15, Ch. 1, 58-62. Kherson: Kherson's'kyi derzhavnyy universytet, Vydavnychyy dim «Helvetyka».

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ОПТИМАЛЬНОЇ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ

М. А. Демиденко, к. т. н., доцент, НТУ«Дніпровська політехніка»

Д. В. Кабаченко, к. е. н., доцент, НТУ«Дніпровська політехніка»

Методологія дослідження. У статті досліджуються та обґрунтовуються методи прогнозування споживчого попиту які використовуються для моделі розрахунку оптимального плану виробництва готової продукції з урахуванням технологічних, експлуатаційних та ринкових обмежень.

Результати. Запропоновано моделі розрахунку оптимального обсягу виробництва продукції. Впровадження цих моделей дозволяє компанії бути більш конкурентоспроможною. Дослідження проводилось у комбінаті «Придніпровський», м. Дніпро, Україна. Компанія - це сучасний, механізований та автоматизований бізнес. На сьогоднішній день компанія виробляє більше ста видів молочної продукції. Компанія контролює умови виробництва, зберігання та транспортування своєї продукції з ферми до продажу готової продукції. Економічна ефективність комбінату «Придніпровський» залежить від своєчасного та правильного реагування на попит споживачів. Тому підприємство повинно адаптувати плани та асортимент продуктів. Ці зміни планів впроваджують від одного разу на місяць до одного разу на десять днів. Плани коригування в більшості випадків здійснюються за критеріями доходу або обсягом продажів. Розрахунки, зазвичай, виконується вручну. Практика управління показує, що такі плани та управлінські рішення є недосконалими. Недоліки зумовлені браком досвіду, часу на розгляд усіх факторів та помилками фахівців з планування. Запропонована методологія усуває ці недоліки і дозволяє запровадити науково-обґрунтовані методи і моделі для пошуку оптимальних рішень та за рахунок цього підвищити прибутковість цього підприємства.

Новизна. Запропоновані моделі та методи відрізняються від існуючих за формалізованим науково обґрунтованим підходом, використанням економічних математичних моделей оцінки попиту та дозволяють розрахувати оптимальний план випуску готової продукції з урахуванням технологічних та ринкових обмежень.

Практична значущість. Запропоновано моделі прогнозування попиту та розрахунку оптимального плану виробництва комбінату «Придніпровський». Моделі дозволяють підвищити прибутковість та конкурентоспроможність цього підприємства. Представлені в статті

результати дослідження представляють практичний інтерес для підприємств, що працюють на споживчому ринку.

Ключові слова. Оптимізація, попит, прогнозна модель, виробництво продукції, критерій, технологічні обмеження, кореляція.

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ОПТИМАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ

М. А. Демиденко, к. т. н., доцент, НТУ «Днепровская политехника»

Д. В. Кабаченко, к. э. н., доцент, НТУ «Днепровская политехника»

Методология исследования. В статье исследуются и обосновываются методы прогнозирования потребительского спроса используемых для модели расчета оптимального плана производства готовой продукции с учетом технологических, эксплуатационных и рыночных ограничений.

Результаты. Предложены модели расчета оптимального объема производства продукции. Внедрение этих моделей повышает конкурентоспособность предприятия. Исследование проводилось в комбинате «Приднепровский», г. Днепр, Украина. Комбинат – это современный, механизированный и автоматизированный бизнес. На сегодняшний день компания производит более ста видов молочной продукции. Компания контролирует условия производства, хранения и транспортировки продукции с фермы до продажи готовой продукции. Экономическая эффективность комбината «Приднепровский» зависит от своевременного и правильного реагирования на спрос потребителей. Поэтому предприятие должно адаптировать планы и ассортимент продуктов. Эти изменения планов внедряют от одного раза в месяц до одного раза в десять дней. Планы корректировки в большинстве случаев осуществляются по критериям дохода или объемом продаж. Расчеты обычно выполняется вручную. Практика управления показывает, что такие планы и управленческие решения являются несовершенными. Недостатки обусловлены нехваткой опыта, недостатком времени на рассмотрение всех факторов и ошибками специалистов по планированию. Предложенная методология устраняет эти недостатки и позволяет ввести научно обоснованные методы и модели для поиска оптимальных решений и за счет этого повысить доходность этого предприятия.

Новизна. Предложенные модели и методы отличаются от существующих в формализованным научно обоснованным подходом, использованием экономических математических моделей оценки спроса и позволяют рассчитать оптимальный план выпуска готовой продукции с учетом технологических и рыночных ограничений.

Практическая значимость. Предложены модели прогнозирования спроса и расчета оптимального плана производства комбината «Приднепровский». Модели позволяют повысить прибыльность и конкурентоспособность этого предприятия. Представленные в статье результаты исследования представляют практический интерес для предприятий, работающих на потребительском рынке.

Ключевые слова. Оптимизация, спрос, прогнозная модель, производство продукции, критерий, технологические ограничения, корреляция.

Надійшла до редакції 03.02.20 р.